



**Pontificia Universidad
Católica del Ecuador**
Seréis mis testigos

ESMERALDAS

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE UN EMPRENDIMIENTO GASTRONÓMICO DE LA CIUDAD DE ESMERALDAS

Línea de investigación: EMPRENDIMIENTO

Autor

Ariana Mabel Franco Tandazo

Asesora

Mgt. Cristina Mendoza Macías

Esmeraldas, Ecuador, febrero, 2024

Tribunal de graduación

Trabajo de tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el Reglamento de grado de la PUCESE previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas.

Mgt. Ma. de Lourdes Solís Murillo
Presidente Tribunal de Graduación

Mgt. Ma. de Lourdes Solís Murillo
Lector 1

Betancourt Aguilar Freddy
Lector 2

Coordinadora de carrera
Mgt. Cristina Mendoza Macías

Directora de Tesis
Mgt. Cristina Mendoza Macías

Fecha: Esmeraldas, febrero de 2024

Autoría

Yo, FRANCO TANDAZO ARIANA MABEL portador de la cédula de ciudadanía N° 0803598556, constato y declaro que esta investigación es de mi autoría, respetando todas las fuentes de información, realizando sus respectivas citas pertinentes.

Siendo así que, el contenido de este trabajo de grado es de única responsabilidad legal y académica de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador y del autor.

ARIANA MABEL FRANCO TANDAZO

CC: 0803598556

Certificación del asesor

Yo, Mgt. Cristina Mendoza Macías, en calidad de directora de tesis, cuyo título es “Responsabilidad social empresarial de un emprendimiento gastronómico de la ciudad de Esmeraldas”, certifico haber revisado que el trabajo cumple con los requisitos de calidad, originalidad y presentación exigibles y que se han incorporado las sugerencias del Tribunal, al trabajo de grado.

Mgt. Cristina Mendoza Macías

DIRECTORA DE TESIS

Dedicatoria

Dedico esta tesis de grado a Dios, quien me fortaleció, guio y acompaño en cada momento de mi vida, aquel que con amor me enseñó a esforzarme y a no darme por vencida.

Así también, a mi familia por motivarme, apoyarme y darme su amor para continuar y superar esta etapa de mi vida.

Y, a todas aquellas personas que en el transcurso de mi carrera universitaria aportaron y brindaron de su ayuda, paciencia y comprensión.

Agradecimiento

Agradezco a Dios, quien me dio la capacidad y me permitió terminar con éxito, alegría y gozo este proyecto de investigación.

A mi familia por haberme acompañado en el transcurso de este arduo trabajo, por su constante apoyo y comprensión para la culminación de este.

De igual manera, a mis docentes quienes me impartieron con dedicación y paciencia las clases y sus conocimientos que aportaron en lo personal y profesional.

Además, agradezco a la administradora y el personal del emprendimiento Santas Alitas que me permitieron aplicar la investigación en su negocio dando respuesta a la encuesta aplicada para conocer y analizar sobre la responsabilidad social empresarial que aplican.

RESUMEN

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.

PALABRAS CLAVE: Responsabilidad social empresarial, medio ambiente, social, emprendimiento.

ABSTRACT

The purpose of this research was to analyze the corporate social responsibility of the Santas Alitas enterprise in the city of Esmeraldas in the year 2023, for which a methodology with a quantitative approach and descriptive scope was applied. The method used was deductive and an exploratory, non-experimental and cross-sectional design. Similarly, for the collection of information the technique applied was the survey and the instrument was a questionnaire, which was grouped into dimensions (legal, ethical, philanthropic and environmental). The population consisted of ten workers belonging to Santas Alitas stores. In general terms, the results showed that the dimensions related to social responsibility are positive and acceptable. Finally, it was concluded that Santas Alitas' CSR level is acceptable because it is evident that it carries out responsible practices to contribute to stakeholders.

KEYWORDS: Corporate social responsibility, environment, social, entrepreneurship.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Tribunal de graduación.....	ii
Autoría	iii
Certificación del asesor	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT.....	viii
INTRODUCCIÓN	1
Justificación	2
CAPITULO I. MARCO TEÓRICO	5
Bases teóricas científicas.....	5
Antecedentes	10
Marco legal	13
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA.....	15
Contexto de la investigación.....	15
Enfoque de la investigación	15
Alcance de la investigación.....	15
Diseño de la investigación.....	16
Operacionalización de la variable.....	17
Método de la investigación	19
Técnicas e instrumentos utilizados	19
Población.....	19
Análisis de datos	19
CAPÍTULO III. RESULTADOS.....	21
Descripción de la población.....	21
Análisis e interpretación de los resultados.....	21

Dimensión legal.....	21
Dimensión ética.....	22
Dimensión filantrópica.....	23
Dimensión ambiental	24
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN.....	25
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	27
5.1. Conclusiones	27
5.2. Recomendaciones	27
REFERENCIAS.....	28
ANEXOS.....	32

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Instrumentos de evaluación de la responsabilidad social empresarial.....	7
Tabla 2 Operacionalización de la variable.....	17
Tabla 3 Dimensiones y preguntas del cuestionario.....	19
Tabla 4 Descripción de la población.....	21

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Dimensión legal.....	22
Figura 2 Dimensión ética.....	23
Figura 3 Dimensión filantrópica.....	23
Figura 4 Dimensión ambiental.....	24

INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es una idea que se ha posicionado en los diferentes estratos de la sociedad –empresas, universidades, organizaciones sin fines de lucro y gobiernos. Resultado de este posicionamiento es la realización de muchas y diversas acciones por parte de grandes empresas que, con ayuda de organismos internacionales, organizaciones de la sociedad civil y universidades, promueven prácticas de RSE en su cadena de valor. (Raufflet, et al., 2012, p. 2)

Cabe mencionar, que hace años atrás las empresas estaban enfocadas principalmente en hallar las formas o métodos de generar e incrementar sus ingresos, por ello, no se centraban en brindar productos o servicios que realmente beneficiaran al consumidor o que aportaran al cuidado del medio ambiente. Sin embargo, en el transcurso del tiempo la responsabilidad social empresarial (RSE) se ha convertido en una herramienta que debe de considerar todo tipo de empresa porque permite satisfacer las necesidades de los clientes, mantener relaciones laborales en base al respeto, optimizar y minimizar recursos.

De esta manera, León y Santana (2018) expresan que:

Una empresa socialmente responsable es aquella en la cual los tres enfoques interactúan de manera conjunta; el enfoque económico incluye maximizar las ganancias y entregar productos de calidad a los clientes; el enfoque social hace referencia a la preocupación que tiene la empresa en cuanto a sus empleados y el impacto de sus acciones en la sociedad; y el medioambiental constituye la preservación del medio ambiente. (p.11)

Cabe mencionar que alrededor del mundo existen organizaciones y marcas exitosas que aplican eficientemente la responsabilidad social empresarial, un ejemplo claro de la ejecución de esta herramienta de gestión empresarial es Starbucks, una empresa dedicada a la venta de café y bocadillos. Centrada en dejar un impacto positivo mediante la oferta de sus servicios y productos, por ello buscan contratar diversidad de personas entre ellas veteranos, jóvenes y refugiados. Así como también trabajar en conjunto con agricultores para un cultivo responsable y garantizar la calidad del café (Starbucks, s.f.).

Por otro lado, un estudio de investigación realizado en establecimientos gastronómicos del sector La Macarena, Bogotá demostró que tales negocios no cumplen en su totalidad con prácticas vinculadas a la responsabilidad social empresarial, es decir con un comportamiento ético y respeto a los derechos de los colaboradores. Lo cual es un desafío

para las demás empresas, puesto que se visualiza como un método que permite generar ganancias y atraer clientes, y no como prácticas que ayudan a crear un beneficio común (Espinosa et al., 2022).

Así también, en Ecuador existen un sin número de empresas dentro de las cuales solo un pequeño número son las que aplican la responsabilidad social empresarial, siendo este grupo pequeño de compañías las que poco a poco se han preocupado por el respeto a los intereses de las partes interesadas, el impacto ambiental y el efecto o consecuencia de sus actividades comerciales u operativas.

Por ello, el presente trabajo estuvo centrado en analizar y conocer acerca de la responsabilidad social empresarial de Santas Alitas de la provincia de Esmeraldas, el primer negocio en la ciudad dedicado principalmente a la venta de alitas con distintas variedades de salsas. Por lo que se hace importante conocer ¿Cómo es la responsabilidad social empresarial del emprendimiento Santas Alitas de la ciudad de Esmeraldas en el año 2023?

- ¿Cómo es la responsabilidad social empresarial en la dimensión legal de Santas Alitas?
- ¿Cómo es la responsabilidad social empresarial en la dimensión ética y filantrópica de Santas Alitas?
- ¿Cómo es la responsabilidad social empresarial en la dimensión ambiental de Santas Alitas?

Justificación

La presente investigación surgió de la necesidad de analizar en el emprendimiento Santas Alitas la responsabilidad social empresarial lo cual es clave para ser una empresa en busca del bien común, lo que además sirve de guía para que otras organizaciones o emprendimientos implementen la RSE. Por ello, resultó novedoso porque en investigaciones anteriores no se ha analizado sobre esta temática en dicho emprendimiento.

Por tal razón, fue pertinente conocer si el emprendimiento Santas Alitas aplica o cumple con la responsabilidad social empresarial en la dimensión legal, ética, filantrópica y ambiental.

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 ofertados 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.

Por lo tanto, Pérez et al. (2016) señala que:

Las organizaciones modernas que quieren tener éxito en sus operaciones comerciales deben tener como prioridad la consideración de la responsabilidad social empresarial dentro de su gestión, no solamente como un aspecto muchas veces exigido por las leyes de los países, sino como una conciencia transparente del impacto que causa cada industria al medio ambiente, a los recursos y a la sociedad en general. No importa el tamaño ni la naturaleza de la empresa, lo que realmente importa es que se tome conciencia a todo nivel, desde la alta dirección hasta los más bajos niveles organizacionales de que la tierra es la que provee de todos los recursos que se utilizan para la producción, por tanto, se debe cultivar para que las futuras generaciones disfruten de ella. Si una organización pasa desapercibida a la responsabilidad social daña su imagen corporativa, tanto con sus clientes, con sus colaboradores y también con sus proveedores que muchas veces las toman como modelos a seguir en estas prácticas. (p. 176)

Dicho de otro modo, la responsabilidad social empresarial es una herramienta que debe implementar todo tipo de empresa para aportar y contribuir significativamente al medio ambiente, la sociedad, empleados, clientes o de forma general mejorar la calidad de vida de los stakeholders.

Por tanto, los beneficiarios directos de este estudio son la propietaria y los trabajadores de Santas Alitas, porque le permite tener información para tomar decisiones y mejorar en sus prácticas de responsabilidad social, como la priorización del respeto entre todos, lo que motivará al personal aumentando de esta forma la productividad de la empresa.

De igual manera, los beneficiarios indirectos son los clientes, el medio ambiente y la comunidad esmeraldeña, los cuales podrán obtener beneficios como la generación de empleos y mejoras en los productos o servicios que se ofertan. Por último, para la academia este estudio es importante porque aporta a la línea de investigación de la carrera de Administración de Empresas brindando a los estudiantes información y datos acerca de lo fundamental que es la responsabilidad social empresarial y su implementación para la sociedad. Así también, será de utilidad en lo posterior como sustento para trabajos o

investigaciones relacionadas con la responsabilidad social empresarial en emprendimientos.

Objetivo general

Analizar la responsabilidad social empresarial del emprendimiento Santas Alitas de la ciudad de Esmeraldas en el año 2023.

Objetivos Específicos

- Describir la responsabilidad social empresarial en la dimensión legal de Santas Alitas.
- Identificar la responsabilidad social empresarial en la dimensión ética y filantrópica de Santas Alitas.
- Detallar la responsabilidad social empresarial en la dimensión ambiental de Santas Alitas.

CAPITULO I. MARCO TEÓRICO

Bases teóricas científicas

El término de responsabilidad social empresarial (RSE) nació en 1953 por el economista estadounidense Howard Rothmann Bowen en su libro “Social Responsibilities of the Businessman” en el cual menciona y cuestiona la forma en que los empresarios deben de tomar responsabilidad por sus acciones que han provocado un impacto en la sociedad.

Derivando de ahí la idea por la cual se considera que aquellas empresas que hacen uso de los recursos de la sociedad deben concientizarse y buscar la forma de devolver, aportar y generar beneficios para todos, de manera que el mundo en que vivimos se convierta en un lugar en el cual nuestras futuras generaciones puedan habitar.

Definición de la responsabilidad social empresarial

La responsabilidad social empresarial también conocida como responsabilidad social corporativa son prácticas responsables que realizan las empresas a través de sus actividades comerciales para contribuir a la sociedad.

De esta manera, Palacio (2020) define a la responsabilidad social empresarial como:

Un concepto bastante amplio y que puede verse desde diferentes perspectivas, tal es así que hoy en día las empresas sin importar su tamaño aún confunden lo que en realidad es Responsabilidad Social Empresarial con obras de caridad o con la famosa filantropía con la que fue abordado el concepto inicialmente. A raíz de este inconveniente, mundialmente las empresas sin importar si son grandes, medianas o pequeñas están realizando una serie de actividades y estrategias en torno a este tema, ya porque este concepto implica una mayor demanda que invita a las organizaciones a ir más allá de simples obras benéficas e identifiquen la forma en que realmente sus acciones impactan en la comunidad y el entorno donde se desenvuelven siempre mirando desde tres perspectivas: Social, Económica y Ambiental. (p.76)

De este modo, se entiende que existen empresas las cuales aplican de forma errónea la responsabilidad social empresarial, dado que no contribuyen de manera correcta a la sociedad, pues son prácticas que conllevan o requieren de mayor compromiso e inversión de tiempo y recursos para aportar a las partes interesadas.

Evolución de la responsabilidad social empresarial

La responsabilidad social empresarial tiene sus inicios como concepto en el año 1953 y posteriormente alrededor del mismo año y a inicios de 1970 comienzan las empresas a buscar su beneficio propio y el de la sociedad; y toman en cuenta el factor ambiental y los recursos naturales.

Consecutivamente en los años 70 e inicios de la década de los 80 se empezaron a realizar procesos de medición con el fin de evaluar y comprobar que las acciones ejecutadas estaban dando resultados para la sociedad.

En el periodo de 1991 a 2003 las empresas se enfocaron en las necesidades sociales y ambientales. Se globalizaron lo que permitió el ingreso a nuevos mercados, sin embargo, también hubo repercusiones debido a sus actividades económicas.

Finalmente, en el año 2006 a 2015 las empresas habían adoptado la importancia y necesidad de implementar la responsabilidad social empresarial como una herramienta que les permitiría mejorar la sociedad y el planeta en que vivimos (Estupiñan, 2020).

Dimensiones

La responsabilidad social empresarial está compuesta por dos dimensiones, las cuales permiten a las empresas conocer o tener una visión a mayor profundidad hacia donde deben dirigir sus esfuerzos, prácticas y responsabilidades. Estas son:

Interna

Se encuentra relacionada con la RS en el personal que labora en la empresa, la cual además de cumplir con los derechos laborales debe de interesarse en brindar a los colaboradores un espacio de trabajo limpio y seguro, invertir en la formación y adquisición de nuevos conocimientos y hacerlos partícipe de las decisiones que les competen (Dirección del Trabajo, 2005).

Así también, se requiere que el personal sea altamente cualificado, es decir que la selección de éste por parte de la empresa se realice sin discriminación alguna. De igual forma, que los accionistas incentiven o motiven con el fin de que la empresa se convierta en socialmente responsable (Mora et al., 2019).

Externa

Enfocada en los clientes, proveedores y en el respeto hacia el ambiente, es decir los stakeholders a los cuales la empresa debe de brindar un beneficio a través de sus actividades económicas.

A su vez, la empresa al ser socialmente responsable debe de en lo posible generar empleos, lo cual es un aporte para la sociedad en general. Guiarse y comprometerse con los derechos humanos, así como también considerar los problemas ecológicos (Mora et al., 2019).

A continuación, en la Tabla 1 se presentan los instrumentos de evaluación de la responsabilidad social empresarial

Tabla 1

Instrumentos de evaluación de la responsabilidad social empresarial

Instrumentos	Función
Protocolo SA 8000	Creada por la entidad Social Accountability International con el fin de brindar y mejorar el espacio de trabajo de los colaboradores.
Protocolo AA 1000	Es una norma publicada en 2003 por el Instituto de Responsabilidad Social y Ética la cual mediante requisitos define y evalúa el compromiso que las empresas deben de tener frente a los stakeholders.
Norma ISO 26000	Es una norma relacionada con la responsabilidad social empresarial, publicada oficialmente por la ISO en 2010 con el fin de fomentar en las empresas a través de principios la ejecución de prácticas responsables y la búsqueda del beneficio para las partes interesadas.

Norma ISO 26000

Sobre la ISO 26000 se señala que:

Esta Norma internacional proporciona orientación sobre los principios que subyacen en la responsabilidad social, el reconocimiento de la responsabilidad social y el involucramiento con las partes interesadas, las materias fundamentales y los asuntos que constituyen la responsabilidad social y sobre las maneras de integrar un comportamiento socialmente responsable en la organización. (Estupiñan, 2020, p. 21)

Cabe mencionar que, esta guía de responsabilidad social fue diseñada para ser utilizada por cualquier tipo de empresa u organización independientemente de su tamaño, procedencia o sector. Está compuesta por principios voluntarios, los cuales no deben ser cumplidos como requisitos para la obtención de una certificación inexistente. Su finalidad es ayudar mediante una guía a que las organizaciones realicen prácticas para contribuir a los stakeholders (ISO, 2010).

Dicho de otra forma, la ISO 26000 está centrada además de cumplir con las normativas legales lo cual es de carácter obligatorio en que las empresas puedan realizar buenas acciones relacionadas a aspectos económicos, sociales y ambientales.

Principios

Como anteriormente se manifestó esta norma internacional contiene siete principios, los cuales se detallan seguidamente:

Rendición de cuentas: Las empresas tienen la responsabilidad de informar a las partes interesadas sobre el impacto de sus operaciones, actividades y decisiones tomadas que afectaron negativamente, de manera que puedan tomar medidas correctivas

- **Transparencia:** Se refiere a la información que la organización debe de brindar sobre las acciones o actividades que pueden generar un impacto o afectar de alguna manera a la sociedad y al ambiente
- **Comportamiento ético:** La empresa debe de tener o basarse en valores, tales como la integridad, honestidad y equidad
- **Respeto a los intereses de las partes interesadas:** La organización debe de fijarse, responder o considerar los intereses de las partes interesadas

- **Respeto al principio de legalidad:** Indica que la empresa debe de dar a conocer a todos los miembros de esta las leyes establecidas, que rigen o se deben de cumplir porque son de carácter obligatorio
- **Respeto a la normativa internacional de comportamiento:** Las organizaciones deben de considerar y respetar las normativas internacionales de comportamiento
- **Respeto de los derechos humanos:** Se considera fundamental que las empresas puedan respetar, defender, cumplir y hacer válido lo que menciona la declaración universal de derechos humanos (Estupiñan, 2020).

En cuanto a la definición de emprendimiento, Borja et al. (2020) menciona que:

El emprendimiento es el acto de crear un negocio o negocios con el cual se espera generar ganancias. Los emprendedores desempeñan un papel clave en cualquier economía, especialmente por el hecho de que a partir de sus habilidades y la iniciativa necesaria puedan anticipar las necesidades de los individuos y aportar con nuevas ideas en el mercado. En este sentido, la riqueza de los países y su dinámica económica se encuentra muy relacionada con la competitividad de las empresas, la cual, como ya se había manifestado depende en gran medida de las habilidades y capacidades que tienen los empresarios. (p. 184)

Por otro lado, Angulo (2021) señala que:

El emprendimiento es significativo para el desarrollo de cualquier país, evidenciándose en el beneficio que la sociedad recibe de los emprendedores, no solo es hacer referencia a la resolución de problemas del consumidor y la satisfacción de necesidades del mercado, sino también, es reconocer su aporte en la creación de empleos, el desarrollo de políticas públicas para fomentar el emprendimiento, la promoción de una sociedad inclusiva cuya participación se dé de forma equitativa en todos los ámbitos, la innovación de procesos y productos, además del crecimiento económico del país. (p. 35)

Sintetizando a los dos autores, se define al emprendimiento como la forma o método que permite generar ingresos. El cual es de gran beneficio para el país en que se encuentre situado puesto que en medio de su gestión genera oportunidades de empleos, ofrece nuevos e innovadores productos y servicios que permiten llegar a nuevos mercados que tienen demanda insatisfecha.

Tipos de emprendimiento

Alrededor del mundo existen diversos de emprendimientos, entre ellos se encuentran:

- **Pequeños emprendimientos:** también conocidos como microempresas o medianas empresas, compuestas por el jefe y ciertos empleados. Centrados en ofrecer productos de manera local, es decir dentro de la ciudad.
- **Emprendimiento oportunista:** son aquellas empresas que toman la oportunidad que existe en el mercado para cubrir o satisfacer una necesidad.
- **Emprendimiento escalable:** su finalidad no es solo generar ingresos para cubrir las necesidades, es crecer e innovar para ser partícipe dentro de más mercados.
- **Emprendimiento social:** son instituciones sin fines de lucro, las cuales destinan sus beneficios para ayudar y aportar a la sociedad.
- **Emprendimiento espejo o de imitación:** su objetivo es replicar un servicio o producto que es tendencia o que genera resultados exitosos y eficientes, un claro ejemplo son las franquicias.

Por lo tanto, se define a Santas Alitas como un emprendimiento oportunista porque tomó la oportunidad que existió cuando se constituyó en el mercado, lo que le permitió ser el primer negocio en Esmeraldas dedicado principalmente a la venta de alitas. El que, además, es considerado por sus colaboradores como un negocio socialmente responsable, es decir toma en cuenta el impacto de su actividad comercial, las necesidades de las partes interesadas y el beneficio para los mismos, lo que le ha permitido obtener éxito a nivel local, convirtiéndose en uno de los sitios más frecuentados de la ciudad.

Antecedentes

A fin de conocer y comprender a mayor profundidad acerca de la responsabilidad social empresarial que aplica el emprendimiento Santas Alitas se toman en cuenta ciertos estudios previos, los cuales se describen a continuación:

Lora (2018) realizó una investigación cuyo objetivo fue analizar y conocer en McDonald's España el sistema de gestión ambiental y la responsabilidad social corporativa. Para lo cual, se realizó un análisis de la política ambiental de la empresa y el manual de gestión ambiental. Así también se ejecutó una investigación cualitativa para conocer la percepción y la formación de los colaboradores y clientes acerca de la

relevancia del reciclaje y el uso que se le puede dar a los residuos; y obtener mejores resultados a través de posibles propuestas.

Como resultado se halló que el total de residuos finales fue de 233.92 g y de residuos de producción 82.892 g, por lo que se consideró realizar una mejor gestión como la implementación de bolsas de color según corresponda y cubos un poco más aclaradores. Finalmente, se concluyó que McDonald's debe de implementar la ISO 14001 de manera que las demás franquicias cumplan con los principios del Sistema de gestión ambiental. Con respecto a la RSC se denominó que es una herramienta que les ha permitido establecer principios relacionados al voluntariado y la cual ayuda a las demás empresas a realizar prácticas para el cuidado del medio ambiente, los clientes y la sociedad. A su vez, se observó que la empresa genera grandes cantidades de residuos, por lo que se indicó separar las fracciones y así minimizar el impacto antrópico.

Una investigación realizada por Horna et al. (2018) en los restaurantes de Miraflores Perú, buscó establecer las debilidades y fortalezas de la empresa para así planificar el incremento del desempeño a través de indicadores de responsabilidad social. Para ello, se aplicó a los responsables de los 80 restaurantes correspondientes al distrito una encuesta de 58 preguntas comprendida por cuatro componentes (calidad de vida, compromiso con el ambiente, grupos de interés y la comunidad). Como resultados se encontró que la empresa mantiene relaciones estables con la comunidad y grupos de interés, brinda calidad de vida a sus trabajadores y contribuye al cuidado del medio ambiente. Finalmente, se concluyó que los responsables de los restaurantes muestran compromiso en las prácticas de responsabilidad social empresarial.

Núñez (2020) realizó un estudio en empresas gastronómicas de la costanera Encarnacena Paraguay, donde cuyo propósito fue conocer el grado de relevancia que dan los empresarios a la responsabilidad social y el vínculo que tienen con las personas habitantes de la comunidad. Para lo cual se aplicó de entrevistas directas y observaciones in situ a 16 empresas entre ellas hoteles, pensiones y demás. Así como también a 58 viviendas pertenecientes al área de estudio.

Entre los principales resultados se encontró que solo el 30% de las empresas tienen conocimiento sobre la definición de la RS, el 35% alguna vez escucharon acerca el tema y el otro 35% nunca lo hicieron o no lo recuerdan. Además, se demostró que el 79% implementa la RS y el 21% no realiza la aplicación de esta herramienta. Finalmente, se

concluyó ejecutar una investigación más minuciosa para analizar y conocer el progreso de la RS en estas empresas y la perspectiva que tienen los clientes o consumidores acerca de la implementación de esta.

Un estudio realizado por Villacís et al. (2016) buscó realizar un análisis de la RS en Ecuador, para ello utilizó un tipo de metodología: análisis-síntesis y de una revisión bibliográfica en relación con la aplicación de la responsabilidad social en el país. Como resultados se encontró que la responsabilidad social empresarial llegó a Ecuador cuando empresas multinacionales la incorporaron como estrategias de negocios y que además este modelo de gestión no se ha impregnado en su totalidad por parte de las empresas, no obstante, existen grandes, medianas y pequeñas empresas que se han centrado en la contribución y aplicación de prácticas responsables. Finalmente, se concluyó que las normas internacionales relacionadas a la RSE son de gran utilidad para aquellas empresas que buscan constituirse o convertirse en negocios responsables y que toman en cuenta aspectos medioambientales y sociales para el bien común.

Ormaza et al. (2020) realizó una investigación con el objetivo de detallar la RSE en Ecuador, abordando desde la Agenda 2030. Dicho estudio se ejecutó con un paradigma cualitativo junto con la revisión jurídica, teórica y documental. Como resultado se halló que en Ecuador hay un interés por parte de las empresas en la aplicación de la responsabilidad social y desarrollo sostenible, no obstante, en el país existe la corrupción la cual está encaminada hacia el incremento de ingresos de ciertos funcionarios públicos, quienes en su gran mayoría no buscan generar un cambio positivo. Posteriormente, se concluyó que a través de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) establecidos en la Agenda 2023, en Ecuador se han obtenido grandes logros referentes a los factores que componen a la RSE, sin embargo, hace falta que los actores sociales se empoderen de las normas determinadas en la Agenda para evitar el incumplimiento de los objetivos y de esta manera generar conciencia a los empresarios para realizar prácticas responsables.

Aulestia y Pardo (2021) realizaron un estudio a los establecimientos de alimentos y bebidas de los centros comerciales ubicados al norte de Quito para conocer su cumplimiento en las prácticas de responsabilidad social empresarial, por lo cual aplicaron una investigación del tipo descriptivo y exploratorio, con enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo) puesto que se recopiló datos a través de trabajo de campo y se investigó información respectiva a la RSC (artículos, revistas científicas, libros). Así también se

creó una ficha tomando en cuenta las certificaciones internacionales (ISO 26000 y 14001, SA8000 y AA 1000SES), a fin de registrar su cumplimiento.

Obteniendo como resultados que un poco más de la mitad de las empresas (63%) realizan inclusión en la contratación del personal. Otras emplean campañas con fundaciones para recaudar fondos y crean conciencia sobre el consumo excesivo de plásticos, donde solo el 22% usan empaques biodegradables. Por lo tanto, se concluyó que las empresas si realizan algunas prácticas de RSE, donde las más destacadas son la prohibición del uso de sorbetes, equipo de protección para el personal y publicaciones positivas que aportan a la sociedad.

Franco (2023) realizó una investigación cuyo propósito era promover e implementar prácticas de RSE en los restaurantes del cantón de Salinas. Para ello aplicó la investigación exploratoria y el método inductivo. Recopilando información a través de la observación de campo, encuestas digitales y entrevistas por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Salinas, Catastro Turístico, 93 restaurantes y turistas.

En este estudio se obtuvieron como resultados que las prácticas de RSC pueden aportar a mejorar la calidad de las partes interesadas (colaboradores, clientes, ambiente, sociedad). Así también, que la gran mayoría de los gerentes desconocen sobre la RSE, mientras que un 80% de los turistas internacionales indicaron conocer al respecto. Por lo cual, se concluyó que en el transcurso del tiempo hasta la actualidad la responsabilidad social se ha convertido en un tema de suma importancia para la sociedad, por lo tanto, se consideró implementar iniciativas responsables porque son muy pocas las empresas que toman conciencia acerca de las consecuencias de sus actividades económicas.

Marco legal

Respecto al ámbito legal, la presente investigación tiene justificación en sustentos legales, como la Constitución de la República del Ecuador, el Código de trabajo y el Código Orgánico del ambiente, los cuales se detallan a continuación:

La Constitución de la República del Ecuador (2008) indica en el artículo 66 numeral 15 que las personas tienen el derecho de involucrarse o realizar actividades económicas, que pueden ser individual o en conjunto con otras, tomando en cuenta los principios de solidaridad, ambiental y responsabilidad social.

El Código del trabajo (2005) en el artículo 42 numeral 33 manifiesta que todo empleador ya sea público o privado que contenga a su disposición un mínimo de veinticinco trabajadores tiene la obligación de contratar por lo menos a una persona que presente discapacidad para actividades permanentes tomando en cuenta los conocimientos, condición física y aptitudes individuales.

Por otro lado, el artículo 8 numeral 5 del Código Orgánico del Ambiente (2017) indica que todo participante en los procesos de producción, distribución, comercialización y uso de bienes o servicios debe de responsabilizarse con el ambiente a fin de prever, eludir y reparar cualquier impacto negativo causado o posible en el ambiente. Y a su vez, mantener de un sistema que permita controlar y mejorar el desempeño ambiental.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

Contexto de la investigación

La presente investigación se realizó en el año 2023 en los locales de Santas Alitas ubicados en Ecuador en la ciudad de Esmeraldas, situados en el sur de la ciudad en el sector de La Tolita y en el norte en la avenida Kennedy del malecón de Las palmas, en los cuales se analizó la responsabilidad social empresarial.

Cabe mencionar, que Santas Alitas es el primer emprendimiento de Esmeraldas dedicado principalmente a la venta de alitas. Se constituyó en los años de pandemia y actualmente se encuentra posicionado y muy bien reconocido a nivel local.

Cada local está constituido por personas encargadas de la administración del negocio, la cocina, limpieza, atención al cliente y el servicio de caja. Sus horarios de atención son entre las 17:00 a 22:00 el cual varía en feriados o eventos locales.

Además, ofrece diversos productos de comida rápida, tales como picadas, hamburguesas, alitas, carnes, jugos y batidos. Así mismo, realiza diversas promociones y combos de lunes a viernes durante todas las semanas.

Enfoque de la investigación

El enfoque cuantitativo “toma como centro de su proceso de investigación a las mediciones numéricas, utiliza la observación del proceso en forma de recolección de datos y los analiza para llegar a responder sus preguntas de investigación” (Cortés e Iglesias, 2014, p.10). Por ello, el presente estudio hizo uso de este enfoque puesto que, se analizó la responsabilidad social empresarial de Santas Alitas usando tablas y gráficos estadísticos.

Alcance de la investigación

Una investigación de alcance descriptiva “Busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Cortés e Iglesias, 2014, p.20). Por ende, el presente estudio fue de alcance descriptivo, porque describió la aplicación de la responsabilidad social empresarial en Santas Alitas.

Diseño de la investigación

Las investigaciones del tipo exploratoria “se efectúan, normalmente, cuando el objeto es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes” (Cortés e Iglesias, 2014, p.20). Por tal razón, el estudio fue de tipo exploratorio debido a que, en investigaciones anteriores no se ha realizado un análisis de la responsabilidad social empresarial en Santas Alitas.

Una investigación no experimental “se realiza sin manipular en forma deliberada ninguna variable” (Palella y Martins, 2012, p. 87). Por tal motivo, el estudio fue no experimental porque no se controló frente a la realidad las opiniones o respuestas de los colaboradores de Santas Alitas, quienes fueron encuestados de acuerdo con su percepción respecto a las formas en que Santas Alitas implementa la responsabilidad social empresarial.

En las investigaciones transversales “Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (Hernández, et al., 2014, p. 154). Por ello, el estudio también fue transversal dado que, la información se obtuvo una sola vez en el año 2023.

Operacionalización de la variable

A continuación, en la Tabla 2 se presenta la matriz operacionalización de variables, la cual contiene la definición conceptual y operacional, dimensiones, indicadores, ítems e instrumento.

Tabla 2

Operacionalización de la variable

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento
Responsabilidad social empresarial	“La Responsabilidad Social empresarial, es el fenómeno que busca conciliar el crecimiento y la competitividad, integrando al mismo tiempo el compromiso con el desarrollo social y la mejora del medio ambiente” (Arpi, 2013, p. 31).	Describir la responsabilidad social empresarial en la dimensión legal de Santas Alitas. Identificar la responsabilidad social empresarial en la dimensión ética y filantrópica de Santas Alitas.	Legal	Leyes y normativas gubernamentales	20	Cuestionario (Galarza, 2015)
				Condiciones actuales	12	
				Condiciones de trabajo	5,6,7,18	
			Ética	Principios y valores	2,4	
				Expectativas y demandas	16,17	
				Patrocinio y financiamiento	11	
Filantrópica	Donaciones sociales	13				
	Divulgación de responsabilidad	1				

Detallar la responsabilidad social empresarial en la dimensión ambiental de Santas Alitas.	Ambiental	Respeto al entorno Participación en la comunidad Acción preventiva Impacto	19 3,14 8,9,15 10
--	-----------	--	----------------------------

Fuente: Modificado a partir de Galarza (2015)

Método de la investigación

El método deductivo “consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares” (Bernal, 2010, p.59). Por ello, se consideró dentro de la investigación este método porque se aportó y concluyó con argumentos respecto a los hallazgos encontrados en relación a la responsabilidad social empresarial de los locales de Santas Alitas.

Técnicas e instrumentos utilizados

La técnica aplicada fue la encuesta y el instrumento un cuestionario compuesto por 20 preguntas cerradas, las cuales fueron agrupadas en dimensiones (legal, ética, filantrópica y ambiental). Fue construida en base al cuestionario elaborado por Galarza (2015) cuyo tema de investigación fue la responsabilidad social empresarial y el crecimiento empresarial del sector curtiembres de la zona de planificación 3 del Ecuador, en el cual tuvo por objetivo estudiar el grado de relación de la responsabilidad social en el crecimiento empresarial del sector curtiembres de la zona de planificación 3 del Ecuador.

A continuación, se presenta la Tabla 3 de dimensiones y preguntas del cuestionario:

Tabla 3

Dimensiones y preguntas del cuestionario

Dimensiones	Preguntas
Legal	5, 6, 7, 12, 18, 20
Ética	2, 4, 16, 17
Filantrópica	1, 11, 13
Ambiental	3, 8, 9, 10, 14, 15, 19

Población

La población encuestada estuvo constituida por diez personas, las cuales componen los locales de Santas Alitas de la provincia de Esmeraldas.

Análisis de datos

Para la recopilación de la información se solicitó una autorización a la administradora de los locales de Santas Alitas para la aplicación de la encuesta a través de un cuestionario

aplicado en Google Forms para que respondan según su percepción, el cual se envió mediante un enlace a través de WhatsApp a la administradora. Posteriormente, los datos fueron extraídos y analizados en el programa de Microsoft Excel, en el cual se realizaron tablas y figuras por cada pregunta para su respectivo análisis y su presentación en Microsoft Word.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

Descripción de la población

A continuación, en la Tabla 4 se presenta la descripción de la población, en la cual se evidencia que la mayoría de los colaboradores es representada por el género femenino con un 70%, donde las edades más predominantes son entre 18 a 28 años con un 40% y de 29 a 38 años con un 40%. Y como estudios culminados un nivel de bachillerato del 70%.

Tabla 4

Descripción de la población

Detalle	Porcentaje
GÉNERO	
Femenino	70%
Masculino	20%
LGTBI	10%
EDAD	
De 18 a 28 años	40%
De 29 a 38 años	40%
De 39 a 48 años	10%
De 49 a 58 años	10%
ESTUDIOS CULMINADOS	
Nivel de bachillerato	70%
Nivel técnico-tecnológico	10%
Nivel técnico-tecnológico	20%

Análisis e interpretación de los resultados

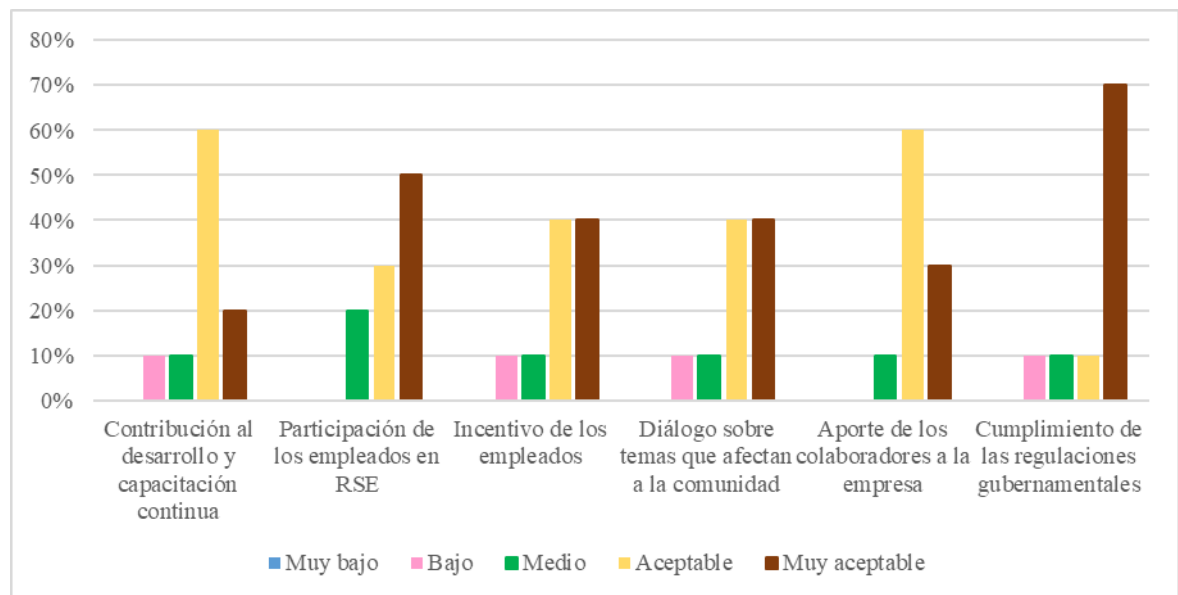
Dimensión legal

En la Figura 1 se presenta la dimensión legal, en la cual se muestra que la contribución al desarrollo y capacitación continua de los trabajadores es aceptable con un 60% y la participación de los trabajadores en la responsabilidad social de la empresa es muy aceptable con un 50%. El incentivo por el correcto desempeño es aceptable con un 40% y muy aceptable con un 40%. En cuanto al diálogo de la empresa sobre temas que afecten

a la comunidad es calificado como aceptable con un 40% y muy aceptable con un 40%. El aporte de los trabajadores a la empresa es aceptable con un 60%. Y con respecto, al cumplimiento de las regulaciones gubernamentales es muy aceptable con un 70%. Por último, se puede observar que la dimensión legal es positiva, dado que se encuentra entre los rangos aceptable y muy aceptable.

Figura 1

Dimensión legal

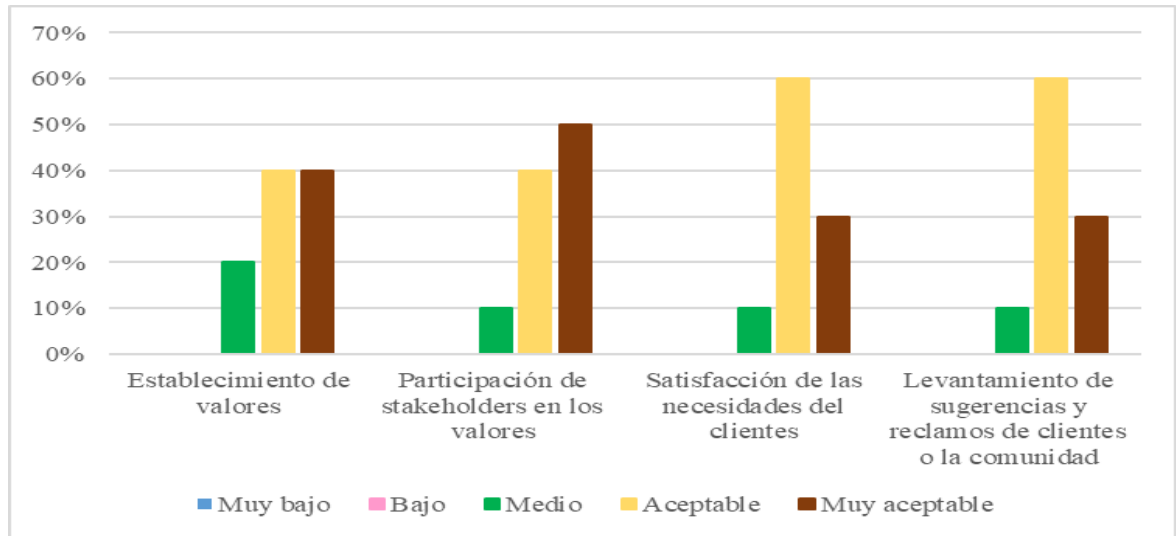


Dimensión ética

Respecto a la Figura 2, se presenta la dimensión ética en donde se evidencia que el establecimiento de los valores por la empresa es aceptable con un 40% y muy aceptable con un 40% y la participación de los stakeholders en los valores es considerado muy aceptable con un 50%. La satisfacción de las necesidades de los clientes es aceptable con un 60% y el levantamiento de sugerencias y reclamos de los clientes es aceptable con un 60%. Finalmente, la valoración de la dimensión ética es positiva.

Figura 2

Dimensión ética

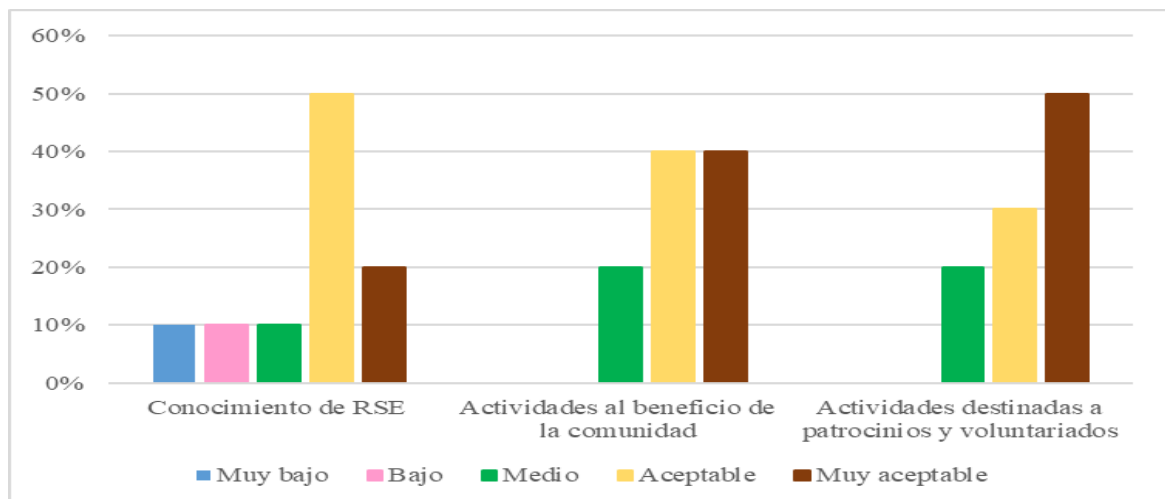


Dimensión filantrópica

Referente a la Figura 3 se presenta la dimensión filantrópica, en la cual se muestra el grado de conocimiento de los colaboradores sobre la responsabilidad social empresarial el mismo que es aceptable con un 50%. Por otro lado, se observa que las actividades por parte de Santas Alitas al beneficio de la comunidad es aceptable con un 40% y muy aceptable con un 40%. Y además, que las actividades destinadas a patrocinios, voluntariados, entre otros es considerada muy aceptable con un 50%. Por último, la valoración de esta dimensión se la define como favorable.

Figura 3

Dimensión filantrópica

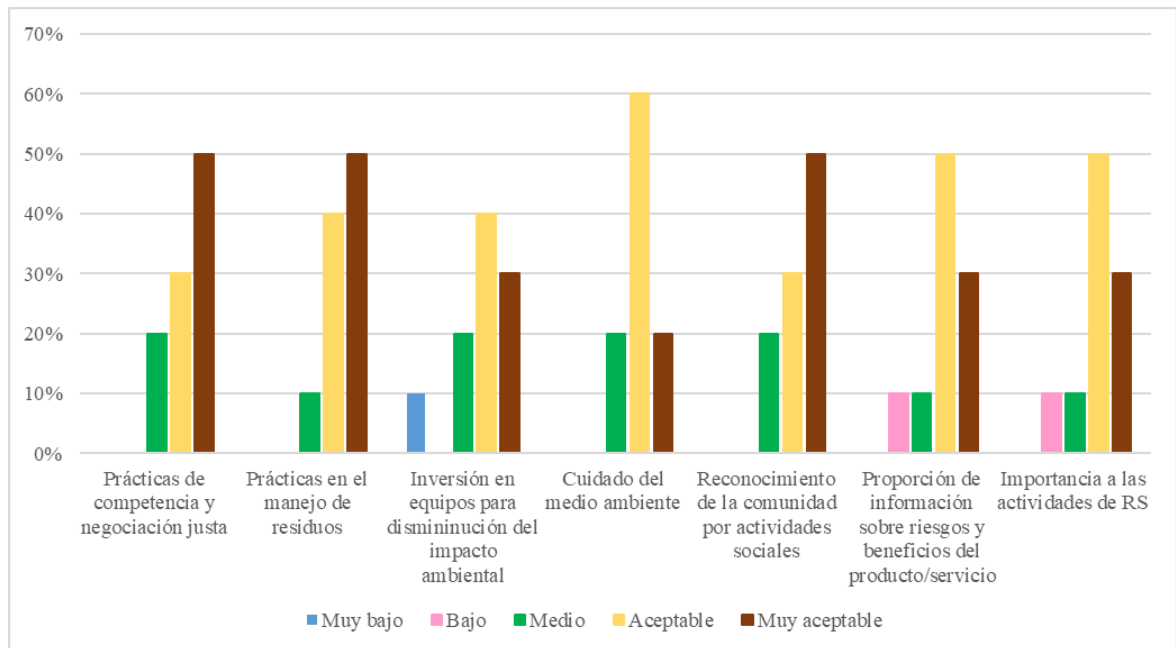


Dimensión ambiental

En cuanto a la Figura 4 se muestra la dimensión ambiental, en la cual se evidencia que las prácticas de competencia y negociación justa son muy aceptables con un 50% y las prácticas en relación al manejo de residuos también son muy aceptables con un 50%. La inversión en equipos para disminuir el impacto ambiental es aceptable con un 40% y cuidado del medio ambiente es aceptable con un 60%. Respecto al reconocimiento de la comunidad que recibe Santas Alitas por actividades sociales es muy aceptable con un 50%. La proporción de información sobre riesgos y beneficios de los productos/servicios es aceptable con un 50% y la importancia que le dan los directivos y colaboradores a actividades de responsabilidad social es aceptable con un 50%. En definitiva, según los datos analizados se establece a la valoración de la dimensión ambiental como positiva.

Figura 4

Dimensión ambiental



CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN

El objetivo general de la presente investigación fue analizar la responsabilidad social empresarial del emprendimiento Santas Alitas. Para lo cual, se trabajó específicamente con los empleados para conocer mediante la información obtenida en qué nivel el emprendimiento aplica la responsabilidad social empresarial en relación a la dimensión legal, ética, filantrópica y ambiental.

Para la realización del análisis se tomó en cuenta información teórica relacionada al tema de estudio. Como hace referencia en su investigación Palacio (2020), en la cual mencionó que diversas empresas del mundo confunden el verdadero significado de la responsabilidad social empresarial y es por tal razón que ahora están ejecutando diferentes estrategias en torno a la temática por la búsqueda del bienestar de los stakeholders. En este sentido, los resultados de la presente investigación coinciden con lo que indica el autor, porque actualmente Santas Alitas también realiza prácticas responsables donde aportan a la sociedad, medio ambiente y a sus clientes tanto externos como internos.

De igual manera, se tomaron en cuenta investigaciones previas para la ejecución del presente estudio, donde Horna et al. (2018) manifestó que los restaurantes de Miraflores donde aplicaron las encuestas realmente se comprometían con la implementación de prácticas responsables por que buscan el bienestar de los trabajadores, contribuyen a la sociedad y demás. Lo cual, concuerda con los resultados obtenidos según la perspectiva de los trabajadores de Santas Alitas, puesto que, la ubican como un emprendimiento que realiza adecuadamente actividades al beneficio de la sociedad donde se desarrolla, contribuye al desarrollo profesional y ejecuta prácticas para la disminución de residuos, lo cual indica que también es un negocio en búsqueda del desarrollo sostenible.

También, los hallazgos del presente estudio demuestran que un poco más de la mitad de los trabajadores conocen acerca de la temática y se puede evidenciar porque ubican a Santas Alitas como un lugar socialmente responsable con sus stakeholders. No obstante, Nuñez (2020) en su investigación a empresas gastronómicas y Franco (2023) en los restaurantes del cantón de Salinas, coincidieron en que la gran mayoría de las empresas y sus gerentes desconocen acerca del significado de la responsabilidad social y, por ende, lo importante que es su implementación, es decir, que tampoco tienen total conciencia sobre cómo pueden afectar a través de sus actividades comerciales a sus clientes y a la comunidad en general. En otras palabras, se puede observar como en el transcurso del

tiempo para las empresas o emprendimientos independientemente de sus tamaños es un tema de gran relevancia, donde les interesa contribuir o aportar y no quitar.

Así mismo, los resultados muestran como Santas Alitas invierte en equipos con el objetivo de ayudar a reducir el impacto ambiental y demás. Ejecutan actividades dirigidas a donaciones y voluntariados, recogen sugerencias por parte de sus clientes y la sociedad, es decir, muestran interés y se preocupan con cumplir con sus expectativas y demandas. Del mismo modo, en el estudio de Aulestia y Pardo (2021) se evidenció como los locales de comidas y bebidas pertenecientes a los centros comerciales del Norte de Quito van en constante avance con respecto a la responsabilidad social empresarial, puesto que, un poco más de la mitad de estos establecimientos ejecutan actividades responsables, se comprometen con el bienestar social y utilizan envases biodegradables con el mismo objetivo de Santas Alitas.

Por otro lado, es importante mencionar que los objetivos de la presente investigación sí se alcanzaron porque se pudo analizar y conocer el nivel en que aplica Santas Alitas la responsabilidad social empresarial, el cual es muy bueno según los hallazgos encontrados. Así también, la información recopilada fue acertada según las preguntas realizadas, las cuales fueron agrupadas en dimensiones.

Cabe recalcar que, durante la investigación se deseaba abordar la dimensión económica y realizar entrevistas a la administradora y los clientes de Santas Alitas para conocer con más detalle sobre las prácticas de responsabilidad social que aplican, sin embargo, por la situación actual de delincuencia e inseguridad que atraviesa la provincia de Esmeraldas fue un obstáculo para realizarlo. No obstante, se sugiere para posteriores o futuras investigaciones abordar la dimensión económica y ejecutar entrevistas, dado que es fundamental para un estudio más minucioso.

Así también, dentro de las limitaciones que tuvo la investigación fue que no se obtuvo información de Santas Alitas, como los valores y objetivos de la misma, por la razón anteriormente mencionada.

Por último, en términos generales la investigación es novedosa porque no se ha realizado un análisis a Santas Alitas, lo cual también aporta como estudios previos para investigaciones futuras.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

En función de los resultados encontrados acerca de la responsabilidad social empresarial de Santas Alitas, se concluyó lo siguiente:

- La responsabilidad social empresarial de Santas Alitas es aceptable porque se evidencia que realiza prácticas responsables para contribuir a los stakeholders.
- Por otra parte, en el marco de la RSE en la dimensión legal Santas Alitas cumple con las normativas establecidas por el gobierno y además contribuye al desarrollo profesional.
- Así mismo, en la dimensión ética y filantrópica en relación con la RSE se mostró que un poco más de la mitad los trabajadores conocen acerca de esta disciplina y en conjunto ejecutan actividades en torno a esta.
- Finalmente, se concluye que la dimensión ambiental investigada en Santas Alitas con relación a la RSE demostró ser apropiada, la comunidad califica muy bien al negocio por actividades sociales y el emprendimiento también les da un aceptable grado de importancia a estas.

5.2. Recomendaciones

- Incluir en futuros estudios la dimensión económica, a fin de analizar a mayor profundidad y conocer acerca de las diferentes formas y actividades que realizan las empresas para aplicar la responsabilidad social en torno a esta dimensión.
- Respecto a la dimensión legal, se sugiere promover y continuar con las capacitaciones de los trabajadores de forma periódica con el propósito de fortalecer al desarrollo profesional.
- En cuanto a la dimensión ética y filantrópica, establecer metas claras que mantengan el compromiso por parte de los stakeholders en el respeto hacia al medio ambiente y la comunidad. Así como también, ejecutar capacitaciones especialmente para aquellos colaboradores que no tienen total conocimiento acerca del concepto de la RSE.
- En relación a la dimensión ambiental, se recomienda para progresar en las prácticas de RSE reducir el consumo de energía eléctrica a través de la instalación de paneles solares.

REFERENCIAS

- Angulo, E. (2021). La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. *Revista digital Investigación & Negocios*, 14(23), 32-48. <http://www.scielo.org.bo/pdf/riyn/v14n23/2521-2737-riyn-14-23-32.pdf>
- Arpi, A. (2013). *Propuesta de Implementación de la Responsabilidad Social Empresarial, y su Registro en el Sistema Contable en la Empresa CADITEX* (Tesis de grado). Universidad Politécnica Salesiana sede Cuenca, Ecuador. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5247/1/UPS-CT002754.pdf>
- Aulestia, A. y Pardo, S. (2021). Responsabilidad Social Empresarial en establecimientos de alimentos y bebidas de Centros Comerciales de Quito. *Revista de la Agrupación Joven Iberoamericana de Contabilidad y Administración de Empresas (AJOICA)*, 22(4), 16-26. https://elcriterio.com/revista/contenidos22_4/Vol22_num4_2.pdf
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Bogotá, Colombia: Pearson Educación de Colombia Ltda.
- Borja, A., Carvajal, H. y Vite, H. (2020). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad. *Revista Espacios*, 41(24), 184. <https://www.revistaespacios.com/a20v41n24/a20v41n24p15.pdf>
- Código del trabajo. (2005). <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Tabajo-PDF.pdf>
- Código Orgánico del Ambiente. (2017). https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/01/CODIGO_ORGANICO_AMBIENTE.pdf
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Cortés, M. e Iglesias, M. (2004). *Generalidades sobre Metodología de la Investigación*. Ciudad del Carmen, México: Universidad Autónoma del Carmen.

- Dirección del Trabajo. (2005). *Responsabilidad social empresarial alcances y potencialidades en materia laboral* (Cuaderno de investigación). https://www.dt.gob.cl/portal/1626/articles-88984_recurso_1.pdf
- Espinosa, L., López, M. y Barrientos, W. (2022). *Responsabilidad social empresarial en los establecimientos gastronómicos de la Macarena en Bogotá* (Tesis de grado). UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES PROGRAMA DE TURISMO, Colombia. <https://repositorio.unicolmayor.edu.co/bitstream/handle/unicolmayor/5734/5.Responsabilidad%20Social-M%c3%b3nica%20Santamar%c3%ada%2c%20Lady%20Neira%20y%20Walter%20V%c3%a1squez%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Estupiñan, G. (2020). *Análisis de la responsabilidad social de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas bajo el enfoque de la ISO 26000* (Tesis de grado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas, Ecuador. <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/2716/1/Estupi%c3%b1%c3%a1n%20Lara%20Hector%20Gabriel.pdf>
- Franco, F. (2023). *Responsabilidad social empresarial en restaurantes post covid-2019 de la cabecera del cantón Salinas* (Examen de grado). UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA, La Libertad. <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/9045/1/UPSE-TDT-2023-0008.pdf>
- Galarza, K. (2015). *La responsabilidad social empresarial y el crecimiento empresarial del sector curtiembres de la zona de planificación 3 del Ecuador* (Tesis de grado). Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/17511/1/T3058i.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F, México: McGrawHill.

- Horna, E., Tamara, S., Ochoa, F. y Uribe, Y. (2018). Responsabilidad social en restaurantes de Miraflores, Lima. *Rev. Investig. Univ. Le Cordon Bleu*, 5(1), 33-42. <https://revistas.ulcb.edu.pe/index.php/REVISTAULCB/article/view/93/237>
- ISO, (2010). *ISO 26000 RESPONSABILIDAD SOCIAL*. https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf
- León, E. y Santana, M. (2018). *Selección y adaptación de un modelo de evaluación de responsabilidad social empresarial - una aplicación práctica* (Trabajo de Titulación). UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS - ESPE, Sangolquí. <https://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/21000/14009/T-ESPE-057596.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Lora, M. (2018). *El Sistema de Gestión Ambiental y la Responsabilidad Social Corporativa de McDonald's España*. (Trabajo de fin de grado). Universitat Autònoma de Barcelona, España. https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2018/220625/TFG_MireiaLoraLara.pdf
- Mora, M., Urgiles, B., González, M. y Maldonado, J. (2019). Herramienta para medir la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial en empresas constructoras. *UDA AKADEAM*, 1(4), 156-188. <https://revistas.uazuay.edu.ec/index.php/udaakadem/article/view/241/320>
- Núñez, G. (2020). Responsabilidad social: vínculos entre empresas gastronómicas y la comunidad en la costanera Encarnacena. *ACINNET Journal*, 10, 1-16. <https://periodicos.unis.edu.br/index.php/acinnet/article/view/296/261>
- Ormaza, J., Ochoa, J., Ramírez, F. y Quevedo, J. (2020). Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(3), 175-193. <file:///D:/Descargas/Dialnet-ResponsabilidadSocialEmpresarialEnElEcuador-7565475.pdf>

- Palacio, A. (2020). Responsabilidad social empresarial: evolución e importancia dentro de las organizaciones. *Revista Colombiana de Contabilidad*, 8(15), 75-85. <file:///D:/Descargas/Dialnet-ResponsabilidadSocialEmpresarial-7830994.pdf>
- Parella, S. y Martins, F. (2012). *Metodología de la Investigación Cuantitativa*. Caracas, Venezuela: Fedupel.
- Pérez, M., Espinoza, C. y Peralta, B. (2016). La responsabilidad social empresarial y su enfoque ambiental: una visión sostenible a futuro. *Revista Universidad y Sociedad*, 8(3), 169-178. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v8n3/rus23316.pdf>
- Raufflet, E., Lozano, J., Barrera, E. y García, C. (2012). *Responsabilidad Social Empresarial*. México, México D.F: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- Starbucks. (s.f.). Responsabilidad. <https://www.starbucks.es/nuestra-responsabilidad>
- Villacís, C., Suarez, Y. y Güillín, X. (2016). Análisis de la Responsabilidad Social en el Ecuador. *Revista Publicando*, 3(8), 452-466. <file:///D:/Descargas/Dialnet-AnalisisDeLaResponsabilidadSocialEnElEcuador-5833426.pdf>

ANEXOS

Anexo 1: Instrumento

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TRABAJADORES DEL EMPRENDIMIENTO "SANTAS ALITAS" DE LA CIUDAD DE ESMERALDAS

Estimado/estimada, soy estudiante de la carrera de Administración de Empresas de la PUCE sede Esmeraldas, estoy desarrollando un proyecto previo a la titulación cuyo propósito es analizar la responsabilidad social empresarial del emprendimiento Santas Alitas de la ciudad de Esmeraldas en el año 2023. Por ello, solicito su colaboración, proporcionándonos la información que consta en la presente encuesta. Los datos recolectados serán tratados de forma académica.

Agradezco la colaboración brindada.

Género

- Femenino
- Masculino
- LGTBI

Edad

- De 18 a 28 años
- De 29 a 38 años
- De 39 a 48 años
- De 49 a 58 años
- Más de 59 años

Estudios culminados

- Educación básica
- Nivel de bachillerato
- Nivel técnico-tecnológico
- Tercer nivel profesionalizante
- Cuarto nivel (Maestría)
- Cuarto nivel (Doctorado)

Señale la frecuencia en la forma en que usted considera responsable socialmente a su empresa en base a la siguiente escala:

1) Muy bajo

2) Bajo

3) Medio

4) Aceptable

5) Muy aceptable

N°	Pregunta	1	2	3	4	5
1	¿Cuál es el grado conocimiento de sus colaboradores en temas de Responsabilidad Social Empresarial?					
2	¿En la empresa se han definido claramente cuáles son los valores que guían su accionar?					
3	¿Cómo calificaría las prácticas de competencia y negociación justa entre su empresa y las de su sector?					
4	¿Cómo calificaría la participación de sus clientes, socios, proveedores y empleados con los valores de su empresa?					
5	¿Cómo calificaría la contribución de su empresa al desarrollo y capacitación continua de sus trabajadores?					
6	¿Cómo evaluaría la participación de los empleados en la Responsabilidad Social de su Empresa?					
7	¿En qué medida considera que la empresa incentiva a sus empleados por el correcto desempeño laboral?					
8	¿En qué grado la empresa ha desarrollado prácticas relacionadas con el manejo de residuos o desechos?					
9	¿En qué medida la empresa ha invertido en equipos, maquinarias y procesos que disminuyen el impacto ambiental?					
10	¿En qué nivel su empresa cumple con el cuidado del medio ambiente?					
11	¿Cómo evaluaría las actividades de su empresa al beneficio de la comunidad?					
12	¿Cómo calificaría el diálogo de su empresa sobre temas delicados, polémicos o negativos que afecten a la comunidad?					

13	¿Cómo calificaría las actividades realizadas por su empresa destinadas a patrocinios, donaciones, financiación de proyectos, voluntariado, entre otros?					
14	¿Cómo calificaría el reconocimiento que recibe su empresa de la comunidad por las actividades sociales que realiza?					
15	¿En qué medida, proporciona su empresa información de los riesgos y beneficios de sus productos/servicios que ofrece a sus clientes y su comunidad?					
16	¿Cómo evaluaría el cumplimiento de su empresa para satisfacer las necesidades de sus clientes?					
17	¿En qué grado la empresa recoge las sugerencias y reclamos de los clientes o de la comunidad en general?					
18	Con respecto a la cultura empresarial social, ¿en qué medida considera que los trabajadores han aportado a su empresa?					
19	¿En qué grado los directivos y trabajadores de la empresa dan importancia a las actividades de Responsabilidad Social?					
20	¿En qué medida considera que su empresa cumple con las regulaciones gubernamentales?					