



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

**TEMA**

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LOS EMPRENDIMIENTOS**  
**GASTRONÓMICOS DE LA ZONA CÉNTRICA DEL CANTÓN SANTA ELENA,**  
**AÑO 2024**

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

**AUTOR**

**MADÉLINE GABRIELA PEÑAFIEL SAONA**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2024**

### **Aprobación del profesor tutor**

En mi calidad de profesora tutora del trabajo de titulación, “Responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena, año 2024”, elaborado por el Sra. Madeline Gabriela Peñafiel Saona, egresada de la Carrera de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciada en Administración de Empresas, declaro que luego de haber asesorado científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

**Atentamente,**

---

**Ing. Libi Caamaño López, Mgtr.**

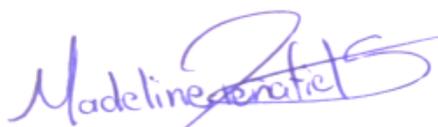
**Profesora Tutora**

### **Auditoría del trabajo**

El presente trabajo de Titulación denominado “Responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena, año 2024”, constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciada en Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, Madeline Gabriela Peñafiel Saona, con cédula de identidad número 2450524315 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,**



---

**Madeline Gabriela Peñafiel Saona**

**C.I. N°: 2450524315**

## **Agradecimiento**

Agradezco a Dios y a mi familia, por el apoyo, motivación y los consejos que día a día me brindan, a mis amig@s que de una u otra manera forma me ayudaron en mi progreso educativo para lograr las metas propuestas.

También, a mi pareja y mis hij@s que sin duda alguna se convirtió en un pilar fundamental a la hora de brindarme el apoyo moral, y no dejarme desvanecer en situaciones en las que parecía que no podría lograr esta meta tan importante en mi vida personal.

Por último, a mi tutora la Ing. Libi Caamaño López, Mgtr., por ser una guía en este proceso de investigación y por haber compartido sus conocimientos conmigo.

*Peñañiel Saona Madeline Gabriela*

### **Dedicatoria**

Dedico a mi Dios siendo el ser que me da vida y fuerzas para seguir adelante, a mis padres que mediante su ejemplo de vida y enseñanzas me convirtieron en la mujer que soy ahora.

También dedico este trabajo con todo mi cariño y gratitud a mis padres, les expreso mi más sincera gratitud por su inquebrantable apoyo, fe y amor a lo largo de mi trayectoria académica.

Por último, dedico este logro, con profundo cariño y reconocimiento, a mi pareja y mis hij@s su presencia constante, apoyo incondicional, empatía y aliento han sido pilares fundamentales en este proceso. Ha sido fuente inagotable de inspiración, impulso y orgullo personal, también su fortaleza para sostenerme en los momentos de dificultad a lo largo de este recorrido.

*Peñañiel Saona Madeline Gabriela*

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

**Lcdo. José Xavier Tomalá Uribe, Mgs.****Director de la Carrera  
Administración de Empresas**

---

**Ing. Sabina Villón Perero, Mgs.****Profesor Especialista**

---

**Ing. Libi Caamaño López, Mgtr.****Profesora Tutora**

---

**Ing. Sabina Villón Perero, Mgs.****Profesor Guía de la UIC**

---

**Lcda. Julissa González González****Secretaria de la Carrera  
Administración de Empresas**

## ÍNDICE GENERAL

Resumen.....	12
Abstract.....	13
Introducción.....	14
Capítulo I.....	20
Marco Referencial.....	20
Revisión literaria.....	20
Desarrollo de teorías y conceptos.....	24
<i>Responsabilidad social empresarial</i> .....	24
Económica.....	24
Rentabilidad.....	24
Sostenibilidad económica.....	25
Competitividad.....	25
Social.....	26
Convivencia.....	26
Comunidad.....	27
Educación.....	27
Ambiental.....	27
Recursos naturales.....	28
Contaminación.....	28
Prácticas sostenibles.....	29
Ética.....	29
Transparencia.....	30
Calidad laboral.....	30

Valores.....	30
Cultural.....	31
Identidad local.....	31
Diversidad gastronómica en RSE .....	32
Tradiciones locales .....	32
Fundamentos legales .....	33
Capítulo II.....	35
Metodología .....	35
Diseño de la investigación .....	35
Métodos de la investigación.....	36
Población y muestra .....	36
Recolección y procesamiento de datos .....	37
Técnicas .....	38
Instrumentos.....	38
Procesamiento de datos.....	39
Capítulo III.....	40
Resultados y discusión .....	40
Análisis de datos .....	40
Análisis de datos de la entrevista .....	40
Análisis de datos de las encuestas.....	44
Discusión.....	63
Conclusiones .....	66
Recomendaciones.....	68
Referencias.....	69
Apéndices.....	75

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Población .....	37
<b>Tabla 2</b> Edad.....	45
<b>Tabla 3</b> Género .....	46
<b>Tabla 4</b> Nivel de Educación .....	47
<b>Tabla 5</b> Rentabilidad.....	48
<b>Tabla 6</b> Sostenibilidad Económica .....	49
<b>Tabla 7</b> Competitividad .....	50
<b>Tabla 8</b> Convivencia.....	51
<b>Tabla 9</b> Comunidad .....	52
<b>Tabla 10</b> Educación .....	53
<b>Tabla 11</b> Recursos Naturales .....	54
<b>Tabla 12</b> Contaminación.....	55
<b>Tabla 13</b> Prácticas Sostenibles .....	56
<b>Tabla 14</b> Transparencia.....	57
<b>Tabla 15</b> Calidad Laboral .....	58
<b>Tabla 16</b> Valores .....	59
<b>Tabla 17</b> Identidad Local.....	60
<b>Tabla 18</b> Diversidad Gastronómica en RSE.....	61
<b>Tabla 19</b> Tradiciones Locales .....	62

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Edad.....	45
<b>Figura 2</b> Género .....	46
<b>Figura 3</b> Nivel de Educación.....	47
<b>Figura 4</b> Rentabilidad.....	48
<b>Figura 5</b> Sostenibilidad Económica .....	49
<b>Figura 6</b> Competitividad .....	50
<b>Figura 7</b> Convivencia .....	51
<b>Figura 8</b> Comunidad .....	52
<b>Figura 9</b> Educación .....	53
<b>Figura 10</b> Recursos Naturales .....	54
<b>Figura 11</b> Contaminación .....	55
<b>Figura 12</b> Prácticas Sostenibles .....	56
<b>Figura 13</b> Transparencia.....	57
<b>Figura 14</b> Calidad Laboral.....	58
<b>Figura 15</b> Valores .....	59
<b>Figura 16</b> Identidad Local.....	60
<b>Figura 17</b> Diversidad Gastronómica en RSE.....	61
<b>Figura 18</b> Tradiciones Locales .....	62

## ÍNDICE DE APÉNDICES

<b>Apéndices 1</b> Matriz de Consistencia .....	75
<b>Apéndices 2</b> Cronograma .....	76
<b>Apéndices 3</b> Entrevista.....	77
<b>Apéndices 4</b> Encuesta.....	79
<b>Apéndices 5</b> Solicitud de Validación de Instrumentos .....	83
<b>Apéndices 6</b> Certificado de Validación de Instrumento - Entrevista.....	84
<b>Apéndices 7</b> Certificado de Validación de Instrumentos - Encuesta.....	85
<b>Apéndices 8</b> Informe de Validación de Instrumento - Entrevista.....	86
<b>Apéndices 9</b> Informe de Validación de Instrumento - Encuesta .....	87
<b>Apéndices 10</b> Entrevista a Propietarios - Especialista .....	88
<b>Apéndices 11</b> Encuesta a clientes - ciudadanos .....	89
<b>Apéndices 12</b> Certificado de Antiplagio .....	90



**Responsabilidad social empresarial en los emprendimientos de la zona céntrica del cantón Santa Elena, año 2024.**

**AUTOR:**

Peñañiel Saona Madeline Gabriela

**TUTOR:**

Ing. Libi Camaño López, Mgtr.

**Resumen**

La presente investigación se centra en la responsabilidad social empresarial y su aplicación en los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena, Es por tal razón se planteó la siguiente problemática: ¿Cómo incide la responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena?, teniendo como objetivo principal del estudio: Analizar la aplicación de la responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena. La metodología se basa en el diseño no experimental con un alcance descriptivo y enfoque mixto, utilizando técnicas de recolección de datos cualitativos y cuantitativos, empleando el método analítico e inductivo. Mediante los resultados que se obtuvieron, consideran que Las prácticas de responsabilidad social empresarial que han implementado estos emprendimientos gastronómicos suelen incluir el uso de ingredientes locales para apoyar a los productores de la región, la reducción de residuos mediante prácticas sostenibles y el reciclaje de materiales, así como la participación en eventos comunitarios para fomentar la integración social. Para concluir, la aplicación de la responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena demuestran un compromiso significativo con las prácticas sostenibles, evidenciando a través de implementación de sistemas de manejo de residuos y el uso de productos amigables con el medio ambiente.

**Palabras claves:** *Responsabilidad social empresarial, Económica, Social, Ambiental, Ético.*



**Corporate social responsibility in enterprises in the central area of the Santa Elena canton, year 2024.**

**AUTHOR:**

Peñafiel Saona Madeline Gabriela

**TUTOR:**

Ing. Libi Camaño López, Mgtr.

**Abstract**

This research focuses on corporate social responsibility and its application in gastronomic enterprises in the central area of the Santa Elena canton. For this reason, the following problem was raised: ¿How does corporate social responsibility affect gastronomic enterprises in the area? central area of the Santa Elena canton?, with the main objective of the study: Analyzing the application of corporate social responsibility in gastronomic ventures in the central area of the Santa Elena canton. The methodology is based on non-experimental design with a descriptive scope and mixed approach, using qualitative and quantitative data collection techniques, using the analytical and inductive method. Through the results obtained, they consider that the corporate social responsibility practices that these gastronomic ventures have implemented usually include the use of local ingredients to support producers in the region, the reduction of waste through sustainable practices and the recycling of materials, as well as participation in community events to promote social integration. To conclude, the application of corporate social responsibility in the gastronomic enterprises of the central area of the Santa Elena canton demonstrate a significant commitment to sustainable practices, evidenced through the implementation of waste management systems and the use of environmentally friendly products. environment.

**Keywords:** *Corporate social responsibility, Economic, Social, Environmental, Ethical.*

## Introducción

La responsabilidad social empresarial se ha convertido en un aspecto fundamental para las empresas en el siglo XXI, independientemente de su tamaño o sector. En el contexto de los emprendimientos gastronómicos, la implementación de estas prácticas socialmente responsables cobra especial relevancia debido al impacto directo que estos negocios tienen en la salud de los consumidores, el medio ambiente y la economía local.

En un mundo cada vez más interconectado, la industria gastronómica se ha convertido en un sector dinámico y de rápido crecimiento a nivel global. Desde los restaurantes de alta cocina hasta los pequeños cafés locales, los emprendimientos gastronómicos no solo satisfacen las necesidades culinarias de las personas, sino que también desempeñan un papel crucial en la economía mundial, la cultura y el desarrollo social. En este contexto, la responsabilidad social empresarial ha emergido como un paradigma fundamental que está redefiniendo la forma en que estos negocios operan y se relacionan con sus comunidades.

En América Latina, como región en constante crecimiento y desarrollo, está experimentando una evolución significativa en la adopción de prácticas de responsabilidad social empresarial en el sector de la gastronomía. Países latinoamericanos están liderando iniciativas innovadoras que buscan equilibrar el éxito comercial con el impacto positivo en la sociedad y la sostenibilidad. Estas experiencias regionales ofrecen valiosas lecciones y modelos a seguir.

Por consiguiente, Ecuador se encuentra en un momento crucial de su desarrollo empresarial, con un creciente interés en la implementación de prácticas de responsabilidad social empresarial en diversos sectores económicos. El cantón Santa Elena, ubicado en la provincia de Santa Elena – Ecuador, ha experimentado un notable crecimiento en el sector gastronómico en los últimos años, particularmente en su zona céntrica. Este auge plantea tanto oportunidades como desafíos en términos de responsabilidad social. Los emprendedores de este rubro se enfrentan a la necesidad de equilibrar la rentabilidad de sus negocios con prácticas que benefician a la comunidad y reducen su impacto ambiental.

La presente investigación se centra en analizar cómo los emprendimientos gastronómicos en la zona céntrica del cantón Santa Elena están abordando la responsabilidad social empresarial. Se busca examinar las estrategias implementadas, los retos enfrentados y las oportunidades de mejora en áreas como la gestión de residuos, la selección de proveedores locales, la oferta de opciones alimenticias saludables y el compromiso con el desarrollo comunitario.

Este estudio es particularmente relevante en el contexto actual, donde la conciencia sobre la sostenibilidad y la rentabilidad social está en aumento. Además, contribuirá a generar conocimientos valiosos para los emprendedores locales, autoridades y consumidores, promoviendo prácticas más responsables en el sector gastronómicos y fomentando un desarrollo económico más sostenible en la región.

Para sintetizar el **planteamiento del problema** en este estudio, la práctica de la responsabilidad social empresarial ha sido adaptada principalmente por empresas de mayor magnitud, esta tendencia ha evolucionado con el tiempo, pasando de simples actos de asistencia a la comunidad a convertirse en un elemento fundamental de la estrategia empresarial, influyendo tanto en la imagen pública de los emprendimientos como en su gestión interna.

La producción de la gastronomía se ha enfrentado a crecientes desafíos en materia de responsabilidad social empresarial en los últimos años. Algunas de las principales empresas líderes han implementado iniciativas para abordar temas como el impacto ambiental, prácticas laborales y nutrición, en respuesta a las crecientes preocupaciones de los consumidores. Sin embargo, persisten retos significativos, como la reducción del desperdicio de alimentos, la mejora de la sostenibilidad en la cadena de suministros y la promoción de opciones más saludables. Por eso la adopción de un enfoque integral de responsabilidad social empresarial sigue siendo un área de oportunidad para muchos emprendimientos gastronómicos a nivel mundial, a fin de lograr un equilibrio entre la rentabilidad y sostenibilidad.

En América Latina, el panorama de la responsabilidad social empresarial en el sector gastronómico son matices únicos. Los emprendimientos locales se enfrentan a la competencia de grandes cadenas internacionales, lo que influye en sus prácticas de RSE. También existe una creciente conciencia sobre la importancia de utilizar ingredientes locales y apoyar a los productores regionales, lo que ha llevado a algunas empresas a desarrollar menús que reflejan la gastronomía, sin embargo, las pocas regulaciones estrictas en algunos países dificultan la implementación uniforme de prácticas responsables. Además, la brecha digital en la región presenta tanto retos como oportunidades para la ejecución de tecnologías que mejoren la eficiencia y reduzca el impacto ambiental. Por eso la educación del consumidor sobre alimentación responsable y sostenible es otra área donde los emprendimientos gastronómicos están comenzando a involucrarse, aunque aún queda mucho por hacer.

En Ecuador, el sector gastronómico ha experimentado una transformación influenciada por las tradiciones culinarias locales y las tendencias globales. Los emprendimientos nacionales están explorando la fusión de saberes autóctonos con formatos de servicios rápidos, lo que plantea desafíos únicos en términos de responsabilidad social empresarial. Por su parte el gobierno ecuatoriano ha implementado regulaciones sobre etiquetado nutricional, lo que ha obligado a las cadenas gastronómicas adaptar sus menús y comunicación, además, la creciente urbanización en ciudades como Quito y Guayaquil ha llevado a la creación de food trucks y otros modelos de negocios móviles, que plantea nuevos retos en cuanto a prácticas sostenibles. La economía dolarizada del país también influye en las estrategias de precios y en la capacidad de invertir en iniciativas de responsabilidad social empresarial, por último, el turismo gastronómico emergentes está presionado a los emprendimientos para que ofrezcan experiencias más auténticas y responsables.

En la provincia de Santa Elena, los emprendimientos gastronómicos enfrentan retos específicos en cuanto responsabilidad social empresarial relacionados con la prevención del ecosistema y la economía local. Estos negocios están explorando el uso de envases biodegradables y prácticas de reciclaje para mitigar su huella ambiental, además, la inclusión de productos locales en sus menús, como mariscos y frutas tropicales, busca apoyar a la agricultura de la zona. Sin embargo, la poca regulación específica y la limitada conciencia del consumidor sobre la responsabilidad social empresarial en la región dificultan la implementación generalizada de estas prácticas.

En la zona céntrica del cantón Santa Elena, donde se concentran los emprendimientos gastronómicos, la situación de la responsabilidad social empresarial presenta problemas significativos. Los propietarios de estos negocios enfrentan una escasa formación de prácticas de responsabilidad social, lo que dificulta la implementación de estrategias efectivas. La carencia de normativas locales que exijan prácticas de RSE contribuye a una implementación inconsistente y voluntario, además, muchos emprendedores muestran una limitada visión del impacto social, ambiental, ético y cultural de sus negocios, centrándose en la supervivencia económica a corto plazo.

La dificultad para invertir en responsabilidad social empresarial sin afectar la competitividad es una preocupación constante, especialmente en un mercado donde los márgenes de ganancias suelen ser ajustados. Esta situación se grava por el poco apoyo gubernamental para iniciativas sostenibles, dejando a los emprendedores sin incentivos claros para adoptar prácticas más responsables, también, la ausencia de una planificación estratégica que incluya la responsabilidad social empresarial es evidente en muchos de estos negocios, lo

que resulta en acciones aisladas y poco efectivas. Muchos emprendimientos carecen de sistemas eficientes para la gestión de desechos, lo que contribuye a la contaminación local, además, se observa un déficit en programas de vinculación con stakeholders locales, lo que limita el potencial de estos negocios para contribuir positivamente al desarrollo comunitario.

Este conjunto de factores crea un escenario donde la responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena es más una excepción que una norma, planteando un desafío significativo para el desarrollo sostenible del sector y la comunidad en general.

De acuerdo con lo expuesto en el planteamiento y tras un análisis en este estudio, se **formula el problema de investigación** con la siguiente pregunta:

¿Cómo incide la responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena?

Para complementar la información sobre la problemática investigada, se **sistematiza el problema** investigado, por eso, se detalla en las siguientes preguntas diseñadas a continuación:

- σ ¿Cuál es la situación actual en los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena?
- σ ¿Cuáles son los elementos que influyen en la responsabilidad social empresarial de los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena?
- σ ¿Cómo promover prácticas de responsabilidad social empresarial en los emprendimientos de la zona céntrica del cantón Santa Elena?

Con los antes mencionado, el **objetivo general** de este estudio es: Analizar la aplicación de la responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena.

Para alcanzar el objetivo de la investigación, se han establecidos los siguientes **objetivos específicos**:

- σ Diagnosticar la situación actual en los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena.

- σ Identificar los elementos que influyen en la responsabilidad social empresarial de los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena.
- σ Proponer el uso de prácticas de responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena.

Por otra parte, la **justificación teórica** de esta investigación se basa en la teoría sobre la responsabilidad social empresarial, enfocada en los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena que permita establecer análisis y conclusiones específicas que ayudaran a futuras investigaciones.

De igual manera, corresponde a una fuente de competitividad para cualquier emprendimiento gastronómico que la implemente, al transformarse es más que una práctica bien intencionada, ya que permiten la optimización de su gestión económica. Centran sus esfuerzos en satisfacer las necesidades de los stakeholders, respetan al medio ambiente y contribuyen al bienestar del equilibrio social o ético.

De acuerdo con Escalante (2024) la responsabilidad social corporativa es reconocido como un valor añadido dentro de las organizaciones, además de ser una ventaja competitiva. Así mismo, corresponde a una fuente de competitividad para cualquier empresa que las implemente, al transformarse en más que una práctica bien intencionada, ya que permiten la optimización de su gestión económica, centran sus esfuerzos en satisfacer las necesidades de los grupos de interés, mejoran la calidad de vida de los colaboradores, respetan el medio ambiente y contribuyendo al bienestar del equilibrio social.

La **justificación práctica** representa una oportunidad para los propietarios de los emprendimientos gastronómicos del cantón Santa Elena, quienes a partir de la generación de este conocimiento podrán abordar con mayor precisión los problemas que actualmente enfrentan para viabilizar las prácticas de responsabilidad social empresarial.

Siendo importante que los emprendimientos gastronómicos integran en sus procesos productivos prácticas innovadoras de responsabilidad social empresarial, mitigando así los impactos negativos sobre el medio ambiente y ofreciendo un valor agregado a la comunidad motivada por la defensa de los intereses sociales.

De modo que, el alcance del estudio presenta las principales oportunidades y posibilidades para que los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón

Santa Elena transformen su imagen y sean percibidas de forma más responsable en la sociedad. También se ha manifestado que los emprendimientos gastronómicos pueden aplicar prácticas de responsabilidad social empresarial de manera efectiva sin necesidad de grandes inversiones, con la finalidad de aportar al desarrollo económico, social, ambiental, ético y cultural del entorno empresarial.

Por consiguiente, la **idea a defender** es: La implementación de prácticas de responsabilidad social empresarial fortalecerá a los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena.

La presente investigación se estructura en tres capítulos fundamentales que abordan el análisis de la responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena. Por ende, se desarrolla de la siguiente manera:

El **primer capítulo** comprende el sustento teórico – conceptual de la investigación donde se realiza una revisión de la literatura existente. Se analizan diversas teorías y conceptos fundamentales, además de examinar investigaciones científicas previas relacionadas con la responsabilidad social empresarial. Este apartado también incluye el marco legal que fundamenta y respalda el estudio realizado.

El **segundo capítulo** expone el diseño metodológico de la investigación, detallando los procedimientos y herramientas para la recopilación de datos. Se especifican los aspectos relacionados con la determinación de la población y muestra, así como las técnicas e instrumentos utilizados para la obtención de información y su posterior procesamiento estadístico.

El **tercer capítulo** presenta el análisis y discusión de los resultados obtenidos, incorporando tanto la interpretación cuantitativa como cualitativa de los datos recopilados. Se exponen los principales hallazgos de la investigación y su relevancia en el contexto estudiado, el trabajo culmina con las conclusiones derivadas del estudio, las recomendaciones propuestas, las referencias bibliográficas consultadas y los anexos que complementan la investigación.

## Capítulo I

### Marco Referencial

Siguiendo con el trabajo investigativo, es importante recalcar lo indispensable que es la revisión literaria y verificar los estudios que se han realizado con anterioridad, correspondiente a los proyectos que tiene similitudes al tema de investigación, de tal manera se tiene conceptos de artículos y tesis que nos proporcionan una mejor relevancia al capítulo, anexando las bases teóricas validadas.

### Revisión literaria

De esta manera Rendón et al., (2018) en su artículo, nombrado “Alimentación saludable: Propuesta para la creación de un ecosistema de emprendimiento innovados sostenible inclusivo en el subsector gastronómico en Palmira – Valle del Cauca, Colombia”, es importante encontrar en la comunidad emprendedores competentes en el sector de la gastronomía, capaces de identificar oportunidades en su entorno y a partir de ellas, imaginar ideas dibujando en su cerebro los primeros productos mínimo viables que trasladen beneficios al cliente o consumidor final de forma impactante en orden a la generación de menús nutritivos, creativos, muy de la tendencia gourmet, hermosamente emplatados, pero sin perder su promesa de valor como alimentos saludables. Tuvo como objetivo establecer un ecosistema de emprendimiento innovador, sostenible incluso en el subsector gastronómico en Palmira. La metodología aplicada fue una revisión bibliográfica que analiza políticas públicas, datos estadísticos y documentos relacionados.

Por consiguiente, el resultado del estudio garantiza su crecimiento pues también se encontró que el gobierno contempla programas en educación y salud para favorecer los proyectos de vida de calidad, la inclusión con equidad y dignidad de la población, el crecimiento económico local que respete el medio ambiente, entre otros, derivados del desarrollo sostenible.

Se concluye de igual forma, en todo este discernimiento, se evidencia la construcción del significado de “ecosistema de emprendimiento innovador sostenible e inclusivo” como la integración de aspectos en una iniciativa con alto contenido innovador proyectada en el largo plazo, en función de la comunidad porque a tiempo que busca su bienestar, también que el ejecutivo pueda responder con inversión social para el mejoramiento de la calidad de vida.

Por su parte Freira & Claudia (2023) en su artículo “La responsabilidad social en los emprendimientos de centennials: su compromiso con el desarrollo sostenible” la sociedad ha avanzado hacia el reconocimiento de que existen obligaciones que las organizaciones deben cumplir en tanto las prácticas actuales de producción y consumo hipotecan el futuro de las generaciones venideras. Organismos multilaterales y gubernamentales han impulsado y en algunos casos conminado a que las empresas que desempeñan la función de proveer materiales e insumos para la vida cotidiana cumplan con normativas que permita hacer sostenible la vida en el planeta. El objetivo de la investigación fue analizar la responsabilidad social empresarial en los emprendimientos de centennials. La metodología de abordaje es de carácter cualitativo, basados en observación participante durante períodos intermitentes de la vida del proyecto y una encuesta a sus fundadores.

Los resultados obtenidos dan cuenta de que estos jóvenes están ocupados en la implementación de acciones de RS que contribuyan al cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible evitando reproducir modelos aprendidos. La generación Z promueve nuevas prácticas de administración y gestión más acordes a los valores promovidos por los ODS, la ISO 26000 o los GRI.

Se concluyó que la implementación de un emprendimiento así diseñado fue bien recibido por los clientes que cada vez más consideran el consumo responsable a la hora de tomar sus decisiones. Estos dirigen sus preferencias hacia opciones que reflejan una vocación por lo sustentable consumiendo productos que los conecten con cambios orientados al cuidado del medio ambiente y la relación con la comunidad.

Según Montoya (2022) en su tesis designada “Diseño de un establecimiento gastronómico y de esparcimiento para el adulto mayor, bajo el enfoque de la RSE y la inclusión laboral de población discapacitada”, actualmente, la humanidad enfrenta una de las transformaciones mundiales más significativas para este siglo, que responde al envejecimiento de la población. Además de dicho desbalance en la pirámide poblacional, se normaliza la falta de inclusión laboral a personas discapacitadas y el bajo desarrollo de iniciativas para la responsabilidad social empresarial.

Tuvo como objetivo proponer un plan de negocio para un establecimiento gastronómico y de esparcimiento para los adultos mayores, bajo un enfoque de RSE. La metodología de la investigación fue de tipo descriptivo, también utilizó un enfoque inductivo y mixto, combinando estudios cuantitativos y cualitativos para garantizar la viabilidad del plan de negocio.

Los resultados financieros muestran pérdidas operacionales en los primeros tres años, con ganancias proyectadas a partir del cuarto año. En el noveno año, se espera una recuperación completa de la inversión, por eso se proyecta que el negocio comenzará a repartir dividendos a partir de 2025. Se concluye que el plan de negocios está basado en responder al crecimiento en la población de adultos mayores, una tendencia mundial que requiere y requerirá ser atendida localmente, para este caso, atendiendo a la localidad con mayor porcentaje de adultos mayores en la ciudad capital colombiana, Teusaquillo. Asimismo, se responde a la importancia de incluir prácticas concretas de RSE como las prácticas laborales, asuntos de consumidores y el beneficio al medio ambiente.

De acuerdo con Gutiérrez (2020) en su tesis “Camino hacia la RSE, tablero de control para servicios gastronómicos de Córdoba, 2020”, un tiempo atrás se consideraba que la empresa debía generar solo ganancias mediante la aplicación de políticas puramente económicas, sin considerar las demás dimensiones que configuran el universo de una empresa. Seguido a ello se generó una corriente que pregona el cuidado del medio ambiente, motivado por los desastres ecológicos ocurridos.

Se planteó el siguiente objetivo diseñar un tablero de gestión orientado a la RSE para que las empresas de servicios gastronómicos de Córdoba inicien en la sustentabilidad, en el año 2020. La metodología del estudio fue tipo exploratorio, también utilizó un enfoque cualitativo y de un diseño no experimental transversal.

En los resultados se determinó que las pymes del sector gastronómico no poseen conocimientos avanzados sobre RSE y que es un rubro que tiene arraigada una cultura acorde a su tamaño. La empresa con mayor antigüedad y tamaño es la que intenta implementar actividades dirigidas a la RSE por tener contacto con programas de guías en la implementación. Se concluyó que las empresas del sector gastronómico se caracterizan por ser empresas ágiles y de cambios constantes para poder adaptarse al mercado que es cambiante. Estas empresas se identifican por ser muy unidas entre ellas como medio de preservar los puestos de trabajo ante eventualidades.

Como explica Franco (2024) en su tesis titulada “Responsabilidad social empresarial de un emprendimiento gastronómico de la ciudad de Esmeraldas”, cabe señalar, que actualmente las generaciones son más conscientes del impacto negativo que genera la comercialización o producción de los productos o servicios de comida ofertadas por ciertas empresas, por lo que se considera imprescindible que se sensibilicen y tomen acciones

respecto a sus actividades económicas que afectan en gran manera a la sociedad y al medio ambiente.

La presente investigación tuvo como objetivo analizar la responsabilidad social empresarial del emprendimiento Santas Alitas de la ciudad de Esmeraldas en el año 2023, para lo cual se aplicó una metodología con enfoque cuantitativo y alcance descriptivo. El método empleado fue deductivo y un diseño del tipo exploratorio, no experimental y transversal. De igual manera, para la recolección de la información la técnica aplicada fue la encuesta y el instrumento un cuestionario, el que se agrupo en dimensiones (legal, ética, filantrópica y ambiental).

La población estuvo constituida por diez trabajadores pertenecientes a los locales de Santas Alitas. En términos generales, los resultados mostraron que las dimensiones con relación a la responsabilidad social son positivas y aceptables. Finalmente, se concluyó que el nivel de RSE de Santas Alitas es aceptable porque se evidencia que realiza prácticas responsables para contribuir a los stakeholders.

Según Merejildo (2023) en su tesis de nombre “Responsabilidad social empresarial en los emprendimientos del cantón Santa Elena, año 2022”, la responsabilidad social empresarial es un modelo de gestión voluntaria que trabaja en beneficio de la sociedad. El presente proyecto de investigación tiene como objetivo identificar las principales acciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que llevan a cabo los emprendimientos asentados en el Cantón Santa Elena de la provincia del mismo nombre.

La Metodología tiene un diseño de alcance descriptivo, con enfoque mixto, en el nivel cualitativo, se aplicó una entrevista a dos expertos con amplia trayectoria en el campo de las ciencias empresariales, quienes aportaron al entendimiento de las posibles causas y soluciones que deben asumirse en el campo estudiado. En el nivel cuantitativo, se ejecutó una encuesta a los propietarios de emprendimientos y la información fue procesada en el software estadístico IBM SPSS Statistics Base 20, permitiendo comprobar la confiabilidad de los instrumentos a través de la prueba Alfa de Cronbach (0.86).

Los resultados reflejan determinantes importantes que se pueden aplicar entre ellas, la Creación de Clúster para impulsar estrategias de RSE en las pymes del Cantón Santa Elena” que pretende integrar a los principales grupos de interés. Como conclusión general, se evidenció la falta de aplicación de un modelo de responsabilidad social y en algunos sectores las actuales prácticas generan impactos negativos en el ámbito social, económico y ambiental.

## **Desarrollo de teorías y conceptos**

### *Responsabilidad social empresarial*

Conde & García (2018) se define como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, con el objetivo de mejorar su situación competitiva, valorativa y su valor añadido.

Sánchez (2023) al tomar en cuenta la responsabilidad social empresarial, las organizaciones impactan de manera directa e inmediata la vida de los ciudadanos y las comunidades a través de programas que impulsan el desarrollo económico, la educación y muchas otras causas sociales.

La responsabilidad social empresarial un concepto crucial en el mundo actual donde las empresas no solo son evaluadas por su rendimiento financiero, sino también por su impacto social y ambiental. También se centra como una estrategia para mejorar la competitividad empresarial o enfatiza el impacto directo de las organizaciones en las comunidades a través de programas sociales.

**Económica.** Consideran Freire et al., (2018) estudia cómo las sociedades utilizan sus recursos limitados para producir y distribuir bienes o servicios, desde las necesidades humanas más básicas hasta el comercio internacional y la innovación tecnológicas, incidiendo directamente en la vida de las personas.

Según Licardo et al., (2019) es una disciplina muy amplia, pues abarca los diferentes sistemas socioeconómicos por el cual se basan los gobiernos para dirigir a sus naciones, así como los esquemas que las organizaciones y agentes individuales utilizan en su núcleo económico.

Es una ciencia social cuyo ámbito de interés lo constituyen los modos en que una sociedad se organiza a sí misma para satisfacer sus necesidades materiales e inmateriales de consumo, a través de un ciclo de producción, distribución e intercambio de bienes que idealmente se perpetúa en el tiempo.

**Rentabilidad.** Muñoz et al., (2020) es la ganancia que una persona recibe por poner sus ahorros en una institución financiera y se expresa a través de los intereses, que corresponden a un porcentaje del monto de dinero ahorrado. A estos se agregan los reajustes que permiten mantener el valor adquisitivo del dinero que se haya ahorrado.

Parrales et al., (2021) nos referimos a la capacidad de una inversión determinada de arrojar beneficios superiores a los invertidos después de la espera de un período de tiempo. Se trata de un elemento fundamental en la planificación económica y financiera, ya que supone haber hecho buenas elecciones.

La rentabilidad hace referencia al beneficio que se lleva a cabo uno de los socios de una empresa, es decir, el beneficio de haber hecho el esfuerzo de invertir en esa empresa. Mide la capacidad que posee la organización de generar ingresos a partir de sus fondos, por ello, es una medida más cercana a los accionistas y propietarios que la rentabilidad económica.

**Sostenibilidad económica.** González & Cuesta (2018) se refiere a las acciones y decisiones que apoyan el desarrollo económico a largo plazo de una organización o un país, protegiendo al mismo tiempo los elementos medioambientales, sociales y culturales.

Quispe (2024) un procedimiento que trata de satisfacer las necesidades humanas, pero de manera que se mantenga los recursos naturales y el medio ambiente para las generaciones futuras. Una economía funciona en un ecosistema; no puede existir sin él, de esta forma, el ecosistema proporciona los actores que sustentan el crecimiento económico.

Cuando se crea una empresa, se genera una estructura en la que hay unos costes y unos ingresos, en el momento en que se alcanza un equilibrio entre ambos factores, la empresa recibe unos beneficios. La sostenibilidad hace referencia a la capacidad de la organización de administrar los recursos que tienen y generar rentabilidad de forma responsable a largo plazo.

**Competitividad.** Según Espejel et al., (2020) juega un rol fundamental en empresas y países, definiendo así la aptitud de cada uno para poder mantenerse en el mercado. Las ventajas comparativas influyen de forma determinante ya que las mismas proporcionarán el alcance, sostenimiento y mejoramiento en cuanto a la posición socioeconómica en que se encuentre.

Charpentier et al., (2021) es la capacidad que tienen las organizaciones de generar, mejorar o mantener sus crecimiento y desarrollo dentro de un entorno socioeconómico específico. También comprende aspectos como la capacidad para fabricar productos, brindar servicios con mayor calidad, tener mejor desempeño en los costos y eficiencia en sus actividades.

La competitividad permitirá a una empresa mantenerse en pie y alcanzar los objetivos que se proponga, por decirlo de un modo, la capacidad de subsistencia de una empresa y por ello también es la base de cualquier desarrollo o crecimiento en un negocio. Además, es la capacidad que tiene un país de participar en los mercados internacionales de manera exitosa y al mismo tiempo, elevar el nivel de vida de sus ciudadanos.

**Social.** De acuerdo con Ayala (2021) incluye aquellas actividades que las organizaciones llevan a cabo en colaboración con otras entidades o por iniciativa propia y que tienen un impacto positivo en la sociedad y en las comunidades locales en las que desarrollan su actividad.

Osorio et al., (2022) hace referencia a todo lo que tienen que ver con las personas, es decir, la atención tanto a los grupos de interés de la empresa como a la sociedad en general. Dentro de esta dimensión también se encuentra como punto importante el cuidado del capital humano de la organización, que se debe considerar como un activo más.

Se busca que las organizaciones, al ser socialmente responsables, cumplan con toda la propuesta de gestión del talento humano, partiendo de un manejo de las buenas prácticas productivas que integran; el respeto por los colaboradores igualmente mediante salarios dignos, facilitando ambientes laborales adecuados y capacitándose, tanto en el campo laboral como en el crecimiento personal, en otros aspectos.

**Convivencia.** Collantes et al., (2021) es la coexistencia física y pacífica entre individuos o grupos que deben compartir un espacio. Se trata entonces de la vida en común y de la armonía que se busca en la relación de personas que por alguna razón deben pasar mucho tiempo juntas.

Zuñiga (2021) es un proceso positivo, dinámico y participativo en que se debe promover el diálogo y solucionar los conflictos con un espíritu de entendimiento y cooperación mutuos. También la mayor parte de las grandes organizaciones cuentan con un manual de convivencia, y una comisión o comité que tienen como objetivo establecer en conjunto valores y hábitos que promueven una buena vida laboral.

Una convivencia laboral es un momento idóneo para mejorar el ambiente laboral de empresa, por ende, un clima adecuado tiene múltiples ventajas, en primer lugar, facilita con creces el trabajo en equipo. Obviamente, si existe un espacio cordial los proyectos grupales se toman con mucha más filosofía y motivación.

**Comunidad.** De acuerdo con Vásquez (2021) conjunto de individuos que tienen en común diversos elementos, como el territorio que habitan, las tareas, los valores, los roles, el idioma o la región. También suele ocurrir que las personas se agrupen entre sí de manera voluntaria o espontánea por tener un objetivo en común.

Córdoba (2020) es una relación social cuando y en la medida en que la actitud en la acción social se inspira en el sentimiento subjetivo de los partícipes de construir un todo, incluso, es un lugar para encontrar a otros que comparten puntos en común, donde se reflejan valores e identidades.

Las comunidades no solo son agrupaciones de entidades con intereses comunes; en realidad, son ecosistemas dinámicos donde las ideas se cruzan, los recursos se comparten y las soluciones innovadoras emergen de la colaboración colectiva. Además, en un mundo donde la reputación y la confianza son más valiosas que nunca, ser parte de una comunidad empresarial sólida puede aumentar la credibilidad y el reconocimiento en el mercado.

**Educación.** Sostiene Pegalajar et al., (2021) se denomina a la facilitación del aprendizaje o de la obtención de conocimientos, habilidades, valores y hábitos en un grupo humano determinado, por parte de otras personas más versadas en el asunto enseñado y empleando diversas técnicas de la pedagogía: la narración, el debate, la memorización o la investigación.

Bullones (2021) es la disciplina que se ocupa de los diversos métodos de enseñanza y de aprendizaje en las diferentes organizaciones y en los grupos sociales, con el objetivo de transmitir conocimientos, valores, habilidades, creencias y hábitos.

La educación es fundamental en cualquier sociedad, pues moldea el desarrollo individual y colectivo de las personas. Por ello, su comprensión va más allá de la simple transmisión de conocimientos: abarca aspectos como la formación integral, el fomento del pensamiento crítico y el bienestar social.

**Ambiental.** Menciona Torres & Verdecia (2021) es fundamental un manejo respetuoso del medio ambiente y su conservación, cumpliendo, no solamente con la legislación y la normativa vigente al respecto, sino también asumiendo compromisos que impacten de manera concreta la realidad que nos abarca.

González et al., (2020) las organizaciones buscan lograr aplicabilidad total en toda la normatividad existente y en las buenas prácticas de tipo ambiental, de tal manera que se

enmarquen en una excelente relación con el componente económico y el entorno donde se desarrollan sus procesos productivos.

Actualmente, nuestra relación como sociedad con el medioambiente vive un momento muy delicado, por eso, son multitud los retos a los que nos enfrentamos en este ámbito, desde la emergencia climática, la lucha contra los residuos plásticos, la pérdida de la biodiversidad, etc. Además de hacer frente a estos retos, la gestión de la dimensión ambiental permite a las organizaciones reducir costes, aumentar su competitividad e incluso retener y captar talento, entre otros beneficios.

**Recursos naturales.** Morán et al., (2021) son aquellos elementos de la naturaleza que el ser humano utiliza para cubrir ciertas necesidades que garantizan su bienestar o desarrollo. Por ejemplo: el agua, los árboles y el petróleo. Estos recursos son valiosos para las necesidades porque contribuyen a su sustento.

Lanero & García (2022) son bienes que provee la naturaleza y que son utilizados por las personas ya sea para consumirlos directamente o bien para ser utilizados en algún proceso de producción. A menudo nos referimos a los recursos naturales como capital natural, por ende, pueden ser renovables y no renovables.

Todo componente de la naturaleza, susceptible de ser aprovechado por el ser humano para la satisfacción de sus necesidades y que tenga un valor actual o potencial. En otras palabras, todo aquel producto de la naturaleza, material o energético, que sirve para cubrir necesidades biológicas humanas o para desarrollar una actividad económica.

**Contaminación.** Quiñonez et al., (2022) es la introducción de un agente contaminante, que puede ser líquido, sólido o gaseoso, en un medio natural. Por sus características químicas, estos agentes o elementos producen inestabilidad y dañan el funcionamiento del ecosistema.

Suarez (2021) es la presencia de un constituyente, impureza o algún otro elemento indeseable que estropea, infecta, inutiliza o degrada un material, etc. Es siempre una alteración negativa del estado natural del medio ambiente y, por lo general, se produce como consecuencia de la actividad humana considerándose una forma de impacto ambiental.

La contaminación ambiental es la presencia de competentes nocivos, bien sea de naturaleza biológica, química o de otra clase, en el medioambiente, de modo que supongan un perjuicio para los seres vivos que habitan un espacio, incluyendo, por supuesto, a los seres

humanos. Al igual, afecta directa e indirectamente la salud de las poblaciones, no sólo de seres humanos, pues también altera el equilibrio de los ecosistemas.

**Prácticas sostenibles.** Describe Montoya et al., (2022) son todas aquellas acciones que ayudan a reducir el impacto negativo a nivel ambiental que se derivan de prácticas productivas o hábitos a nivel de empresas o en el hogar, por es al realizar prácticas sostenibles implica hacer un cambio de hábitos que mitiguen el impacto negativo o la afectación al medio ambiente.

Campos & Bermúdez (2020) se trata de aquellas prácticas que permiten un crecimiento a nivel económico y social más responsable o respetuoso con el planeta, pues facilitan que se pueda hacer un uso sostenido de los recursos y cubrir las necesidades actuales del ser humano sin que, por ello, las generaciones futuras se vean perjudicadas.

Las prácticas sostenibles implican cómo debemos vivir hoy si queremos un futuro mejor, ocupándose de las necesidades presentes sin comprometer las oportunidades de las generaciones futuras de cumplir con las suyas. La supervivencia de nuestras sociedades y de nuestro planeta común pasa por un mundo más sostenible.

**Ética.** Enfatiza Rengifo & Sánchez (2022) vendría determinada por las normas y principios que son base para resolver problemas morales dentro de la empresa, por ello deben establecer un código interno que englobe los mismos, para relacionarse con el exterior, así como la forma de trabajo interno y de relación entre los trabajadores.

López et al., (2022) puede ayudar a mantener a los equipos unidos, pues cuando se transmite de forma clara y eficaz lo que se espera de la forma de actuar de cada colaborador, se cultiva un terreno propicio para un entorno sano, positivo y de soluciones novedosas.

La ética se basa en crear y transmitir una cadena de valores empezando desde la alta dirección. Debido a que son los principales ejemplos por seguir, hacia todos los niveles de la organización, estos principios son adaptados como cultura del negocio, implantando una filosofía y una visión de trabajo para generar armonía entre los miembros de la empresa. Pero para que esto de resultado, éstos deben ser claros y ser difundidos entre todos los miembros y colaboradores, así como dar a conocer todos los beneficios que genera la ética dentro de la organización.

**Transparencia.** Como afirma Fong et al., (2020) es más que una tendencia, es una necesidad en el mundo empresarial contemporáneo que beneficia tanto a las empresas como a la sociedad. Implementar prácticas transparentes mejora la reputación, fomenta una cultura de confianza y colaboración, y contribuye al desarrollo sostenible.

Campo et al., (2019) implica comunicar a los grupos de interés, de manera honesta, eficaz y accesible, información relevante sobre las políticas, las prácticas y los resultados de gestión. También contribuye a la construcción de relaciones de confianza con los diferentes stakeholders, puede influir de forma positiva en la reputación de la organización, en su capacidad para atraer inversiones y en su adaptación a los cambios del entorno.

Se entiende como la disponibilidad para acceder a la información necesaria de una organización. Una información que ha de contemplarse como una oportunidad de negocio para las empresas, no importa si hablamos de inversores, clientela o personas trabajadoras. Tener este tipo de transparencia ayuda a conocer el desempeño una empresa y a fomentar confianza, del mismo modo que no tener esa transparencia, implica la incertidumbre.

**Calidad laboral.** Considera Ríos et al., (2015) tiene que ver con la satisfacción, la salud y el bienestar del trabajador, así como con todo lo relacionado con su entorno laboral. Además, como todas aquellas dimensiones relacionadas con el trabajo de las personas que le permiten a estas el desarrollo de sus capacidades, ampliar sus opciones de vida y obtener mayores grados de libertad.

Arias et al., (2024) es un aspecto fundamental para el éxito y la felicidad tanto de los trabajadores como de las organizaciones en las que trabajan. En tiempos actuales, donde el trabajo poder presencial o remoto, la importancia de mantener una buena calidad de vida laboral se acentúa aún más.

Es definida como el nivel de satisfacción laboral que alcanzan los trabajadores dentro de su ambiente de trabajo. Un entorno saludable que cumpla con las expectativas de los trabajadores impacta positivamente en su desempeño laboral, lo que se traduce, automáticamente, en un aumento en las ganancias de la empresa.

**Valores.** Como señala González et al., (2022) son los principios éticos que definen su identidad y guían sus decisiones, comportamiento y cultura. Sirven como un modelo de conducta para sus líderes y empleados, y como referente de identificación para el público objetivo.

Huerta & Andrade (2022) son el conjunto de elementos propios que definen la estructura, línea de actuación, principios éticos y cultura organizacional de una empresa. Se desarrollan para generar un mayor rendimiento y beneficio económico, claro está, partiendo de una serie de factores humanos que interconectados trabajan para una misma meta.

Los valores constituyen los cimientos sobre los cuales se levanta la marca empresarial, ejerciendo una profunda influencia en la percepción que tanto empleados como clientes tienen de la organización. La tarea de definir estos valores de manera que se armonicen con la cultura empresarial no solo es imprescindible, sino que también representa una oportunidad estratégica para construir una imagen corporativa sólida y una identidad distintiva.

**Cultural.** Citando a Vásquez et al., (2021) es el conjunto de elementos y características propias de una determinada comunidad humana, incluye aspectos como las costumbres, las tradiciones, las normas y el modo de un grupo de pensarse a sí mismo, de comunicarse y de construir una sociedad.

Opina Fiorino (2020) conjunto de valores, ideales, actitudes y objetivos que caracterizan a una organización, se compone de intangibles importantes que dictan cómo debe operar el equipo. En muchos sentidos, se convierte en parte de la identidad de la empresa, por lo que es importante hacerlo bien.

Hace referencia a todos los valores, creencias, pensamientos, metas o normas que comparten los miembros de una misma organización. Incluso, esto se ve reflejado en cualquier acción llevada adelante por los trabajadores, es decir; desde cómo dirigirse a los clientes, hasta sus propios compañeros; pasando por las prioridades de la empresa.

**Identidad local.** Como opina León (2023) como orientación cultural la podemos entender como el sentimiento que une de manera homogénea nuestro propio ser y que nos lleva a identificarnos unos con otros, bajo una cualidad o características, que nos hace sentir orgullosos y dispuestos a defenderla.

Castelló & Cierva (2024) todos aquellos sentidos de pertenencias que mantengan las personas con el territorio donde habita o el que la rodea, es decir, la identidad local es el conjunto de culturas propias de una localidad que le sirven a las personas como identidad para saber de dónde provienen como el tipo de creencia, el lenguaje y entre otros aspectos.

Para afianzar los sentimientos de identidad, hay que fomentar el estudio y el amor por lo cercano, por su localidad y una vía para lograrlo es insertar a las clases y actividades

planificadas en los centros de trabajo el desarrollo artístico y cultural partiendo de la propia comunidad. El objetivo es crear espacios públicos que mejoren la habitabilidad, la salud y el bienestar.

***Diversidad gastronómica en RSE.*** Plantea Avanzini et al., (2023) se plantea como una actividad que ayuda a impulsar el desarrollo agrícola, la seguridad alimentaria y el consumo responsable, todo esto con el objetivo de reducir al máximo el impacto negativo que tiene la producción de alimentos sobre el medio ambiente. Aportar por este tipo de gastronomía contribuye a conservar la biodiversidad y a proteger nuestros ecosistemas.

Vallejo et al., (2020) es un concepto que prioriza la responsabilidad social y ambiental involucrando a cada eslabón de la cadena de suministro de alimentos en la toma de decisiones conscientes, para adoptar enfoques y acciones que preserven los recursos naturales, promuevan la equidad social y fomenten la salud, tanto de las personas como del planeta.

Es una forma de aprovisionarse, cocinar y consumir alimentos que tiene en cuenta el impacto ambiental, social y económico, establece una relación estrecha con la conservación y regeneración del medio ambiente a través de acciones como el uso de alimentos locales y de temporada, la reducción del desperdicio alimentario y la preferencia por ingredientes obtenidos con prácticas más respetuosas con la naturaleza.

***Tradiciones locales.*** Según Miranda (2024) desempeñan un papel crucial en la construcción de la identidad cultural y social, ya que proporcionan un sentido de continuidad y pertenencia, por eso ayudan a mantener viva la historia y la herencia cultural de un grupo, así como a reforzar los lazos sociales entre sus miembros.

Como señala Ramírez et al., (2024) incluyen aspectos como las festividades, el arte artesanal de la zona y gastronomía, que forman parte del legado cultural de cada municipio y lugar, además de los conocimientos y habilidades transmitidos de generación en generación.

Las tradiciones nos ayudan a construir y a darle un significado a nuestra historia, como individuos y como sociedad, recordando que la familia es la base de ésta, por ello, es nuestra responsabilidad transmitir las normas y valores que hemos adquirido a través de nuestras tradiciones a las siguientes generaciones.

## Fundamentos legales

En la Constitución de la República del Ecuador (2021) describe lo siguiente: En el capítulo sexto, referente a los Derechos de Libertad, estipula que:

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.

26. El derecho a la propiedad en todas sus formas, con función y responsabilidad social y ambiental. El derecho al acceso a la propiedad se hará efectivo con la adopción de políticas públicas, entre otras medidas.

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

También en el capítulo primero, Principios Generales, dice que el:

Art. 278.- Para la consecución del buen vivir, a las personas y a las colectividades, y sus diversas formas organizativas, les corresponde:

b) Producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental.

Además, en la sección cuarta, Democratización de los Factores de Producción, mencione el:

Art. 336.- El estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad.

En la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (2011), menciona en el Título I, del Ámbito, Objeto y Principios, destaca que:

Art. 4.- Principios. – Las personas y organizaciones amparadas por esta ley, en el ejercicio de sus actividades, se guiarán por los siguientes principios, según corresponda:

g) La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas; y

Por siguiente, en el Capítulo III, de los Incentivos, dice que:

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 contribuye a la conservación y manejo del patrimonio natural.

En la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación (2020), destaca en Capítulo I, Disposición Fundamentales, menciona que:

Art. 3. – Definiciones. – Para efectos de la presente ley se tendrán en cuenta las siguientes definiciones:

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

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

### **Norma ISO 26000**

Según Alonso (2024) la ISO 26000, la responsabilidad social empresarial es la responsabilidad de una organización, en relación con los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y el medio ambiente, a través de un comportamiento transparente y ético que:

1. Contribuye al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad.

2. Cumpla con la ley aplicable y sea consistente con las normas internacionales de comportamiento.

Sus objetivos son:

1. Ofrecer buenas prácticas y recomendaciones.

2. Evaluar o medir la responsabilidad social empresarial de las entidades.

3. Fomentar la responsabilidad social empresarial, teniendo en cuenta a los grupos de interés, de forma que se contribuya al desarrollo ambiental, social y económico sostenible en los productos, servicios o procesos de la entidad.

## Capítulo II

### Metodología

Es fundamental prestar atención al diseño metodológico de la investigación, el cual se ha estructurado para abordar la temática de la responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena. Este diseño comprende una descripción detallada del diseño, alcance, enfoque investigativo, métodos de estudio, definición de la población y muestra. Estos elementos metodológicos han sido fundamentales para guiar el proceso de recolección, obtención y análisis de la información, asegurando así la validez de los resultados obtenidos en el contexto de los negocios.

#### Diseño de la investigación

Este estudio se enmarca en un **diseño no experimental y transversal**, ya que este enfoque metodológico responde a la naturaleza de la investigación, donde se optó por no manipular deliberadamente la variable de responsabilidad social empresarial. En su lugar, se priorizó la observación del fenómeno en su contexto natural, además, la recolección de datos se efectuó en un único momento temporal, lo que permitió capturar de forma instantánea el estado de la variable en cuestión y el análisis de su impacto durante un período específico en los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena.

Del mismo modo, la investigación adoptó un **alcance descriptivo**, permitiendo una caracterización detallada del fenómeno en estudio, por lo tanto, este método facilitó la identificación y análisis de los factores de responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena. También proporcionó una comprensión profunda de las diversas necesidades y problemáticas presentes en el área de estudio, contribuyendo así a una visión integral del contexto investigado.

Por otra parte, el estudio se fundamentó en un enfoque mixto, integrando las perspectivas cualitativa y cuantitativa, es decir, se posibilitó una comprensión más profunda del fenómeno investigado, al combinar la precisión numérica de los métodos cuantitativos con la riqueza interpretativa de los cualitativos. Donde el **enfoque cualitativo**, se orientó a profundizar en la comprensión del desarrollo de la responsabilidad social empresarial en el contexto de los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena. Para abordar este aspecto, se diseñó e implementó una guía de entrevista como instrumento principal de recolección de datos.

De modo que, el **enfoque cuantitativo**, se centra en el análisis sistemático de datos obtenidos mediante encuestas estructuradas, además, estas fueron aplicadas a los trabajadores de los emprendimientos y clientes – ciudadanos de la zona céntrica del cantón Santa Elena. Por lo que, permitió una cuantificación rigurosa de las percepciones y experiencias relacionadas con el desarrollo de la responsabilidad social empresarial en el contexto local.

### **Métodos de la investigación**

En el actual estudio se procede a desglosar los diversos métodos de investigación empleados para explorar la responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena.

El **método inductivo**, se identifica a través de diversos factores de responsabilidad social empresarial que fomentan los emprendimientos gastronómicos, por eso, ha permitido la recopilación de datos basados en la observación directa y la experiencia práctica en la zona céntrica del cantón Santa Elena. Este proceso ha sido fundamental para la formulación de la idea a defender de la investigación, proporcionando una base sólida de evidencia observacional que sustenta los hallazgos del estudio.

Por consiguiente, el **método analítico**, permitió examinar en profundidad el objeto de estudio, facilitando la identificación de sus causas subyacentes, interrelaciones entre sus elementos, sus efectos en el entorno y su naturaleza. A través de este proceso de revisión y análisis detallado, se ha logrado obtener una comprensión más precisa y fundamental de la realidad en torno a las prácticas de responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena.

### **Población y muestra**

En Ecuador, provincia de Santa Elena, el cantón Santa Elena, posee bonitos balnearios, y playas que te esperan para pasar una experiencia increíble junto a tus seres queridos, también tiene cultura, variedad de platos exquisitos, su gastronomía y calidez de los ciudadanos.

La **población** está formada por 25 emprendimientos gastronómicos situados en la zona céntrica del cantón Santa Elena, estos negocios brindan oportunidad laboral a 50 empleados, quienes son de distintas localidades. También, se tomó en cuenta el número de clientes, información obtenida por los propietarios de los emprendimientos, quienes

ascienden a un total de 250 clientes – ciudadanos residentes de la zona céntrica del cantón Santa Elena.

Por otro lado, de la población se escogió la **muestra**, formada por 6 propietarios de los emprendimientos y 2 especialistas en responsabilidad social empresarial, a quienes se les empleó una entrevista.

Se ha optado por emplear un **muestreo no probabilístico por conveniencia** para la selección de los informantes del estudio. Este muestreo fue elegido con el propósito específico de validar los resultados obtenidos a través de la encuesta. Técnica que permitió escoger a los empleados de los emprendimientos, también los clientes – ciudadanos de la zona céntrica del cantón Santa Elena, con disponibilidad de tiempo y dispuesto a colaborar con el proceso de estudio.

En este estudio, se seleccionaron a un total de 20 empleados de los emprendimientos y 55 clientes – ciudadanos que habitan en la zona céntrica del cantón Santa Elena, dispuestos a compartir información sobre el progreso de la responsabilidad social empresarial objeto de la investigación.

**Tabla 1** Población

<b>Muestra</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Técnicas</b>
Propietarios de los emprendimientos	6	Entrevista
Especialistas	2	Entrevista
Trabajadores	20	Encuesta
Clientes – ciudadanos	55	Encuesta
<b>Total</b>	<b>83</b>	

*Nota:* Datos de la población

### **Recolección y procesamiento de datos**

Tras establecer la metodología de investigación, lo siguiente es diseñar el proceso de recolección de datos, por eso este diseño especifica los instrumentos y técnicas empleados para obtener y analizar información, tanto cualitativa como cuantitativa. Esta fase es fundamental, ya que proporciona los medios para recopilar datos relevantes y significativos que sustentaron el desarrollo del estudio.

## **Técnicas**

La entrevista es importante en la investigación, ya que permitió acceder a las perspectivas, conocimientos, reflexiones de expertos en el campo de estudio, por eso, se ha diseñado un protocolo de entrevista que consta de 10 preguntas abiertas, cuidadosamente formuladas para explorar en profundidad la temática de la responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena.

Estas preguntas han sido estructuradas en constancia con las dimensiones e indicadores establecidos en la matriz de consistencia, asegurando así una alineación directa con los objetivos de la investigación. Este enfoque metodológico permite obtener las opiniones detalladas de los propietarios de los emprendimientos y especialistas en el área de RSE, proporcionando una fuente de datos cualitativos que enriquecen significativamente el análisis y las conclusiones del estudio.

La encuesta se ha elaborado para recopilar datos cuantitativos, por eso este cuestionario consta de un total de 15 preguntas, estructuradas de manera estratégica para abordar la variable de responsabilidad social empresarial en el contexto de los emprendimientos gastronómicos.

El público objetivo de esta encuesta son los trabajadores de los emprendimientos, clientes – ciudadanos de la zona céntrica del cantón Santa Elena, lo que permite obtener información directa y pertinente de los actores principales en el ecosistema empresarial local. Esta metodología de recolección de datos cuantitativos proporciona así una base sólida para un análisis integral del estudio.

## **Instrumentos**

Guía de entrevista: Este instrumento está específicamente orientado a explorar los aspectos de la responsabilidad social empresarial en el contexto de los emprendimientos gastronómicos. La selección de los entrevistados se ha realizado de manera estratégica, enfocándose en los propietarios de los negocios y especialistas en el área, clave actores que poseen un conocimiento profundo y experiencia relevante en este campo.

Cuestionario: Se establece como un instrumento metodológico para la recolección sistemática de datos cuantitativos, por eso este medio ha sido meticulosamente diseñado para recopilar información relevante del grupo de interés principalmente en los trabajadores de los emprendimientos, clientes – ciudadanos de la zona céntrica del cantón Santa Elena. También

las preguntas formuladas buscan identificar la presencia de prácticas de RSE en las actividades cotidianas de estos negocios.

### **Procesamiento de datos**

**Google Forms:** Se ha empleado como una herramienta digital para la administración eficiente de encuestas, esta plataforma en línea ha facilitado significativamente la creación y distribución del cuestionario a los trabajadores de los emprendimientos, clientes – ciudadanos de la zona céntrica del cantón Santa Elena. También, esta metodología digital ha optimizado la obtención de respuestas, proporcionando una vía eficaz para recopilar información vital para la investigación.

**Excel:** Se ha manejado una herramienta especializada para el procesamiento de datos y análisis de datos, la cual ha desempeñado un papel fundamental en la organización, tabulación y análisis de los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los trabajadores de los emprendimientos, clientes – ciudadanos de la zona céntrica del cantón Santa Elena. Su utilización ha permitido un tratamiento eficiente de la información, proporcionando una base sólida para el análisis y las conclusiones del estudio.

**IMB SPSS:** Se ha utilizado un software estadístico especializado como herramienta clave para el análisis de los datos recopilados mediante encuestas. La capacidad del software para generar tablas y gráficos de manera eficiente ha simplificado considerablemente la interpretación de los datos, permitiendo una análisis más profundo y preciso.

## Capítulo III

### Resultados y discusión

#### Análisis de datos

##### Análisis de datos de la entrevista

Después de usar los instrumentos de recolección de información, se presenta la información resultante de la entrevista realizada a los propietarios de los emprendimientos gastronómicos y los especialistas en responsabilidad social empresarial.

#### **1. ¿Cómo define la responsabilidad social empresarial y su importancia para los emprendimientos gastronómicos?**

La responsabilidad social empresarial en el contexto de los emprendimientos gastronómicos se define como el compromiso voluntario de estos negocios para contribuir de forma positiva a la comunidad y al medio ambiente. Es fundamental porque los restaurantes y demás emprendimientos gastronómicos tienen un impacto directo en la comunidad al generar empleo, promover la cultura culinaria local y, en muchos casos, también influir en el turismo.

Este enfoque permite que las empresas no solo busquen la rentabilidad económica, sino también el bienestar social y la sostenibilidad ambiental, logrando así una relación armoniosa con sus clientes y la comunidad. La RSE en el sector gastronómico ayuda a construir una reputación sólida y fidelizar a los clientes, quienes cada vez valoran más el compromiso ético y ambiental de las empresas.

#### **2. ¿Qué actividades o prácticas de responsabilidad social empresarial tiene en marcha?**

Las prácticas de responsabilidad social empresarial que han implementado estos emprendimientos gastronómicos suelen incluir el uso de ingredientes locales para apoyar a los productores de la región, la reducción de residuos mediante prácticas sostenibles y el reciclaje de materiales, así como la participación en eventos comunitarios para fomentar la integración social.

Algunos establecimientos también han optado por programas de donación de alimentos para personas en situación vulnerable o la implementación de políticas de eficiencia energética para reducir su huella ambiental. Estas actividades reflejan un compromiso activo con el entorno y buscan minimizar el impacto negativo de sus operaciones, contribuyendo al desarrollo y bienestar de la comunidad en la que operan.

### **3. ¿Cómo se involucra en la responsabilidad social empresarial a los trabajadores y a la comunidad local?**

En estos emprendimientos, la participación en la RSE incluye la capacitación de los trabajadores en prácticas sostenibles y la promoción de valores de responsabilidad social en su ambiente laboral. Los empleados, por ejemplo, reciben formación sobre la correcta separación de residuos y el ahorro de recursos como el agua y la electricidad, contribuyendo a reducir el impacto ambiental del negocio.

Además, los propietarios de estos negocios buscan integrar a la comunidad local, colaborando con organizaciones sociales y participando en eventos comunitarios que promuevan la cohesión social. Esta participación activa crea una cultura de responsabilidad entre los trabajadores y fortalece los lazos con la comunidad, fomentando un entorno laboral comprometido y responsable.

### **4. ¿Qué acciones está ejecutando o que acciones ejecutaría para contribuir en la responsabilidad social empresarial de los emprendimientos gastronómicos?**

Actualmente, los propietarios de emprendimientos gastronómicos están implementando acciones como la reducción de plásticos de un solo uso, la reutilización de materiales y el uso de proveedores locales para apoyar la económica del cantón. A futuro, planean expandir estas prácticas mediante la creación de programas de compostaje para los residuos orgánicos, la inversión en tecnología para reducir el consumo de energía y la organización de campañas de concienciación en temas ambientales.

También se considera la posibilidad de colaborar con instituciones educativas para capacitar a jóvenes en prácticas sostenibles, fomentando así una nueva generación comprometida con la RSE. Estas acciones apuntan a mejorar el impacto social y ambiental del sector gastronómico en la comunidad.

## **5. ¿Cómo influyen los emprendimientos gastronómicos en el desarrollo de la localidad?**

Los emprendimientos gastronómicos contribuyen significativamente al desarrollo de la localidad al generar empleo y atraer turismo, lo cual dinamiza la económica local. Además, al promover la cultura gastronómica y el uso de ingredientes autóctonos, estos negocios ayudan a conservar la identidad y tradiciones culinarias de la región. La interacción entre emprendedores y productores locales fortalece las cadenas de suministro y apoya a pequeñas empresas, potenciando el crecimiento económico de manera inclusiva.

Estos emprendimientos también tienen un papel en la mejora de la infraestructura local y en la promoción de la zona como destino gastronómico, atrayendo a visitantes y elevando el perfil del cantón como un lugar próspero y culturalmente rico.

## **6. ¿Qué desafíos ha enfrentado al implementar prácticas de responsabilidad social empresarial?**

La implementación de prácticas de responsabilidad social empresarial enfrenta desafíos significativos, principalmente debido a los costos adicionales que representan estas iniciativas, como el reciclaje y la capacitación de empleados. Además, algunos emprendimientos encuentran dificultad en equilibrar los objetivos financieros con las prácticas sostenibles, especialmente en un contexto económico donde la rentabilidad es esencial para supervivencia del negocio.

La falta de apoyo o incentivos gubernamentales es otro obstáculo que limita la adopción de prácticas RSE más avanzadas. Asimismo, la concienciación de los empleados y clientes sobre la importancia de la responsabilidad social empresarial es un proceso gradual que requiere tiempo y esfuerzo, dificultando su implementación en algunos casos.

## **7. ¿Qué beneficios ha constatado en la aplicación de prácticas de responsabilidad social empresarial?**

Los propietarios han observado beneficios notables al implementar prácticas de responsabilidad social empresarial, entre ellos una mejora en la reputación de su negocio y un aumento en la lealtad en sus clientes. Al posicionarse como negocios comprometidos con el medio ambiente y la comunidad, han logrado atraer a un segmento de consumidores conscientes y preocupados por la sostenibilidad.

Además, estas prácticas han ayudado a reducir costos operativos mediante la eficiencia en el uso de recurso y la reducción de residuos. La RSE también ha fortalecido la relación con los empleados, quienes se sienten más valorados y comprometidos al participar en un proyecto que tiene un impacto positivo en la sociedad.

#### **8. ¿Qué tratamiento le da a los desechos, residuos y desperdicios que generan los emprendimientos gastronómicos en el cantón Santa Elena?**

Los emprendimientos gastronómicos en Santa Elena gestionan sus desechos implementando prácticas de reciclaje y separación de residuos, especialmente plásticos, cartones y desechos orgánicos. Algunos negocios han establecido acuerdos con empresas de reciclaje para garantizar que estos materiales se procesen adecuadamente.

Para los desechos orgánicos, varios propietarios optan por la elaboración de compost, que luego utilizan como fertilizante o donan a agricultores locales. También han reducido el uso de materiales desechables, prefiriendo opciones reutilizables y biodegradables, estas acciones reflejan un enfoque consciente hacia la gestión de residuos, buscando minimizar el impacto ambiental y contribuir a la sostenibilidad del cantón.

#### **9. ¿Por qué considera que los emprendimientos gastronómicos deban darle prioridad al financiamiento de proyectos con impacto social o ambiental positivo?**

Los emprendimientos gastronómicos deben priorizar el financiamiento de proyectos con impacto social o ambiental positivo porque estos proyectos no solo benefician a la comunidad y al medio ambiente, sino que también fortalecen la reputación y viabilidad a largo plazo del negocio. Apoyar iniciativas que mejoren la calidad de vida y promuevan la sostenibilidad que ayuda a construir una imagen de marca responsable y comprometida.

Además, los consumidores actuales valoran cada vez más a las empresas con impacto social y ambiental, lo cual puede traducirse en un aumento en la lealtad y preferencia de los clientes. De esta forma, el financiamiento de tales proyectos se convierte en una inversión estratégica y de valor compartido.

**10. ¿Qué desafíos cree usted que enfrentan los emprendimientos gastronómicos al tratar de equilibrar sus objetivos comerciales con la protección y conservación del medio ambiente?**

Los emprendimientos gastronómicos enfrentan varios desafíos al equilibrar sus objetivos comerciales con la protección ambiental, siendo uno de los principales el costo de implementar una presión constante para mantener precios competitivos en un mercado donde muchos consumidores priorizan el costo sobre la sostenibilidad.

La falta de conocimiento y formación en temas de sostenibilidad también representa un obstáculo, ya que algunos propietarios y empleados desconocen las mejores prácticas ecológicas. Este equilibrio es aún más difícil en contextos donde los incentivos gubernamentales para la sostenibilidad son escasos, limitando las oportunidades para adoptar prácticas amigables con el medio ambiente.

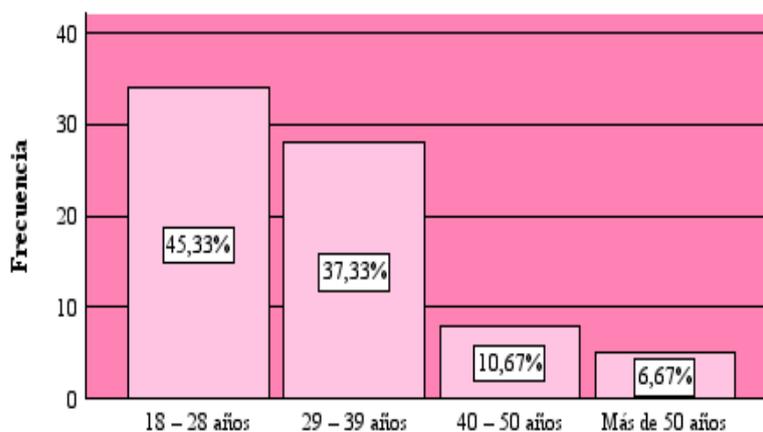
**Análisis de datos de las encuestas**

Luego de aplicar los instrumentos de recolección de información, se muestran los datos y resultados obtenidos de la encuesta realizada a los trabajadores de los emprendimientos gastronómicos y los clientes – ciudadanos de la zona céntrica del cantón Santa Elena.

**Tabla 2 Edad**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
18 – 28 años	34	45,3%
29 – 39 años	28	37,3%
40 – 50 años	8	10,7%
+ 50 años	5	6,7%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

*Nota:* El desarrollo de la encuesta

**Figura 1 Edad**

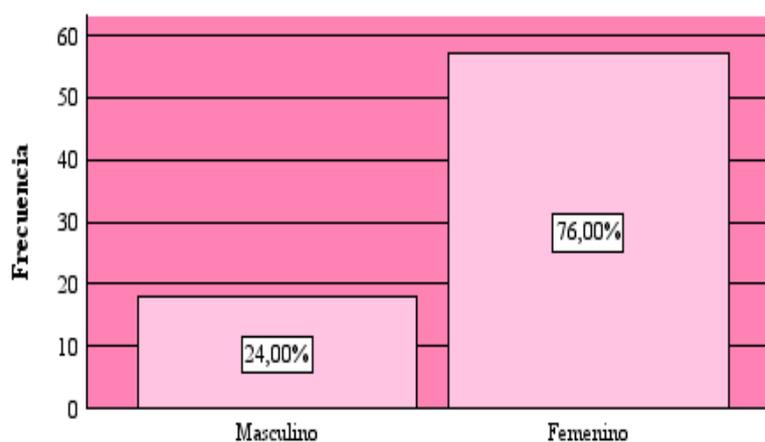
*Nota:* Datos en porcentajes

Según los datos detallan que en la **T 2** y **F 1**, los emprendedores gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena se caracterizan por ser una población predominantemente joven, donde el 45,3% se encuentra en el rango de 18 – 28 años, seguido por un 37,3% entre 29 – 39 años. Esta distribución manifiesta que los emprendimientos están siendo liderados por una generación joven que podría estar más receptiva a implementar prácticas modernas de responsabilidad social empresarial y adaptarse a las nuevas tendencias del mercado gastronómico.

**Tabla 3 Género**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Masculino	18	24%
Femenino	57	76%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

*Nota:* El desarrollo de la encuesta

**Figura 2 Género**

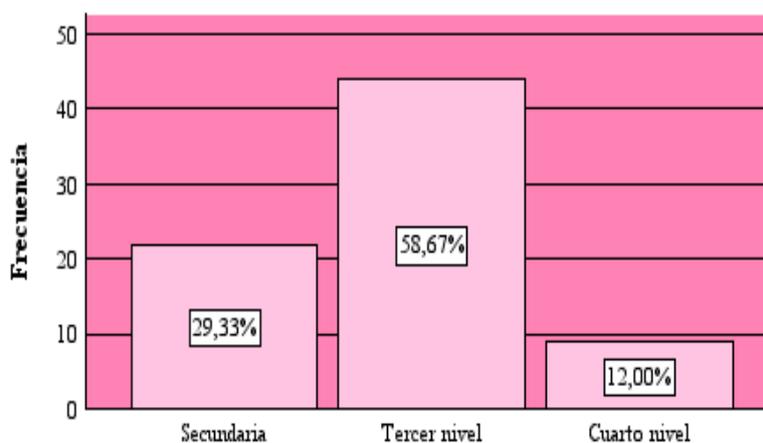
*Nota:* Datos en porcentajes

De acuerdo con la **T 3** y **F 2**, la distribución de género en los emprendimientos gastronómicos muestra una notable predominancia femenina, representando el 76% de los encuestados, mientras que el género masculino constituye el 24%. Estos datos reflejan un importante liderazgo femenino en el sector gastronómico del cantón Santa Elena, lo que podría influir positivamente en la implementación de políticas de responsabilidad social empresarial con un enfoque más inclusivo y equitativo.

**Tabla 4** Nivel de Educación

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Secundaria	22	29,3%
Tercer nivel	44	58,7%
Cuarto nivel	9	12%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

*Nota:* El desarrollo de la encuesta

**Figura 3** Nivel de Educación

*Nota:* Datos en porcentajes

Según la información que anteceden la **T 4** y **F 3**, el nivel educativo de los trabajadores y clientes – ciudadanos que participan en la investigación muestra una concentración significativa en la formación de tercer nivel con un 58,7%, seguida por un 29,3% con educación secundaria. Esta preparación académica dice que los emprendedores cuentan con una base educativa sólida que podría facilitar la comprensión e implementación de estrategias de responsabilidad social empresarial en sus negocios.

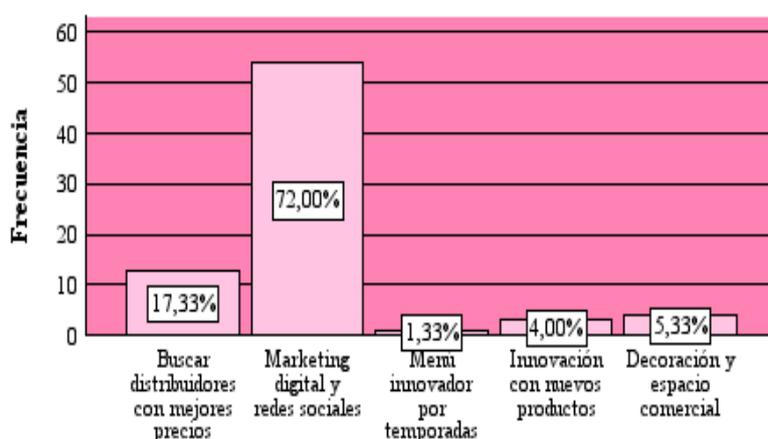
## 1. ¿Cuáles son las estrategias que utilizan los emprendimientos gastronómicos para aumentar su rentabilidad?

**Tabla 5 Rentabilidad**

	Frecuencia	Porcentaje
Buscar distribuidores con mejores precios	13	17,3%
Marketing digital y redes sociales	54	72%
Menú innovador por temporadas	1	1,3%
Innovación con nuevos productos	3	4%
Decoración y espacio comercial	4	5,3%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

*Nota:* El desarrollo de la encuesta

**Figura 4 Rentabilidad**



*Nota:* Datos en porcentajes

Los resultados de la **T 5** y **F 4**, en cuanto a las estrategias para aumentar la rentabilidad, se destaca significativamente el marketing digital y redes sociales con un 72%, seguido por la búsqueda de distribuidores con mejores precios en un 17,3%. Estos datos revelan que los emprendimientos gastronómicos están apostando fuertemente por la digitalización como principal estrategia de crecimiento económico, mientras mantienen un enfoque en la optimización de costos.

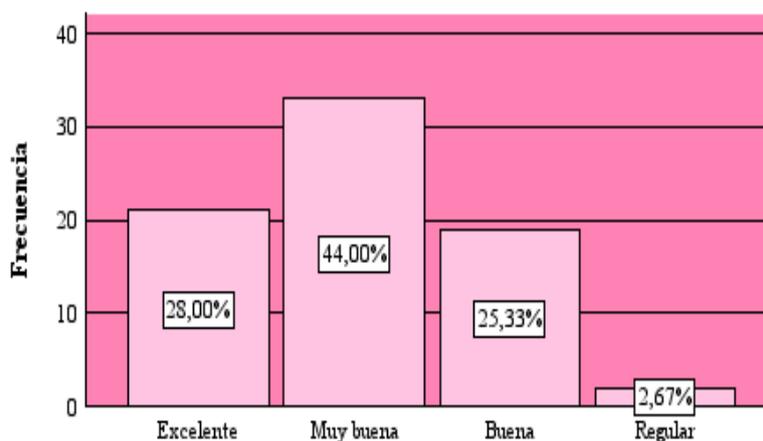
2. ¿Cómo evaluaría la sostenibilidad económica del establecimiento en términos de inversión en mejoras y mantenimiento de la calidad del servicio?

**Tabla 6** *Sostenibilidad Económica*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Excelente	21	28%
Muy buena	33	44%
Buena	19	25,3%
Regular	2	2,7%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

*Nota:* El desarrollo de la encuesta

**Figura 5** *Sostenibilidad Económica*



*Nota:* Datos en porcentajes

La información estadística que antecede la **T 6** y **F 5**, se observa que la evaluación de la sostenibilidad económica de los establecimientos muestra resultados positivos, con un 44% que la califica como muy buena y un 28% como excelente. Estos indicadores identifican que los emprendimientos gastronómicos están manteniendo un nivel adecuado de inversión en mejoras y calidad del servicio, lo cual es fundamental para la sostenibilidad a largo plazo de sus operaciones.

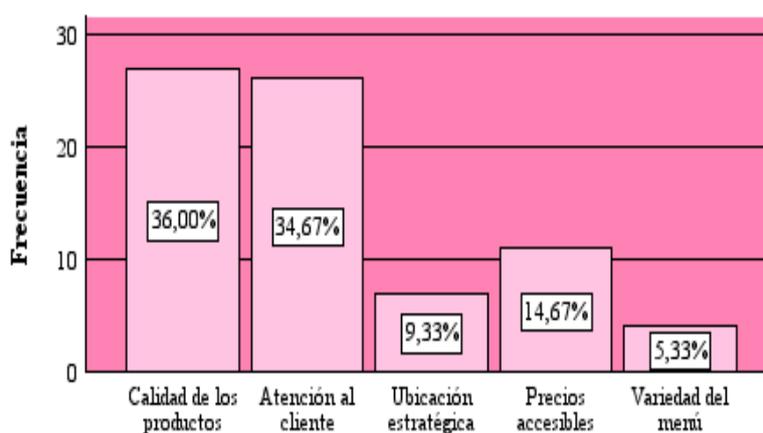
### 3. ¿Qué factor considera que diferencia principalmente su emprendimiento gastronómico de la competencia?

**Tabla 7** Competitividad

	Frecuencia	Porcentaje
Calidad de los productos	27	36%
Atención al cliente	26	34,7%
Ubicación estratégica	7	9,3%
Precios accesibles	11	14,7%
Variedad del menú	4	5,3%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

*Nota:* El desarrollo de la encuesta

**Figura 6** Competitividad



*Nota:* Datos en porcentajes

En la **T 7** y **F 6**, antes presentada se observa que los factores diferenciadores principales de los emprendimientos gastronómicos se centran en la calidad de los productos con un 36% y la atención al cliente con un 34,7%. Esta distribución indica que los emprendedores están enfocados en mantener altos estándares de calidad y servicio como estrategia competitiva, lo que alinea con los principios de la responsabilidad social empresarial.

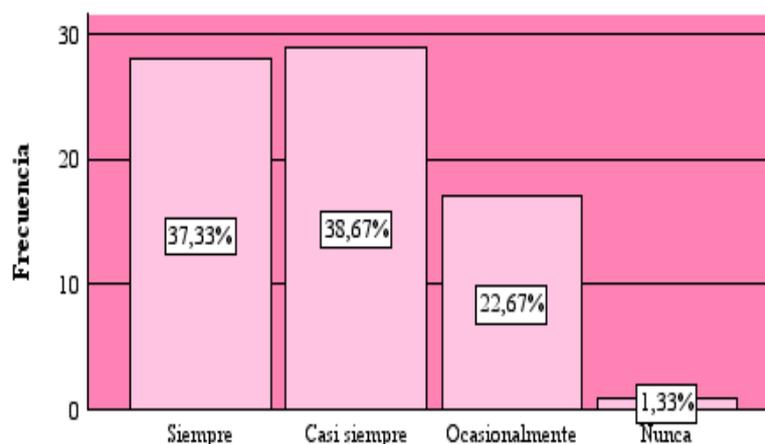
**4. ¿Ayudan los emprendimientos gastronómicos a tener mejor convivencia social entre los miembros de la zona céntrica del cantón Santa Elena?**

**Tabla 8** *Convivencia*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Siempre	28	37,3%
Casi siempre	29	38,7%
Ocasionalmente	17	22,7%
Nunca	1	1,3%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

*Nota:* El desarrollo de la encuesta

**Figura 7** *Convivencia*



*Nota:* Datos en porcentajes

Los datos estadísticos de la **T 8** y **F 7**, detallan que la contribución de los emprendimientos gastronómicos a la convivencia social en la zona céntrica muestra resultados positivos, donde un 38,7% indica que casi siempre ayuda y un 37,3% señala que siempre contribuye. Estos porcentajes reflejan el importante rol que juegan estos negocios el fortalecimiento del tejido social de la comunidad local.

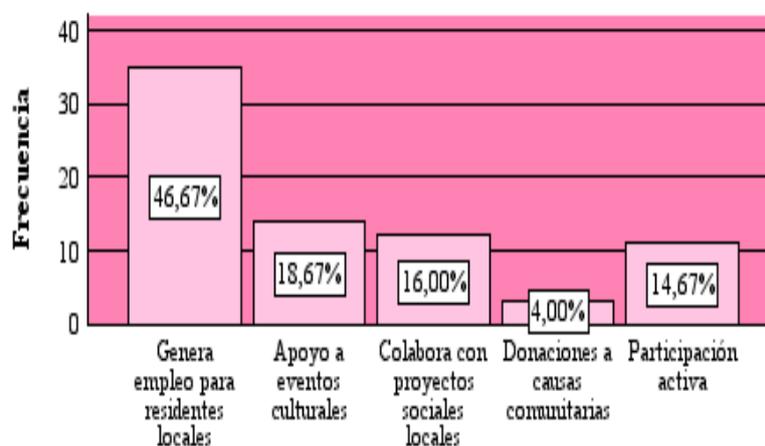
5. ¿Cuál de las siguientes acciones sociales considera que el emprendimiento gastronómico realiza con mayor frecuencia en beneficio de la comunidad?

**Tabla 9** Comunidad

	Frecuencia	Porcentaje
Genera empleo para residentes locales	35	46,7%
Apoyo a eventos culturales	14	18,7%
Colabora con proyectos sociales locales	12	16%
Donaciones a causas comunitarias	3	4%
Participación activa	11	14,7%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

*Nota:* El desarrollo de la encuesta

**Figura 8** Comunidad



*Nota:* Datos en porcentajes

En la información estadística de la **T 9** y **F 8**, informan que el impacto social de los emprendimientos gastronómicos se evidencia principalmente en la generación de empleo para residentes locales con un 46,7%, seguido por el apoyo a eventos culturales con un 18,7%. Estos datos demuestran el compromiso de los emprendimientos con el desarrollo económico local y la preservación de la cultura comunitaria.

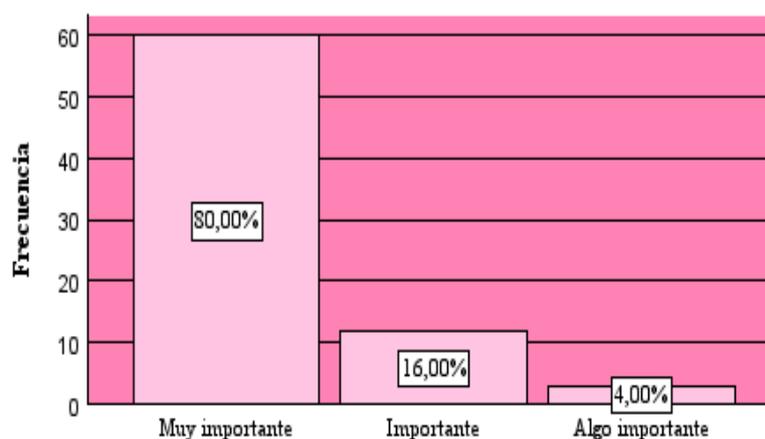
## 6. ¿Cree que la educación es importante para el desarrollo de la responsabilidad social empresarial?

**Tabla 10** Educación

	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	60	80%
Importante	12	16%
Algo importante	3	4%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

*Nota:* El desarrollo de la encuesta

**Figura 9** Educación



*Nota:* Datos en porcentajes

Los resultados de la **T 10** y **F 9**, la percepción sobre la importancia de la educación en el desarrollo de la responsabilidad social empresarial es contundente, con un 80% que la considera muy importante y un 16% importante. Estos resultados señalan el reconocimiento generalizado de la educación como pilar fundamental para implementar prácticas empresariales socialmente responsables.

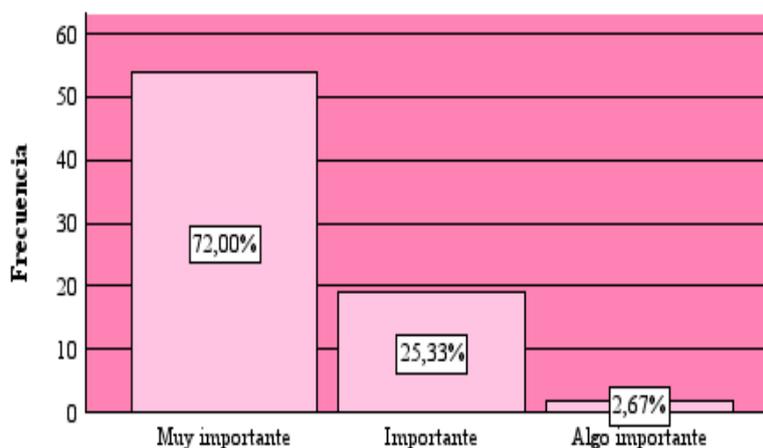
**7. ¿Qué tan importante es para usted que los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena implementen estrategias de uso eficiente de los recursos naturales?**

**Tabla 11** *Recursos Naturales*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy importante	54	72%
Importante	19	25,3%
Algo importante	2	2,7%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

*Nota:* El desarrollo de la encuesta

**Figura 10** *Recursos Naturales*



*Nota:* Datos en porcentajes

Según la **T 11** y **F 10**, la importancia otorgada al uso eficiente de recursos naturales es significativa, con un 72% que lo considera muy importante y un 25,3% importante. Esta conciencia ambiental refleja un compromiso de los emprendimientos gastronómicos con la sostenibilidad y la preservación de los recursos naturales en sus operaciones.

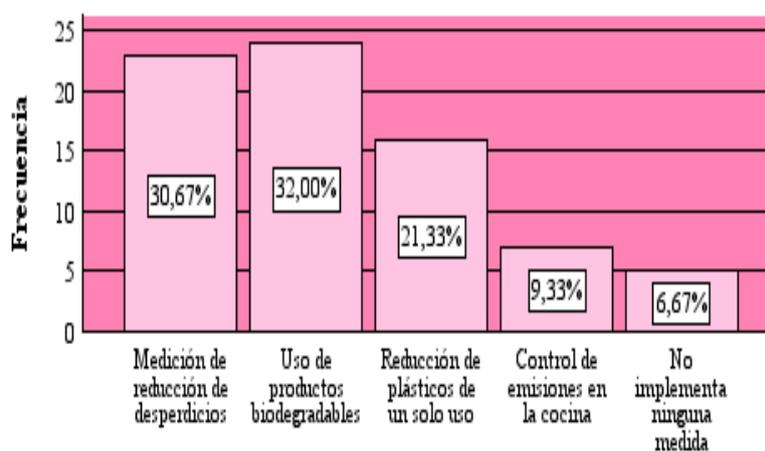
**8. ¿Cuáles medidas para reducir la contaminación considera que implementa su emprendimiento gastronómico con mayor efectividad?**

**Tabla 12** Contaminación

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Medición de reducción de desperdicios	23	30,7%
Uso de productos biodegradables	24	32%
Reducción de plásticos de un solo uso	16	21,3%
Control de emisiones en la cocina	7	9,3%
No implementa ninguna medida	5	6,7%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

*Nota:* El desarrollo de la encuesta

**Figura 11** Contaminación



*Nota:* Datos en porcentajes

De acuerdo con la **T 12** y **F 11**, en cuanto a las medidas para reducir la contaminación, destacan el uso de productos biodegradables con un 32% y la medición de reducción de desperdicios con un 30,7%. Estos datos indican que los emprendimientos gastronómicos están implementando prácticas concretas para minimizar su impacto ambiental, demostrando un compromiso activo con la sostenibilidad.

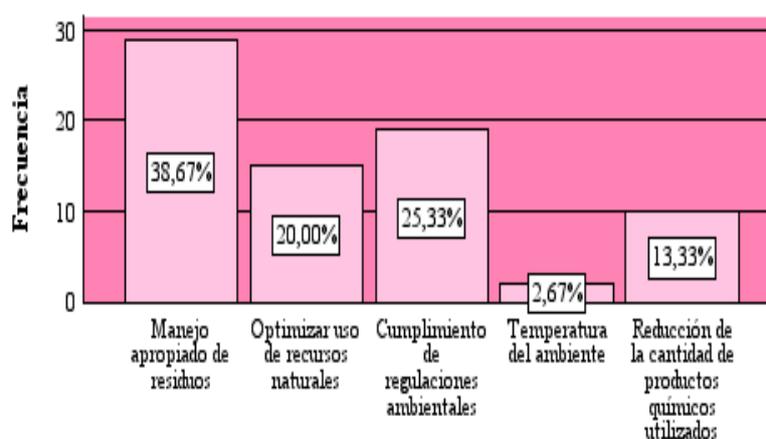
## 9. ¿Cuáles prácticas sostenibles implementan los emprendimientos gastronómicos para reducir su impacto ambiental?

**Tabla 13** *Prácticas Sostenibles*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Manejo apropiado de residuos	29	38,7%
Optimizar uso de recursos naturales	15	20%
Cumplimiento de regulaciones ambientales	19	25,3%
Temperatura del ambiente	2	2,7%
Reducción de la cantidad de productos químicos utilizados	10	13,3%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

*Nota:* El desarrollo de la encuesta

**Figura 12** *Prácticas Sostenibles*



*Nota:* Datos en porcentajes

Según la información que anteceden la T 13 y F 12, dicen que las principales prácticas sostenibles implementadas se centran en el manejo apropiado de residuos con un 38,7% y el cumplimiento de regulaciones ambientales con un 25,3%. Esta distribución refleja un enfoque sistemático hacia la gestión responsable en los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena.

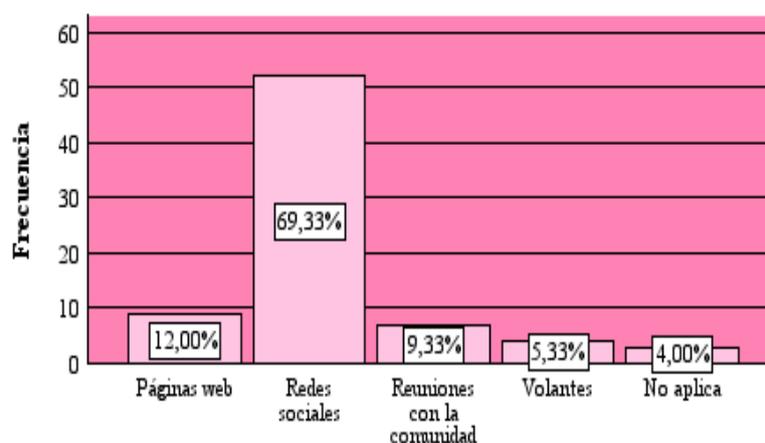
**10. ¿Qué medios implementan para dar a conocer las prácticas de responsabilidad social empresarial del emprendimiento, demostrado la transparencia de los productos?**

**Tabla 14** *Transparencia*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Páginas web	9	12
Redes sociales	52	69,3%
Reuniones con la comunidad	7	9,3%
Volantes	4	5,3%
No aplica	3	4%
<b>Totales</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

*Nota:* El desarrollo de la encuesta

**Figura 13** *Transparencia*



*Nota:* Datos en porcentajes

En la **T 14** y **F 13**, se observa que la comunicación de las prácticas de responsabilidad social empresarial se realiza principalmente a través de redes sociales con un 69,3%, seguida por páginas web con un 12%. Estos datos evidencian una clara preferencia por los medios digitales para demostrar la transparencia en sus operaciones y comunicarse con sus grupos de interés.

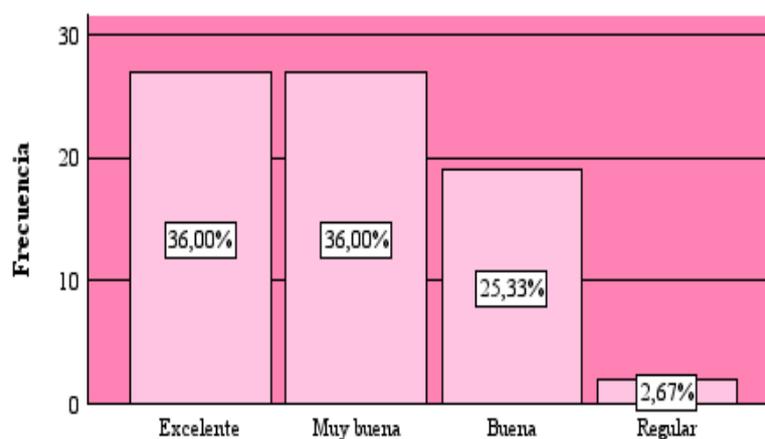
**11. ¿Cómo calificaría el ambiente laboral y las condiciones de trabajo que el emprendimiento gastronómico ofrece a sus trabajadores?**

**Tabla 15** *Calidad Laboral*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Excelente	27	36%
Muy buena	27	36%
Buena	19	25,3%
Regular	2	2,7%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

*Nota:* El desarrollo de la encuesta

**Figura 14** *Calidad Laboral*



*Nota:* Datos en porcentajes

Referente a los datos de la **T 15** y **F 14**, se visualiza que el ambiente laboral y las condiciones de trabajo en los emprendimientos gastronómicos del cantón Santa Elena muestran una evaluación positiva, donde un 36% de los encuestados lo califica como excelente, igualado por otro 36% que lo considera muy bueno, lo que manifiesta un compromiso significativo con el bienestar de los trabajadores y la creación de entornos laborales saludables que contribuyen al desarrollo profesional y personal de los empleados.

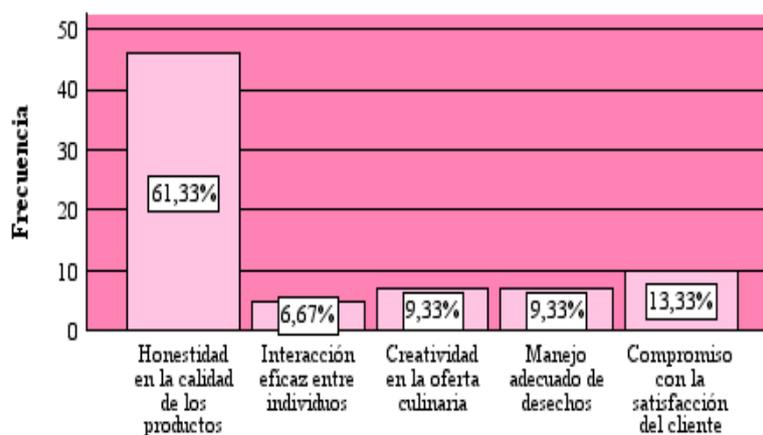
## 12. ¿Qué valores o principios considera que deben promoverse en los emprendimientos gastronómicos?

**Tabla 16** Valores

	Frecuencia	Porcentaje
Honestidad en la calidad de los productos	46	61,3%
Interacción eficaz entre individuos	5	6,7%
Creatividad en la oferta culinaria	7	9,3%
Manejo adecuado de desechos	7	9,3%
Compromiso con la satisfacción del cliente	10	13,3%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

*Nota:* El desarrollo de la encuesta

**Figura 15** Valores



*Nota:* Datos en porcentajes

Según la información estadística en la **T 16** y **F 15**, los valores y principios fundamentales en los emprendimientos gastronómicos del cantón Santa Elena se centran en la honestidad en la calidad de los productos, representando un 61,3% de las respuestas, seguido por el compromiso con la satisfacción del cliente con un 13,3%, lo que refleja una fuerte orientación hacia la integridad empresarial y la excelencia en el servicio como pilares fundamentales de su cultura organizacional.

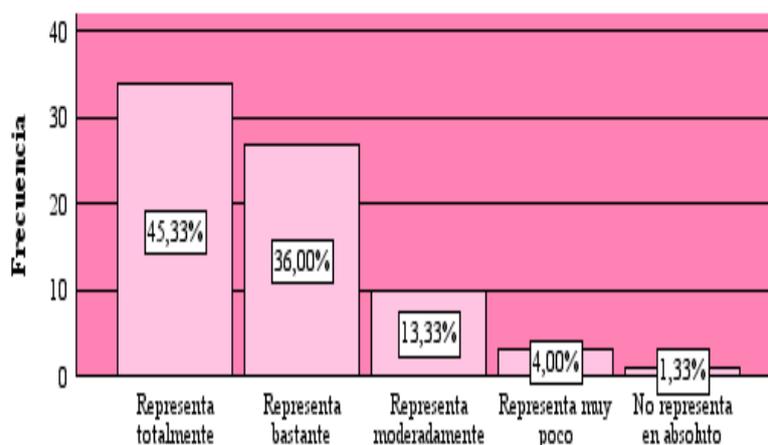
**13. ¿En qué medida considera que el emprendimiento gastronómico promueve y representa la identidad cultural del cantón Santa Elena?**

**Tabla 17** *Identidad Local*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Representa totalmente	34	45,3%
Representa bastante	27	36%
Representa moderadamente	10	13,3%
Representa muy poco	3	4%
No representa en absoluto	1	1,3%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

*Nota:* El desarrollo de la encuesta

**Figura 16** *Identidad Local*



*Nota:* Datos en porcentajes

En la **T 17** y **F 16**, la representación de la identidad cultural del cantón Santa Elena en los emprendimientos gastronómicos muestra una fuerte seriedad local, donde el 45,3% de los encuestados considera que representa totalmente la identidad cultural, seguido por un 36% que indica que la representa bastante, lo que demuestra el importante rol de estos establecimientos como embajadores y preservadores de la cultura gastronómica local.

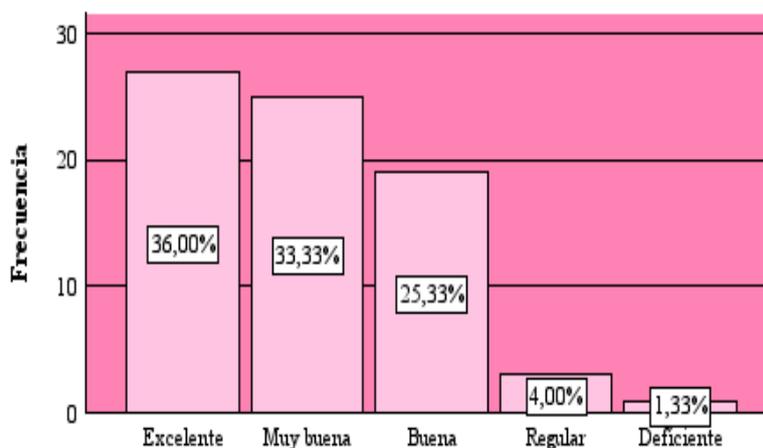
**14. ¿Cómo calificaría la inclusión de opciones gastronómicas diversas que responden a las necesidades y preferencias alimentarias de la zona céntrica del cantón Santa Elena?**

**Tabla 18** *Diversidad Gastronómica en RSE*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Excelente	27	36%
Muy buena	25	33,3%
Buena	19	25,3%
Regular	3	4%
Deficiente	1	1,3%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

*Nota:* El desarrollo de la encuesta

**Figura 17** *Diversidad Gastronómica en RSE*



*Nota:* Datos en porcentajes

Los datos estadísticos de la **T 18** y **F 17**, detallan que la inclusión de opciones gastronómicas muestra una evaluación favorable, con un 36% que la califica como excelente y un 33,3% como muy buena. Estos resultados indican que los emprendimientos están respondiendo efectivamente a las diversas necesidades y preferencias alimentarias de la comunidad local.

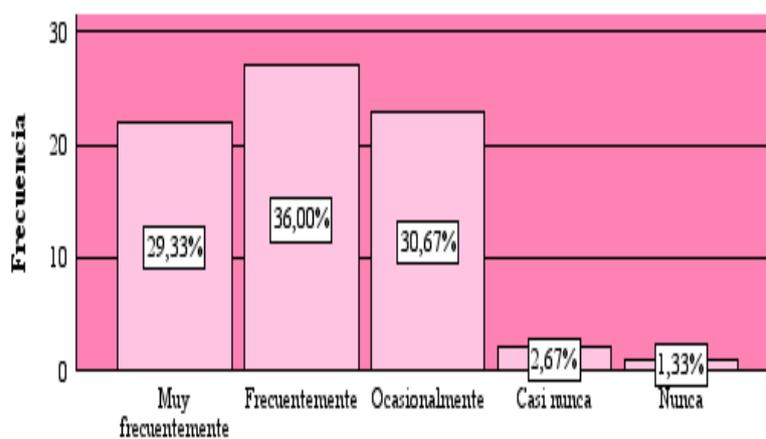
**15. ¿Con qué frecuencia considera que el emprendimiento gastronómico realiza actividades o eventos que promueve las tradiciones locales del cantón Santa Elena?**

**Tabla 19** *Tradiciones Locales*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy frecuentemente	22	29,3%
Frecuencia	27	36%
Ocasionalmente	23	30,7%
Casi nunca	2	2,7%
Nunca	1	1,3%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

*Nota:* El desarrollo de la encuesta

**Figura 18** *Tradiciones Locales*



*Nota:* Datos en porcentajes

En la tabulación **19** y representación de la figura **18**, dice que la promoción de tradiciones locales muestra una participación activa, donde el 36% realiza actividades con frecuencia y el 29,3% muy frecuentemente. Esta distribución refleja el compromiso de los emprendimientos gastronómicos con la preservación y promoción de las tradiciones culturales del cantón Santa Elena.

## Discusión

Por su parte, Rendón et al., (2018) es una filosofía de gestión que integra prácticas éticas, sostenibles y responsables dentro de la estrategia empresarial, buscando impactar positivamente en la economía, social, ambiental, ética y cultural. De esta forma la responsabilidad social empresarial se convierte en un enfoque estratégico que no solo beneficia a los grupos de interés, sino que también fortalece la reputación y sostenibilidad a largo plazo de las organizaciones.

Enfatiza que la responsabilidad social empresarial es una filosofía de gestión integral que va más allá de simples prácticas aisladas, por eso en el contexto de estos establecimientos, se observa cómo la incorporación de prácticas éticas y sostenibles dentro de sus estrategias empresariales ha comenzado a generar un impacto positivo en múltiples dimensiones, desde la economía hasta la cultural, fortaleciendo no solo su reputación local sino también su sostenibilidad a largo plazo en el competitivo sector gastronómico.

De acuerdo Freira & Claudia (2023) con la creación de valor compartido es esencial para alinear el éxito financiero con el progreso social. Este enfoque considera que las empresas pueden mejorar su competitividad al abordar problemas sociales o ambientales relacionados con la industria. En este sentido, la dimensión económica no solo implica maximizar las ganancias, sino también distribuir recursos de manera eficiente y fomentar la prosperidad en las empresas.

Los hallazgos se alinean sobre la creación del valor compartido, evidenciando cómo los emprendimientos gastronómicos del cantón Santa Elena están encontrando formas innovadoras de combinar el éxito financiero con el progreso social. Se observa que aquellos establecimientos que han logrado vincular sus objetivos comerciales con soluciones a problemáticas sociales y ambientales locales, como el aprovechamiento responsable de productos locales y la generación de empleo digno, han mejorado significativamente su competitividad y aceptación en la comunidad, demostrando que la rentabilidad o el impacto social positivo no son mutuamente excluyentes.

Según Montoya (2022) abarca el compromiso de las empresas con el bienestar de las personas y comunidades, además, la gestión de los grupos de interés es clave para el éxito empresarial, lo que significa que las empresas deben considerar las necesidades y expectativas de empleados, clientes, proveedores y comunidades. Al promover relaciones justas y responsables, la dimensión social fomenta la cohesión o confianza entre la organización y su grupo.

La investigación revela que la gestión efectiva de los grupos de interés es fundamental para estos emprendimientos gastronómicos que han priorizado aspectos como la equidad laboral, la inclusión y el desarrollo comunitario, muestran mejores resultados en términos de fidelización de clientes y clima laboral. La construcción de relaciones sólidas con proveedores locales, empleados y la comunidad ha demostrado ser factor diferencial para el éxito sostenible de estos negocios en la zona céntrica del cantón Santa Elena.

Desde la perspectiva de Gutiérrez (2020) se centra en la responsabilidad de las empresas de minimizar su impacto ecológico y contribuir a la sostenibilidad ambiental. En esta dimensión, las organizaciones implementan estrategias para reducir emisiones, gestionar residuos, conservar recursos naturales y adoptar energías limpias. Este compromiso no solo beneficia al planeta, sino que también mejora la eficiencia operativa y la percepción pública de las empresas.

Se manifiesta en las iniciativas de los emprendimientos gastronómicos para minimizar su impacto ecológico, por eso, los resultados muestran que aquellos establecimientos que han implementado prácticas de gestión de residuos, eficiencia energética y uso responsable del agua, no solo han reducido sus costos operativos, sino que también han mejorado su imagen frente a una clientela cada vez más consciente ambientalmente. Estas acciones están contribuyendo una base sólida de confianza con sus diversos grupos de interés en la zona céntrica del cantón Santa Elena.

Como explica Franco (2024) la ética empresarial establece estándares sobre lo que es correcto e incorrecto en las decisiones corporativas, por lo que, abarca prácticas como respetar los derechos humanos y fomentar relaciones comerciales justas. Al incorporar principios éticos en su gestión, las empresas fortalecen su legitimidad y crean un marco sólido de confianza con sus grupos.

Se refleja en cómo los emprendimientos gastronómicos están incorporando estándares éticos en sus operaciones diarias. Los hallazgos indican que las prácticas como el comercio justo con proveedores locales, la transparencia en la información nutricional y el respeto a los derechos laborales, están fortaleciendo la legitimidad de estos negocios y construyendo una base sólida de confianza con sus grupos de interés en la zona céntrica del cantón Santa Elena.

Expresa Merejildo (2023) la importancia de respetar y promover la diversidad cultural en el ámbito empresarial, por ende, las empresas desempeñan un papel crucial en la preservación de tradiciones, valores y expresiones culturales de las comunidades donde operan. Al integrar la cultura en sus estrategias de responsabilidad social empresarial, las organizaciones no solo enriquecen su identidad corporativa, sino que también contribuyen al bienestar social y cultural de las sociedades en las que participan.

Se observa cómo los emprendimientos gastronómicos están integrando y promoviendo la diversidad cultural local, por eso, los resultados demuestran que aquellos establecimientos que han incorporado elementos de la gastronomía tradicional del cantón Santa Elena y han preservado las expresiones culturales en su propuesta de valor, no solo han enriquecido su identidad corporativa sino que también han contribuido significativamente al fortalecimiento del patrimonio cultural de la región, creando un vínculo más profundo con la comunidad local.

## Conclusiones

Del análisis e interpretación de los resultados en relación con la responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena, se concluye en lo siguiente:

La aplicación de la responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena demuestran un compromiso significativo con las prácticas sostenibles, evidenciando a través de implementación de sistemas de manejo de residuos y el uso de productos amigables con el medio ambiente. Estos establecimientos han adoptado estrategias de comunicación digital efectiva para visibilizar sus prácticas socialmente responsables, lo que ha permitido una mayor transparencia en sus operaciones y un mejor acercamiento con sus grupos de interés, fortaleciendo así su imagen corporativa y su relación con la comunidad.

El diagnóstico situacional de los emprendimientos gastronómicos revela que la sostenibilidad económica, respaldada por una gestión empresarial eficiente y un enfoque centrado en la calidad. Los emprendimientos han logrado mantener altos estándares en sus productos y servicios, priorizando la atención al cliente como factor diferenciador en el mercado, además, esta base operativa sólida ha facilitado la implementación continua de prácticas socialmente responsables, demostrando que la rentabilidad y la responsabilidad pueden coexistir de manera armoniosa en el sector gastronómico.

Los elementos influyentes en la responsabilidad social empresarial de estos emprendimientos se manifiestan principalmente en su contribución al desarrollo local, tanto en la generación de empleo como en la preservación de la identidad cultural del cantón Santa Elena. La educación emerge como un pilar fundamental para el desarrollo de la RSE, mientras que el ambiente laboral positivo refleja un compromiso tangible con el bienestar de los colaboradores. Estos factores han creado un ecosistema empresarial que favorece el crecimiento sostenible y el desarrollo integral de la comunidad local.

Las prácticas de responsabilidad social empresarial adoptadas por los emprendimientos gastronómicos reflejan un profundo compromiso con la sostenibilidad ambiental y el desarrollo comunitario. Los establecimientos han priorizado la honestidad y transparencia en sus operaciones, mantienen una comunicación efectiva sobre sus prácticas responsables y participan activamente en la promoción de las tradiciones locales. Este enfoque integral hacia la responsabilidad social ha contribuido significativamente a la preservación cultural y al desarrollo de la comunidad, estableciendo un modelo de negocio que equilibra los objetivos comerciales con el impacto social positivo.

## Recomendaciones

Se recomienda a los propietarios de los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena, deben:

Implementar un programa de reciclaje y compostaje avanzado para reducir aún más el impacto ambiental de sus operaciones y convertirse en un modelo de sostenibilidad para la comunidad. Este programa podría incluir la separación de residuos orgánicos e inorgánicos, la creación de un sistema de compostaje in situ y la asociación con empresas especializadas en el reciclaje para maximizar los beneficios ambientales.

Desarrollar alianzas estratégicas con proveedores locales y PYMES para fortalecer los vínculos con la economía circular, resaltando los beneficios comunitarios de sus prácticas de responsabilidad social empresarial. Estas alianzas podrían incluir la compra preferencial de insumos y productos de origen local, lo que a su vez apoyaría el desarrollo de los emprendedores de la zona.

Ofrecer capacitaciones de desarrollo profesional a sus empleados, enfocándose en habilidades blandas y de liderazgo, con el fin de promover un ambiente laboral enriquecedor y empoderar a su capital humano. Estas capacitaciones podrían abordar temas como comunicación efectiva, trabajo en equipo, resolución de conflictos y gestión del estrés, dotando a los colaboradores de herramientas que les permitirán crecer tanto a nivel profesional como personal.

Crear un fondo de becas o programas de apoyo educativo dirigido a jóvenes de la comunidad, fomentando el acceso a la educación como pilar del desarrollo sostenible local. Estos programas podrían ofrecer no solo apoyo económico, sino también acompañamiento y mentoría, con el objetivo de brindar oportunidades a quienes de otra manera podrían enfrentar barreras para acceder a la educación.

## Referencias

- Alonso, C. (27 de 09 de 2024). *ISO 26000: Claves y principios de la norma*. GlobalSuite:  
<https://www.globalsuitesolutions.com/es/que-es-iso-26000/>
- Arias, M., Tiburcio, M., & Godínez, R. (2024). *Relación entre responsabilidad social empresarial y el desempeño laboral de las pymes en Celaya, Gto., México*. *Revistas Raites*:  
<https://pistaseducativas.celaya.tecnm.mx/index.php/raites/article/view/3524/2511>
- Avanzini, H., Matteia, V., & Zanini, R. (2023). *Método para la categorización de agentes económicos locales: Una propuesta desde la perspectiva económica de la responsabilidad social*. *Acta Académica*:  
<https://www.aacademica.org/xii.congreso.de.administracion.del.centro.de.la.republica.viii.congreso.de.ciencias.econmicas.del/78.pdf>
- Ayala, C. (08 de 03 de 2021). *La Responsabilidad Social Corporativa: Concepto, Ámbito de aplicación, Grupos de interés y Objetivos*. URJC:  
<https://publicaciones.rcumariacristina.net/AJEE/article/view/462/370>
- Bullones, E. (24 de 12 de 2021). *Reflexiones en torno a la responsabilidad social en educación*. UCLAVE: <https://revistas.uclave.org/index.php/redine/article/view/3588>
- Campo, J., Masa, C., & Medina, A. (2019). *La transparencia sobre responsabilidad social corporativa y su implicación con el comportamiento económico - financiero: Efectos en las empresas de economía social*. Dialnet:  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7170187>
- Campos, D., & Bermúdez, L. (30 de 04 de 2020). *Pymes, responsabilidad social y desarrollo sostenible*. UNA: <https://repositorio.una.ac.cr/handle/11056/20874>
- Castelló, M., & Cierva, Y. (05 de 2024). *Pontificia Universitaria de Chile: Ser parte de la solución Identidad, Entorno y Responsabilidad social*. DADUN:  
<https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/69146/5/Caso%2005-2024%20-%20Pontificia%20de%20Chile.pdf>
- Charpentier, A., Feitó, M., & Contreras, L. (09 de 2021). *Análisis teórico de los componentes de la competitividad de las Pymes*. REMCA:  
<https://www.redalyc.org/pdf/7217/721778110021.pdf>
- Collantes, H., Palomino, I., Alarcon, C., & Callao, M. (21 de 12 de 2021). *Programa de responsabilidad social y convivencia estudiantil en una escuela de administración*. TZHOECEN: <https://revistas.uss.edu.pe/index.php/tzh/article/view/1992/2543>

- Conde, E., & García, H. (2018). *La Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial*. Quito: Abya - Yala.
- Constitución de la República del Ecuador. (25 de 01 de 2021). *Constitución de la República del Ecuador*. LEXISFINDER: [https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador\\_act\\_ene-2021.pdf](https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf)
- Córdoba, J. (2020). *Las pymes y la responsabilidad social empresarial como vehículo para el aumento de la calidad de vida en las comunidades de barrio nuevo y la ciudadela amazonía*. TDEA: <https://dspace.tdea.edu.co/handle/tdea/604>
- Escalante , O. (2024). *Responsabilidad social empresarial en las pymes de la parroquia Santa Rosa, cantón Salinas, año 223*. Repositorio Upse: <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/10866/1/UPSE-TAE-2024-0013.pdf>
- Espejel, L., Estrada, J., & Hernández, H. (2020). *Competitividad y Responsabilidad Social desde la Comunicación de la Ciencia*. Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8890310>
- Fiorino, V. (2020). *Responsabilidad social y cultura de la integridad: Formación de profesionales para la sostenibilidad*. RCS: <https://www.redalyc.org/journal/280/28065077011/28065077011.pdf>
- Fong, F., Salaiza, F., Vega, L., & Reyes, X. (08 de 2020). *Hipocresía corporativa: Un concepto poco nombrado de la responsabilidad social empresarial*. Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8482683>
- Franco, A. (24 de 04 de 2024). *Responsabilidad social empresarial de un emprendimiento gastronómico de la ciudad de Esmeraldas*. Repositorio PUCE: <https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/00dc42bb-4fd7-48d4-8464-fed875505d9f/content>
- Freira, D., & Perrone, C. (29 de 11 de 2023). *La Responsabilidad Social en los emprendimientos de centennials: su compromiso con el desarrollo sostenible*. Nulan: <https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/4040/1/FACES-29-61-freira-perrone.pdf>
- Freire, C., Govea, K., & Hurtado, G. (29 de 01 de 2018). *Incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial en la rentabilidad económica de empresas ecuatorianas*. Revista Espacios: <https://www.revistaespacios.com/a18v39n19/a18v39n19p07.pdf>
- González, D., Diaz, A., Zarate, M., & Martínez, A. (11 de 02 de 2020). *Responsabilidad social ambiental y educación globalizada*. UNIPAZ: <https://revistas.unipaz.edu.co/index.php/revcitecsa/article/view/217>

- González, J., & Cuesta, P. (01 de 01 de 2018). *De responsabilidad social a sostenibilidad corporativa: Una revisión actualizada*. aDResearch ESIC : <https://revistasinvestigacion.esic.edu/adresearch/index.php/adresearch/article/view/112/250>
- González, P., Villalobos, J., Durán, D., & Martí, J. (2022). *Responsabilidad social y políticas educativas: Retos para la educación en valores*. Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8890811>
- Gutiérrez , M. (07 de 2020). *Camino hacia la RSE, tablero de control para servicios gastronómicos de Córdoba, 2020*. Repositorio 21: [https://repositorio.21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/20702/GUTIERREZ%20MARCOS\\_TFG%20-%20MARCOS%20GUTIERREZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/20702/GUTIERREZ%20MARCOS_TFG%20-%20MARCOS%20GUTIERREZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Huerta, A., & Andrade, M. (06 de 2022). *Responsabilidad social empresarial en la misión, visión y valores de la principales empresas*. Scielo: <https://www.scielo.org.mx/pdf/esracdr/v31n57/2395-9169-esracdr-31-57-e211109.pdf>
- Lanero, A., & García, M. (29 de 11 de 2022). *La responsabilidad social corporativa de la empresa ECOALF*. Casos: <https://casos-aimpn.org/index.php/casos/article/view/117/123>
- León, D. (02 de 2023). *Importancia de la imagen de identidad institucional universitaria como eje de la responsabilidad social*. ResearchGate: [https://www.researchgate.net/profile/Daniel-Olegario-Ruiz/publication/368837615\\_Importancia\\_de\\_la\\_imagen\\_de\\_identidad\\_institucional\\_universitaria\\_como\\_eje\\_de\\_la\\_responsabilidad\\_social/links/63fcb9de0d98a97717c1514f/Importancia-de-la-imagen-de-identidad-in](https://www.researchgate.net/profile/Daniel-Olegario-Ruiz/publication/368837615_Importancia_de_la_imagen_de_identidad_institucional_universitaria_como_eje_de_la_responsabilidad_social/links/63fcb9de0d98a97717c1514f/Importancia-de-la-imagen-de-identidad-in)
- Ley Orgánica de Economía Popularr y Solidaria. (28 de 04 de 2011). *Ley Orgánica de Economía Popularr y Solidaria*. Obtenido de <https://www.vicepresidencia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/09/Ley-Organica-de-Economia-Popular-y-Solidaria.pdf>
- Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. (28 de 02 de 2020). *Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación*. FIELWEB: [https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento\\_LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-INNOVACION.pdf](https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-INNOVACION.pdf)
- Licardo, O., Alvarado, L., Sensores, E., & Navarrete, J. (18 de 12 de 2019). *Responsabilidad Social Empresarial: Hacia la conformación de una tipología de definiciones*. Revista Venezolana de Gerencia:

- <https://biblat.unam.mx/hevila/Revistavenezolanadegerencia/2019/Vol.%2024/No.%2085/16.pdf>
- López, P., Moreira, M., Vélez, B., & Zambrano, L. (2022). *La ética y la responsabilidad social empresarial, un reto para las empresas en preservar los recursos naturales del Ecuador*. Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8583923>
- Merejildo, T. (02 de 2023). *Responsabilidad social empresarial en los emprendimientos del cantón Santa Elena, año 2022*. Repositorio Upse.
- Miranda, L. (15 de 08 de 2024). *Responsabilidad social y desarrollo local: Experiencias en la Municipalidad Provincial de Jauja*. Repositorio UNCP: <https://repositorio.uncp.edu.pe/handle/20.500.12894/11226>
- Montoya, A., García, M., & Vélez, R. (01 de 07 de 2022). *La sostenibilidad empresarial desde las prácticas sostenibles, los grupos de interés y la responsabilidad social corporativa: Una revisión de la literatura*. CIFE: <https://revistas.usantotomas.edu.co/index.php/cife/article/view/7731>
- Montoya, P. (2022). *Diseño de un establecimiento gastronómico y de esparcimiento para el adulto mayor, bajo el enfoque de la RSE y la inclusión laboral de población discapacitada*. UEC: <https://bdigital.uexternado.edu.co/entities/publication/a8432cc5-156e-4d8b-9e9d-00e2fa159d6a>
- Morán, J., Pibaque, M., Peñafiel, J., & Parrales, J. (2021). *Los recursos naturales y su incidencia en la responsabilidad social*. Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8383867>
- Muñoz, N., Ruiz, L., & Camargo, D. (02 de 07 de 2020). *Relación entre la responsabilidad social empresarial y rentabilidad: Una visión de literatura*. Revistas Encuentros: <http://ojs.uac.edu.co/index.php/encuentros/article/view/2406/2321>
- Osorio, J., Mogrovejo, J., & Duque, P. (2022). *Responsabilidad Social Empresarial y América Latina: Una revisión de literatura*. Equidad & Desarrollo: <https://www.redalyc.org/journal/957/95776116009/95776116009.pdf>
- Parrales, J., Peñafiel, J., Pibaque, M., & Morán, J. (30 de 09 de 2021). *Consideraciones de la responsabilidad social empresarial en la rentabilidad económica de las empresas*. Domimio de las Ciencias: <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/2309/5013>
- Pegalajar, M., Martínez, E., & Burgos, A. (2021). *Análisis de la responsabilidad social en estudiantes universitarios de educación*. Scielo:

- [https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-50062021000200095&script=sci\\_arttext&tlng=pt](https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-50062021000200095&script=sci_arttext&tlng=pt)
- Quiñonez, J., Morales, P., Castro, E., & Cruel, J. (14 de 05 de 2022). *La contaminación ambiental como compromiso social: Una reflexión interdisciplinaria*. Sapienza: <https://www.journals.sapienzaeditorial.com/index.php/SIJIS/article/view/346>
- Quispe, J. (2024). *La responsabilidad social empresarial y su incidencia en la sostenibilidad financiera económica de la empresa Hoja Verde R&H EIRL, 2022*. UNT: <https://dspace.unitru.edu.pe/server/api/core/bitstreams/8e4cb7fc-3a67-4f06-bb43-4f2d9dfca1a5/content>
- Ramirez, D., Acosta, I., & Marrero, F. (10 de 09 de 2024). *Gestión ambiental como elemento de la responsabilidad social de un hotel con enfoque sostenible*. Retos Turísticos: <https://retosturisticos.umcc.cu/index.php/retosturisticos/article/view/104>
- Ramírez, D., Acosta, I., & Marrero, F. (10 de 09 de 2024). *Gestión ambiental como elemento de la responsabilidad social de un hotel con enfoque sostenible*. Retos Turísticos: <https://retosturisticos.umcc.cu/index.php/retosturisticos/article/view/104>
- Rendón, L., Montoya, J., & Silva, A. (21 de 08 de 2018). *Alimentación saludable: Propuesta para la creación de un ecosistema de emprendimiento innovador sostenible inclusivo en el subsector gastronómico en Palmira – Valle del Cauca, Colombia*. Documentos de Trabajo ECACEN: <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/working/article/view/2554>
- Rengifo, C., & Sanchez, S. (17 de 04 de 2022). *Responsabilidad social empresarial y desarrollo sostenible: Reflexiones desde la ética aplicada*. UPN: <https://hdl.handle.net/11537/30899>
- Ríos, M., López, A., & Mateo, C. (06 de 2015). *Ética y calidad laboral: Impacto en el desempeño empresarial. Un estudio empírico*. HOLOS: <https://www.redalyc.org/pdf/4815/481547178026.pdf>
- Sánchez, A. (2023). *La Responsabilidad Social Empresarial en Ecuador*. UEES.
- Suarez, M. (09 de 2021). *Diseño de un tablero para gestionar la responsabilidad social empresarial en las Pymes*. Siglo 21: <https://repositorio.21.edu.ar/handle/ues21/22011>
- Torres, H., & Verdecia, M. (2021). *La responsabilidad social universitaria y su visión estético - social y ambiental*. Scielo: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202021000600318&script=sci\\_arttext&tlng=pt](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202021000600318&script=sci_arttext&tlng=pt)
- Vallejo, M., Carmona, M., Vallejo, J., & Rodríguez, W. (2020). *La responsabilidad social como estrategia para el desarrollo en contextos de diversidad e inclusión*. Revista

Latinoamericana de Estudios Educativos:

[http://190.15.17.25/latinoamericana/downloads/Latinoamericana16\(2\)\\_3.pdf](http://190.15.17.25/latinoamericana/downloads/Latinoamericana16(2)_3.pdf)

- Vásquez, A., Morales, H., Silva, J., García, O., & Rivas, R. (10 de 06 de 2021). *La responsabilidad social universitaria: Herramienta para potenciar el nivel de cultura ambiental*. USS: <https://revistas.uss.edu.pe/index.php/HACEDOR/article/view/1616>
- Vásquez, C. (08 de 10 de 2021). *El balance social corporativo, una herramienta de responsabilidad empresarial con la comunidad*. POCAIP: <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/2366>
- Zuñiga, C. (2021). *La inteligencia emocional junto a la inclusión para una adecuada convivencia, rendimiento y motivación*. Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8214944>

## Apéndices

### Apéndices 1 Matriz de Consistencia

MATRIZ DE CONTINGENCIA								
TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS		IDEA A DEFENDER	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
		GENERAL	ESPECÍFICOS					
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LOS EMPRENDIMIENTOS GASTRONÓMICOS DE LA ZONA CÉNTRICA DEL CANTÓN SANTA ELENA, AÑO 2024.	¿Cómo incide la responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena?	Analizar la aplicación de la responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena.	Diagnosticar la situación actual en los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena	La implementación de prácticas de responsabilidad social empresarial fortalecerá a los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena.	V / I: Responsabilidad Social Empresarial	Económica	Rentabilidad	<p><b>Diseño de la investigación:</b> Diseño No Experimental y Transversal.</p> <p><b>Alcance:</b> Descriptivo.</p> <p><b>Enfoque Mixto:</b> Cualitativo y Cuantitativo.</p> <p><b>Método de la Investigación:</b> Inductivo – analítico.</p> <p><b>Población:</b> Propietarios de los emprendimientos – Especialistas y clientes – ciudadanos de la zona céntrica del cantón Santa Elena.</p> <p><b>Recolección de Datos:</b> Técnicas: Encuesta – Entrevista.</p> <p><b>Instrumentos:</b> Guía de entrevista – Cuestionario de encuesta.</p> <p><b>Procesamiento de Datos:</b> Google Forms – Excel de Microsoft – SPSS de IBM.</p>
	Sostenibilidad económica							
	Competitividad							
	Social		Convivencia					
			Comunidad					
			Educación					
	Ambiental		Recursos naturales					
			Contaminación					
			Prácticas sostenibles					
	Ética		Transparencia					
			Calidad laboral					
			Valores					
Cultural	Identidad local							
	Diversidad gastronómica en RSE							
	Tradiciones locales							
	¿Cuál es la situación actual en los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena?		Identificar los elementos que influyen en la responsabilidad social empresarial de los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena.					
	<b>Sistematización del problema</b>							
	¿Cuáles son los elementos que influyen en la responsabilidad social empresarial de los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena?		Proponer el uso de prácticas de responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena.					
	¿Cómo promover prácticas de responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena?							

Nota: Realizado por autor

Apéndices 2 Cronograma

		CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																		
		MODALIDAD DE TITULACIÓN: TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR																		
Nombre: Madeline Peñafiel Saona		2024																		
Curso: ADM 812		AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
No.	Actividades planificadas																			
	Presentación de Anteproyecto																			
	Designación de tutores y especialistas																			
	Aprobación de temas																			
1	<i>Desarrollo de los Trabajos de Integración Curricular:</i>																			
2	Introducción																			
3	Capítulo I Marco Referencial																			
4	Capítulo II Metodología																			
5	Capítulo III Resultados y Discusión																			
6	Conclusiones, Recomendaciones y Resumen																			
7	Certificado Antiplagio																			
8	Entrega de informe por parte de los tutores																			
9	Entrega de archivo digital del TIC a profesor guía																			
10	Entrega de trabajos de titulación a los especialistas																			
11	Revisión y calificación de los trabajos																			
12	Informe de los especialistas (calificación en rúbrica)																			
13	Entrega de archivo digital del Trabajo final a la profesora guía																			
14	Sustentación de los Trabajos de Integración Curricular																			
15	Aplicación recuperación y publicación de resultados																			
16	Informe final UIC 2024-2																			

UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

### Apéndices 3 Entrevista



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



**Entrevistador:** \_\_\_\_\_

**Fecha:** \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

**Objetivo:** Recopilar información sobre la responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena.

Entrevista dirigida para los propietarios de los emprendimientos de la zona céntrica del cantón Santa Elena y los especialistas en RSE.

#### Preguntas:

1. ¿Cómo define la responsabilidad social empresarial y su importancia para los emprendimientos gastronómicos?
2. ¿Qué actividades o prácticas de responsabilidad social empresarial tienen en marcha?
3. ¿Cómo se involucra en la responsabilidad social empresarial a los trabajadores y a la comunidad local?
4. ¿Qué acciones están ejecutando o que acciones ejecutarían para contribuir en la responsabilidad social empresarial de los emprendimientos gastronómicos?
5. ¿Cómo influyen los emprendimientos gastronómicos en el desarrollo de la localidad?

6. ¿Qué desafíos han enfrentado al implementar prácticas de responsabilidad social empresarial?
7. ¿Qué beneficios han constatado en la aplicación de prácticas de responsabilidad social empresarial?
8. ¿Qué tratamiento le da a los desechos, residuos y desperdicios que generan los emprendimientos gastronómicos en el cantón Santa Elena?
9. ¿Por qué considera que los emprendimientos gastronómicos deban darle prioridad al financiamiento de proyectos con impacto social o ambiental positivo?
10. ¿Qué desafíos cree usted que enfrentan los emprendimientos gastronómicos al tratar de equilibrar sus objetivos comerciales con la protección y conservación del medio ambiente?

## Apéndices 4 Encuesta

Edad		18 – 28 años	29 – 39 años	40 – 50 años	Más de 50 años
Género		Masculino	Femenino	LBGTQ+	Otro
Nivel de Educación		Primaria	Secundaria	Tercer Nivel	Cuarto Nivel

**Preguntas**

N°	Dimensión: Económica	Indicador: Rentabilidad
1	¿Cuáles son las estrategias que utilizan los emprendimientos gastronómicos para aumentar su rentabilidad?	
	Buscar distribuidores con mejores precios	
	Marketing digital y redes sociales	
	Menú innovador por temporadas	
	Innovación con nuevos productos	
	Decoración y espacio comercial	
<b>Dimensión: Económica</b>		<b>Indicador: Sostenibilidad económica</b>
2	¿Cómo evaluaría la sostenibilidad económica del establecimiento en términos de inversión en mejoras y mantenimiento de la calidad del servicio?	
	Excelente	
	Muy buena	
	Buena	
	Regular	
	Deficiente	
<b>Dimensión: Económica</b>		<b>Indicador: Competitividad</b>
3	¿Qué factor considera que diferencia principalmente su emprendimiento gastronómico de la competencia?	
	Calidad de los productos	
	Atención al cliente	
	Ubicación estratégica	
	Precios accesibles	
	Variedad del menú	
<b>Dimensión: Social</b>		<b>Indicador: Convivencia</b>



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



Encuestador: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

**Tema:** Responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena, año 2024.

**Instrucciones:** Responder las preguntas presentadas a continuación de acuerdo con su criterio.

**Datos**

4	<p>¿Ayudan los emprendimientos gastronómicos a tener mejor convivencia social entre los miembros de la zona céntrica del cantón Santa Elena?</p> <table border="1" data-bbox="347 293 938 472"> <tbody> <tr><td>Siempre</td><td></td></tr> <tr><td>Casi siempre</td><td></td></tr> <tr><td>Ocasionalmente</td><td></td></tr> <tr><td>Casi nunca</td><td></td></tr> <tr><td>Nunca</td><td></td></tr> </tbody> </table>	Siempre		Casi siempre		Ocasionalmente		Casi nunca		Nunca	
Siempre											
Casi siempre											
Ocasionalmente											
Casi nunca											
Nunca											
<p style="text-align: center;"><b>Dimensión:</b> Social <span style="float: right;"><b>Indicador:</b> Comunidad</span></p>											
5	<p>¿Cuál de las siguientes acciones sociales considera que el emprendimiento gastronómico realiza con mayor frecuencia en beneficio de la comunidad?</p> <table border="1" data-bbox="347 645 938 891"> <tbody> <tr><td>Genera empleo para residentes locales</td><td></td></tr> <tr><td>Apoyo a eventos culturales</td><td></td></tr> <tr><td>Colabora con proyectos sociales locales</td><td></td></tr> <tr><td>Donaciones a causas comunitarias</td><td></td></tr> <tr><td>Participación activa</td><td></td></tr> </tbody> </table>	Genera empleo para residentes locales		Apoyo a eventos culturales		Colabora con proyectos sociales locales		Donaciones a causas comunitarias		Participación activa	
Genera empleo para residentes locales											
Apoyo a eventos culturales											
Colabora con proyectos sociales locales											
Donaciones a causas comunitarias											
Participación activa											
<p style="text-align: center;"><b>Dimensión:</b> Social <span style="float: right;"><b>Indicador:</b> Educación</span></p>											
6	<p>¿Cree que la educación es importante para el desarrollo de la responsabilidad social empresarial?</p> <table border="1" data-bbox="347 1032 938 1207"> <tbody> <tr><td>Muy importante</td><td></td></tr> <tr><td>Importante</td><td></td></tr> <tr><td>Algo importante</td><td></td></tr> <tr><td>Poco importante</td><td></td></tr> <tr><td>No es importante</td><td></td></tr> </tbody> </table>	Muy importante		Importante		Algo importante		Poco importante		No es importante	
Muy importante											
Importante											
Algo importante											
Poco importante											
No es importante											
<p style="text-align: center;"><b>Dimensión:</b> Ambiental <span style="float: right;"><b>Indicador:</b> Recursos naturales</span></p>											
7	<p>¿Qué tan importante es para usted que los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena implementen estrategias de uso eficiente de los recursos naturales?</p> <table border="1" data-bbox="347 1379 938 1559"> <tbody> <tr><td>Muy importante</td><td></td></tr> <tr><td>Importante</td><td></td></tr> <tr><td>Algo importante</td><td></td></tr> <tr><td>Poco importante</td><td></td></tr> <tr><td>No es importante</td><td></td></tr> </tbody> </table>	Muy importante		Importante		Algo importante		Poco importante		No es importante	
Muy importante											
Importante											
Algo importante											
Poco importante											
No es importante											
<p style="text-align: center;"><b>Dimensión:</b> Ambiental <span style="float: right;"><b>Indicador:</b> Contaminación</span></p>											
8	<p>¿Cuáles medidas para reducir la contaminación considera que implementa su emprendimiento gastronómico con mayor efectividad?</p> <table border="1" data-bbox="347 1709 938 1955"> <tbody> <tr><td>Medición de reducción de desperdicios</td><td></td></tr> <tr><td>Uso de productos biodegradables</td><td></td></tr> <tr><td>Reducción de plásticos de un solo uso</td><td></td></tr> <tr><td>Control de emisiones en la cocina</td><td></td></tr> <tr><td>No implementa ninguna medida</td><td></td></tr> </tbody> </table>	Medición de reducción de desperdicios		Uso de productos biodegradables		Reducción de plásticos de un solo uso		Control de emisiones en la cocina		No implementa ninguna medida	
Medición de reducción de desperdicios											
Uso de productos biodegradables											
Reducción de plásticos de un solo uso											
Control de emisiones en la cocina											
No implementa ninguna medida											
<p style="text-align: center;"><b>Dimensión:</b> Ambiental <span style="float: right;"><b>Indicador:</b> Prácticas sostenibles</span></p>											
9	<p>¿Cuáles prácticas sostenibles implementan los emprendimientos</p>										

	gastronómicos para reducir su impacto ambiental?	
	Manejo apropiado de residuos	
	Optimizar uso de recursos naturales	
	Cumplimiento de regulaciones ambientales	
	Temperatura del ambiente	
	Reducción de la cantidad de productos químicos utilizados	
<b>Dimensión:</b> Ética		<b>Indicador:</b> Transparencia
10	¿Qué medios implementan para dar a conocer las prácticas de responsabilidad social empresarial del emprendimiento, demostrando la transparencia de los procesos?	
	Páginas web	
	Redes sociales	
	Reuniones con la comunidad	
	Volantes	
	No aplica	
<b>Dimensión:</b> Ética		<b>Indicador:</b> Calidad laboral
11	¿Cómo calificaría el ambiente laboral y las condiciones de trabajo que el emprendimiento gastronómico ofrece a sus trabajadores?	
	Excelente	
	Muy buena	
	Buena	
	Regular	
	Deficiente	
<b>Dimensión:</b> Ética		<b>Indicador:</b> Valores
12	¿Qué valores o principios considera que deben promoverse en los emprendimientos gastronómicos?	
	Honestidad en la calidad de los productos	
	Interacción eficaz entre individuos	
	Creatividad en la oferta culinaria	
	Manejo adecuado de desechos	
	Compromiso con la satisfacción del cliente	
<b>Dimensión:</b> Cultura		<b>Indicador:</b> Identidad local
13	¿En qué medida considera que el emprendimiento gastronómico promueve y representa la identidad cultural del cantón Santa Elena?	
	Representa totalmente	
	Representa bastante	
	Representa moderadamente	
	Representa muy poco	
	No representa en absoluto	
<b>Dimensión:</b> Cultura		<b>Indicador:</b> Diversidad gastronómica en RSE

14	<p>¿Cómo calificaría la inclusión de opciones gastronómicas diversas que responden a las necesidades y preferencias alimentarias de la zona céntrica del cantón Santa Elena?</p> <table border="1" data-bbox="347 327 938 504"> <tr> <td data-bbox="347 327 895 365">Excelente</td> <td data-bbox="895 327 938 365"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="347 365 895 403">Muy buena</td> <td data-bbox="895 365 938 403"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="347 403 895 441">Buena</td> <td data-bbox="895 403 938 441"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="347 441 895 479">Regular</td> <td data-bbox="895 441 938 479"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="347 479 895 504">Deficiente</td> <td data-bbox="895 479 938 504"></td> </tr> </table>	Excelente		Muy buena		Buena		Regular		Deficiente	
Excelente											
Muy buena											
Buena											
Regular											
Deficiente											
<p><b>Dimensión:</b> Cultura <span style="float: right;"><b>Indicador:</b> Tradiciones locales</span></p>											
15	<p>¿Con qué frecuencia considera que el emprendimiento gastronómico realiza actividades o eventos que promueven las tradiciones locales del cantón Santa Elena?</p> <table border="1" data-bbox="347 680 938 864"> <tr> <td data-bbox="347 680 895 719">Muy frecuentemente</td> <td data-bbox="895 680 938 719"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="347 719 895 757">Frecuentemente</td> <td data-bbox="895 719 938 757"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="347 757 895 795">Ocasionalmente</td> <td data-bbox="895 757 938 795"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="347 795 895 833">Casi nunca</td> <td data-bbox="895 795 938 833"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="347 833 895 864">Nunca</td> <td data-bbox="895 833 938 864"></td> </tr> </table>	Muy frecuentemente		Frecuentemente		Ocasionalmente		Casi nunca		Nunca	
Muy frecuentemente											
Frecuentemente											
Ocasionalmente											
Casi nunca											
Nunca											

## Apéndices 5 Solicitud de Validación de Instrumentos

**Facultad de Ciencias Administrativas**  
**Administración de Empresas**

La Libertad, 06 de noviembre de 2024

**Licenciado**  
**Eduardo Pico Gutiérrez, MSc.**  
Docente de la Carrera de Administración de Empresas

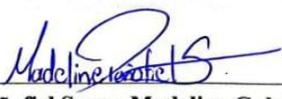
Reciba un cordial saludo.

Yo, **Peñafiel Saona Madeline Gabriela** con C.I. **2450524315**, estudiante de la Carrera de Administración de Empresas, conocedor de su alta capacidad profesional, me permito solicitar a usted, su valiosa colaboración como experto en validación de los instrumentos de recolección de datos para su respectiva aplicación del área de competencia, importante para el desarrollo de la siguiente investigación: **“Responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena, año 2024”**, trabajo presentado como requisito para obtener el título de Licenciado en Administración de Empresas en la Universidad Estatal Península de Santa Elena, bajo la tutoría académica del Ing. Libi Camaño López, Mgtr.

Por lo anteriormente expuesto, adjunto la matriz de consistencia y el formato de los instrumentos.

Agradeciendo de antemano su colaboración, me suscribo a usted.

Atentamente.



**Peñafiel Saona Madeline Gabriela**  
C.I.: **2450524315**

*UPSE, crece sin límites*

Dirección: Campus matriz, La Libertad - prov. Santa Elena - Ecuador  
Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781732 ext 131  
[www.upse.edu.ec](http://www.upse.edu.ec)



## Apéndices 6 Certificado de Validación de Instrumento - Entrevista



Facultad de Ciencias Administrativas  
Administración de Empresas

### CERTIFICADO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

#### A QUIEN INTERESE CERTIFICO QUE:

Habiendo revisado los instrumentos a ser aplicados en el Trabajo de Integración Curricular titulado: **"Responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena, año 2024"**, planteado por el estudiante Peñafiel Saona Madeline Gabriela, doy por validado los siguientes formatos presentados:

#### 1. Entrevista

Las herramientas anteriormente mencionadas reflejan pertinencia en las preguntas con base al tema planteado, 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.

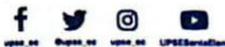
La Libertad, 06 de noviembre de 2024

**Lcdo. Eduardo Pico Gutiérrez, MSc.**

Docente de la Carrera de Administración de Empresa

*UPSE, crece sin límites*

Dirección: Campus matriz, La Libertad - prov. Santa Elena - Ecuador  
Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781732 ext 131  
[www.upse.edu.ec](http://www.upse.edu.ec)



## Apéndices 7 Certificado de Validación de Instrumentos - Encuesta



Facultad de Ciencias Administrativas  
Administración de Empresas

### CERTIFICADO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

#### A QUIEN INTERESE CERTIFICO QUE:

Habiendo revisado los instrumentos a ser aplicados en el Trabajo de Integración Curricular titulado: “**Responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena, año 2024**”, planteado por el estudiante Peñafiel Saona Madeline Gabriela, doy por validado los siguientes formatos presentados:

#### 1. Encuesta

Las herramientas anteriormente mencionadas reflejan pertinencia en las preguntas con base al tema planteado, 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.

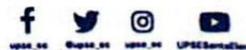
La Libertad, 06 de noviembre de 2024

**Lcdo. Eduardo Pico Gutiérrez, MSc.**

Docente de la Carrera de Administración de Empresa

*UPSE, crece sin límites*

Dirección: Campus matriz, La Libertad - prov. Santa Elena - Ecuador  
Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781732 ext 131  
[www.upse.edu.ec](http://www.upse.edu.ec)



## Apéndices 8 Informe de Validación de Instrumento - Entrevista



### Facultad de Ciencias Administrativas Administración de Empresas

#### FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

#### 1. DATOS GENERALES:

**Título de la investigación:** "Responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena, año 2024"

**Autor del instrumento:** Peñafiel Saona Madeline Gabriela

**Nombre del instrumento:** Entrevista

#### 2. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
1. CLARIDAD	Está formado con lenguaje apropiado.					✓
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas medibles.					✓
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					✓
4. ORGANIZACIÓN	Existe una secuencia lógica.					✓
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					✓
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación.				✓	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación.					✓
8. COHERENCIA	Sistematizada con las dimensiones e indicadores.					✓
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				✓	
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación					✓

#### 3. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

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

**Lugar y fecha:** La Libertad, 06 de noviembre de 2024

Firma del Experto Informante  
Lcdo. Eduardo Pico Gutiérrez, MSc.

Dirección: Campus matriz, La Libertad - prov. Santa Elena - Ecuador  
Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781732 ext 131  
www.upse.edu.ec



## Apéndices 9 Informe de Validación de Instrumento - Encuesta



### Facultad de Ciencias Administrativas Administración de Empresas

#### FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

#### 1. DATOS GENERALES:

**Título de la investigación:** "Responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena, año 2024"

**Autor del instrumento:** Peñafiel Saona Madeline Gabriela

**Nombre del instrumento:** Encuesta

#### 2. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
2. CLARIDAD	Está formado con lenguaje apropiado.				✓	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas medibles.					✓
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					✓
4. ORGANIZACIÓN	Existe una secuencia lógica.					✓
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					✓
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación.				✓	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación.					✓
8. COHERENCIA	Sistematizada con las dimensiones e indicadores.					✓
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					✓
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación					✓

#### 3. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

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

**Lugar y fecha:** La Libertad, 06 de noviembre de 2024

**Firma del Experto Informante  
Lcdo. Eduardo Pico Gutiérrez, MSc.**

Dirección: Campus matriz, La Libertad - prov. Santa Elena - Ecuador  
 Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781732 ext 131  
 www.upse.edu.ec



## Apéndices 10 Entrevista a Propietarios - Especialista



*Nota:* Entrevista a los propietarios de los emprendimientos



*Nota:* Entrevista al especialista en RSE

Apéndices 11 Encuesta a clientes - ciudadanos



Nota: Encuesta a los clientes – ciudadanos de la zona céntrica del cantón Santa Elena

## Apéndices 12 *Certificado de Antiplagio*

The screenshot displays the 'Resumen' (Summary) page of a Compilatio report. The interface is in Spanish and shows the following details:

- Textos sospechosos:** 6% (Total suspicious text)
- Incluido en el porcentaje de textos sospechosos:**
  - Similitudes:** 2% (Pasajes con similitudes a fuentes encontradas en diferentes colecciones. 7 fuentes principales detectadas. Ver las fuentes)
  - Detección de IA:** 4% (Textos estilísticamente próximos a un texto generado por una IA. Este índice es un indicador y no una prueba. Comprueba con el autor si domina los conocimientos mencionados en el documento.)
  - Idiomas no reconocidos:** 0% (Pasajes en los que parte del vocabulario utilizado no forma parte del diccionario de la lengua. Puede tratarse de un intento del autor de modificar el texto para evitar ser detectado.)
- common.report.not\_include\_in\_suspicious\_text:**
  - Textos entre comillas:** < 1% (Pasajes entre comillas, a menudo indicativos de una cita.)

The browser's address bar shows the URL: <https://app.compilatio.net/v5/report/7b03433a8c4783fd60e36ade73dba9a9800e5a60/summary>. The Windows taskbar at the bottom indicates the date and time as 26/11/2024, 10:43.

*Nota:* Evidencia del Compilatio Realizado por la Tutora