

LA RESPONSABILIDAD

SOCIAL EMPRESARIAL EN EMPRENDEDORES DE SERVICIOS RELACIONADOS CON LA GASTRONOMÍA

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN ENTREPRENEURS OF SERVICES RELATED TO GASTRONOMY

Betty Giomara Valle Fiallos^{1*}

E-mail: ua.bettyvalle@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0993-4008>

Jimena Elizabeth Montes De Oca Sánchez¹

E-mail: ua.jimenamontesdeoca@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9529-8249>

Aníbal Fernando Franco Pérez²

E-mail: us.anibalfranco@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5958-1618>

¹ Universidad Regional Autónoma de Los Andes, Ambato, Ecuador.

² Universidad Regional Autónoma de Los Andes, Santo Domingo, Ecuador.

* Autor para la correspondencia

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Valle Fiallos, B. G., Montes De Oca Sánchez, J. E. & Franco Pérez, A. F. (2025). La responsabilidad social empresarial en emprendedores de servicios relacionados con la gastronomía. *Universidad y Sociedad*, 17(1), e4873.

RESUMEN

La implementación de la Responsabilidad Social empresarial en las organizaciones y emprendimientos es fundamental para generar un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente. Es una herramienta de gestión y desarrollo que busca ir más allá del simple cumplimiento de la legislación, promoviendo acciones responsables voluntarias que aborden problemas sociales y ambientales. El objetivo de esta investigación es identificar la presencia de responsabilidad social empresarial en servidores gastronómicos de la ciudad de Pelileo, provincia de Tungurahua. Se aplicó una encuesta con 6 preguntas a una muestra de 25 emprendedores. En más de la mitad de los encuestados se aprecia presencia de responsabilidad social, sin embargo, un grupo importante aún no se siente identificados con la tarea. Se determinó que, a mayor edad o grado de educación, mayor es el compromiso con la sociedad.

Palabras clave: Responsabilidad Social empresarial, Servidores gastronómicos, Pelileo.

ABSTRACT

The implementation of corporate Social Responsibility in organizations and ventures is essential to generate a positive impact on society and the environment. It is a management and development tool that seeks to go beyond simple compliance with legislation, promoting voluntary responsible actions that address social and environmental problems. The objective of this research is to identify the presence of corporate social responsibility in gastronomic servers in the city of Pelileo, province of Tungurahua. A survey with 6 questions was applied to a sample of 25 entrepreneurs. In more than half of the respondents, the presence of social responsibility can be seen, however, a significant group still does not feel identified with the task. It was determined that the older the age or level of education, the greater the commitment to society.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Gastronomic servers, Pelileo.

INTRODUCCIÓN

Las empresas tienen el desafío de ser responsables con la manera en que sus procesos impactan a la sociedad y al medio ambiente. La Responsabilidad Social empresarial (RSE) precisamente instituye una obligación de todo negocio de maximizar su impacto positivo en los grupos de interés de la empresa y de minimizar su impacto negativo (Ferrell et al., 2017). Además, las empresas deben poner en práctica principios de sustentabilidad al conducir su negocio. Las actividades de sustentabilidad como la Responsabilidad Social son de tipo voluntario y demuestran la preocupación de la empresa por temas sociales y ambientales (D'Amato et al., 2009).

La RSE se basa en la idea de que las empresas no solo deben cumplir con las leyes y regulaciones vigentes, sino también contribuir activamente al desarrollo sostenible de la sociedad. Esto implica adoptar prácticas responsables en áreas como el respeto a los derechos humanos, la protección del medio ambiente, la promoción de la diversidad e inclusión, el apoyo a comunidades locales y el fomento del desarrollo económico.

Como señala Mendoza et al. (2020) la Responsabilidad Social considera que la empresa es un agente social y sus actuaciones como sus omisiones tienen un importante impacto sobre la sociedad.

Los mencionados autores hacen mención a tres posiciones relacionadas con el concepto, una posición que caracteriza a la responsabilidad social como meramente económica; una intermedia, donde se reconoce la existencia de algunos derechos; y la posición de una responsabilidad plena, en la cual se establece que la responsabilidad social debe incluir la parte social.

En el mundo actual es inaceptable para cualquier organización estar apartada de quienes son impactados por sus acciones, la Responsabilidad Social es la base del desarrollo de cualquier negocio (Núñez et al., 2019). Es importante mencionar que existe evidencia de una correlación entre la RSE y el desempeño financiero de las empresas (Díaz, 2022).

Negocios de alto desempeño se comprometen con prácticas de Responsabilidad Social buscando establecer relaciones sólidas con sus grupos de interés. Estas empresas no solo diseñan y aplican políticas en favor de sus grupos de interés, sino que también proponen objetivos estratégicos para alcanzar beneficios que no necesariamente son económicos (Cabrera et al., 2023). Esto concuerda con lo mencionado por Aguilera et al. (2018). Quienes aseveran que la implementación de la RSE es una potente herramienta de gestión desde un punto de vista estratégico. También, Mendoza et al. (2020) afirman que las empresas tienen el reto de satisfacer simultáneamente a sí mismas y a la sociedad, al promover su desarrollo y el de los demás

con la satisfacción de las necesidades sociales de grupos de interés internos y externos.

Merejildo (2023) plantea que las prácticas de RSE no solo mejoran la sostenibilidad del modelo productivo de una empresa, sino que también contribuyen a su reputación, rentabilidad a largo plazo y su papel como agente influyente en la sociedad. La RSE se enfoca en la concienciación sobre los impactos económicos, sociales y medioambientales que genera el entorno empresarial, y busca cumplir con la legislación mientras va más allá, llevando a cabo acciones responsables tanto a nivel interno como externo

Las tres dimensiones de la responsabilidad empresarial son las siguientes: la dimensión social, la dimensión económica y la dimensión medioambiental. Según Gallardo & Sánchez (2021) tienen las siguientes características:

1. La dimensión social marcada por todas las actividades que vayan destinadas al cuidado del capital intelectual y humano de la empresa y las dirigidas a mejorar el bienestar de la sociedad.
2. La dimensión económica no debe tener en cuenta solamente la maximización de los beneficios, sino que para que la dimensión económica sea socialmente responsable se debe considerar a los accionistas. La dimensión económica está asociada con el impacto de las organizaciones en sus condiciones económicas y en el sistema económico en el cual están situadas.
3. La dimensión medioambiental, el mantenimiento de una postura proactiva dentro de la gestión medioambiental será bien visto por la sociedad.

Es significativo resaltar que el rendimiento social de la empresa es evaluado a través de las actividades de RSE de los negocios, y estas son preocupaciones de los grupos de interés (Gallardo & Sánchez, 2021). A partir del estudio de documentos especializados referentes al tema de la responsabilidad social, Gallardo & Sánchez (2021) identifican cuatro grupos de interés que influyen en la aplicación de la RSE en las estructuras económicas: los clientes, compradores de los productos o servicios de la empresa; los gestores, como individuos que deciden cómo se usan los recursos de la empresa; los gobiernos, que pueden animar o coaccionar a las empresas a que apliquen la RSC mediante leyes o reglamentos voluntarios y los empleados, porque el talento es un determinante importante de la ventaja competitiva.

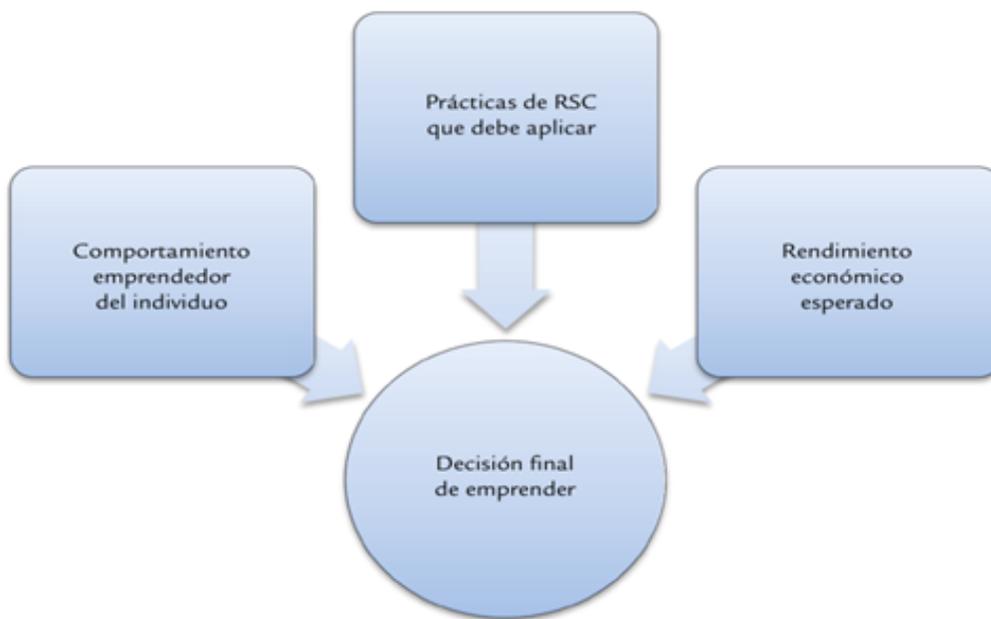
Galarza (2015) señala que se hace necesario que los empresarios adquieran y tengan una visión amplia sobre la responsabilidad social, y reconozca la importancia e impacto de su gestión, no solo en beneficio de la empresa sino también de la comunidad entera. Además, plantea que:

Hay que tomar en cuenta que la responsabilidad social empresarial hoy en día se está tomando como un modelo de gestión, e inclusive como un modelo de competitividad, no solo para mejorar, las relaciones internas de la empresa sino también las zonas externas, porque lo que buscan no es solo la satisfacción exterior sino también la competitividad dentro de la empresa con los trabajadores (p. 13).

La Responsabilidad Social es considerada una herramienta de gestión empresarial para los emprendimientos, esta es capaz de promover el desarrollo sostenible de los negocios a través de la implementación de prácticas responsables para con el bienestar de sus trabajadores, accionistas, proveedores, la sociedad y otros grupos de interés identificables para cada organización (Eras et al., 2022).

Según Gallardo & Sánchez (2021) en la decisión de emprender influyen tres aspectos: el propio comportamiento emprendedor del individuo, la consciencia de que debe aplicar la Responsabilidad social empresarial o corporativa (RSC) en su empresa y el rendimiento económico que espera conseguir con su empresa, ver figura 1.

Fig 1. Modelo teórico que incide en la decisión del emprendedor de llevar a cabo su actividad económica.



Fuente: tomado de Gallardo & Sánchez (2021).

Hammann & Habisch (2008) destacan que los emprendedores deben prestar atención a sus motivaciones, estrategias comportamentales y tácticas de influencia, ya que estos factores constituyen parte del entorno social. Existe evidencia indirecta que los emprendedores no se orientan de manera importante a la Responsabilidad Social como sí lo hacen las grandes empresas, las cuales son más eficientes en la identificación de sus grupos de interés y en poner en práctica programas de Responsabilidad Social (Knox et al., 2005). Esto quizá sucede porque su poder social es bajo y porque muchos de ellos gestionan sus negocios por intuición y conveniencia, al tratar de sobrevivir en el día a día, por lo cual, no pueden darse, lo que quizá ellos consideran es un lujo, es decir involucrarse en temas sociales (Peterson & Jun, 2009).

La responsabilidad social es un instrumento clave para los emprendimientos ya que les permite promover el desarrollo sostenible de sus negocios al tiempo que contribuyen al bienestar de sus trabajadores, accionistas, proveedores y sociedad en general. Al adoptar prácticas responsables, las empresas pueden obtener beneficios tanto económicos como reputacionales. Vale destacar, que el emprendedor debe considerar aplicar prácticas de Responsabilidad Social teniendo presente que estas son una inversión que beneficia a sus negocios. Los clientes y consumidores ahora exigen que las empresas que los proveen cuenten con políticas de Responsabilidad Social.

En la ciudad de Pelileo, provincia de Tungurahua, uno de los emprendimientos que destacan son los servidores gastronómicos, los cuales tienen una importante aceptación por la población. Sin embargo, se desconoce si estos se sienten identificados o tienen conocimiento sobre la responsabilidad social empresarial. Por lo tanto, el objetivo de esta

investigación es identificar la presencia de responsabilidad social empresarial en los servidores gastronómicos de la ciudad de Pelileo. Para ello se tuvo en cuenta la frecuencia y el grado que como emprendedores realizan actividades para contribuir a la solución de algunos temas/problemas relacionados con Responsabilidad Social empresarial.

MATERIALES Y MÉTODOS

La modalidad de la investigación utilizada fue cuali-cuantitativa, es decir de carácter mixto. La investigación cualitativa permitió recopilar información relacionada con el tema de investigación, misma que fue analizada e interpretada. La investigación cuantitativa permitió recopilar datos relevantes que, mediante el análisis, permitieron conocer la óptica de los emprendedores respecto a la Responsabilidad Social.

El tipo de investigación es no experimental de corte transversal y los métodos utilizados fueron el de análisis- síntesis para el análisis de la literatura relacionada al tema de estudio y de la información obtenida del trabajo de campo. La técnica empleada fue la encuesta. Se aplicó un cuestionario estructurado por 6 preguntas cerradas, adaptadas del instrumento propuesto por Peterson & Jun (2009) para determinar la dedicación a la Responsabilidad Social del emprendedor.

Las primeras cuatro preguntas fueron encaminadas a levantar datos de tipo demográficos como sexo, edad, nivel de educación e ingresos para evaluar si existe una relación de estas variables con la dedicación a la Responsabilidad Social. Posteriormente y con la finalidad de conocer si los emprendedores se sienten comprometidos con la Responsabilidad Social, es decir comprenden su obligación con distintos grupos de interés y la sociedad, se les pidió que señalaran que tan de acuerdo estaban con la afirmación: Usted como emprendedor, tiene la obligación de dar respuesta a las preocupaciones de sus clientes, sus empleados, el gobierno, sus acreedores, sus proveedores, sus socios, las personas vulnerables o necesitadas y la comunidad; es decir tiene la obligación de servirlos ya que usted es responsable hacia la sociedad. La escala aplicada fue la siguiente:

- Completamente de acuerdo.
- De acuerdo.
- Poco de acuerdo.
- En desacuerdo.
- Completamente en desacuerdo.

Finalmente, y con la intención de conocer la frecuencia y el grado con la que como emprendedores realizan actividades que contribuyen a la solución de algunos temas/problemas relacionados con Responsabilidad Social, se propuso una lista de 14 temas/problemas y una escala:

- Nunca.
- Casi nunca.
- A veces.
- Con frecuencia.
- Siempre.

Para establecer el grado de actuación o dedicación mencionado anteriormente, a cada una de las alternativas de la escala se le asignó un puntaje de 1 a 5 (nunca 1, casi nunca 2, a veces 3, con frecuencia 4, siempre 5).

Para proponer los temas de Responsabilidad Social se identificaron tres dimensiones de Responsabilidad Social (Gallardo et al., 2013) y para cada una de ellas se propuso entonces los temas/problemas apropiados e identificables por parte de los emprendedores, ver tabla 1.

Tabla 1. Dimensiones de Responsabilidad Social y temas/problemas.

Dimensión de Responsabilidad Social	Tema / Problema
Dimensión económica	Bienestar de los clientes. Potenciar buenas relaciones con proveedores.

Dimensión social	Seguridad y salud pública. Precio justo y calidad del producto. Calidad de vida de los empleados. Pago de salario justo y beneficios de ley. Combatir el crimen y seguridad Igualdad de oportunidades para hombres, mujeres Bienestar de grupos vulnerables o minorías. Igualdad de oportunidades para las personas con capacidades diferentes. Cumplimiento de normativa vigente.
Dimensión medioambiental	Manejo de residuos. Uso de recursos renovables. Contaminación aire/agua.

Fuente: Elaboración propia.

Se identificaron 48 servidores gastronómicos que tienen sus negocios en los mercados República de Argentina y 10 de Agosto de la ciudad de Pelileo, los cuales forman la población a estudiar. Sin embargo, la encuesta se aplicó a 25 servidores gastronómicos que fueron los que accedieron a formar parte de la investigación.

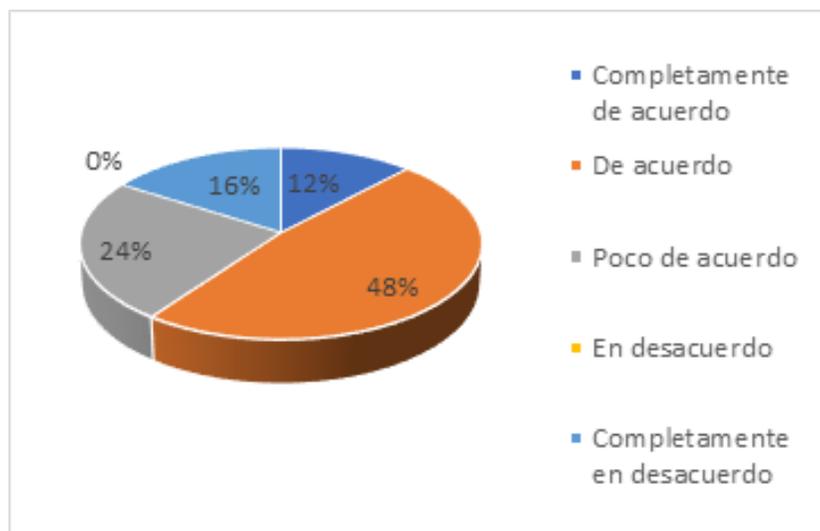
RESULTADOS-DISCUSIÓN

Se aplica la encuesta a 25 emprendedores de la ciudad de Pelileo, dedicados al servicio gastronómico. Los resultados se plasman a continuación. A los servidores gastronómicos se les interroga sobre qué tan de acuerdo estaban con la afirmación propuesta:

Usted como emprendedor, tiene la obligación de dar respuesta a las preocupaciones de sus clientes, sus empleados, el gobierno, sus acreedores, sus proveedores, sus socios, las personas vulnerables o necesitadas y la comunidad; es decir tiene la obligación de servirlos ya que usted es responsable hacia con la sociedad.

Los resultados aparecen reflejados en la figura 2. Se muestra que el 48% de emprendedores encuestados están de acuerdo en que son responsables con su actuar para con la sociedad y el 12% están completamente de acuerdo. Sin embargo, existe un 24% que están poco de acuerdo y un 16% están completamente en desacuerdo con la afirmación propuesta, es decir el 40% de emprendedores no se sienten en un grado importante responsables hacia la sociedad.

Fig 2. Compromiso con la Responsabilidad Social (%).



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a emprendedores acerca de Responsabilidad Social.

Posteriormente se pide a los encuestados que indiquen la frecuencia con la que, como emprendedores, realizan acciones que contribuyan a la solución de algunos temas/problemas relacionados con Responsabilidad Social de acuerdo con la escala propuesta.

La tabla 2 muestra la frecuencia con que los emprendedores encuestados realizan acciones que contribuyen a la solución de los temas o problemas de Responsabilidad Social propuestos. Para el análisis de estos resultados se ha

considerado aquellos temas a los cuales los emprendedores siempre dedican sus esfuerzos y que están alrededor del 32%, mismos que son seguridad y salud pública (40%), precio justo y calidad del producto (40%), potenciar buenas relaciones con los proveedores (36%), manejo de residuos (44%), uso de recursos no renovables (36%), combatir crimen y seguridad (40%), cumplimiento de normativa vigente (52%).

En la propia tabla, de manera general los emprendedores señalan que con frecuencia dedican tiempos a los temas de responsabilidad social con el 51%, el 16 % señala que a veces y solo un 3% plasmaron que nunca se dedican a estos temas.

Tabla 2. Frecuencia de dedicación a temas/problemas de Responsabilidad Social (%).

Temas/problemas de Responsabilidad Social	Siempre	Con frecuencia	A veces	Casi nunca
Bienestar de los clientes	24	60	16	0
Seguridad y salud pública	40	56	4	0
Precio justo y calidad del producto	40	56	4	0
Calidad de vida de los empleados	16	64	20	0
Pago de salario justo y beneficios de ley	12	52	28	8
Manejo de residuos	44	48	4	4
Uso de recursos no renovables	36	56	4	4
Contaminación del agua/aire	32	28	32	8
Combatir el crimen y seguridad	40	32	12	16
Igualdad de oportunidades para hombres, mujeres	28	72	0	0
Bienestar de grupos vulnerables o minorías	32	24	44	0
Igualdad de oportunidades para con las personas con capacidades diferentes	20	68	12	0
Cumplimiento de normativa vigente	52	36	12	0
Potenciar buenas relaciones con proveedores	36	60	4	0
Total	32	51	14	3

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a emprendedores acerca de Responsabilidad Social.

Con la finalidad de conocer el grado de actuación o dedicación tendiente a remediar algunos problemas asociados a algunos temas de Responsabilidad Social, se asigna un puntaje de 1 a 5 a cada una de las alternativas propuestas para esta pregunta, siendo nunca 1, casi nunca 2, a veces 3, con frecuencia 4, siempre 5, y se calcula la media para estos valores. Como se muestra en la tabla 3, siete problemas presentan resultados que representan un grado de dedicación por sobre la media (4.11). Estos son: cumplimiento de normativa vigente, precio justo y calidad del producto, manejo de residuos, potenciar buenas relaciones con proveedores, igualdad de oportunidades para hombres-mujeres, bienestar de los clientes y uso de recursos no renovables. De igual manera, se pudo evidenciar que existe un grado de dedicación bajo la media a problemas asociados a la Responsabilidad Social como seguridad y salud pública, igualdad de oportunidades para con las personas con capacidades diferentes, calidad de vida de los empleados, bienestar de grupos vulnerables o minorías, contaminación del agua/aire, combatir el crimen y seguridad, pago de salario justo y beneficios de ley.

Tabla 3. Grado de dedicación a temas/problemas de Responsabilidad Social.

Tema/problema relacionado con la Responsabilidad Social	Valor
Cumplimiento de normativa vigente	4.4
Precio justo y calidad del producto	4.36
Manejo de residuos	4.32
Potenciar buenas relaciones con proveedores	4.32
Igualdad de oportunidades para hombres, mujeres	4.28

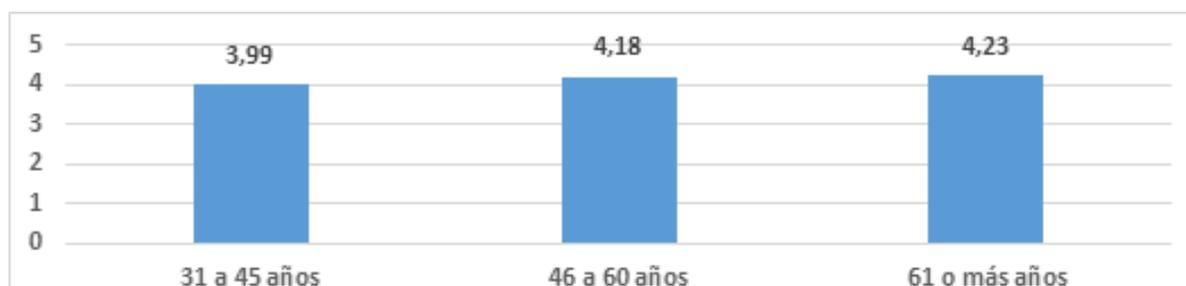
Bienestar de los clientes	4.24
Uso de recursos no renovables	4.24
Seguridad y salud pública	4.08
Igualdad de oportunidades para con las personas con capacidades diferentes	4.08
Calidad de vida de los empleados	3.96
Bienestar de grupos vulnerables o minorías	3.88
Contaminación del agua/aire	3.84
Combatir el crimen y seguridad	3.8
Pago de salario justo y beneficios de ley	3.68
Total	4.11

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a emprendedores acerca de Responsabilidad Social.

La información obtenida en la aplicación de la encuesta de algunos aspectos demográficos como la edad y el nivel de educación permite elaborar una tabulación cruzada que pretende determinar la correlación entre estas variables y el grado de dedicación a la Responsabilidad Social.

La figura 3 muestra los valores obtenidos respecto el grado de actuación o dedicación a remediar temas/ problemas de Responsabilidad Social planteados en la interrogante previa categorizados por rangos de edad. Para ello es empleada también la escala de 1 a 5 y se realiza el cálculo de la media por edades. Ilustra la relación entre la edad y el grado de dedicación, como se observa, se puede mencionar que, a mayor edad, mayor es la dedicación para realizar acciones que remedien problemas relacionados con la Responsabilidad Social.

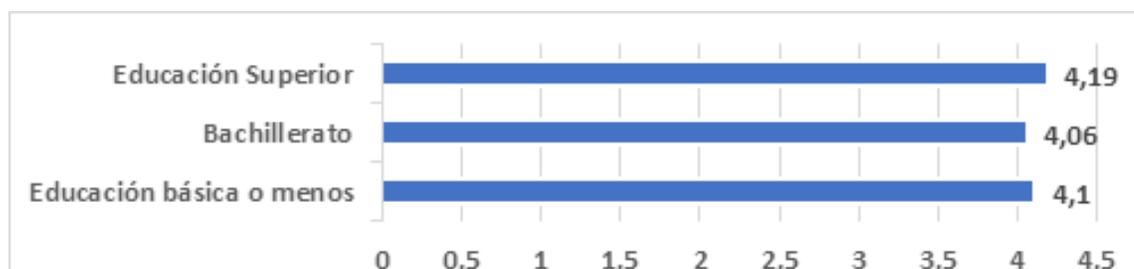
Fig 3. Dedicación a temas/problemas de Responsabilidad Social por edad.



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a emprendedores acerca de Responsabilidad Social.

La información obtenida respecto al nivel de educación de los encuestados permitió elaborar la figura 4 que muestra el grado de dedicación a temas/problemas de Responsabilidad Social. El grado de dedicación de los emprendedores encuestados con un nivel de educación a nivel de bachillerato o menor no muestra una significativa diferencia, sin embargo, si se puede observar un grado mayor de dedicación (sobre la media de 4.11) de quienes tienen un nivel de educación superior. Por lo que se podría decir que, a mayor nivel de educación, mayor es la dedicación para realizar acciones para remediar problemas relacionados con la Responsabilidad Social.

Fig 4. Dedicación a temas/problemas de Responsabilidad Social por nivel de educación.



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada a emprendedores acerca de Responsabilidad Social

DISCUSIÓN

En la actualidad, la Responsabilidad Social Empresarial se ha integrado a todo tipo de empresas y negocios para crear fuertes relaciones con los distintos grupos de interés y dar respuesta a las preocupaciones de la sociedad; adicionalmente incrementa la reputación de los negocios. Esta investigación demostró que los servidores gastronómicos se sienten comprometidos con la sociedad y sus distintos grupos de interés. Galarza (2015) menciona que las empresas únicamente prestan importancia al cumplimiento legal, ambiental y la comunidad; esto concuerda de alguna manera con esta investigación que demuestra que algunos de los temas a los emprendedores dedican esfuerzos son el cumplimiento de normativa vigente, manejo de residuos e igualdad de oportunidades para hombres-mujeres.

Merejildo (2023) también determina la importancia de la participación de emprendimientos en el ámbito social y ambiental. De igual manera, encuentra muy importante la intervención en el ámbito económico que coincide con la importancia identificada en la presente investigación de temas relacionados al bienestar de los clientes y a potenciar buenas relaciones con proveedores. De los resultados plasmados en el apartado anterior se comprende que a mayor edad o nivel de educación mayor es el nivel de compromiso con la Responsabilidad Social, lo cual es mencionado por Peterson & Jun (2009) en su estudio Percepciones de Responsabilidad Social, la Visión Emprendedora. La RSE es una herramienta para el desarrollo y sostenibilidad cualquier empresa y constituye un medio para la supervivencia y calidad de los emprendimientos (Suárez, 2017).

Se definen dos factores a investigar, el primero identificar la presencia de responsabilidad social empresarial en los servidores gastronómicos de la ciudad de Pelileo con la sociedad. Se tuvo en cuenta la frecuencia y el grado de contribución a solucionar problemas relacionados con Responsabilidad Social.

Los servidores gastronómicos no se sienten identificados plenamente con la responsabilidad social empresarial, pues no existe un claro acuerdo respecto a tener la obligación o compromiso hacia la sociedad o distintos grupos de interés por parte de los mismos. El 60% siente que tiene esta obligación, sin embargo, los demás encuestados no. Al analizar el grado de dedicación a determinados problemas o temas asociados a la Responsabilidad Social, aquellos a los cuales los emprendedores dedican esfuerzos en mayor grado son cumplimiento de normativa vigente, precio justo y calidad del producto, manejo de residuos, potenciar buenas relaciones con proveedores, igualdad de oportunidades para hombres-mujeres, bienestar de los clientes y uso de recursos no renovables. Además, frecuentemente dedican esfuerzos a la

seguridad y salud pública y a combatir el crimen y seguridad. Del análisis realizado existiría relación entre el grado de dedicación a temas de Responsabilidad Social con la edad o nivel de educación, es decir a mayor edad o grado de educación mayor es el compromiso hacia con la sociedad.

La responsabilidad social empresarial es un enfoque empresarial que reconoce la influencia directa que tienen las empresas, dígase en este caso emprendimientos, en la sociedad y el medio ambiente. Las acciones y omisiones de una empresa pueden ejercer un impacto significativo en diversos aspectos sociales, económicos y ambientales.

Teniendo en cuenta las dimensiones social y ambiental de la responsabilidad social empresarial, se debe tener en cuenta que las empresas tienen la capacidad de apoyar iniciativas comunitarias, programas de voluntariado, patrocinio de eventos locales, y otras actividades que promueven el bienestar comunitario. Las actividades empresariales pueden tener un impacto significativo en el medio ambiente, desde el consumo de recursos naturales hasta las emisiones de carbono y la generación de residuos. La RSE busca minimizar estos impactos y promover la sostenibilidad.

El reconocimiento de la empresa como un agente social resalta la importancia del compromiso con la sociedad y la adopción de prácticas empresariales que promuevan el bienestar general. La Responsabilidad Social Corporativa incentiva a las empresas a considerar un enfoque holístico que va más allá de simplemente generar beneficios financieros, integrando el impacto social y ambiental en sus estrategias y operaciones. La integración de la RSE en la estrategia empresarial no solo es crucial para mejorar el desempeño del modelo productivo, sino que también cumple un papel en la creación de valor a largo plazo. Al reconocer y abordar los impactos integrales de sus operaciones, las empresas pueden fortalecer su posición competitiva, su impacto social positivo y su sostenibilidad a largo plazo.

CONCLUSIONES

La implementación de la Responsabilidad Social empresarial en las organizaciones y en los emprendimientos es fundamental para generar un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente. Los profesionales y ciudadanos comprometidos no solo deben cumplir con las normas y regulaciones en cuanto a conservación ambiental y desarrollo sostenible, sino que también tienen la responsabilidad de promover prácticas sostenibles y éticas en sus esferas de influencia.

La adhesión a regulaciones y normativas relacionadas con la conservación ambiental y el desarrollo sostenible es esencial para garantizar prácticas empresariales

éticas y responsables. Los profesionales y ciudadanos deben promover y defender activamente el cumplimiento de estas normas tanto en el ámbito empresarial como en su entorno personal y social.

El aporte científico puede desempeñar un papel crucial en el fortalecimiento de los emprendimientos sostenibles, ofreciendo soluciones innovadoras y sostenibles a desafíos ambientales y sociales. Las investigaciones científicas también pueden ayudar a informar y mejorar las prácticas de RSC dentro de las organizaciones, lo que a su vez contribuye al desarrollo sostenible.

La implementación de prácticas sostenibles y responsables con la sociedad debería ser un objetivo general que involucre a un amplio espectro de actores, incluyendo a organizaciones, gobiernos, sociedad civil, y la academia. La educación en prácticas sostenibles y éticas es fundamental para fomentar una cultura de responsabilidad social, comenzar la preparación en estas prácticas a edades tempranas, la presentación de las mismas a los más jóvenes creará una conciencia de responsabilidad social en los mismos. Es por ello que los emprendedores, en este caso los servidores gastronómicos de la ciudad de Pelileo deben ser capacitados en materia de responsabilidad social empresarial y tener en cuenta el modelo teórico propuesto en la Figura 1.

La sensibilización sobre la importancia de la RSE y la participación activa en iniciativas sostenibles pueden tener un impacto significativo en cómo las organizaciones y la sociedad en general abordan los desafíos sociales y ambientales. La implementación de la RSE no solo es una cuestión de cumplimiento normativo, sino también de un compromiso colectivo para promover un desarrollo sostenible y una conducta ética. Los profesionales, ciudadanos emprendedores y la academia tienen un papel importante que desempeñar en la promoción y el desarrollo de prácticas responsables que beneficien a la sociedad y al medio ambiente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilera, Y., Hinojosa, A., & Aguilar, N. (2018). Responsabilidad Social Empresarial: un instrumento para medir la implementación en las empresas del índice de sustentabilidad de la Bolsa Mexicana de Valores. *Cuadernos de Contabilidad*, 19(48), 53-68. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=383665270005>
- Cabrera, S., Sánchez, D., Guevara, S., Millones, D., García, E., & Villar-Guevara, M. (2023). Impact of Corporate Social Responsibility, Business Ethics and Corporate Reputation on the Retention of Users of Third-Sector Institutions. *Sustainability (Switzerland)*. 15(3), 1781. <https://dx.doi.org/10.3390/su15031781>
- D'Amato, A., Henderson, S., & Florence, S. (2009). Corporate Social responsibility and sustainable business: A Guide to Leadership Tasks and Functions. Center for Creative Leadership. https://www.academia.edu/35385843/CORPORATE_SOCIAL_RESPONSIBILITY_AND_SUSTAINABLE_BUSINESS_A_Guide_to_Leadership_Tasks_and_Functions
- Díaz, R. (2022). La relación entre desempeño financiero y responsabilidad social empresarial (un estudio de 63 empresas emisoras de la Bolsa Mexicana de Valores). *The Anáhuac Journal*, 17(1), 101-128. https://publicaciones.anahuac.mx/index.php/the_anahuac_journal/article/view/104/39
- Eras, R., Lalangui, M., Flores, J., Lavanda, D., Méndez, G., & Erráis, J. (2022). Responsabilidad social en los emprendimientos del sector microempresarial, provincia de El oro. *South Florida Journal of Development*, 3(4), 5611-5622. <https://ojs.southfloridapublishing.com/ojs/index.php/jdev/article/view/1767>
- Ferrell, O., Fraedrich, J., & Ferrell, L. (2017). Ética en los negocios: casos y toma de decisiones (11a. ed.). Ferrell, OC. Cengage Learning. https://issuu.com/cengagelatam/docs/ferrell_issuu
- Galarza, K. (2015). La responsabilidad social empresarial y el crecimiento empresarial del sector curtiembres de la Zona de planificación 3 del Ecuador. (Tesis en opción al título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría). Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Contabilidad y Auditoría. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/17511/1/T3058i.pdf>
- Gallardo, D., & Sánchez, J. (2021). Emprendimiento y responsabilidad social en Extremadura. Universidad de Extremadura, Servicio de Publicaciones. Cáceres, España. <https://dehesa.unex.es/bitstream/10662/12776/1/978-84-09-30809-5.pdf>
- Gallardo, D., Sánchez, M.I., & Corchuelo, M.B. (2013). Validación de un instrumento de medida para la relación entre la orientación a la responsabilidad social corporativa y otras variables estratégicas de la empresa. *Revista de Contabilidad - Spanish Accounting Review*. 16(1), 11-23. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1138489113700025>
- Hammann, E., & Habisch, A. P. (2008). Values that create value: socially responsible business practices in SMEs - empirical evidence from German companies. *Business Ethics*, 18(1), 37-51. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-8608.2009.01547.x>
- Knox, S., Maklan, S., & French, P. (2005). Corporate Social Responsibility: Exploring Stakeholder Relationships and Programme Reporting across Leading FTSE Companies. *Journal of Business Ethics*, 61, 7-28. <https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-005-0303-4>

- Mendoza, D., Jaramillo, M., & López, D. (2020). Responsabilidad social de la Universidad de La Guajira respecto a las comunidades indígenas. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVI (2), 95-106. <https://www.redalyc.org/journal/280/28063431009/28063431009.pdf>
- Merejildo, T. (2023). Responsabilidad Social Empresarial en los emprendimientos del cantón Santa Elena, año 2022. (Tesis de Licenciatura en Administración de Empresas). Universidad Estatal Península de Santa Elena, Facultad de Ciencias Administrativas. <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/9310/1/UPSE-TAE-2023-0043.pdf>
- Núñez, L., Lescano, G., & Ibarguen, F. H. (2019). Consideraciones teóricas entorno a la Responsabilidad Social de la Educación. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(87), 725-735. <https://www.redalyc.org/journal/290/29060499007/29060499007.pdf>
- Peterson, R., & Jun, M. (2009). Perceptions on Social Responsibility: The Entrepreneurial Vision. *Business and Society*, 48(3), 385-405. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0007650307305758>
- Suárez, L. (2017). Responsabilidad Social Empresarial: ¿Herramienta para el desarrollo de los emprendimientos? *Economía y Negocios. UTE*, 8(1), 80-88. <https://revistas.ute.edu.ec/index.php/economia-y-negocios/article/view/324>