



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ

TRABAJO DE TITULACIÓN

MODALIDAD PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TÍTULO:

**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LOS EMPRENDIMIENTOS
GASTRONÓMICOS DEL CANTÓN CHONE.**

AUTORES:

**MERLY JOHANA VERA MEJIA
KAROL ANDREA ZAMBRANO MENDOZA**

UNIDAD ACADÉMICA:

EXTENSIÓN CHONE

CARRERA:

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TUTOR:

ING. JHON ARTURO ALAVA INTRIAGO

CHONE – MANABÍ – ECUADOR

ENERO 2025

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

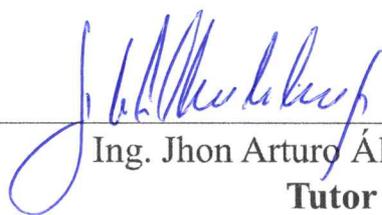
Ing. Jhon Arturo Álava Intriago, docente de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, Extensión Chone, en calidad de Tutor.

CERTIFICO

Que el presente trabajo de la Unidad de Integración Curricular, modalidad Proyecto de Investigación, con el título: “La responsabilidad social empresarial y los emprendimientos gastronómicos del cantón Chone” ha sido revisado exhaustivamente en varias sesiones de trabajo.

Las opciones y conceptos vertidos en este trabajo de titulación es fruto de la perseverancia y originalidad de las autoras: *Merly Johana Vera Mejía* y *Karol Andrea Zambrano Mendoza* siendo de su exclusiva responsabilidad.

Chone, enero 2025



Ing. Jhon Arturo Álava Intriago

Tutor

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo Vera Mejía Merly Johana con cedula de ciudadanía 1350760854 y Zambrano Mendoza Karol Andrea con cedula de ciudadanía 1313570960, estudiantes de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí Extensión Chone, carrera de Administración de Empresas, declaramos que las opiniones, criterios y demás elementos aplicados a los diferentes instrumentos de la propuesta del trabajo de titulación en modalidad Proyecto de Investigación, la cual lleva por título: “La responsabilidad social empresarial y los emprendimientos gastronómicos del cantón chone”. La cual recopila información investigada exclusivamente por los autores, apoyados por criterios de profesionales de diferentes indoles, sustentadas en las bibliografías que registra el trabajo.

Chone, enero del 2025.


Merly Johana Vera Mejía

CI: 1350760854

Autor


Karol Andrea Zambrano Mendoza

CI: 1313570960

Autor



**UNIVERSIDAD LAICA "ELOY ALFARO" DE MANABÍ
EXTENSIÓN CHONE**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el trabajo de la Unidad de Integración Curricular, modalidad Proyecto de Investigación con el título: "La responsabilidad social empresarial y los emprendimientos gastronómicos del cantón chone." elaborado por los estudiantes: Vera Mejía Merly Johana y Zambrano Mendoza Karol Andrea de la carrera de Administración de Empresas.

Chone, enero del 2025

Lcda. Rocío Bermúdez Cevallos.

DECANA

Ing. Arturo Álava Intriago.

TUTOR

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Lcda. Indira Zambrano Cedeño, Mgs

SECRETARIA

DEDICATORIA

Dedico mi trabajo a mis padres Ramona Mejía y Miguel Vera, que son la fuente de mi inspiración para seguir superándome, ya que han sido parte fundamental en cada uno de los pasos que doy, por su amor incondicional que me dan día a día, por el apoyo en ámbito académico, por siempre guiarme por el buen camino y nunca dejarme sola, agradecer por cada enseñanza que me brinda, por cada sonrisa y cada momento especial.

A mis hermanas, Jessica Vera y Erica Vera, que son el motivo por el cual sigo adelante para ser su fuente de inspiración, a mi tía Dolores Vera que siempre me escucha y me brinda su más sincero apoyo y su amor incondicional.

A mis abuelos Gary Vera y Genith Alvarado, los cuales me brindan su amor sin importar las adversidades.

A mis amigas y amigos que encontré en la universidad por cada risa que compartí con ellos, especialmente mi mejor amiga que siempre ha estado ahí apoyándome en todo momento.

Y finalmente, a todas las personas que me han apoyado y me estiman, gracias por cada momento especial que han convivido conmigo, gracias por cada uno de los consejos que me hicieron ser fuerte y seguir adelante.

Merly Johana Vera Mejía

DEDICATORIA

Dedico mi trabajo principalmente a mi madre, ella ha sido la fuente de mi inspiración más grande, por su amor incondicional, por el esfuerzo que hace a diario por darme una educación de calidad y por estar conmigo y apoyarme siempre en cualquier momento de mi vida.

Así mismo, va dedicada a mi abuelita, mi tío y a mi hermano por todo su cariño y apoyo, y a esa personita que desde el cielo sigue siendo una luz en mi corazón, mi abuelito.

A mi novio, por su apoyo constante, por estar a mi lado en cada paso del camino, y recordarme siempre mi propio valor, gracias por ser mi compañero.

A las amigas y amigos que encontré en mi etapa universitaria, por los momentos compartidos y las risas que llenaron mi vida. Y a mi mejor amiga, compañera de desvelos y esfuerzos por estar siempre a mi lado en las largas noches de estudio.

A mis fieles compañeros, mis perritos, por brindarme amor y alegría en cada día.

Y, finalmente, a todas las personas que han aparecido en mi vida, dejando huellas que me han ayudado a crecer. Gracias por ser parte de esta etapa.

Karol Andrea Zambrano Mendoza

RECONOCIMIENTO

Primeramente, agradecida con Dios por permitirme llegar a esta etapa universitaria.

Agradecer a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí Extensión Chone, por permitir formarme como una profesional dentro de sus instalaciones.

Agradecer a los docentes que compartieron sus conocimientos con cada uno de los estudiantes con el fin de convertirnos en profesionales de calidad.

A mi familia y amigos que estuvieron ahí en todo momento, gracias por su cariño y sus consejos.

Merly Johana Vera Mejía

RECONOCIMIENTO

En primer lugar, agradezco a dios por guiarme en esta etapa universitaria.

Quiero agradecerle a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí Extensión Chone por haber abierto sus puertas para adquirir conocimientos y poder formarme en una profesional de calidad.

Gracias a mi familia por confiar en mí siempre, a mis amigas y amigos quienes formaron parte de todo este proceso.

Gracias a todos los docentes que me impartieron clases, compartiendo sus conocimientos y por cada enseñanza que me ayudo a crecer profesionalmente.

Karol Andrea Zambrano Mendoza

INDICE

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	I
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	III
DEDICATORIA.....	V
RECONOCIMIENTO.....	VII
RESUMEN.....	1
ABSTRACT.....	2
1. INTRODUCCIÓN.....	3
1.1. Objeto de la investigación.....	5
1.2. Campo de investigación.....	5
1.3. Hipótesis.....	5
1.4. Variable independiente.....	5
1.5. Variable dependiente.....	5
1.6. Objetivo de la Investigación.....	5
1.6.1. Objetivos específicos.....	5
CAPITULO I.....	6
2. MARCO TEÓRICO.....	6
2.1. Antecedentes de la investigación.....	6
2.2. Responsabilidad Social Empresarial.....	6
2.2.1. Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial.....	7
2.2.2. Beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial.....	9
2.2.3. Principios de la Responsabilidad Social Empresarial:.....	10
2.2.4. Responsabilidad Social Empresarial en el Contexto de los Emprendimientos Gastronómicos.....	11
2.3. Emprendimientos gastronómicos.....	12

2.3.1. Tipos de emprendimientos gastronómicos	13
2.3.2. Crecimiento económico en los emprendimientos gastronómicos numeración	14
2.3.3. Factores Clave para el Éxito de los Emprendimientos Gastronómicos	15
2.3.4. Impacto de los Emprendimientos Gastronómicos en la Comunidad Local	
numerar	16
3. DIAGNÓSTICO Y ESTUDIO DE CAMPO	17
3.1. Metodología	17
3.1.1. Método de inducción y deducción.....	17
3.1.2. Método bibliográfico	18
3.1.3. Método de análisis.....	18
3.1.4. Métodos empíricos	19
3.2. Técnicas.....	19
3.2.2. Encuestas.....	19
3.3. Población y muestra	19
3.3.1. Población.....	19
3.3.2. Muestra	20
3.4. Ubicación	21
3.5. Levantamiento de información y resultados	22
3.6. Resultados	23
3.6.1. Análisis e interpretación de los resultados	23
3.7. Comprobación de hipótesis	33
CAPITULO III.....	34
4. DISEÑO DE LA PROPUESTA.....	34
4.1. Manual de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial para los	
emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Chone.....	34
4.2. Introducción	34

4.3. Objetivo	35
4.4. Alcance.....	35
4.5. Beneficios de implementar prácticas de Responsabilidad Social Empresarial ...	35
4.6. Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial	36
4.7. Implementación del manual	37
4.8. Conclusiones de la propuesta	38
CAPITULO IV.....	39
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	39
5.1. Conclusiones	39
5.2. Recomendaciones.....	40
6. BIBLIOGRAFIAS	41
ANEXO No 1	44
ENCUESTA PARA LOS EMPRENDIMIENTOS	44
ANEXO No 2.....	47
EVIDENCIA FOTOGRAFICA	47

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Concepto de Responsabilidad Social Empresarial	23
Tabla 2 Implementación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial	24
Tabla 3 Tipo de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial	25
Tabla 4 Revisión y actualización de las prácticas de RSE	26
Tabla 5 Beneficios de las prácticas de RSE	27
Tabla 6 Importancia de la RSE.....	28
Tabla 7 Resultados de las prácticas de la RSE en la comunidad local.....	29
Tabla 8 Desafíos al implementar prácticas de RSE	30
Tabla 9 Participación en programas de RSE a nivel local o nacional	31
Tabla 10 Involucración de los empleados en prácticas de RSE	32

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Ubicación geográfica del Cantón Chone, Google Earth (2024)	22
Ilustración 2 Concepto de Responsabilidad Social Empresarial	23
Ilustración 3 Implementación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial	24
Ilustración 4 Tipo de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial	25
Ilustración 5 Revisión y actualización de las prácticas de RSE	26
Ilustración 6 Beneficios de las prácticas de RSE	27
Ilustración 7 Importancia de la RSE	28
Ilustración 8 Resultados de las Practicas de la RSE en la counidad local	29
Ilustración 9 Desafios al implementar practicas de RSE	30
Ilustración 10 Participación en programas de RSE a nivel local o nacional	31
Ilustración 11 Involucración de los empleados en prácticas de RSE	32
Ilustración 12 Evidencia de la encuesta dirigida a los emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Chone	47
Ilustración 13 Evidencia de la encuesta dirigida a los emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Chone	47
Ilustración 14 Evidencia de la encuesta dirigida a los emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Chone	48
Ilustración 15 Evidencia de la encuesta dirigida a los emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Chone	48

RESUMEN

La presente tesis aborda la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en los emprendimientos gastronómicos del Cantón Chone, analizando su implantación y los beneficios percibidos por los propietarios y empleados. A través de esta investigación cualitativa y cuantitativa, se identificó que la adopción de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es limitada, con un 65% de los encuestados que no las implementan. A pesar de esto, se evidencio que aquellos que si aplican estas prácticas reportan mejoras en la lealtad de los clientes, la imagen del emprendimiento y la reducción de costos operativo. Sin embargo, la mayoría de los emprendedores no perciben los beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), lo que sugiere una falta de conocimientos sobre su impacto positivo en la comunidad y en el desarrollo sostenible.

El estudio concluye que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) no solo beneficia a las empresas, sino que también contribuye al bienestar de la comunidad local, fortaleciendo la relación entre los emprendimientos y sus entornos. Se recomienda la implantación de programas de capacitación y campañas de sensibilización para fomentar la adopción de prácticas responsables. Este enfoque no solo mejoraría la competitividad de los emprendimientos gastronómicos, sino que también promovería un impacto significativo en la calidad de vida de la población de Chone. En resumen, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se presenta como una herramienta clave para el desarrollo sostenible en el sector gastronómico, destacando la necesidad de su integración de la gestión empresarial.

Palabras claves: Responsabilidad Social Empresarial, emprendimientos gastronómicos, sostenibilidad, comunidad, capacitación.

ABSTRACT

This thesis addresses Corporate Social Responsibility (CSR) in gastronomic ventures in the Chone Canton, analyzing its implementation and the benefits perceived by the owners and employees. Through this qualitative and quantitative research, it was identified that the adoption of Corporate Social Responsibility (CSR) practices is limited, with 65% of respondents not implementing them. Despite this, it was evident that those who do apply these practices report improvements in customer loyalty, the image of the enterprise and the reduction of operating costs. However, most entrepreneurs do not perceive the benefits of Corporate Social Responsibility (CSR), suggesting a lack of knowledge about its positive impact on the community and sustainable development.

The study concludes that Corporate Social Responsibility (CSR) not only benefits companies, but also contributes to the well-being of the local community, strengthening the relationship between ventures and their environments. The implementation of training programs and awareness campaigns is recommended to encourage the adoption of responsible practices. This approach would not only improve the competitiveness of gastronomic ventures but would also promote a significant impact on the quality of life of the population of Chone. In summary, Corporate Social Responsibility (CSR) is presented as a key tool for sustainable development in the gastronomic sector, highlighting the need for its integration with business management.

Keywords: Corporate Social Responsibility, gastronomic ventures, sustainability, community, training.

1. INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se define como el compromiso voluntario de las empresas para contribuir al desarrollo económico, social y ambiental de las comunidades en las que operan más allá de la obtención de beneficios económicos (Andrade & Andrade, 2022). Este enfoque no solo mejora la reputación de las organizaciones, sino que también fomenta la lealtad de los clientes y la satisfacción de los empleados, creando un ciclo virtuoso que beneficia a todos los actores involucrados.

La responsabilidad social empresarial (RSE) es el compromiso voluntario de las empresas de contribuir al desarrollo sostenible y al bienestar de la sociedad, en Ecuador, se observa la presencia de organizaciones orientadas a la ayuda social como las beneficencias (Sánchez, 2023).

El trabajo de titulación tiene como propósito incentivar a los emprendimientos gastronómicos del cantón Chone a implementar prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) basadas en una gestión eficiente del conocimiento y una sólida ética organizacional. Estas acciones permitirían alcanzar mejores resultados en el desempeño empresarial, facilitando la toma de decisiones estratégicas que impulsen el crecimiento y la productividad de los de los negocios, al tiempo que contribuyen al bienestar de la comunidad y al desarrollo sostenible de la región.

En la actualidad, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se ha consolidado como un pilar fundamental en la gestión empresarial, especialmente ha evolucionado hacia un enfoque más consciente y sostenible.

Chone es un lugar con una excelente tradición gastronómica y un potencial significativo para el desarrollo turístico, sin embargo, a pesar de su riqueza cultural y culinaria requiere un

mayor compromiso con iniciativas que integren la responsabilidad social empresarial, enfocada en potenciar su riqueza fomentando un desarrollo sostenible que beneficie a la comunidad.

La presente investigación tiene como objetivo principal la Responsabilidad Social Empresarial y los emprendimientos gastronómicos del cantón chone determinando la situación actual, evaluando la practicas y su impacto en la comunidad local, a través de un enfoque metodológico cuantitativo, como las encuestas a los emprendedores.

Este estudio no solo contribuyo al conocimiento académico sobre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), sino que también proporcione lineamientos prácticos y recomendaciones para que los emprendimientos gastronómicos puedan integrar estrategias de Responsabilidad Social Empresarial en sus operaciones. Al hacerlo, se espera promover un desarrollo más sostenible y responsable en la región, beneficiando tanto a los negocios como a la comunidad en su conjunto. En última instancia, esta investigación busca resaltar la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial como un motor de cambio positivo, capaz de transformar la manera en que las empresas interactúan con su entorno y contribuyen al bienestar social y ambiental.

La población considerada del trabajo de investigación fue de 334 emprendimientos gastronómicos, la muestra se obtuvo mediante la fórmula con un resultado de 49 emprendimientos, la técnica utilizada para llevar a cabo esta investigación fue la encuesta a los emprendedores la cual es de mucha ayuda por que permitió conocer y determinar cómo las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial inciden en los emprendimientos gastronómicos.

1.1. Objeto de la investigación: Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en los emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Chone.

1.2. Campo de investigación: Administrativas

1.3. Hipótesis: ¿La implementación de prácticas de responsabilidad social empresarial incide positivamente en los emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Chone?

1.4. Variable independiente

Responsabilidad Social Empresarial

1.5. Variable dependiente

Emprendimientos gastronómicos

1.6. Objetivo de la Investigación

Determinar la Responsabilidad Social Empresarial en los emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Chone.

1.6.1. Objetivos específicos

- Investigar las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en los emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Chone.
- Analizar las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en los emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Chone.
- Evaluar los niveles de cumplimiento de las prácticas de la Responsabilidad Social Empresarial en los emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Chone.
- Diseñar un manual con prácticas de Responsabilidad Social Empresarial para los emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Chone.

CAPITULO I

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se define como el compromiso voluntario de las empresas para contribuir al desarrollo económico, social y ambiental de las comunidades en las que operan más allá de la obtención de beneficios económicos (Andrade & Andrade, 2022).

Se ha observado que muchos emprendimientos gastronómicos en la región aún no han adoptado prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de manera efectiva. Esta situación plantea un desafío crítico, ya que la falta de implementación de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) puede limitar no solo el crecimiento y la competitividad de estos negocios, sino también el desarrollo sostenible de la comunidad en su conjunto.

De esta manera, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha surgido como un elemento clave para promover el desarrollo integral de las comunidades y fortalecer la sostenibilidad de las empresas, esta carencia no solo afecta a la percepción de los consumidores hacia estos emprendimientos, sino que también representa una oportunidad desaprovechada para generar valor.

2.2. Responsabilidad Social Empresarial

Para Andrade & Andrade (2022) la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) constituyen una serie de actividades por parte de empresarios con el fin de emprender acciones que beneficien a un territorio o a una población.

En este contexto, se puede decir también que se refiere al compromiso que las empresas asumen de manera voluntaria para contribuir al desarrollo sostenible, pero este compromiso va

más allá de las obligaciones legales y económicas, también se centra en el impacto positivo que las empresas pueden tener en los diversos ámbitos.

De hecho, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un tema que todas las organizaciones deben abordar, independientemente de su tamaño, o de su sector comercial, ya que se fomenta una tendencia hacia el desarrollo sostenible con el objetivo de encontrar soluciones globales a los impactos negativos que genera la globalización.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en adelante tiene una postura con vista hacia la comunidad, y no solo por sus empleados, también se empieza a ver una preocupación por las personas que las organizaciones directa o indirectamente influyen.

Entonces se vislumbra que muchas empresas que aplican la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) son más competitivas y productivas, desarrollan actividades en beneficio de las personas y generan actividades que afectan de manera positivas a la población (Herrera Acosta, Vásquez Torres, y Ochoa Ávila, 2020, como se citó en Andrade & Andrade, 2022).

De esta manera, se orienta cada vez más hacia la comunidad en general, extendiendo su alcance más allá de los empleados, y las organizaciones empiezan a mostrar preocupación por las personas a las que influyen, y su enfoque se traduce a una mayor competitividad y productividad para las empresas que adoptan esta práctica desarrollando actividades que benefician a las personas y generan impactos positivos en la población.

2.2.1. Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial

Discutir las dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) implica considerar todos los elementos y relaciones que conectan a la empresa con sus colaboradores, la comunidad, el gobierno, la sociedad en general y el medio ambiente.

Según García, (2015), como se citó en Valencia, (2021) es necesario realizar un análisis de tres dimensiones fundamentales de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE): el pilar económico, componente social y la dimensión medio ambiental

- **Pilar económico:** Permite invertir en términos de la adquisición de los recursos para poder generar utilidades y ser altamente competitivos, generando de esta manera bienestar a todos los grupos de interés con que se relaciona.
- **Componente social:** 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; igualmente, el respeto por los colaboradores mediante salarios dignos, facilitando ambientes laborales adecuados y capacitándolos, tanto en el campo laboral como en el crecimiento personal, entre otros aspectos.
- **Dimensión medioambiental:** Es fundamental un manejo respetuoso del entorno y la conservación del medioambiente, 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.

Es decir, si la empresa invierte en su competitividad económica puede financiar mejor sus iniciativas sociales y medioambientales, y a su vez, al cuidar de sus empleados y del medioambiente la empresa puede mejorar su reputación, atrae clientes, y asegura su sostenibilidad a largo plazo.

2.2.2. Beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) representa una excelente oportunidad para mejorar los beneficios y ventajas de las empresas, independientemente de su tamaño. Diversos estudios indican que las empresas que implementan y desarrollan políticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) logran una mayor productividad, lo cual tiene un impacto directo y positivo en los resultados.

Según Rivera (2014) destaca los siguientes beneficios:

- **Mayor lealtad del consumidor:** Los consumidores admiran aquellas empresas que valoran a sus empleados, desarrollan proyectos sociales, se preocupan por el medio ambiente e invierten esfuerzos contra la corrupción. Por ello, la responsabilidad social es factor que garantiza la fidelidad del consumidor.
- **Valoración de la imagen y de la marca:** Agregan valor a los negocios de la empresa, la cual puede valerse de ese potencial diferenciador para las estrategias de negocios.
- **Sostenibilidad del negocio a largo plazo:** La perennidad de la empresa constituye también motivo de preocupación para los inversionistas. Las prácticas socialmente responsables disminuyen las contingencias de la empresa y permiten su control, reduciendo el riesgo del negocio como un todo.

Cabe destacar que estos beneficios indican la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como una estrategia integral que no solo mejora la imagen y rentabilidad de la empresa, sino que también contribuye al bienestar de los empleados, además no solo prosperan en términos económicos, también desempeñan un papel vital en el desarrollo social y ambiental de las comunidades.

2.2.3. Principios de la Responsabilidad Social Empresarial:

Brenes, (2021) explica que las Normas ISO son un conjunto de normas orientadas a ordenar la gestión de una empresa en sus distintos ámbitos, donde este organismo desarrolló las normas ISO 26000, las cuales fomentan la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) por medio de prácticas operativas responsables que permitan generar valor social, medioambiental y económico tanto en los colaboradores como en el entorno.

Dentro de sus principios básicos se encuentran:

- **Rendición de cuentas:** Cada organización debe comunicar de manera transparente el impacto de sus proyectos en la economía, la sociedad y el medio ambiente. Además, tiene la obligación de rendir cuentas sobre las decisiones que resultaron en efectos negativos en estos campos y comprometerse a implementar las medidas necesarias para repararlos y prevenir que se repitan.
- **Transparencia:** las organizaciones tienen la responsabilidad de proporcionar toda la información solicitada por las partes interesadas sobre las acciones que puedan impactar a la sociedad y al medio ambiente.
- **Comportamiento ético:** La honestidad, la equidad y la integración son principios fundamentales para cualquier organización que asuma la responsabilidad social. Además, es crucial que el objetivo económico no sea el único impulsor de sus actividades, sino que estas también busquen generar un impacto positivo en la sociedad.
- **Respeto a los derechos humanos:** Esto es esencial, pues el respeto por los derechos humanos es fundamental para promover una cultura de responsabilidad social, por ende, desempeñan un papel crucial.

2.2.4. Responsabilidad Social Empresarial en el Contexto de los Emprendimientos

Gastronómicos

Los emprendimientos gastronómicos requieren de medidas que busquen mejoras ambientales, sociales y económicas, pues la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) cada vez está ganando más atención en diferentes sectores, y en el sector alimenticio no es la excepción.

Grupo Pampas, (2023) menciona que es fundamental explorar los pilares de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la gastronomía y ver cómo estas prácticas benefician tanto la calidad de vida de la comunidad como al negocio.

De esta manera menciona algunos impactos que tienen la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en los emprendimientos gastronómicos:

- **Grupos de interés satisfechos:** La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) satisface las necesidades y expectativas de múltiples grupos de interés, desde los clientes hasta los proveedores y la comunidad local. Al ofrecer alimentos de calidad, opciones saludables y prácticas sostenibles, los emprendimientos gastronómicos pueden construir relaciones sólidas y duraderas con todas las partes involucradas.
- **Ambiente laboral mejorado:** Promover un ambiente de trabajo positivo y seguro es esencial para la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en los emprendimientos gastronómicos y ofrecer a los empleados salarios justos, oportunidades de desarrollo profesional y un lugar de trabajo inclusivo no solo mejora la moral, sino que también aumenta la productividad, la retención del personal y la imagen pública.
- **Posicionamiento en el mercado:** Los consumidores modernos valoran cada vez más a las empresas que se comprometen con prácticas éticas y responsables. Los emprendimientos gastronómicos que implementan la Responsabilidad Social

Empresarial (RSE) no solo cumplen con las expectativas de los clientes, también logran un posicionamiento en el mercado.

Adicionalmente, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en los emprendimientos gastronómicos no solo aporta beneficios al negocio, también contribuye al bienestar de la comunidad y al cuidado del medio ambiente, y de esta manera estos emprendimientos se convierten en agentes de cambio.

2.3. Emprendimientos gastronómicos

Reyes (2020), señala que las clasificaciones de los emprendimientos gastronómicos están basadas en la cultura de una región o país la cual destaca la tendencia de los negocios gastronómicos a surgir y persistir, principalmente en tiempos de crisis ya que esto se debe a la constante demanda de alimentos y la capacidad de estos negocios para adaptarse y ofrecer experiencias culinarias únicas que resuenan con la identidad cultural local.

Cabe considerar que los emprendimientos gastronómicos sobresalen debido a la fuerte influencia de la cultura y a la identidad local, lo cual este conlleva a su éxito, estos negocios se basan en el sector alimentario donde son capaces de ajustarse a la demanda constante de alimento, inclusive en épocas de crisis, además es importante mencionar que estos emprendimientos no solo se enfocan en ofrecer comida, sino que también buscan crear experiencias únicas con los productos que ofrecen a la comunidad local.

Yaccuzi (2018) menciona que un negocio dedicado a la gastronomía debe ofrecer un servicio de calidad este con el fin de satisfacer las necesidades y deseos del cliente, en cuanto estos acudan a dicho negocio y se sientan en confianza desde el momento en que ingresan al lugar y degustar los platos que se ofrezcan en dicho emprendimiento llevándose así una agradable experiencia.

Así mismo un negocio gastronómico debe enfocarse por brindar un servicio de buena calidad con la finalidad de satisfacer las expectativas y necesidades de los clientes ya que es importante que estos se sientan cómodos con los servicios que se les están brindando, además esto abarca no solo el ambiente y la atención recibida, sino también la experiencia culinaria que se les ofrece al momento de disfrutar de los productos que se brindan en dicho negocio, esto con la finalidad de que los clientes se lleven una impresión positiva y memorable.

2.3.1. Tipos de emprendimientos gastronómicos

(Esdai, 2023), se hacen presente los principales tipos de establecimientos de alimentos y bebidas que existen y las oportunidades que ofrecen:

- **Restaurantes.** En estos establecimientos, los comensales disfrutan de una amplia variedad de platos preparados, bebidas y cocteles

Los hay de muchas categorías y especialidades, como los bufetes, restaurantes de alta cocina inolvidables o los bistrós locales que sirven delicias caseras; cada uno tiene su propio encanto y oportunidades únicas para explorar nuevos sabores y estilos culinarios

- **Cafeterías.** Las cafeterías son lugares ideales para quienes buscan comodidad y café de calidad. En estos establecimientos, el café se convierte en el protagonista, y la atmósfera acogedora es esencial.
- **Food trucks.** En su inicio, los food trucks eran simplemente carros tirados por caballos que ofrecían comida rápida en la calle. Con el tiempo, evolucionaron para incluir una variedad de cocinas y platos gourmet y tomaron mucha popularidad a principios de los años 2000, además su movilidad les permite llegar a diferentes ubicaciones y públicos, lo que los hace ideales para eventos especiales, ferias, festivales y áreas de alto tráfico.

- **Comida para llevar (Takeaway).** La comida para llevar satisface la creciente necesidad de conveniencia en nuestra vida ocupada, por ello se especializa en que los alimentos ya estén listos y empacados para cuando los usuarios los soliciten.
- **Catering.** La función principal del catering es elaborar y servir comidas en eventos especiales. Es idóneo para bodas, conferencias, y otras celebraciones donde la comida de calidad y la organización son indispensables.

2.3.2. Crecimiento económico en los emprendimientos gastronómicos numeración

Los emprendimientos gastronómicos desempeñan un papel clave en el país, además de ser una industria generadora de empleo tanto directo como indirecto, también impulsa el turismo y promueve la producción local. Los viajeros buscan experiencias culinarias auténticas, lo que aumenta la demanda de servicios turísticos y contribuye al crecimiento económico.

Asimismo, los negocios gastronómicos favorecen la utilización de productos locales, lo que apoya a los agricultores y proveedores locales, fortaleciendo las cadenas de suministro y promoviendo el desarrollo económico en las comunidades rurales. Además, la gastronomía tiene un impacto en el comercio internacional.

Los platos y productos gastronómicos autóctonos pueden convertirse en productos de exportación, generando ingresos y fortaleciendo la balanza comercial del país. Además, la gastronomía estimula la inversión y el emprendimiento al inspirar a nuevos emprendedores a ingresar al sector, creando restaurantes, servicios de catering y otros negocios relacionados. Esto estimula la competencia, la innovación y el desarrollo empresarial, impulsando así la economía y la creación de empleo. (AE, 2023)

2.3.3. Factores Clave para el Éxito de los Emprendimientos Gastronómicos

Los emprendimientos de gastronomía surgen como una respuesta al crecimiento económico y la búsqueda de generación de empleo en zonas locales (Paz & Quezada, 2019, como se citó en Recillo, 2022). Los emprendimientos gastronómicos necesitan implementar factores claves para asegurar el éxito.

En este contexto, dentro de sus investigaciones menciona los siguientes factores:

- **Satisfacción laboral de los empleados.** Es un factor integral pues está estrechamente vinculada al bienestar general de los empleados, así mismo los empleados satisfechos están más dispuestos a contribuir con ideas innovadoras y soluciones creativas.
- **La recomendación de los clientes.** La recomendación de los clientes es un factor crucial para construir una base de clientes confiable y aprovechar el marketing de boca a boca.
- **Perseverancia.** Es esencial porque proporciona la fortaleza emocional y mental necesaria para enfrentar y superar los desafíos inherentes al mundo del emprendimiento.
- **Empatía hacia el cliente.** Este factor no solo mejora la experiencia de los clientes, también aporta numerosos beneficios, incluyendo la lealtad del cliente, mayor satisfacción y ventaja competitiva, que a su vez fomenta una cultura de empatía en el servicio al cliente y se convierte en una inversión estratégica que puede generar resultados positivos a largo plazo
- **Apariencia del local.** Tiene un impacto significativo en la percepción de los clientes y de la experiencia, ya que tiene un papel crucial en la percepción de la marca y el éxito en general.

- **Calidad del producto.** La calidad del producto se evalúa en función del sabor de los platos, dando prioridad al uso de ingredientes frescos y recetas propias para lograr una combinación sólida y distintiva frente a la competencia.

2.3.4. Impacto de los Emprendimientos Gastronómicos en la Comunidad Local

numerar

Portal Ávila, (2021) señala que el emprendimiento puede ser una herramienta poderosa para transformar y fortalecer las comunidades locales, tienen un impacto significativo en la economía a través de la creación de nuevos negocios y la generación de empleo.

Binz & De Conto, (2018) manifiestan algunos de los impactos que tienen los emprendimientos gastronómicos:

- **Impacto Económico.** Los emprendimientos gastronómicos crean puestos de trabajo directos e indirectos, ya que no solo contratan personal para operar en sus establecimientos, sino que también benefician a sus proveedores locales.
- **Impacto social y cultural.** A menudo promueven cocina local y tradicional, lo que ayuda a preservar y difundir el patrimonio cultural culinario de una comunidad.
- **Impacto ambiental.** Muchos emprendimientos gastronómicos están adoptando prácticas sostenibles, como el uso de ingredientes locales, reducción de residuos, implementación de técnicas de cocina ecológicas, etc

CAPITULO II

3. DIAGNÓSTICO Y ESTUDIO DE CAMPO

3.1. Metodología

Para el desarrollo del trabajo de titulación se consideraron las siguientes metodologías, existen muchas metodologías para efectuar este trabajo, pero estos fueron los siguientes métodos y técnicas que se utilizaron.

3.1.1. Método de inducción y deducción

Rodríguez y Pérez (2017) como se citó Quesada & Medina, (2020) dicen que la inducción es una forma de razonamiento en la que se pasa del conocimiento de casos particulares a un conocimiento más general, encontrando los rasgos comunes en un grupo definido, para llegar a conclusiones de los aspectos que lo caracterizan. Mientras que la deducción es una forma del razonamiento, mediante el cual se pasa de un conocimiento general a otro de menor nivel de generalidad.

Este método inductivo servirá para evaluar datos específicos sobre varios emprendimientos gastronómicos en Chone que implementan prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y así identificar cómo están impactando en la comunidad local, el medio ambiente y la economía local.

Mientras que el método deductivo implica comprender los principios básicos de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y su potencial impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente y así mismo recopilar datos específicos que respalden o refuten la hipótesis.

3.1.2. Método bibliográfico

Se trata de uno de los principales pasos para cualquier investigación e incluye la selección de fuentes de información. Se le considera un paso esencial porque incluye un conjunto de fases que abarcan la observación, la indagación, la interpretación, la reflexión y el análisis para obtener bases necesarias para el desarrollo de cualquier estudio. (Yumpu, 2021)

Este método es de gran importancia ya que gracias a este se puede recaudar información en base a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y los emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Chone, donde es un paso clave para cualquier investigación es elegir adecuadamente las fuentes de información. Este proceso es esencial porque involucra diversas etapas como la observación, la investigación, la interpretación, la reflexión y el análisis, que son fundamentales para establecer las bases de cualquier estudio.

3.1.3. Método de análisis

Según Rodríguez y Pérez (2017) el método analítico tiene gran utilidad para la búsqueda y el procesamiento de la información empírica, teórica y metodológica. El análisis de la información posibilita descomponerla en busca de lo que es esencial en relación con el objeto de estudio, mientras que la síntesis puede llevar a generalizaciones que van contribuyendo paso a paso

Utilizar el método analítico permitirá buscar y procesar información empírica, teórica y metodológica relacionada con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en los emprendimientos gastronómicos lo que implica recopilar datos sobre las prácticas, así como teorías y metodologías previas utilizadas en estudios similares.

3.1.4. Métodos empíricos

Según Bernal, (2010) cómo se citó en Instituto de Ciencias Económico Administrativas, (2020) estos métodos se basan en la experiencia en el contacto con la realidad, es decir, se fundamentan en la experimentación y lógica que, junto a la observación de fenómenos y su análisis estadístico, son los más utilizados en el campo de las ciencias sociales y las ciencias naturales.

3.2. Técnicas

3.2.2. Encuestas

Es una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población (Torres et al., s.f.).

Las encuestas nos permitirán cuantificar cuantos emprendimientos gastronómicos de la ciudad de chone están implementando prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), además preguntas específicas sobre tipos de iniciativas, como la reducción de residuos, el uso de productos locales, o programas de apoyo comunitario.

3.3. Población y muestra

3.3.1. Población

Para Ventura, (2018) la población es un conjunto de elementos que contienen ciertas características que se pretenden estudiar. Por esa razón, entre la población y la muestra existe un carácter inductivo (de lo particular a lo general), esperando que la parte observada (en este caso la muestra) sea representativa de la realidad (entiéndase aquí a la población); para de esa forma garantizar las conclusiones extraídas en el estudio.

En esta investigación la población que se analizara serán los emprendimientos gastronómicos de la ciudad de chone.

FUNCIÓN	CANTIDAD
• Dueños	334
TOTAL	334

Tabla 1: Población

Elaboración: (Vera y Zambrano, 2024)

3.3.2. Muestra

La muestra de un estudio debe ser representativa de la población de interés, el objetivo principal de seleccionarla es hacer inferencias estadísticas acerca de la población de la que proviene y la selección debe ser probabilística (García, 2013).

La siguiente formula que se presenta a continuación se determinara la muestra a investigar:

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

Donde:

n: Tamaño de la muestra buscado

N: Tamaño de la población

Z: Parámetros estadísticos que dependen del nivel de confianza

e: Error de estimación máximo aceptado

p: Probabilidad de que ocurra el evento estudiado

q: (1- p) Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

De acuerdo con lo mencionado anteriormente se reemplaza la formula.

Nivel de confianza	Zalfa
99%	2.58
95%	1.96
90%	1.645

Tabla 2: Parámetros estadísticos (N/C)

Fuente: (Sevilla, 2019)

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

$$n = \frac{334 * 1.96^2 * 0.40 * 0.30}{0.09^2(334 - 1) + 1.96^2 * 0.40 * 0.30}$$

$$n = \frac{153.97}{3.118292}$$

$$n = 49$$

El tamaño de nuestra muestra calculado es aproximadamente 49.

3.4. Ubicación

La investigación se realizó en el Cantón Chone provincia de Manabí, se localiza en el centro norte de la región costa, es uno de los cantones con mayor extensión que cuenta la provincia de Manabí.



Ilustración 1 Ubicación geográfica del Cantón Chone, Google Earth (2024)

3.5. Levantamiento de información y resultados

El levantamiento de información se realizó en los emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Chone siendo un total de 49 encuestados. La muestra que se utilizó es del cien por ciento de los emprendimientos gastronómicos que está escogida en un total de 49 emprendimientos de la ciudad de Chone.

3.6. Resultados

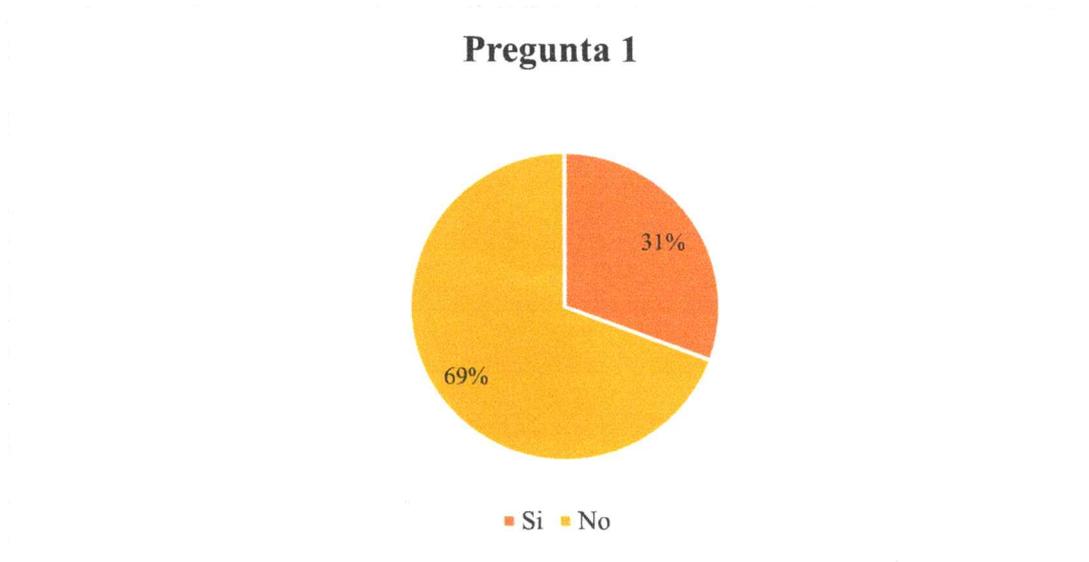
3.6.1. Análisis e interpretación de los resultados

Pregunta 1: ¿Conoce el concepto de Responsabilidad Social Empresarial?

Tabla 3 Concepto de Responsabilidad Social Empresarial

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	15	31%
No	34	69%
Total	49	100%

Ilustración 2 Concepto de Responsabilidad Social Empresarial



Fuente: Encuesta dirigida a los emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Chone

Elaborado por: Merly Vera y Karol Zambrano

Análisis e interpretación de datos

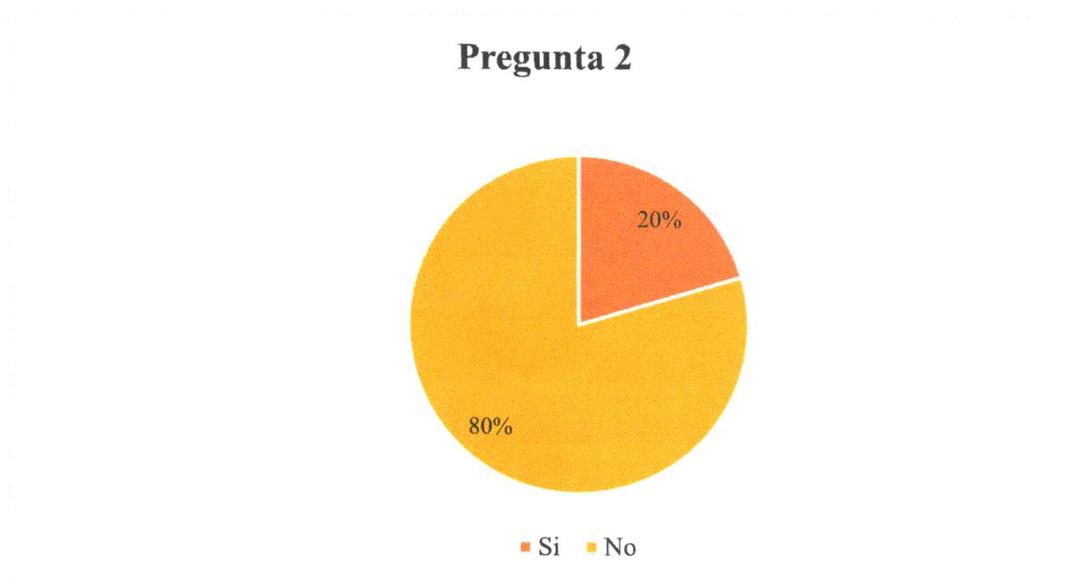
El 69% de los encuestados desconoce el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), frente al 31% que si lo conoce. Esto muestra una brecha significativa en su comprensión, destacando la necesidad de sensibilizar y educar sobre la importancia de integrar practicas sociales y ambientales en las empresas.

Pregunta 2: ¿Implementa en su emprendimiento prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?

Tabla 4 Implementación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	20%
No	39	80%
Total	49	100%

Ilustración 3 Implementación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial



Fuente: Encuesta dirigida a los emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Chone

Elaborado por: Merly Vera y Karol Zambrano

Análisis e interpretación de datos

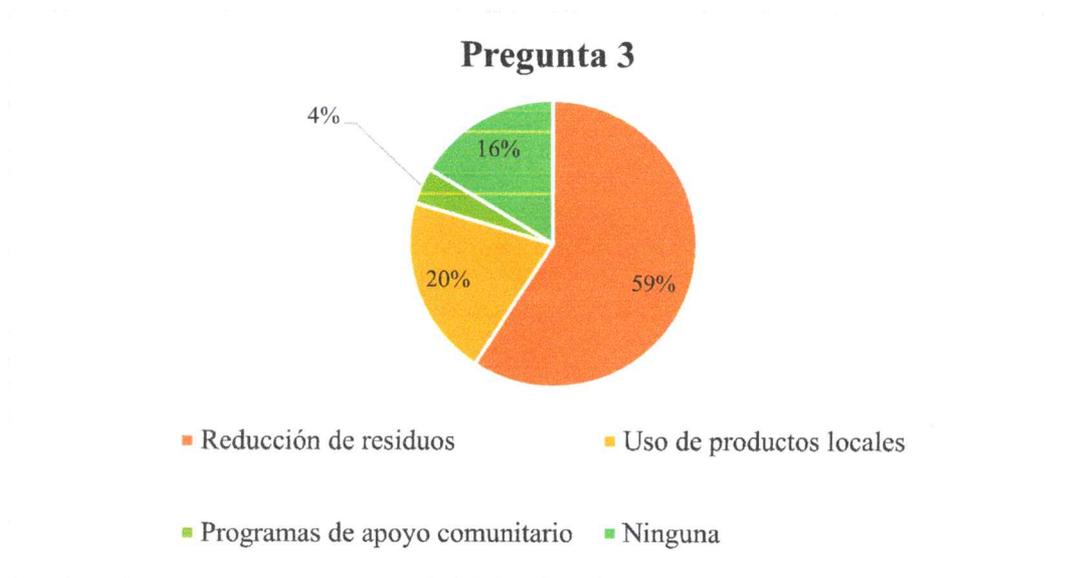
El 80% de los encuestados no implementa prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en sus emprendimientos, mientras que solo el 20% si lo hace. Esto refleja una baja adopción de estas prácticas, probablemente vinculada al desconocimiento del concepto y sus beneficios, lo que resalta la necesidad de promover su implementación en el ámbito emprendedor.

Pregunta 3: ¿Qué tipo de prácticas de RSE implementa en su emprendimiento?

Tabla 5 Tipo de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Reducción de residuos	29	59%
Uso de productos locales	10	20%
Programas de apoyo comunitario	2	4%
Ninguna	8	16%
Total	49	100%

Ilustración 4 Tipo de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial



Fuente: Encuesta dirigida a los emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Chone

Elaborado por: Merly Vera y Karol Zambrano

Análisis e interpretación de datos

La mayoría de los encuestados que implementan prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en sus emprendimientos se enfocan en la reducción de residuos con un resultado de 59%, seguido del uso de productos locales con un 20%. Sin embargo, solo el 4% desarrollo programas de apoyo comunitario y el 16% no aplica ninguna práctica.

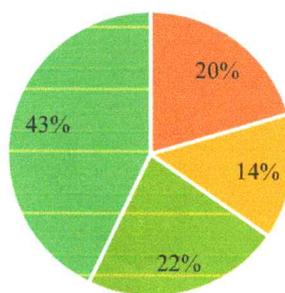
Pregunta 4: ¿Con que frecuencia revisa y actualiza sus prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?

Tabla 6 Revisión y actualización de las prácticas de RSE

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Mensualmente	10	20%
Trimestralmente	7	14%
Anualmente	11	22%
Nunca	21	43%
Total	49	100%

Ilustración 5 Revisión y actualización de las prácticas de RSE

Pregunta 4



■ Mensualmente ■ Trimestralmente ■ Anualmente ■ Nunca

Fuente: Encuesta dirigida a los emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Chone

Elaborado por: Merly Vera y Karol Zambrano

Análisis e interpretación de datos

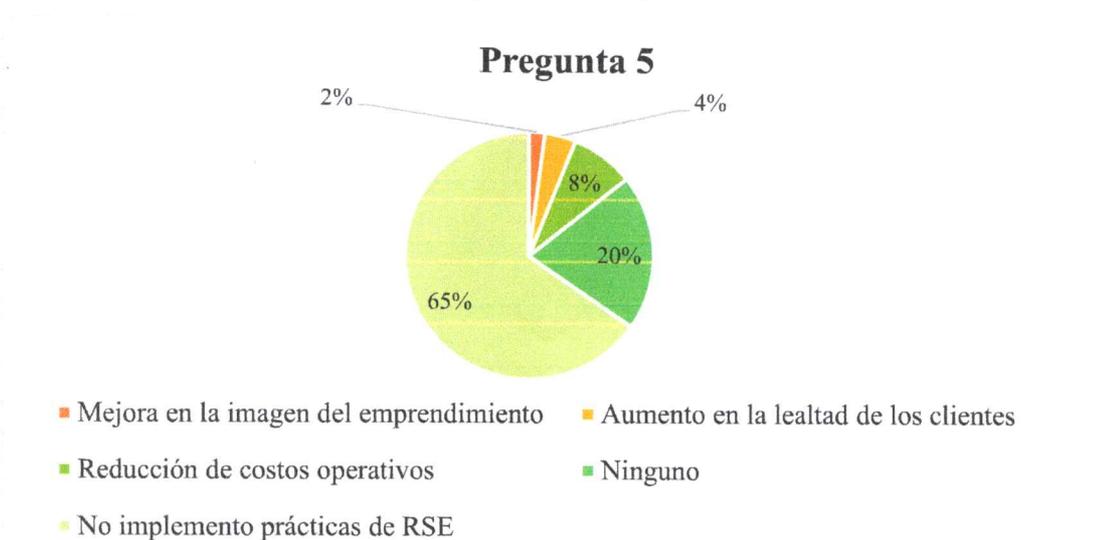
El 43% de los encuestados nunca revisa ni actualiza sus prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), mientras que un 22% lo hace anualmente, un 20% mensualmente y un 14% trimestralmente, esto indica que, a pesar de que algunos emprendedores realizan revisiones periódicas, una proporción considerable no da seguimiento a estas prácticas, lo que podría afectar su efectividad y alineación con los cambios sociales y empresariales.

Pregunta 5: ¿Qué beneficios observa en su emprendimiento debido a la implementación de prácticas de la Responsabilidad Social Empresarial?

Tabla 7 Beneficios de las prácticas de RSE

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Mejora en la imagen del emprendimiento	1	2%
Aumento en la lealtad de los clientes	2	4%
Reducción de costos operativos	4	8%
Ninguno	10	20%
No implemento prácticas de RSE	32	65%
Total	49	100%

Ilustración 6 Beneficios de las prácticas de RSE



Fuente: Encuesta dirigida a los emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Chone

Elaborado por: Merly Vera y Karol Zambrano

Análisis e interpretación de datos

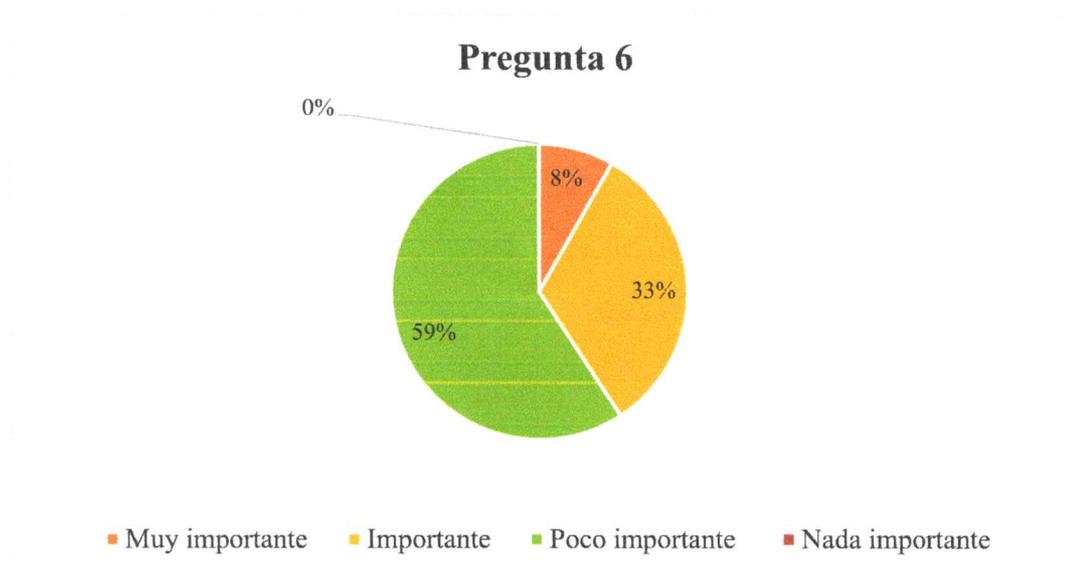
La mayoría de los encuestados con un 65% no implementan prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), y un 20% no percibe beneficios en sus emprendimientos. Solo un porcentaje reducido observa mejoras, como reducción de costos con un 8% de los encuestados, aumento en la lealtad de los clientes con un 4% y mejora de la imagen un 2%. Esto evidencia una baja adopción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y una falta de percepción sobre sus posibles ventajas, lo que señala la necesidad de educar sobre los beneficios estratégicos que estas prácticas pueden aportar.

Pregunta 6: ¿Qué tan importante considera que es la Responsabilidad Social Empresarial para el éxito de los emprendimientos?

Tabla 8 Importancia de la RSE

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	4	8%
Importante	16	33%
Poco importante	29	59%
Nada importante	0	0%
Total	49	100%

Ilustración 7 Importancia de la RSE



Fuente: Encuesta dirigida a los emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Chone

Elaborado por: Merly Vera y Karol Zambrano

Análisis e interpretación de datos

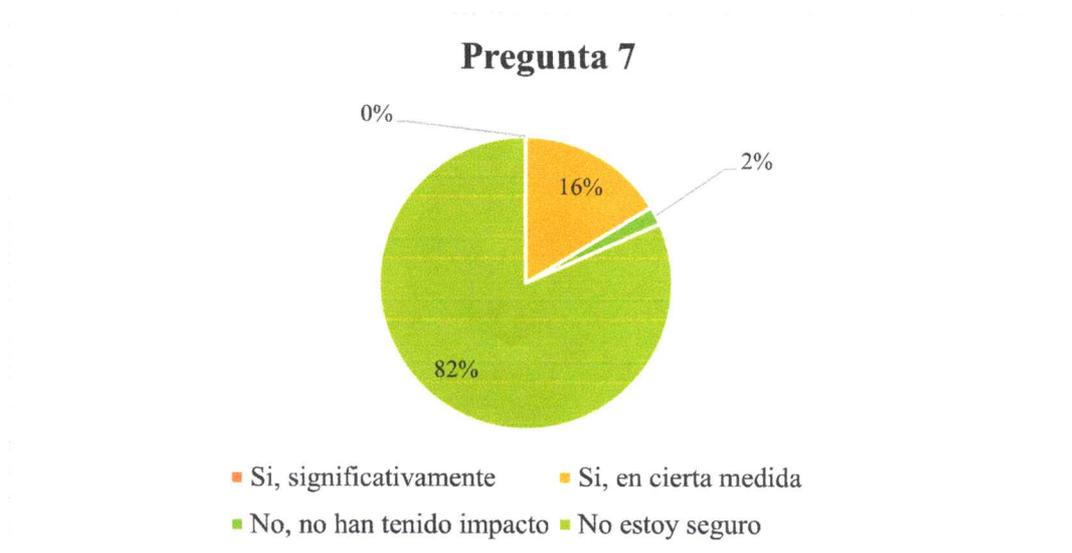
El 59% de los encuestados considera que la Responsabilidad Social Empresarial es poco importante para el éxito de los emprendimientos, mientras que un 33% la ve como importante y solo un 8% la considera muy importante, eso indica una percepción generalizada de que la Responsabilidad Social Empresarial no tiene un impacto directo significativo en el éxito de los negocios.

Pregunta 7: ¿Considera que las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial generan resultados positivos en la comunidad local?

Tabla 9 Resultados de las prácticas de la RSE en la comunidad local

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si, significativamente	0	0%
Si, en cierta medida	8	16%
No, no han tenido impacto	1	2%
No estoy seguro	40	82%
Total	49	100%

Ilustración 8 Resultados de las Practicas de la RSE en la counidad local



Fuente: Encuesta dirigida a los emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Chone

Elaborado por: Merly Vera y Karol Zambrano

Análisis e interpretación de datos

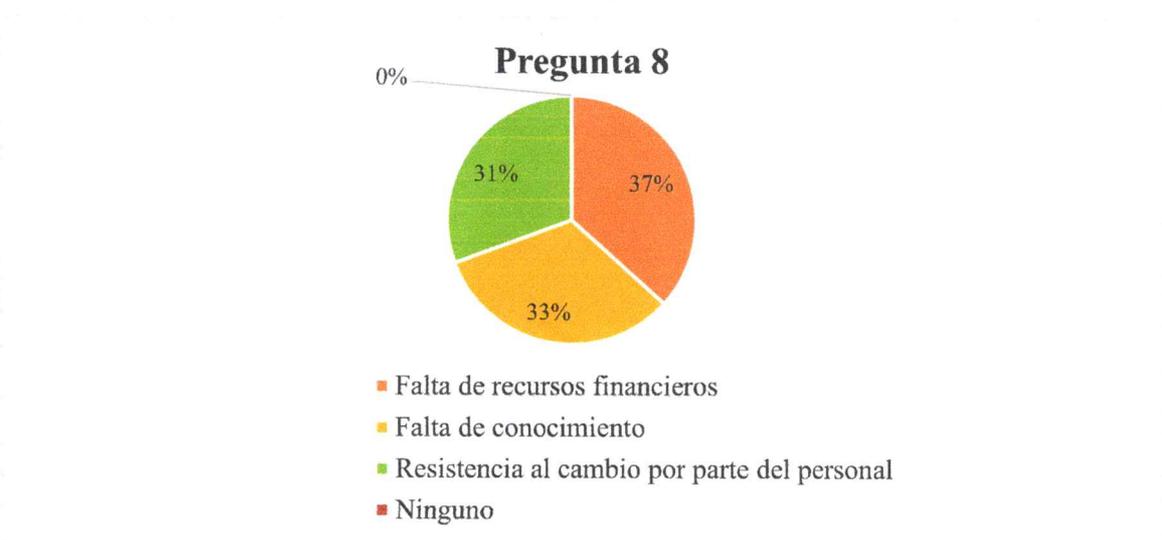
El 82% de los encuestados no están seguros sobre si las prácticas de responsabilidad Social Empresarial generan resultados positivos en la comunidad local, mientras que un 16% cree que, si lo hacen en cierta medida, solo un 2% considera que no han tenido impacto. Esto refleja una falta de claridad o visibilidad sobre los efectos de la Responsabilidad Social Empresarial en la comunidad.

Pregunta 8: ¿Qué desafíos ha enfrentado al implementar prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en su emprendimiento?

Tabla 10 Desafíos al implementar prácticas de RSE

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Falta de recursos financieros	18	37%
Falta de conocimiento	16	33%
Resistencia al cambio por parte del personal	15	31%
Ninguno	0	0%
Total	49	100%

Ilustración 9 Desafíos al implementar practicas de RSE



Fuente: Encuesta dirigida a los emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Chone

Elaborado por: Merly Vera y Karol Zambrano

Análisis e interpretación de datos

Los principales desafíos enfrentados al implementar prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en los emprendimientos son la falta de recursos financieros con un 37%, el desconocimiento con un 33% y la resistencia al cambio por parte del personal con un 31%. Esto evidencia barreras económicas, educativas y culturales que dificultan la adopción de estas prácticas, señalando así mismo la necesidad de apoyo en capacitación, financiamiento y gestión del cambio para superar estas limitaciones.

Pregunta 9: ¿Participa su negocio en algún programa de Responsabilidad Social Empresarial a nivel local o nacional?

Tabla 11 Participación en programas de RSE a nivel local o nacional

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	20%
No	39	80%
Total	49	100%

Ilustración 10 Participación en programas de RSE a nivel local o nacional



Fuente: Encuesta dirigida a los emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Chone

Elaborado por: Merly Vera y Karol Zambrano

Análisis e interpretación de datos

El 80% de los encuestados no participa en programas de Responsabilidad Social Empresarial a nivel local o nacional, mientras que un 20% si lo hace. Este resultado refleja una baja participación en programas estructurados de Responsabilidad Social Empresarial, lo que podría indicar una falta de acceso, conocimiento o recursos para involucrarse en iniciativas a nivel local o nacional.

Pregunta 10: ¿Cómo involucra a sus empleados en las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?

Tabla 12 Involucración de los empleados en prácticas de RSE

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Programas de capacitación	3	6%
Incentivos y recompensas	3	6%
Participación en actividades comunitarias	3	6%
Ninguna forma	40	82%
Total	49	100%

Ilustración 11 Involucración de los empleados en prácticas de RSE



Fuente: Encuesta dirigida a los emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Chone

Elaborado por: Merly Vera y Karol Zambrano

Análisis e interpretación de datos

El 82% de los encuestados no involucra a sus empleados en las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, mientras que solo un 6% lo hace a través de programas de capacitación, incentivos y recompensas, y participación en actividades comunitarias. Esto refleja una baja integración de los empleados en las iniciativas de la Responsabilidad Social Empresarial.

3.7. Comprobación de hipótesis

La hipótesis de este trabajo de investigación es: La implementación de prácticas de responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Chone inciden de manera positiva en la comunidad local.

Con base a los resultados obtenidos, se puede evidenciar que la implementación de Practicas de Responsabilidad social Empresarial en los emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Chone es limitada.

De acuerdo con la pregunta 5 ¿Qué beneficios observa en su emprendimiento debido a la implementación de prácticas de la Responsabilidad Social Empresarial? El 65% de los encuestados no implementan prácticas por ende no tienen ningún beneficio, los pocos que observan ventajas destacan aspectos como la reducción de costos con un 8%, el aumento en la lealtad de los clientes un 4% y la mejora de la imagen con un 2%.

En la pregunta 7 ¿Considera que las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial generan resultados positivos en la comunidad local? El 82% de los encuestados no están seguros del impacto positivo de la Responsabilidad Social Empresarial, mientras que solo el 16% considera que tiene un impacto favorable, lo que indica que una falta de conocimiento y visibilidad sobre los beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial.

De acuerdo con este análisis, la hipótesis planteada es negativa debido a la baja adopción de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial y la falta de percepción sobre sus beneficios lo que resalta la importancia de promover la Responsabilidad Social Empresarial y fomentar su implementación y maximizar su impacto.

CAPITULO III

4. DISEÑO DE LA PROPUESTA

4.1. Manual de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial para los emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Chone

4.2. Introducción

La presente propuesta se basa en el análisis y el levantamiento de información que se realizó a los emprendimientos gastronómicos de la ciudad de chone, enfocado en evaluar la implementación de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), el cual se evidencio una baja adopción de estas prácticas, asi como una limitada percepción de su impacto.

La responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un enfoque que busca integrar practicas éticas, sociales y ambientales en las operaciones de las empresas, promoviendo un impacto positivo en la comunidad y el medio ambiente. En el sector gastronómico de la ciudad de chone estas prácticas mejorarían la reputación de los emprendimientos y además contribuirían al desarrollo sostenible de la comunidad.

Este manual tiene como finalidad brindar lineamientos claros para que los emprendimientos gastronómicos implementen las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, además de que es una herramienta practica para facilitar la incorporación de estrategias abordando áreas como el bienestar laboral, el manejo de residuos y el compromiso con la comunidad.

4.3. Objetivo

Proporcionar lineamientos y estrategias para la implementación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en los emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Chone.

4.4. Alcance

Este manual está dirigido a los propietarios y empleados de los emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Chone, incluyendo restaurantes, cafeterías, panaderías y negocios similares, abarcando lineamientos de condiciones de trabajo, desarrollo profesional de los empleados, reducción de residuos, uso eficiente de recursos, adopción de prácticas sostenibles, colaboración con comunidades locales y transparencia en las operaciones.

4.5. Beneficios de implementar prácticas de Responsabilidad Social Empresarial

En la actualidad, las empresas están llamadas a asumir derechos y obligaciones, lo que se denomina ejercer Responsabilidad Social Empresarial, una acción que les faculta poner en marcha sus operaciones, emprendimientos o negocios bajo el compromiso de mantener el bienestar de su entorno, a través de proyectos y programas que impulsan el desarrollo económico, la educación y otras causas sociales (Utpl, 2021).

Este apartado detalla los beneficios que obtienen al incorporar las prácticas responsables tanto internas como externas:

- Mejora de la rentabilidad al fidelizar clientes conscientes de prácticas responsables.
- Acceso a nuevos mercados y oportunidades de financiación por cumplir estándares de sostenibilidad.
- Incremento del compromiso y la satisfacción laboral de los empleados.

- Fortalecimiento de la relación con la comunidad, generando confianza y apoyo.
- Mejora de la calidad de vida en las áreas donde opera el emprendimiento.
- Diferenciación frente a la competencia, destacando como un emprendimiento sostenible.
- Atracción de clientes que valoran el impacto positivo de la sociedad.

4.6. Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial

A continuación, se describen las acciones concretas que los emprendimientos gastronómicos pueden implementar para que su gestión sea más responsable:

Gestión interna y laboral

Condiciones de trabajo. Garantizar horarios justos y pagos acordes con el mercado local, además de proporcionar seguridad social y beneficios complementarios como lo son los bonos o las capacitaciones a los empleados.

Desarrollo del talento. Implementar programas de formación continua para los empleados y fomentar el liderazgo y la participación de los empleados en decisiones operativas.

Diversidad e inclusión. Contratar personal de diferentes géneros, edades y orígenes, así mismo promover un ambiente de trabajo inclusivo y libre de discriminación.

Gestión ambiental

Reducción de residuos. Implementar sistemas de separación de residuos para reciclaje y compostaje, además de capacitar al personal en la gestión adecuada de desechos orgánicos e inorgánicos.

Uso eficiente de recursos. Optar por equipos y tecnologías que reduzcan el consumo de agua y electricidad, así mismo usar empaques biodegradables o reutilizables en lugar de plásticos desechables.

Compra responsable. Priorizar el uso de materias primas locales y de temporada para reducir la huella de carbono.

Relación con la comunidad

Compromiso social. Apoyar programas de alimentación y educación en comunidades que sean más vulnerables y colaborar con iniciativas locales como ferias de productos artesanales o culturales.

Transparencia. Comunicar las prácticas y objetivos de la Responsabilidad Social Empresarial del emprendimiento.

Participación ciudadana. Incentivar a los clientes y empleados a participar en actividades de voluntariado y promover campañas de concienciación como reducción del uso de plásticos o consumo responsable.

4.7. Implementación del manual

Para adoptar las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial se incluye lo siguiente:

- **Fases:** Diagnóstico, planificación, ejecución y evaluación.
- **Indicadores de desempeño:** Medir el impacto de las prácticas que se han implementado.
- **Capacitación:** Formar a los empleados y dueños en la importancia y ejecución de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.

4.8. Conclusiones de la propuesta

La implementación de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en los emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Chone no solo beneficia a la comunidad y al medio ambiente, sino que también fortalece y contribuye al desarrollo económico y sostenible.

Este manual es una guía para los emprendimientos que tengan una gestión responsable alineando todos sus objetivos comerciales con un impacto significativo en la comunidad local, además de asegurar su permanencia y crecimiento en un mercado cada vez más competitivo.

CAPITULO IV

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

La investigación ha evidenciado que la implementación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en los emprendimientos gastronómicos de cantón chone es aún limitada. A pesar de la creciente conciencia sobre la importancia de la sostenibilidad social, muchos emprendedores no han adoptado estas prácticas, lo que se traduce en una percepción negativa sobre los beneficios que podrían derivarse de su implementación.

Además de obtener un porcentaje significativo de los encuestados reconoce que la Responsabilidad Social Empresarial podría generar beneficios, como la fidelización de clientes y la mejora de la imagen empresarial, la falta de conocimiento y visibilidad sobre estas prácticas ha llevado a una baja adopción.

La investigación también ha demostrado que la Responsabilidad Social Empresarial puede fortalecer la relación entre los emprendimientos gastronómicos y la comunidad. Las empresas que implementan practicas responsables tienden a generar confianza y apoyo entre los residentes locales, lo que puede resultar en un entorno más colaborativo y beneficioso para todo

Finalmente, se concluye que es fundamental desarrolla estrategias efectivas y prácticas que faciliten la incorporación de la Responsabilidad Social Empresarial en los emprendimientos gastronómicos, esto incluye la capacitación de los propietarios y empleados sobre la importancia que tiene la responsabilidad social empresarial.

5.2. Recomendaciones

Se recomienda implementar programas de capacitación y sensibilización dirigidos a los propietarios y empleados de los emprendimientos gastronómicos sobre la importancia y beneficios de la responsabilidad social empresarial, donde estos pueden incluir talleres o seminarios donde expliquen como la Responsabilidad Social Empresarial puede mejorar su rentabilidad.

Fomentar la creación de alianza entre los emprendimientos gastronómicos y organizaciones locales para promover prácticas de Responsabilidad Social Empresarial ya que estas alianzas pueden facilitar el acceso a recursos, financiamiento y conocimientos que ayuden a los emprendedores a implementar estrategias sostenibles

Se sugiere establecer un sistema de evaluación que permita a los emprendimientos medir el impacto de sus prácticas de responsabilidad social empresarial en la comunidad y en su propio desempeño, lo cual ayudara a los emprendedores a comprender los beneficios tangibles de la Responsabilidad Social Empresarial.

Finalmente. se recomienda crear una plataforma o red de emprendimientos gastronómicos en chone que comparta buenas prácticas de Responsabilidad Social Empresarial dónde está puede servir como un espacio para el intercambio de experiencia la colaboración en proyectos comunitarios y la promoción de iniciativas que beneficien tanto a los negocios como a la comunidad local.

6. BIBLIOGRAFÍAS

- Ae. (2023). La gastronomía: motor económico del crecimiento y la prosperidad. - Alerta Económica. MAXIMIXE | Alerta Económica. <https://alertaeconomica.com/la-gastronomia-motor-economico-del-crecimiento-y-la-prosperidad-3/>
- Andrade, L., & Andrade, M. (2022). Vista de Responsabilidad Social Empresarial y cómo deben implementarla las empresas para que sean más competitivas. Revistas de la Universidad Nacional de Córdoba. <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/acteeconomica/article/view/40058/40383>
- Binz, P., & De Conto, S. (2018). Gestión de la gastronomía sustentable. Prácticas del sector de alimentos y bebidas en hospedajes. Sistema de Información Científica Redalyc, Red de Revistas Científicas. <https://www.redalyc.org/journal/1807/180760431014/html/>
- Brenes, Y. (2021). ISO 2600: Los 7 principios básicos de la Responsabilidad Social | Conexión ESAN. ESAN Graduate School of Business - ESAN. <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/iso-2600-los-7-principios-basicos-de-la-responsabilidad-social>
- Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M., & Varela, M. (2023). La entrevista, recurso flexible y dinámico. Scielo. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009
- Editorial RSyS. (2021). Responsabilidad Social Empresarial (RSE): qué es, definición, beneficios y ejemplos. Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad. <https://responsabilidadsocial.net/responsabilidad-social-empresarial-rse-que-es-definicion-beneficios-y-ejemplos/>
- García, J. (2013). Cálculo del tamaño de la muestra en investigación en educación médica. Elsevier | Un negocio de análisis de información. <https://www.elsevier.es/es-revista->

[investigacion-educacion-medica-343-articulo-calculo-del-tamano-muestra-investigacion-S2007505713727157#:~:text=La%20muestra%20de%20un%20estudio,La%20selección%20debe%20ser%20probabilística.](#)

Grupo Pampas. (2023). Responsabilidad Social Empresarial, su impacto en la gastronomía. <https://grupopampas.com.mx/blog/cultura/responsabilidad-social-empresarial/#:~:text=Promover%20un%20ambiente%20de%20trabajo,personal%20y%20la%20imagen%20pública.>

Instituto de Ciencias Económico Administrativas. (2020). Métodos empíricos de la investigación. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo :: UAEH. https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/icea/asignatura/mercadotecnia/2020/metodos-empiricos.pdf

PORTAL AVILA. (2021). El Impacto Del Emprendimiento En El Desarrollo Local. <https://portalavila.com/el-impacto-del-emprendimiento-en-el-desarrollo-local/>

Quesada, A., & Medina, A. (2020). Métodos teóricos de investigación: análisis-síntesis, inducción-deducción, abstracto – concreto e histórico- lógico. Researchgate. https://www.researchgate.net/publication/347987929_METODOS_TEORICOS_DE_INVESTIGACION_ANALISIS-SINTESIS_INDUCCION-DEDUCCION_ABSTRACTO_CONCRETO_E_HISTORICO-LOGICOhttp://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308-01322019000300016&lang=es

Recillo, S. (2022). Repositorio Universidad Técnica de Ambato: Identificación de los factores de éxito para superar las fases iniciales del emprendimiento en el sector gastronómico de la

- ciudad de Ambato. Repositorio Universidad Técnica de Ambato: Página de inicio.
<https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/34126>
- Rivera, A. (2014). Los Beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para las empresas. Escuela de Negocios – EOI Escuela de Organización Industrial.
<https://www.eoi.es/blogs/embacon/2014/02/03/los-beneficios-de-la-responsabilidad-social-empresarial-rse-para-las-empresas/>
- San Andrés, R., Calderón, E., Plua, P., & Vergara, N. (2016). Vista de Factores claves para la viabilidad de emprendimientos gastronómicos en momentos de crisis, en Guayaquil. INNOVA Research Journal.
<https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/73/103>
- Sevilla, A. (2019). Nivel de confianza. Economipedia.
<https://economipedia.com/definiciones/nivel-de-confianza.html>
- Torres, M., Paz, K., & Salazar, F. (s.f.). Repositorio UDGVirtual: Métodos de recolección de datos para una investigación. Repositorio UDGVirtual.
<http://148.202.167.116:8080/jspui/handle/123456789/2817>
- Valencia, L. (2021). Dimensiones de la responsabilidad social empresarial - RSE - Blog Uniremington. Blog Uniremington. <https://blog.uniremington.edu.co/dimensiones-de-la-responsabilidad-social-empresarial-rse/>
- Ventura, J. (2018). ¿Población o muestra?: Una diferencia necesaria. Researchgate.
https://www.researchgate.net/publication/320272965_Poblacion_o_muestra_Una_diferencia_necesaria

ANEXO No 1

ENCUESTA PARA LOS EMPRENDIMIENTOS



Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

EXTENSIÓN CHONE

Carrera: Administración de empresas

Instrumento: Encuesta

Objetivo: Determinar cómo las prácticas de responsabilidad social empresarial inciden en los emprendimientos gastronómicos de la ciudad de chone.

Investigador(es): Merly Johana Vera Mejía y Karol Andrea Zambrano Mendoza.

1. ¿Conoces el concepto de Responsabilidad Social Empresarial?

- a) Sí
- b) No

2. ¿Implementa en su emprendimiento prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?

- a) Si
- b) No

3. ¿Qué tipo de prácticas de RSE implementa en su emprendimiento?

- a) Reducción de residuos
- b) Uso de productos locales

c) Programas de apoyo comunitario

d) Ninguna

4. ¿Con que frecuencia revisa y actualiza sus prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?

a) Mensualmente

b) Trimestralmente

c) Anualmente

d) Nunca

5. ¿Qué beneficios observa en su emprendimiento debido a la implementación de prácticas de la Responsabilidad Social Empresarial?

a) Mejora en la imagen del emprendimiento

b) Aumento en la lealtad de los clientes

c) Reducción de costos operativos

d) Ninguno

e) No se implementan practicas

6. ¿Qué tan importante considera que es la Responsabilidad Social Empresarial para el éxito de los emprendimientos?

a) Muy importante

b) Importante

c) Poco importante

d) Nada importante

- 7. ¿Considera que las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial generan resultados positivos en la comunidad local?**
- a) Si, significativamente
 - b) Si, en cierta medida
 - c) No, no han tenido impacto
 - d) No estoy seguro
- 8. ¿Qué desafíos ha enfrentado al implementar prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en su emprendimiento?**
- a) Falta de recursos financieros
 - b) Falta de conocimiento
 - c) Resistencia al cambio por parte del personal
 - d) Ninguno
- 9. ¿Participa su negocio en algún programa de Responsabilidad Social Empresarial a nivel local o nacional?**
- a) Sí
 - b) No
 - c) No estoy seguro
- 10. ¿Cómo involucra a sus empleados en las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?**
- a) Programas de capacitación
 - b) Incentivos y recompensas
 - c) Participación en actividades comunitarias
 - d) Ninguna forma

ANEXO No 2

EVIDENCIA FOTOGRAFICA



Ilustración 12 Evidencia de la encuesta dirigida a los emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Chone (1)



Ilustración 13 Evidencia de la encuesta dirigida a los emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Chone (2)



Ilustración 14 Evidencia de la encuesta dirigida a los emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Chone (3)



Ilustración 15 Evidencia de la encuesta dirigida a los emprendimientos gastronómicos de la ciudad de Chone (4)