

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el sector gastronómico y su contribución en el desarrollo turístico sostenible: caso de estudio de la ciudad de Portoviejo

Corporate Social Responsibility (CSR) in the gastronomic sector and its contribution to sustainable tourism development: A case study of the city of Portoviejo

Génesis Jamieth Zamora Herrera^a, Ruth Moreira^a, María Fernanda Garzón Félix^{a,*}

^aEscuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, Calceta, Ecuador

* Correspondencia: fgarzon@espam.edu.ec

Resumen

El presente artículo analiza la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en los establecimientos gastronómicos del cantón Portoviejo, considerando su papel como eje del desarrollo turístico sostenible. La investigación se justificó por la necesidad de fortalecer la sostenibilidad y la competitividad del sector gastronómico local, afectado por la informalidad y la escasa adopción de prácticas responsables. Se desarrolló bajo un enfoque mixto de carácter descriptivo, empleando entrevistas semiestructuradas a 12 propietarios de restaurantes, encuestas a 384 miembros de la comunidad –incluidos empleados y clientes– y la revisión documental de fuentes oficiales. Los resultados muestran que la mayoría de los establecimientos implementan prácticas de RSE relacionadas con el manejo responsable de residuos, el apoyo a la comunidad y la promoción de la gastronomía tradicional. No obstante, persisten limitaciones en la planificación estratégica, en el conocimiento sobre la RSE y en la capacitación en sostenibilidad. El estudio concluyó que la RSE es un factor determinante para mejorar la competitividad del sector y fortalecer la imagen turística de Portoviejo, por lo que se han propuesto lineamientos orientados a la formación y a la creación de alianzas colaborativas entre los actores locales.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial (RSE), turismo sostenible, gastronomía local, desarrollo turístico

Abstract

This article analyzes the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) practices in gastronomic establishments in the canton of Portoviejo, considering their role as a key component of sustainable tourism development. The research is justified by the need to strengthen the sustainability and competitiveness of the local gastronomic sector, which is affected by informality and limited adoption of responsible practices. A mixed descriptive approach was applied, using semi-structured interviews with 12 restaurant owners, surveys of 384 community members –including employees and customers– and a documentary review of official sources. The results indicate that most establishments implement CSR practices related to responsible waste management, community support, and the promotion of traditional cuisine. However, there is limited strategic planning, insufficient knowledge of CSR, and a lack of formal training in sustainability. The study concludes that CSR is a key factor in improving the sector's competitiveness and strengthening Portoviejo's tourism image, and proposes guidelines to build capacity and foster collaborative partnerships among local stakeholders.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), sustainable tourism, local gastronomy, tourism development

Para citar este artículo:

Zamora, G. J., Moreira, R., & Garzón, M. F. (2026). La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el sector gastronómico y su contribución en el desarrollo turístico sostenible: caso de estudio de la ciudad de Portoviejo. *Turismo y Patrimonio*, 26, 119-139. <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2026.n26.07>

© Los autores. Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (CC - BY 4.0).



Introducción

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) representa un desafío creciente para el sector gastronómico de Portoviejo, donde persisten limitaciones en la adopción de prácticas sostenibles. Este sector constituye un eje estratégico para el desarrollo económico y turístico de la provincia de Manabí. A pesar de su potencial como motor de dinamización local, muchos establecimientos gastronómicos operan sin lineamientos claros de sostenibilidad social, ambiental y económica, con escasa articulación institucional o formación empresarial, además del desconocimiento sobre la sostenibilidad y del limitado acceso a procesos de capacitación o certificación. Todo ello evidencia una desconexión entre las expectativas de los consumidores y las acciones empresariales implementadas (Quiroz & Rizo, 2023). No obstante, el Ministerio de Turismo del Ecuador (2024) destaca que Manabí es un territorio clave para fomentar la inversión turística y fortalecer la economía local mediante la conservación de las tradiciones culinarias, el uso de productos regionales y la articulación entre actores públicos y privados.

La problemática radica en la ausencia de mecanismos institucionales y empresariales que promuevan la RSE como parte de la gestión gastronómica, lo que afecta tanto la competitividad como el desarrollo sostenible del territorio. Este vacío se agrava debido a la limitada formación en sostenibilidad de los emprendedores y la escasa articulación entre los sectores público, privado y comunitario (Gallardo & Sánchez, 2021).

La importancia de abordar este problema radica en que la implementación de prácticas de RSE en el sector gastronómico puede contribuir de manera significativa al desarrollo turístico sostenible. La adopción de políticas responsables mejora la

competitividad empresarial, fomenta la fidelización de clientes y potencia la imagen de Portoviejo como destino comprometido con la sostenibilidad social y ambiental (Camargo & Ruiz, 2023). Además, genera beneficios directos para la calidad de vida de las comunidades locales, favoreciendo el fortalecimiento de la identidad cultural y la protección de los recursos naturales (Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador, 2023).

Desde el plano teórico, la investigación se sustenta en los principios del desarrollo sostenible (Noboa et al., 2021) y en los enfoques contemporáneos de la RSE entendida como una estrategia que integra la sostenibilidad económica, social y ambiental en la toma de decisiones empresariales (Jahid et al., 2023). Estos postulados permiten comprender cómo la RSE se convierte en una herramienta de competitividad y resiliencia para los negocios gastronómicos locales, especialmente en contextos de recuperación económica pospandemia.

Diversos estudios destacan que las prácticas de RSE en la gastronomía promueven relaciones sólidas con clientes y comunidades, lo que incrementa la fidelización y la competitividad empresarial (Lombana & Lizcano-Prada, 2020; Malla et al., 2021). De igual manera, la responsabilidad social permite a los negocios gastronómicos diferenciarse en un mercado saturado, donde el consumidor valora cada vez más el compromiso ético de las marcas (Bermúdez & Valdés, 2022). En Ecuador, el desarrollo de la RSE se ha visto limitado por factores como la falta de formación, el acceso limitado a recursos económicos y la debilidad de las políticas públicas que incentiven estas prácticas (Gallardo & Sánchez, 2021; Macías-García & Tamayo-Cevallos, 2025).

La literatura especializada señala que la integración de insumos locales, el manejo eficiente de residuos, la reducción del consumo energético y la

mejora de las condiciones laborales son prácticas fundamentales para fortalecer la sostenibilidad en la gastronomía (Tamayo-Cevallos et al., 2023). Estas acciones no solo optimizan los procesos productivos, sino que también permiten a los establecimientos contribuir activamente a la preservación del medioambiente y a la dinamización de las economías locales. Asimismo, Zambrano et al. (2024) afirman que la RSE es una estrategia clave para promover la inclusión social y mejorar la calidad de vida, especialmente en grupos vulnerables, al integrar el compromiso ético en la gestión empresarial.

Las experiencias internacionales en turismo sostenible, como las implementadas en Costa Rica, México y la República Dominicana, demuestran que la colaboración entre empresas, comunidades y gobiernos es esencial para consolidar un modelo de turismo sostenible. Hernández et al. (2023) destacan que las estrategias de destinos inteligentes, combinadas con políticas de responsabilidad social, permiten diversificar la oferta turística, mejorar la satisfacción de los visitantes y fortalecer la competitividad de los destinos en el mercado internacional.

En el sector gastronómico se ha incrementado el enfoque en la implementación de actividades de RSE, dado que estos establecimientos priorizan la satisfacción de los clientes (Ibarra-Cisneros et al., 2022). Por tanto, pueden adoptar prácticas de RSE como estrategia para diferenciar sus productos, mejorar su desempeño, fomentar la fidelidad de los comensales y fortalecer su reputación empresarial. Además, los directivos sostienen que la RSE es una herramienta de *marketing* en evolución que se traduce en la creación de valor competitivo (Jiddi, 2023).

La RSE se ha convertido en un valor esencial, demandado por las generaciones más jóvenes, que buscan trabajar en empresas socialmente responsables. Muchos empleados expresan desinterés

por laborar en organizaciones que no demuestran un beneficio claro para el bienestar social (Jahid et al., 2023). Por tal razón, las empresas han intensificado sus esfuerzos para integrar criterios de RSE en sus operaciones, trascendiendo así el enfoque exclusivo en los beneficios financieros. Sin embargo, es importante destacar que las iniciativas de RSE por sí solas no son suficientes para provocar un cambio significativo, ya que los empleados deben contar con conocimientos y comprensión de las prácticas de RSE (Valle et al., 2025).

Así, el sustento teórico evidencia que la RSE no solo favorece el posicionamiento empresarial, sino que también actúa como motor de desarrollo económico, social y ambiental. En el caso de Portoviejo, la implementación efectiva de estrategias de RSE en el sector gastronómico podría impulsar significativamente la proyección de la ciudad como destino turístico sostenible, contribuyendo al bienestar de la población local y al fortalecimiento de su identidad cultural.

En este contexto, el presente estudio tuvo como objetivo diseñar una propuesta de RSE aplicable al sector gastronómico de Portoviejo, que contribuya al fortalecimiento del turismo sostenible mediante la promoción de prácticas responsables, el impulso del empleo local y la mejora de la imagen turística del destino. Se ha pretendido establecer un modelo de buenas prácticas que sirva de referencia para futuros emprendimientos gastronómicos interesados en integrar la sostenibilidad como eje estratégico. Por tanto, esta investigación aporta al conocimiento y a la práctica profesional, proponiendo alternativas viables que permitan al sector gastronómico de Portoviejo integrar la responsabilidad social como parte de su estrategia de crecimiento y sostenibilidad a largo plazo.

Metodología

El estudio se enmarcó en el paradigma cuantitativo-cualitativo, con un enfoque mixto de carácter exploratorio y descriptivo, que permitió integrar el análisis objetivo de datos empíricos con la interpretación de las percepciones de los actores del sector gastronómico. Esta combinación metodológica facilitó una comprensión integral de las prácticas de RSE en el sector gastronómico de Portoviejo. El diseño de investigación fue no experimental y

transversal, lo que hizo posible analizar el fenómeno sin manipular variables y en un momento específico.

La investigación se estructuró en tres fases metodológicas: la primera consistió en un diagnóstico mediante la observación y la revisión documental; la segunda, en la evaluación del nivel de conocimiento de los propietarios por medio de encuestas; y la tercera, en la elaboración de una propuesta de buenas prácticas basada en los resultados obtenidos, como se observa en la Tabla 1.

Tabla 1

Esquema del proceso metodológico

Fase	Actividad principal	Técnicas e instrumentos	Actores involucrados	Análisis realizados
1. Diagnóstico	Caracterización del sector gastronómico	Revisión documental	Investigador	Análisis realizado
2. Evaluación	Encuestas y entrevistas	Cuestionario y guía de entrevistas	Propietarios, trabajadores, comunidad	SPSS
3. Propuesta	Elaboración de lineamientos	Sistematización de resultados	Investigador y expertos	Triangulación cualitativo-cuantitativo

La población de estudio estuvo conformada por 232 establecimientos gastronómicos registrados en el catastro turístico; a partir de esta población se optó por una muestra representativa de 384 encuestados, calculada con un nivel de confianza del 95 % y un margen de error del 5 %. Los participantes se seleccionaron mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, considerando su relación directa con el sector gastronómico y su residencia en el cantón.

El estudio contempló dos grupos de actores:

1. Propietarios y administradores de establecimientos gastronómicos, a quienes se les aplicó una

entrevista para conocer su percepción sobre la implementación de prácticas de RSE.

2. Miembros de la comunidad local, incluidos empleados y clientes, a quienes se les aplicó otra encuesta para medir la percepción sobre las acciones de responsabilidad social y su relación con la satisfacción de los clientes.

La fórmula utilizada fue:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2}$$

Donde:

- n = Tamaño de la muestra (95 %)
- Z = Nivel de confianza (1.96)
- p = Proporción estimada de éxito (0.5)
- q = Proporción complementaria ($1 - p = 0.5$)
- e = Margen de error (0.05)

Total de la muestra: 384 personas

En cuanto a la fiabilidad de los instrumentos utilizados, se evaluó la pertinencia, coherencia y claridad de los ítems incluidos en los cuestionarios y guías de entrevistas mediante el criterio de expertos. Esta revisión permitió ajustar los instrumentos antes de su aplicación en campo, asegurando su efectividad para la recolección de datos, que se analizaron con el *software* estadístico SPSS.

La triangulación de la información se realizó integrando los resultados obtenidos en las entrevistas a propietarios, las encuestas aplicadas a empleados y a la comunidad local, así como la revisión documental. Este proceso permitió contrastar las percepciones internas (propietarios) y externas (clientes) sobre la aplicación de prácticas de RSE, así como verificar la coherencia entre las acciones declaradas y la percepción ciudadana.

Resultados y discusión

La caracterización del territorio evidenció que el sector gastronómico de Portoviejo se distribuye principalmente en zonas urbanas como el centro histórico, Picoazá y Crucita, así como en parroquias con actividad turística emergente, cuya oferta gastronómica refleja una fusión entre la cocina tradicional manabita, recetas ancestrales y productos agroecológicos de producción local.

Sin embargo, se identificaron debilidades estructurales en el nivel de legalización de los negocios, en las políticas internas sostenibles deficientes y en el bajo nivel de asociatividad empresarial. Estos factores limitan la adopción de prácticas de RSE como parte del modelo de gestión de los establecimientos. Este fenómeno es común en las pymes gastronómicas ecuatorianas, que requieren acompañamiento técnico y normativo para fortalecer su compromiso con la sostenibilidad (Gallardo & Sánchez, 2021).

Además, como señalan Quiroz y Rizo (2023), las limitaciones institucionales dificultan que los emprendimientos generen impactos sostenibles, lo cual también ocurre en Portoviejo, donde muchas prácticas de RSE se implementaron sin planificación ni seguimiento. En este sentido, Bravo y Zambrano (2020) destacan que, aunque Portoviejo posee potencial para el turismo gastronómico sostenible, es necesaria una articulación entre actores públicos, privados y comunitarios para consolidar estas iniciativas.

Tipologías de establecimientos gastronómicos en Portoviejo

En la revisión del catastro turístico, publicada por el Ministerio de Turismo del Ecuador (2025), el cantón Portoviejo cuenta con un total de 232 establecimientos de alimentos y bebidas registrados tanto en zonas urbanas como rurales. Estos negocios se agrupan en diversas categorías, entre ellas restaurantes, bares, cafeterías, establecimientos móviles, servicios de *catering* y discotecas. Esta tipología permite caracterizar el sector gastronómico del territorio y analizar el enfoque diferenciado que podrían adoptar al aplicar buenas prácticas de RSE (Tabla 2).

Tabla 2*Clasificación de establecimientos gastronómicos en Portoviejo*

Tipología de establecimiento	Categoría	Número de locales	Porcentaje
Restaurantes	1 a 5 tenedores	139	59.9
Cafeterías	1 a 2 tazas	52	22.5
Bares	1 a 3 copas	26	11.2
Discotecas	1 a 3 copas	11	4.7
Establecimientos móviles	Categoría única	3	1.3
Servicio de <i>catering</i>	Categoría única	1	0.4
Total	-	232	100.0

Nota. Elaboración a partir de información del Ministerio de Turismo del Ecuador, 2025.

La oferta gastronómica de Portoviejo está centrada en los restaurantes, que representan el 59.9 % del total de establecimientos registrados, lo que refleja su papel central en la economía y el turismo locales. Además, le siguen las cafeterías con un 22.5 % y los bares con un 11.2 %, todos distribuidos entre zonas urbanas y rurales, clasificados por sistemas de tenedores, tazas o copas según su tipología. En contraste, la baja representación de establecimientos móviles (1.3 %) y del servicio de *catering* (0.4 %) sugiere una escasa diversificación formal del modelo de negocio, lo que limita la adaptabilidad del sector ante nuevas tendencias de consumo.

Sin embargo, Duarte y Rojas (2024) señalan que los establecimientos con formatos estandarizados tienen mayores probabilidades de mantenerse a lo largo del tiempo, pero requieren procesos de actualización constantes para no quedar rezagados. Por su parte, Jano (2023) plantea que el fortalecimiento del sector gastronómico no depende solo del número de locales, sino también de su capacidad para asociarse.

La descripción de la tipología del sector contribuye directamente al objetivo de analizar el estado actual de la RSE en el sector gastronómico, pues permite identificar qué tipos de negocios

concentran mayor presencia y, por tanto, dónde deben focalizarse los esfuerzos de sostenibilidad. Asimismo, este análisis proporciona insumos para el diseño de la propuesta final, al alinearse con el objetivo de desarrollar buenas prácticas adaptadas a la estructura real del sector.

La tipificación del sector evidencia una estructura dominada por restaurantes tradicionales, lo que contribuye a comprender cómo la composición del sector influye en la adopción de la RSE. Este resultado es clave para determinar la pertinencia de las prácticas responsables propuestas, ya que permite identificar los establecimientos que concentran el mayor impacto y, en consecuencia, las mayores oportunidades de mejora de la sostenibilidad.

Insumos y recursos en la gastronomía tradicional de Portoviejo

El estudio permitió identificar los principales insumos y recursos empleados por los establecimientos gastronómicos tradicionales de Portoviejo, que son los ingredientes como el maíz, el plátano, la yuca, el maní, y sus proteínas típicas en la forma de lácteos, gallina criolla, el pescado y el camarón, que son la base de muchas de sus recetas, equilibrando una dieta entre

lo agrícola y marítimo, lo cual refleja la riqueza del entorno productivo local y la identidad cultural manabita (Duarte & Parreño, 2025).

Estos insumos no solo son clave en la preparación de los platos tradicionales, sino que también representan un valor estratégico para fortalecer un modelo gastronómico sostenible, basado en la identidad local. Como señalan Zambrano y Salvatierra (2023), el uso de productos endógenos permite a los establecimientos contribuir a la economía local y mejorar su imagen ante un mercado turístico que valora lo auténtico y lo responsable.

Asimismo, el uso de técnicas tradicionales como el horno manabita o la cocción en hojas de plátano, declaradas patrimonio cultural inmaterial del Ecuador, refuerza la autenticidad de la experiencia gastronómica (Viceministerio de Cultura y Patrimonio, 2023). En este contexto, en 2023, el horno manabita fue certificado como parte del patrimonio cultural inmaterial de Ecuador, destacándose por despertar prácticas del patrimonio agroalimentario del país (Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador, 2023). Además, en 2024, Manabí fue postulada y aceptada como Región Mundial de Gastronomía 2026

por el Instituto de Gastronomía, Cultura, Arte y Turismo (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2024), lo que resalta la importancia cultural y la diversidad gastronómica de la región.

Los insumos locales y las técnicas tradicionales identificadas permiten avanzar en el objetivo de analizar el estado actual de la RSE, al evidenciar prácticas con potencial sostenible que aún no se integran formalmente en un enfoque de responsabilidad social. Este resultado también contribuye al objetivo de desarrollar propuestas de buenas prácticas, ya que revela elementos culturales y productivos que pueden fortalecerse para potenciar el turismo sostenible.

Percepción de los propietarios sobre la implementación de prácticas de RSE

En este apartado se presenta el análisis cualitativo, obtenido a partir de las entrevistas a los propietarios de los establecimientos gastronómicos, en las que se realizaron doce entrevistas con el objetivo de examinar sus percepciones respecto a las iniciativas vigentes, las acciones proyectadas y las principales demandas del sector en torno a la RSE y su relación con el desarrollo turístico sostenible (Tabla 3).

Tabla 3
Resultados de las entrevistas

Aspectos evaluados	Resultados
- Acciones de RSE aplicadas para contribuir al turismo sostenible.	Existe poca claridad en torno a la RSE entre los entrevistados. Algunos aplican buenas prácticas sin reconocerlas como parte de una estrategia formal.
- Prácticas de RSE que se implementan actualmente en el negocio.	Las acciones actuales se enfocan en lo ambiental y en mejorar la imagen local, pero con una conciencia limitada del impacto social o comunitario.
- Proyectos o acciones de RSE planificadas para el futuro.	Predomina la falta de planificación en materia de RSE. Aunque hay ideas, no se percibe una visión estructurada para su implementación.
- Requerimientos del sector gastronómico para fortalecer la RSE.	Se identifica una fuerte necesidad de apoyo institucional, de formación en sostenibilidad y de colaboración intersectorial para avanzar en materia de RSE.

Los resultados evidencian que los propietarios de establecimientos gastronómicos en Portoviejo poseen un conocimiento limitado sobre la RSE, lo que se traduce en una implementación parcial y no sistematizada de dichas prácticas. Esta situación es común en las pymes ecuatorianas, donde la falta de información y de capacitación en materia de RSE impide su integración efectiva en la gestión empresarial (Suárez & Yance, 2020).

A pesar de esto, uno de los entrevistados señaló: «Hemos creado una organización de abastecimiento responsable, priorizando productos locales y orgánicos, además de participar en eventos que promueven la cultura y la gastronomía de Portoviejo». Otro de los propietarios también expresó: «Colaboramos con productos locales para ofrecer ingredientes frescos y brindamos talleres de cocina que promueven la cultura gastronómica del cantón».

En este mismo contexto, un propietario mencionó: «Yo utilizo productos locales para elaborar y ofrecer nuestra gastronomía, también incentivo a jóvenes que trabajen en mi negocio y que aprendan a valorar la RSE, e incluso participo en eventos que tratan sobre gastronomía porque es bueno aprender nuevas cosas». Otro añadió: «Utilizamos productos locales para brindar una buena gastronomía». Uno de los propietarios concluyó: «Realizo prácticas de RSE dando trabajo a personas y apoyando a empresas de mariscos de aquí mismo».

Esta tendencia coincide con lo observado en estudios sobre pymes del sector alimenticio en la provincia de Chimborazo, donde la RSE se aplica de manera limitada y sin una visión integral (Tello et al., 2024).

Los resultados cualitativos permiten cumplir directamente con el objetivo de evaluar el nivel de conocimiento de los dueños de restaurantes sobre la RSE. La identificación de desconocimientos conceptuales, de prácticas aisladas y de la ausencia de planificación confirma la necesidad de fortalecer la formación y la gestión empresarial. Asimismo, estos hallazgos constituyen insumos fundamentales para el desarrollo de propuestas de buenas prácticas, pues revelan las áreas específicas en las que los propietarios requieren acompañamiento y capacitación.

De igual manera, estos resultados contribuyen al cumplimiento del objetivo de analizar la percepción empresarial, al evidenciar un conocimiento fragmentado sobre la RSE. Esto reafirma la necesidad de implementar propuestas formativas y mecanismos de apoyo institucional. Este hallazgo también respalda la pertinencia del objetivo general, ya que demuestra que la propuesta de buenas prácticas debe orientarse a la capacitación y a la planificación estratégica para favorecer una adopción efectiva de la RSE.

Percepción de la comunidad sobre las prácticas de RSE en establecimientos gastronómicos

Para determinar las 384 encuestas aplicadas a empleados y clientes del sector gastronómico de la ciudad de Portoviejo, se analizó la percepción de la comunidad sobre la implementación de prácticas de RSE en los establecimientos locales. Este análisis permitió identificar criterios clave vinculados al compromiso social, ambiental y cultural del sector, los cuales se presentan a continuación en una serie de tablas. Para la interpretación de los datos, se recurrió a porcentajes que reflejan la opinión ciudadana de manera clara y representativa.

Tabla 4

Resultados de las encuestas

1. ¿Considera que las empresas gastronómicas aplican prácticas de RSE que contribuyen al desarrollo turístico sostenible?	2. ¿Qué tipo de acciones de RSE considera más importantes para el desarrollo turístico sostenible?
<ul style="list-style-type: none">- 70 % aplica RSE	<ul style="list-style-type: none">- Prácticas ecológicas- Apoyo a las comunidades locales- Promoción de la cultura local

Figura 1A
Aplican RSE

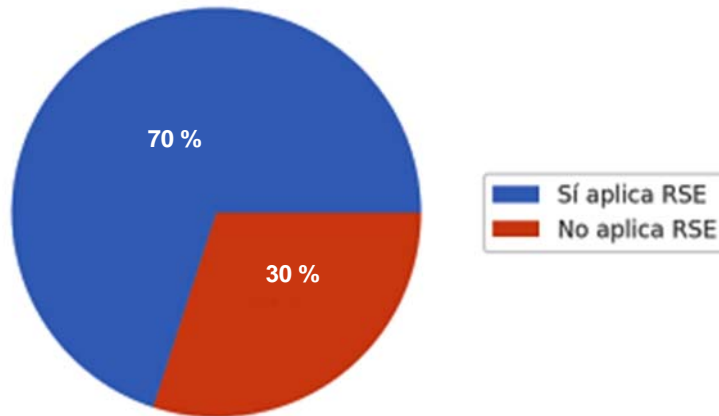
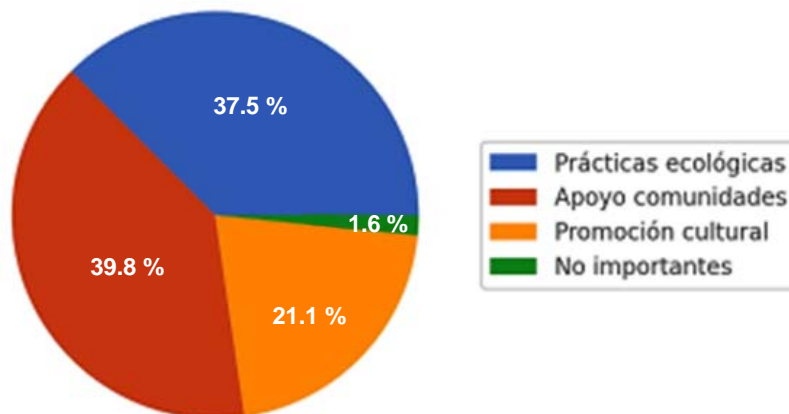


Figura 1B
Acciones de RSE más importantes



De acuerdo con la Tabla 4 y la Figura 1A, el 70 % de los encuestados considera que las empresas gastronómicas implementan prácticas de RSE que contribuyen al desarrollo turístico sostenible. En la Figura 1B se evidencia una percepción positiva hacia el sector; además, la combinación de prácticas ecológicas, el apoyo a las comunidades y la promoción de la cultura local son pilares que pueden contribuir significativamente a un modelo turístico más sostenible y responsable, donde no solo pueden beneficiarse económicamente sino que también tienen la oportunidad de desempeñar un papel vital en la conservación del medioambiente y la cultura local,

creando un vínculo que beneficia a todos los involucrados.

En concordancia con lo anterior, Zambrano et al. (2024) enfatizan que el compromiso de las empresas con el bienestar de las personas y comunidades es clave para el éxito empresarial, lo que implica que las empresas deben considerar las necesidades y expectativas de empleados, clientes, proveedores y comunidades. Al promover relaciones justas y responsables, la dimensión social fomenta la cohesión y la confianza en la organización o en el grupo.

Tabla 5

Resultados de las encuestas

<p>3. ¿Están implementando alguna práctica actualmente?</p> <ul style="list-style-type: none"> - 72.1 % implementa la RSE 	<p>4. Áreas que requieren más atención en RSE en el sector gastronómico</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sostenibilidad ambiental - Responsabilidad Social Empresarial - Ética laboral
--	---

Figura 2A
Implementación de RSE

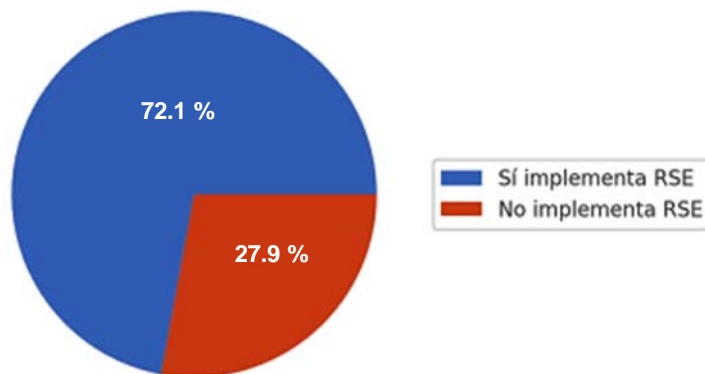
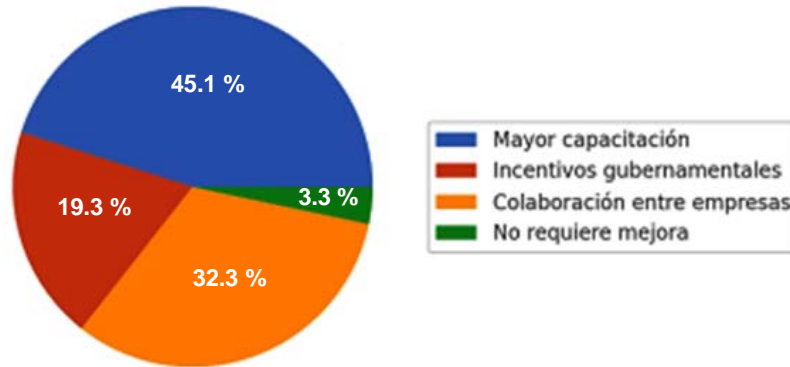


Figura 2B
Áreas que requieren atención

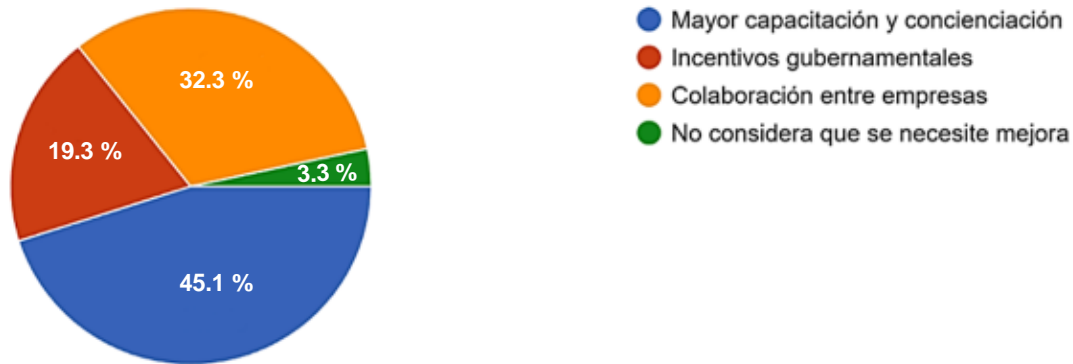


Como se observa en la Tabla 5 y la Figura 2A, los resultados evidencian un avance significativo en la adopción de prácticas de RSE en el sector gastronómico, con un 72.1 % que ya las implementa. No obstante, en la figura 2B se observa que persisten desafíos importantes en áreas clave como la sostenibilidad ambiental y la ética laboral. Estas requieren una intervención estratégica que promueva la institucionalización de políticas responsables, garantizando la coherencia entre el discurso corporativo y las acciones ejecutadas, ya que el fortalecimiento de estos ejes contribuirá a la competitividad sostenible y al posicionamiento ético de las empresas del sector.

Estos resultados reflejan lo que plantean Valle et al. (2025): la ética empresarial establece estándares sobre lo que es correcto o incorrecto en las decisiones corporativas, por lo que abarca prácticas como respetar los derechos humanos y fomentar relaciones comerciales justas. Al incorporar principios éticos en su gestión, las empresas fortalecen su legitimidad y crean un marco sólido de confianza con los grupos, lo que se refleja en la incorporación de estándares éticos por parte de los establecimientos gastronómicos en sus operaciones diarias.

De acuerdo con la Figura 3, se observa que el 45.1 % de los encuestados considera que la capacitación del personal es un factor clave para mejorar la implementación de la RSE en el sector gastronómico de Portoviejo. Esta percepción pone de manifiesto la necesidad de establecer estrategias formativas bien estructuradas que promuevan una cultura organizacional orientada a la sostenibilidad y la ética corporativa. Asimismo, se resalta la importancia de desarrollar competencias técnicas en los trabajadores que les permitan comprender y aplicar adecuadamente los principios de la RSE.

Este hallazgo coincide con lo señalado por Bermúdez y Valdés (2022), quienes enfatizan la responsabilidad de las empresas en la reducción de su impacto ecológico y en la promoción de la sostenibilidad ambiental. En este contexto, las organizaciones adoptan estrategias que incluyen la reducción de emisiones, la gestión adecuada de residuos, la conservación de los recursos naturales y la incorporación de energías renovables. Este compromiso no solo favorece al medioambiente, sino que también optimiza la eficiencia operativa y mejora la imagen pública de las empresas.

Figura 3*Acciones que contribuyen a la RSE*

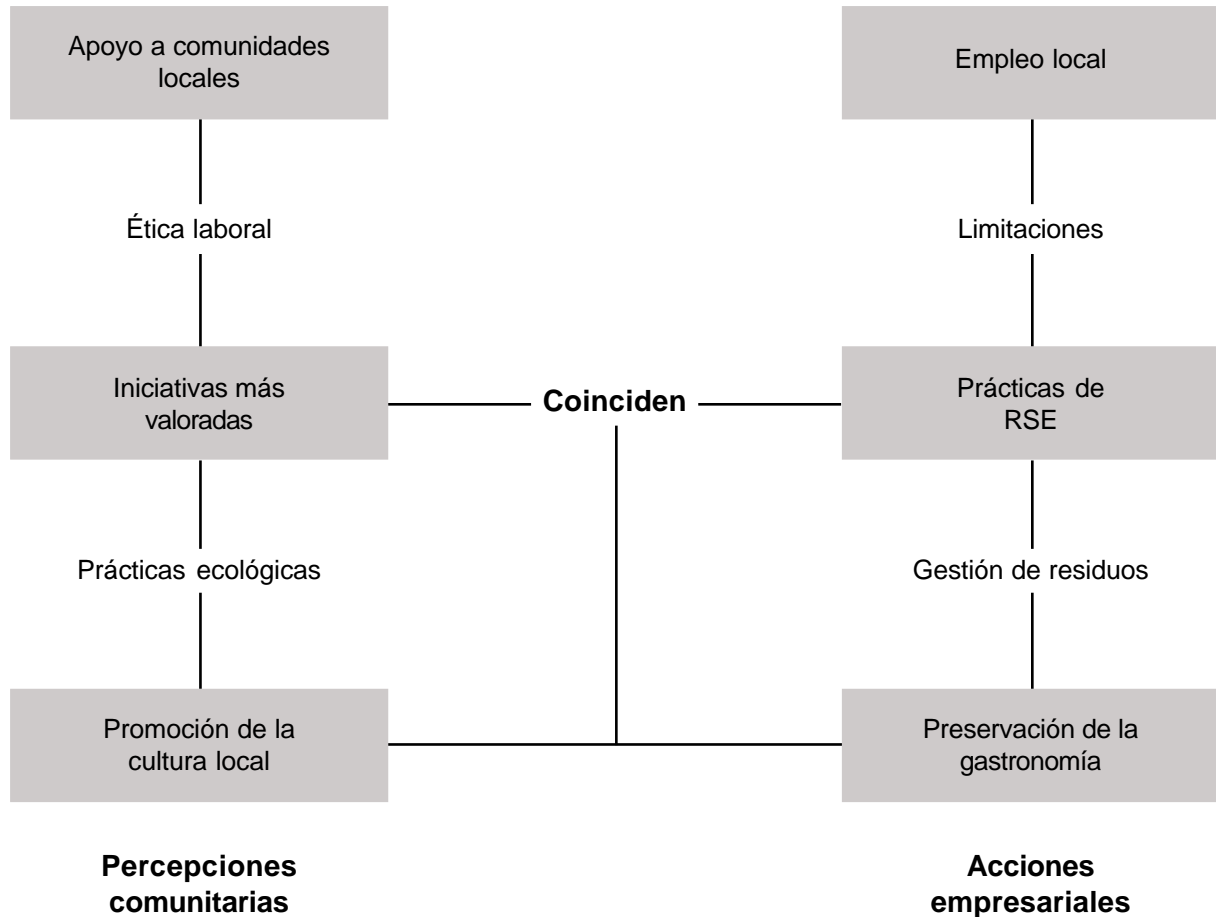
En otro orden de ideas, para garantizar la triangulación de la información, los resultados cuantitativos y cualitativos se integraron mediante una red semántica que permitió visualizar la relación entre las percepciones comunitarias y las acciones empresariales (Figura 4). Dicha red evidencia que las iniciativas más valoradas por la comunidad coinciden con las áreas en las que los empresarios reconocen las mayores limitaciones, lo que sugiere un potencial de mejora en la articulación público-privada.

Este análisis permite avanzar en el objetivo de evaluar el estado actual de la RSE al mostrar cómo la comunidad percibe y valora las acciones de responsabilidad adoptadas por los establecimientos gastronómicos. Los resultados también contribuyen a la evaluación del conocimiento de los propietarios, ya que evidencian una brecha entre la percepción social positiva y la limitada comprensión empresarial. Asimismo, la identificación de las áreas prioritarias

señaladas por la comunidad (ética laboral, sostenibilidad ambiental y capacitación) constituye un insumo esencial para el desarrollo de propuestas de buenas prácticas, pues indica qué dimensiones deben considerarse en la propuesta final.

En conjunto, los resultados cuantitativos y cualitativos permiten afirmar que la RSE en el sector gastronómico de Portoviejo se encuentra en una etapa de desarrollo incipiente, pero con una percepción positiva tanto por parte de la comunidad como de los propietarios. Mientras los datos de la encuesta reflejan una valoración social de las prácticas responsables, la información cualitativa evidencia limitaciones estructurales en su aplicación. Este equilibrio entre reconocimiento y desafío confirma el cumplimiento de los objetivos del estudio: identificar la percepción comunitaria sobre la RSE y analizar el nivel de implementación de la RSE en los establecimientos gastronómicos locales.

Figura 4
 Red semántica de prácticas de RSE en el sector gastronómico



Impacto de la RSE en la satisfacción del cliente

La implementación de prácticas de RSE en el sector gastronómico ha demostrado tener un impacto positivo en la satisfacción de los clientes. Acciones como el apoyo a las comunidades locales, la adopción de prácticas ecológicas y la promoción de la cultura local no solo contribuyen al desarrollo sostenible, sino que también mejoran la percepción y la experiencia del cliente. Estudios recientes respaldan esta relación:

- *Omidvar y Palazzo (2024)*: En su estudio sobre restaurantes en Irán, encontraron que tanto la dimensión económica como la legal, la

ética y la ambiental de la RSE están significativamente relacionadas con la satisfacción del cliente, destacando la responsabilidad ambiental como la más influyente.

- *Lee et al. (2020)*: Investigaron el papel de la responsabilidad social empresarial en la retención de clientes en restaurantes de cadena, encontrando que las actividades de RSE mejoran la actitud hacia la marca y la calidad del servicio, lo que, a su vez, aumenta la satisfacción del cliente y la retención.

- *Ghaderi et al. (2024)*: En su estudio sobre la industria de restaurantes en Teherán, concluyeron que tanto la dimensión legal como la ética, filantrópica y ambiental de la RSE tienen una relación positiva y significativa con la satisfacción y la confianza del cliente, mientras que la dimensión económica no mostró una relación significativa.

Estos estudios subrayan la importancia de integrar la RSE en las estrategias empresariales para mejorar la satisfacción del cliente y fomentar relaciones duraderas. Aplicadas al contexto de Portoviejo, estas conclusiones justifican la implementación sistemática de políticas de RSE como medio para fortalecer la experiencia del cliente y consolidar una identidad

gastronómica alineada con los valores del turismo sostenible.

Propuesta de buenas prácticas sobre RSE para los empleados del sector

Con base en los resultados obtenidos en las fases anteriores, se identificó la necesidad de fortalecer las capacidades del talento humano de los establecimientos gastronómicos de Portoviejo en materia de RSE. Para ello, se propone un programa de formación específicamente diseñado para el contexto local, que permita sensibilizar, capacitar y guiar a los empleados en la aplicación de buenas prácticas sostenibles, éticas y socialmente responsables. A continuación, se detalla la estructura general del programa propuesto.

Tabla 6

Programa de formación en RSE para empleados del sector gastronómico de Portoviejo

Componente del programa	Contenido principal	Recursos y metodología	Duración estimada
Introducción a la RSE	Conceptos clave, beneficios, ejemplos del sector gastronómico	Manual guía, presentación interactiva, video introductorio	1 hora
Sostenibilidad ambiental	Gestión de residuos, eficiencia energética, uso de insumos locales	Taller con casos prácticos, fichas de trabajo	2 horas
Compromiso social	Empleo justo, inclusión, relaciones con proveedores y comunidades locales	Debate guiado, dramatización de situaciones laborales	2 horas
Ética y atención responsable	Transparencia, trato digno, derechos del cliente y del trabajador	Análisis de buenas prácticas, rúbricas de observación	1 hora
Aplicación práctica integrada	Simulación de escenarios, diseño de acciones de RSE adaptadas al entorno local	Actividad grupal, bitácora de aprendizajes	2 horas

Proponer un programa estructurado de formación en RSE permite fortalecer la cultura organizacional y la sostenibilidad en el sector gastronómico. Como señalan Loja et al. (2022), capacitar al personal en temas éticos y ambientales genera ventajas competitivas al mejorar la reputación y el vínculo con los clientes. Además, Omidvar y Palazzo (2024) destacan que los empleados capacitados en responsabilidad ambiental tienden a replicar prácticas sostenibles en sus labores diarias, lo que repercute positivamente en la percepción del consumidor y en la experiencia gastronómica.

En este contexto, un plan de formación contribuye a institucionalizar las prácticas responsables y facilita la integración de la RSE en las operaciones del restaurante, alineándose con las recomendaciones de autores como Ghaderi et al. (2024), quienes señalan

que una estrategia educativa coherente es clave para generar confianza y satisfacción entre los públicos internos y externos.

Alianzas estratégicas para el fortalecimiento de la RSE

La cooperación entre los actores del sector gastronómico es clave para consolidar una cultura de responsabilidad social empresarial. Establecer alianzas estratégicas permite compartir experiencias, recursos y buenas prácticas, lo que facilita la implementación colaborativa de acciones sostenibles. A continuación, se propone un conjunto de alianzas viables para los establecimientos gastronómicos de Portoviejo, orientadas a fortalecer su compromiso con la sostenibilidad social, ambiental y económica.

Tabla 7
Listado de alianzas propuestas

Tipo de Alianza	Actores involucrados	Objetivo estratégico
Alianza interempresarial gastronómica	Restaurantes, cafeterías y locales de comida rápida.	Compartir experiencias, campañas y protocolos de RSE conjuntos.
Alianza con productores locales	Agricultores y pescadores.	Garantizar el uso de insumos sostenibles y comercio justo.
Alianza con universidades e institutos	ESPAM MFL, ULEAM, ITSUP Portoviejo.	Formación continua, prácticas preprofesionales y asesoría técnica.
Alianza con municipios y GAD	GAD Portoviejo, Dirección de Desarrollo Económico.	Promoción de normas e incentivos para negocios responsables.
Alianza con ONG y colectivos sociales	Fundación Manabí Sostenibles, colectivos verdes.	Implementar campañas de sensibilización y voluntariado ambiental.
Alianza con empresas recicladoras	Empresas de manejo de residuos sólidos.	Optimizar la gestión de desechos y fomentar prácticas de reciclaje.
Alianza con gremios turísticos	Cámara de Turismo de Manabí.	Integrar la RSE a estrategias de destino y promoción turística conjunta.

La implementación de alianzas interinstitucionales puede acelerar la adopción de prácticas responsables en el sector gastronómico, mediante el intercambio de conocimientos, la reducción de costos y la generación de un impacto colectivo. Según Zambrano y Salvatierra (2023), la colaboración entre actores locales favorece la sostenibilidad del territorio y refuerza el sentido de pertenencia. Además, destaca que las alianzas con instituciones educativas y ONG fortalecen las capacidades técnicas del personal y promueven la innovación social, elementos clave para el posicionamiento de destinos responsables (Zambrano & Salvatierra, 2023).

Los resultados de esta investigación evidencian la existencia de un sector gastronómico en Portoviejo con una sólida identidad cultural y potencial para consolidarse como un destino de desarrollo turístico sostenible. No obstante, se identificaron limitaciones estructurales en la implementación de prácticas de RSE, lo cual coincide con las observaciones de Gallardo y Sánchez (2021), quienes señalan que las pymes gastronómicas ecuatorianas enfrentan dificultades para incorporar criterios de sostenibilidad debido a la falta de formación y recursos.

La presencia significativa de los restaurantes tradicionales evidencia una profunda conexión entre la gastronomía y la identidad cultural manabita. Este aspecto también es destacado por Jano (2023), quien reconoce que la cocina tradicional no solo conserva valores simbólicos, sino que también desempeña un papel fundamental en el desarrollo del turismo gastronómico. Esta coincidencia validó el papel estratégico que desempeña la oferta culinaria en la promoción cultural del destino.

Sin embargo, la ausencia de una planificación formal de las acciones de RSE, evidenciada tanto en las entrevistas como en las encuestas, revela una desconexión entre el potencial del sector y su capacidad real de generar impactos sostenibles. Esta

falta de estructura impide que las iniciativas de RSE se integren de manera efectiva en la gestión empresarial. Esta situación concuerda con los hallazgos de Omidvar y Palazzo (2024), quienes advierten que en las pymes del sector alimenticio de la provincia de Chimborazo, las prácticas responsables se implementan de forma aislada, sin responder a una visión integral de sostenibilidad.

Asimismo, el uso de insumos locales y técnicas ancestrales identificadas en el estudio, como el horno manabita, demuestra un fuerte arraigo cultural que puede aprovecharse para mejorar la imagen turística de la ciudad. Este análisis se alinea con Zambrano y Salvatierra (2023), cuando señalan que el uso de productos endógenos y saberes locales impulsa la sostenibilidad y fortalece la reputación de los establecimientos.

Otro hallazgo relevante es la percepción positiva de la comunidad respecto a las acciones de RSE implementadas por los negocios gastronómicos. Aunque los entrevistados evidenciaron un conocimiento limitado sobre las prácticas, el 70 % de los encuestados reconoció iniciativas alineadas con la sostenibilidad. Esto sugiere que, a pesar de tratarse, en muchos casos, de acciones iniciales, estas generan impactos perceptibles en la comunidad local. Esta idea también está respaldada por Zambrano et al. (2024), quienes sostienen que el compromiso empresarial con el bienestar comunitario fortalece la confianza social.

Además, la priorización de prácticas ecológicas y de valores éticos y sociales por parte de la comunidad, así como la identificación de la capacitación como necesidad central, evidencian que el fortalecimiento del capital humano es fundamental para institucionalizar la RSE. Este argumento se sustenta en lo expuesto por Bermúdez y Valdés (2022), quienes sostienen que la educación ambiental es un factor clave para la implementación efectiva de estrategias sostenibles.

Finalmente, la propuesta de buenas prácticas de RSE formulada en este estudio busca consolidar un modelo de gestión sostenible aplicable al sector gastronómico de Portoviejo. Las acciones recomendadas, que incluyen programas de capacitación, mecanismos de monitoreo participativo y alianzas interinstitucionales constituyen una respuesta directa a las limitaciones identificadas en el diagnóstico previo. En concordancia con los postulados de Bermúdez y Valdés (2022), se resalta que la incorporación de la RSE a la cultura organizacional no solo incrementa la fidelización del cliente, sino que también fortalece la reputación y la competitividad del destino turístico. Como limitación, este estudio se centró en establecimientos urbanos, por lo que futuras investigaciones deberían incorporar zonas rurales para obtener una visión más integral del territorio.

Conclusiones

1. *Eje económico:* La implementación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el sector gastronómico de Portoviejo fortalece la competitividad y la sostenibilidad económica de los establecimientos. La contratación local, el uso de insumos de proximidad y la gestión eficiente de los recursos generan valor agregado y mejoran la percepción del consumidor. Asimismo, estas prácticas favorecen la atracción de turistas que buscan experiencias auténticas y sostenibles, lo que permite a los restaurantes diferenciarse en un mercado competitivo. Al promover la cultura local y la gastronomía tradicional, los establecimientos se posicionan como representantes de la identidad de Portoviejo, lo que fomenta la lealtad de los clientes y contribuye a una remuneración más justa para los productores locales.
2. *Eje social:* La RSE se consolida como una herramienta estratégica para la inclusión y el bienestar comunitario. La participación de los

establecimientos en la generación de empleo digno y el apoyo a iniciativas locales reflejan una relación directa entre las empresas gastronómicas y su entorno social. Los hallazgos muestran que propietarios y consumidores valoran las acciones orientadas al beneficio colectivo, lo que fortalece el sentido de pertenencia e identidad cultural. Con ello se cumple el segundo objetivo del estudio, al evidenciar una percepción comunitaria favorable hacia la RSE, aunque persisten desafíos en su formalización y monitoreo. No obstante, en comparación con los casos de Costa Rica y República Dominicana, donde las políticas de RSE cuentan con mayor institucionalización y respaldo gubernamental, en Portoviejo la implementación sigue siendo más fragmentada.

3. *Eje ambiental:* El análisis evidencia una creciente conciencia ambiental en el sector gastronómico, centrada en la reducción de residuos y la gestión responsable de los recursos naturales. No obstante, las acciones ecológicas siguen siendo incipientes y carecen de un marco normativo sólido que oriente su implementación. Se destaca que las empresas que incorporan estrategias de sostenibilidad ambiental mejoran su eficiencia operativa y su reputación institucional, fortaleciendo así su compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

En síntesis, la investigación demuestra que la RSE en el sector gastronómico de Portoviejo se encuentra en proceso de consolidación, con percepciones positivas tanto de la comunidad como de los empresarios, aunque persisten limitaciones estructurales y de capacitación. La propuesta final de buenas prácticas y alianzas colaborativas constituye una base viable para avanzar hacia un modelo de gestión sostenible que articule las dimensiones económica, social y ambiental del turismo gastronómico local.

Conflicto de intereses

Los autores manifiestan no tener conflicto de intereses.

Responsabilidad ética

La presente investigación ha respetado la integridad de las fuentes citadas, tanto de los autores de referencia como de los documentos oficiales consultados. Toda la información utilizada es pública y ha sido presentada de manera formal y detallada en el apartado de referencias.

Contribución de autoría

RMAM: investigación, búsqueda de fuentes, metodología, análisis y síntesis de resultados.

GJZH: investigación, búsqueda de fuentes, revisión del estilo, análisis y síntesis de resultados, discusión, conclusión.

MFGF: metodología, redacción, revisión de estilo, referencias.

Financiamiento

La presente investigación no recibió ningún tipo de financiamiento.

Agradecimientos

Queremos agradecer, en primer lugar, a Dios por habernos dado la oportunidad de crecer en este campo profesional, por brindarnos sabiduría y fortaleza a lo largo de este camino que, aunque no fue fácil, hoy culmina con éxito.

A nuestros padres, abuelos y familia, por su apoyo incondicional, por estar siempre presentes en cada etapa de este proceso.

A nuestra tutora, por su colaboración, paciencia y guía fundamentales para la culminación satisfactoria

de nuestro artículo. Y a toda la planta docente de la carrera de Turismo de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, por habernos transmitido, con dedicación, sus conocimientos y experiencias a lo largo de nuestra formación académica.

Referencias

- Asociación de Municipalidades del Ecuador. (2022). *Datos del cantón Portoviejo*. <https://repositorio.ame.gob.ec/canton-portoviejo/>
- Bermúdez-Cevallos, G., & Valdés-Pérez, D. (2022). Influencia de la cocina fusión en la ampliación de la oferta gastronómica en la ciudad de Portoviejo. *593. Digital Publisher CEIT*, 7(4-2), 394-407. <https://doi.org/10.33386/593dp.2022.4-2.1293>
- Bravo, O., & Zambrano, P. (2020). Turismo comunitario desde la perspectiva del desarrollo local: un desafío para la Comuna 23 de Noviembre, Ecuador. *Espacios*, 39(7). <https://revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p28.pdf>
- Camargo, D., & Ruiz, L. (2023). Efecto de la responsabilidad social empresarial (RSE) sobre la rentabilidad empresarial. *Panorama Económico*, 31(2), 93-115. <https://doi.org/10.32997/pe-2023-4547>
- Duarte-Casar, R., & Parreño-García, J. O. (2025). Representación de la cocina manabita mediante la lista libre: estudio piloto en Portoviejo. *Revista de Gastronomía y Cocina*, 4(E1), 04E102. <https://doi.org/10.70221/rgc.v4iE1.92>
- Duarte-Casar, R., & Rojas-Le-Fort, M. (2024). Investigación gastronómica en Ecuador: revisión sistemática y tendencias. *Revista de Gastronomía y Cocina*, 3(1), 316. <https://doi.org/10.70221/rgc.302781>
- Gallardo, D., & Sánchez, J. (2021). *Emprendimiento y responsabilidad social en Extremadura*. Universidad de Extremadura, Servicio de Publicaciones. <https://dehesa.unex.es/bitstream/10662/12776/1/978-84-09-30809-5.pdf>

- Ghaderi, Z., Omidvar, M. S., Hosseini, S., & Hall, C. M. (2024). Corporate social responsibility, customer satisfaction, and trust in the restaurant industry. *Journal of Foodservice Business Research*, 28(6), 1215-1246. <https://doi.org/10.1080/15378020.2024.2318523>
- Hernández, Y., Llanes, A., & Hernández, D. (2023). Análisis comparativo de casos de buenas prácticas en la gestión de destinos turísticos en México y República Dominicana. *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, 7(1), 60-83. <https://doi.org/10.21071/riturem.v7i1.15551>
- Ibarra-Cisneros, M. A., Vela-Reyna, J. B., & Hernández-Perlines, F. (2022). La importancia de la responsabilidad social corporativa y la gestión de la calidad total en los hoteles de México. *Dirección y Organización, Revista de Ingeniería y Organización*, 76, 43-57. <https://doi.org/10.37610/dyo.v0i76.617>
- Jahid, M. A., Yaya, R., Prato, S., & Pribadi, F. (2023). Institutional factors and CSR reporting in a developing country: Evidence from the neo-institutional perspective. *Cogent Business and Management*, 10(1), 218-227.
- Jano, D. (2023). Chapter 4: Albania moving from security receiver to security provider. En N. Džuverovic & V. Stojarová (Eds.), *Peace and security in the Western Balkans. A local perspective*. Routledge (Taylor & Francis Group). <http://doi.org/10.4324/9781003276661>
- Jiddi, F. (2023). ¿La responsabilidad social corporativa genera una mayor lealtad actitudinal y conductual de los huéspedes del hotel? *Heliyon*, 9. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e18669>
- Lee, S., Han, H., Radic, A., & Tariq, B. (2020). La responsabilidad social corporativa (RSC) como estrategia de satisfacción y fidelización de clientes en el sector de la restauración en cadena. *Revista de gestión hotelera y turística*, 45, 348-358. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.09.002>
- Loja-Cedillo, J., Vargas-Abad, E., Sánchez-González, I., & Villavicencio-Rodas, M. (2022). La RSE como ventaja competitiva: estudio sobre su influencia en el comportamiento de los consumidores. *593 Digital Publisher CEIT*, 7(2), 306-325. <https://doi.org/10.33386/593dp.2022.2.1044>
- Lombana, J., & Lizcano-Prada, J. (2020). Enfoques de la responsabilidad social empresarial en los agronegocios. *Estudios Gerenciales*, 34(148), 347-356. <https://www.redalyc.org/journal/212/21257589009/html/>
- Macías-García, M. A., & Tamayo-Cevallos, C. D. (2025). Responsabilidad social empresarial y sostenibilidad en la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril. *Revista Científica Multidisciplinaria Arbitrada Yachasu*, 9(16), 1603-1622. <https://editorialibkn.com/index.php/Yachasun/article/view/687>
- Malla, C. C., Vega, S. A., Salcedo, V. E., & Sotomayor, J. G. (2021). Responsabilidad social empresarial en el sector financiero del Ecuador durante el período 2016-2019. *Revista Recus*, 6(2), 47-55. <https://doi.org/10.33936/recus.v6i2.3208>
- Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador. (2023). El horno manabita despierta prácticas alrededor del patrimonio agroalimentario de Manabí. *El nuevo Ecuador*. <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/el-horno-manabita-despierta-practicas-alrededor-del-patrimonio-agroalimentario-de-manabi/>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2024). *Manabí fue designada como Región Mundial de Gastronomía por el IGCAT*. <https://www.turismo.gob.ec/manabi-fue-designada-como-region-mundial-de-gastronomia-por-el-igcat/>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2025). Catastro turístico del Ecuador: consulta de establecimientos registrados. <https://servicios.turismo.gob.ec/catastro-turistico/>
- Noboa, J., Vergara-Romero, A., Sorhegui-Ortega, R., & Garnica-Jarrin, L. (2021). Repensando el desarrollo sostenible en el territorio. *Revista Científica Res Non Verba*, 11(1), 19-33. <https://doi.org/10.21855/resnonverba.v11i1.500>
- Omidvar, M., & Palazzo, M. (2024). Investigating the impact of restaurants' CSR activities on customer satisfaction: a focus on CSR dimensions. *The TQM Journal*, 37(7), 1802-1826. <https://doi.org/10.1108/TQM-01-2024-0028>

- Quiroz-Peña, J., & Rizo-Vélez, G. (2023). Componentes estratégicos en el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial en organizaciones inmobiliarias ecuatorianas. *593 Digital Publisher CEIT*, 8(1), 162-173. <https://doi.org/10.33386/593dp.2023.1.1562>
- Suárez, O., & Yance, H. (2020). Diagnóstico de la responsabilidad social empresarial en las pymes de la ciudad de Guayaquil. *Revista Mapa*, 4(18). <https://revistamapa.org/index.php/es/article/view/233>
- Tamayo-Cevallos, C. D., Ruiz-Malvarez, M. C., Looz-Zambrano, H. Y., & Looz-Colamarco, I. W. (2023). Gestión de Responsabilidad Social Empresarial en medios de comunicación de Manabí (Ecuador). *Revista Venezolana de Gerencia*, 28(Edición Especial 10), 1216-1228. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.e10.21>
- Tello, C., Uquillas, G., Tello, X., & García, M. (2024). La responsabilidad social empresarial y la rentabilidad económica de las pequeñas y medianas empresas del sector alimenticio de la Provincia de Chimborazo. *Polo del Conocimiento*, 9(7), 2788-2809. <https://doi.org/10.23857/pc.v9i7.7666>
- Valle, B. G., Montes De Oca, J. E., & Franco, A. F. (2025). La responsabilidad social empresarial en emprendedores de servicios relacionados con la gastronomía. *Universidad y Sociedad*, 17(1), e4873. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/4873>
- Viceministerio de Cultura y Patrimonio. (2023). El horno manabita despierta prácticas alrededor del patrimonio agroalimentario de Manabí. *El Nuevo Ecuador*. <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/el-horno-manabita-despierta-practicas-alrededor-del-patrimonio-agroalimentario-de-manabi/>
- Zambrano, J. I., & Salvatierra, J. E. (2023). Desarrollo turístico sostenible en las localidades de la zona circundante de la represa La Esperanza. *Journal Business Science*, 4(1), 28-45. <https://doi.org/10.56124/jbs.v4i1.0003>
- Zambrano, G. V. C., Quintero, F. A. L., Rivera, D. N., & Alfonso, Y. R. (2024). Sostenibilidad del servicio gastronómico para el posicionamiento del destino turístico en Bahía de Caráquez: Ecuador. *Revista Internacional de Negocios Profesionales*, 9(4), e04573. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2024.v9i4.4573>

Recibido : 20 de julio de 2025

Aceptado : 02 de diciembre de 2025

Revisado por pares anónimos.

Génesis Jamileth Zamora Herrera

Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, Calceta, Ecuador

Graduada en Ciencias por la Unidad Educativa «Manuel Acosta Mero», Ecuador. Actualmente, es investigadora de la Carrera de Turismo de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, Ecuador.

genesis.zamora@espm.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-1759-0764>

Ruth Moreira

Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, Calceta, Ecuador

Graduada en Ciencias por la Unidad Educativa «Víctor Manuel Peñaherrera», Ecuador. Actualmente, es investigadora de la Carrera de Turismo de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, en Ecuador.

ruth.moreira@espm.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-9364-7044>

María Fernanda Garzón Félix

Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, Calceta, Ecuador

Doctora en Ciencias Pedagógicas por la Universidad de Camagüey «Ignacio Agramonte Loynaz», Cuba. Actualmente, es Coordinadora General Académica y docente investigadora de la Carrera de Turismo de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, en Ecuador.

Autor corresponsal: fgarzon@espm.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3605-7378>