



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE GUAYAQUIL
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD DE LAS PYMES DEL
SECTOR RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**

Trabajo de titulación previo a la obtención del
Título de Licenciadas en Administración de
Empresas

AUTORES: XIOMARA MERICIA ALCÍVAR GARCÍA Y DAYANA DENISSE
IGLESIAS CRIOLLO

TUTOR: KARINA ANABELLA ASCENCIO BURGOS

Guayaquil-Ecuador

2024

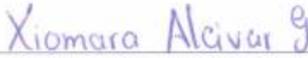
CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Nosotros, Xiomara Mericia Alcívar García con documento de identificación N° 0803458801 y Dayana Denisse Iglesias Criollo con documento de identificación N° 0958509994; manifestamos que:

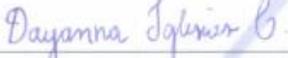
Somos los autores y responsables del presente trabajo; y, autorizamos a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Guayaquil, 02 de septiembre del año 2024

Atentamente,



Xiomara Mericia Alcívar García
0803458801



Dayana Denisse Iglesias Criollo
0958509994

CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

Nosotros, Xiomara Mericia Alcívar García con documento de identificación N° 0803458801 y Dayana Denisse Iglesias Criollo con documento de identificación N° 0958509994, expresamos nuestra voluntad y por medio del presente documento cedemos a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que somos autores del Artículo Académico: “Análisis de la sostenibilidad de las PYMES del sector restaurantes en la ciudad de Guayaquil”, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciada en Administración de Empresas, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribimos este documento en el momento que hacemos la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, 02 de septiembre del año 2024

Atentamente,



Xiomara Mericia Alcívar García
0803458801



Dayana Denisse Iglesias Criollo
0958509994

CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, **Karina Anabella Ascencio Burgos** con documento de identificación N° **0915665681**, docente de la Universidad Politécnica Salesiana, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: “Análisis de la sostenibilidad de las PYMES del sector restaurantes en la ciudad de Guayaquil”, realizado por **Xiomara Mericia Alcívar García** con documento de identificación N° 0803458801 y por **Dayana Denisse Iglesias Criollo** con documento de identificación N° 0958509994, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción Artículo Académico que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, 02 de septiembre del año 2024

Atentamente,



Ing. Karina A. Ascencio Burgos, MSc.
C.I 0915665681

ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD DE LAS PYMES DEL SECTOR RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.

Analysis of the sustainability of SMEs in the restaurant sector in the city of Guayaquil.

Resumen

La presente investigación aborda las oportunidades y obstáculos que las PYMES del sector de comida rápida en Guayaquil tienen para lograr implementar prácticas sostenibles en sus labores cotidianas. Al examinar factores como la competencia, la gestión de recursos, las regulaciones gubernamentales y las tendencias del mercado, se busca identificar patrones y desafíos específicos que impacten en su capacidad para mantenerse operativas a largo plazo. El objetivo de este estudio es analizar la sostenibilidad de las PYMES del sector restaurantes en la ciudad de Guayaquil y determinar mediante un estudio, los factores que influyen en la sustentabilidad. Esta investigación ha empleado la técnica de entrevista y una encuesta. En los resultados se constata un fuerte apoyo hacia las prácticas que son amigables con el ambiente en los restaurantes de Guayaquil, lo que resalta la importancia de que estos establecimientos consideren la adopción de prácticas responsables; En conclusión la sostenibilidad en los restaurantes de Guayaquil se puede tratar como un tema relativamente nuevo y de interés social, si bien estas prácticas en las PYMES restauranteras aún se encuentra en desarrollo con desafíos como la inversión inicial y la resistencia al cambio, la creciente conciencia de los consumidores, las oportunidades de mejora en la imagen y el impacto ambiental presentes; son un claro incentivo para que estas empresas adopten prácticas más sustentables.

Abstract

This research addresses the opportunities and obstacles that SMEs in the fast-food sector in Guayaquil face in implementing sustainable practices in their daily operations.. By examining factors such as competition, resource management, government regulations and market trends, the aim is to identify specific patterns and challenges that impact their ability to remain operational in the long term. The objective of this study is to analyze the sustainability of SMEs in the restaurant sector in the city of Guayaquil and to determine, through research, the factors influencing sustainability. This investigation employed interviews and surveys. The results reveal strong support for environmentally friendly practices in Guayaquil's restaurants, highlighting the importance of these establishments considering the adoption of responsible practices. In conclusion, sustainability in Guayaquil's restaurants can be viewed as a relatively new and socially relevant topic. Although sustainable practices in restaurant SMEs are still developing, facing challenges such as initial investment and resistance to change, the growing consumer awareness, opportunities for improving image, and the present environmental impact are clear incentives for these businesses to adopt more sustainable practices.

Palabras clave

Restaurantes, PYMES, Sostenibilidad, Gestión, Prácticas sostenibles, Negocios.

Keywords

Restaurants, SMEs, Sustainability, Management, Sustainable practices, Businesses.

Análisis de la sostenibilidad de las PYMES del sector restaurantes en la ciudad de Guayaquil.

Introducción

El sector de restaurantes en Ecuador es una parte relevante de la economía del país, puesto que cuenta con una amplia variedad de establecimientos de comida que ofrecen platos típicos de las diferentes regiones de la república, así como cocina internacional. El Ministerio de Turismo de Ecuador ha desarrollado el Plan Nacional Gastronómico "Ecuador a la Carta" con el objetivo de convertir al país en una potencia gastronómica. Este plan del gobierno incluye un mapa gastronómico con los principales platos típicos de las 24 provincias del país (Gomez & Rodriguez, 2020). La gastronomía ecuatoriana ha logrado popularizarse a nivel nacional e internacional. Algunos locales gastronómicos ecuatorianos tienen reconocimientos y gozan de ser incluidos en listas de los mejores restaurantes del mundo. Además, el arte culinario tiene un potencial importante para desarrollar el turismo en la nación ecuatoriana. En otros países de la región, como Perú y México, la cocina turística genera ingresos significativos y contribuye al crecimiento económico (Santander, Rodríguez, Toapanta, & Proaño, 2021).

En cambio, el sector gastronómico en Guayaquil es diverso y ofrece una amplia variedad de opciones culinarias. La ciudad cuenta con una gran cantidad de establecimientos que ofertan comida internacional y ecuatoriana. Además, este sector también ha enfrentado una creciente implementación de negocios de *fast food* o comida rápida, especialmente en el horario de mayor demanda, que va desde las 18:00 hasta la medianoche (Álvarez & Ortiz, 2023). Es necesario destacar que la ciudad experimenta una transformación en los últimos años, con un aumento en el número y las propuestas de restaurantes. Además de los sabores tradicionales, la gastronomía guayaquileña se ha sofisticado e incorporado aportes de otras cocinas extranjeras.

La crisis sanitaria que se vivió a nivel mundial en el año 2020 causó estragos en la economía que hasta ahora repercuten en los negocios; en Ecuador afectó a la gran mayoría de establecimientos, en especial a los restaurantes que se vieron obligados a cerrar sus puertas, disminuir el número de sus colaboradores, reducir aforos, entre otras restricciones (Chávez & Guzmán, 2022).

A muchos de los dueños y gerentes de negocios gastronómicos les tocó implementar diferentes tipos de estrategias e innovar para proseguir con el negocio y no cerrar sus puertas por completo y así continuar en este mercado, tratando en lo posible de satisfacer las necesidades del cliente, un claro ejemplo fue utilizar 'Delivery' conocido como 'Apps de entrega', principalmente en los negocios de Guayaquil y el servicio de reparto a domicilio que comenzó a tener mayor demanda, muchos negocios ingeniaron planes y remodelaron sus establecimientos para seguir adelante (Mendoza, Litardo, & Bucheli, 2023).

La crisis sanitaria pasada y la actual inseguridad dejan una huella profunda en las PYMES del sector de comida rápida. Las restricciones de movilidad y los cierres temporales impuestos por las autoridades afectaron directamente la operatividad de estas empresas, generando una urgencia imperante para adaptarse a la nueva realidad económica (Montesdeoca, Gil, & Ruiz, Estudios Gerenciales, 36(154), 100-113, 2020). Este escenario resalta la necesidad apremiante de estrategias de marketing que les permitan no solo sobrevivir a los desafíos presentes, sino también prepararse para un entorno comercial post pandémico (Rodríguez, Ortiz, Quiroz, & Parrales, 2020). Después de la crisis sanitaria, para muchos

negocios no fue fácil mantenerse debido a varias barreras, las amenazas y el riesgo que se vivió por la incertidumbre y los constantes cambios ocurridos.

A pesar de los desafíos, la pandemia también actuó como catalizador para cambios positivos en las PYMES del sector de comida rápida. Muchas de estas empresas aprovecharon la oportunidad para diversificar sus servicios, fortalecer su presencia en línea y mejorar la eficiencia operativa. La creciente demanda de opciones de entrega a domicilio generó nuevas fuentes de ingresos y aquellas PYMES que adoptaron estrategias digitales experimentaron un aumento en la visibilidad y lealtad del cliente (Toledo, 2021). Además, la necesidad de reconsiderar sus modelos de negocio impulsó la innovación en menús y la introducción de prácticas sostenibles, generando un impacto positivo tanto en la rentabilidad como en la percepción del consumidor. En este sentido, la pandemia actuó como un motivador para la adaptación y la evolución, llevando a muchas PYMES a desarrollar fortalezas que podrían perdurar en el panorama comercial a largo plazo (Núñez & Miranda, 2020).

Entre las fortalezas se destaca que es necesario trabajar en la sostenibilidad empresarial, considerando modelos como el triple resultado final y la responsabilidad social corporativa, siendo estos factores de importancia en la toma de decisiones por parte de los interesados (Castillo, Ripoll, & Urquirdi, 2021). Además, es crucial examinar las características específicas del sector de comida rápida, incluyendo las tendencias de consumo, competencia y regulaciones gubernamentales que influyen en la sustentabilidad de estas empresas. Finalmente, es pertinente analizar los factores particulares que afectan a las PYMES en Guayaquil, como la gestión de residuos, la eficiencia energética y la satisfacción del cliente, integrando también consideraciones locales como el contexto socioeconómico y ambiental de la ciudad (Bedoya, Ponce, & Rodríguez, 2020).

Guayaquil se caracteriza por el emprendimiento de comidas rápidas, en el que tanto las empresas como las personas dependen de este sector. Actualmente muchas empresas deciden trabajar en preparación y venta de alimentos, dado que se percibe una gran demanda y es más viable emprender (Yturburu & Guerra, 2022).

En cambio, con la apertura de centros comerciales se está logrando que la cobertura de locales de comida rápida vaya más allá de las ciudades donde actualmente se concentran los negocios como Quito y Guayaquil (Aguirre, 2022). Algunos de los establecimientos de alimentos para llevar más influyentes en la ciudad son BENDITO CHEF, WENDY'S, KFC, BIG BOY BURGER, EDDY y Mc Donald's, siendo estas las cadenas de comida rápida más reconocidas y exitosas en la urbe, teniendo presencia en varias localidades debido al uso de aplicaciones de delivery.

Las PYMES del sector de comida rápida en Guayaquil pueden enfrentar desafíos relacionados con la internacionalización. La falta de conocimiento de los mercados internacionales, los altos costos logísticos y las barreras comerciales dificultan el acceso a nuevos clientes y oportunidades de crecimiento. Sin embargo, es necesario recordar que estas empresas también cuentan con una gran capacidad de adaptación y flexibilidad. Al abordar estos desafíos de manera proactiva y buscar soluciones innovadoras, las PYMES pueden superar obstáculos y aprovechar nuevas oportunidades de crecimiento (León, Rosillo, & Zambrano, 2020).

Los altos costos operativos de la materia prima, alquileres y mano de obra, también son un factor necesario cuando se trata del mantenimiento de un negocio de comida express. Estos costos pueden reducir la rentabilidad y afectar la capacidad de las PYMES para mantenerse a flote.

Se examinó cómo estas empresas, con recursos limitados y una capacidad de adaptación única, pueden implementar estrategias innovadoras para mejorar su sostenibilidad. Además, se consideró la importancia de factores específicos como la gestión de residuos, la eficiencia energética y la cadena de suministro responsable en el contexto de las PYMES de comida rápida en Guayaquil. Integrar estas perspectivas teóricas permitieron comprender mejor los desafíos y oportunidades para la sustentabilidad en este sector (Preciado, Guerrero, Santana, & Flores, 2023).

Las PYMES gastronómicas son importantes generadoras de empleo e impulsoras del desarrollo económico local. En Guayaquil, el sector restaurantes ha tenido un significativo repunte en los últimos años. Sin embargo, las PYMES enfrentan debilidades como el desconocimiento de los gerentes en administración de negocios y falta de capital. Muchas microempresas familiares del sector en Guayaquil no conocen la importancia del marketing digital para incrementar su sustentabilidad (Viteri, Maldonado, & Bernal, 2022).

Para ser sostenibles, las PYMES dedicadas al sector de restaurantes deben adaptarse a las nuevas tendencias, como el comercio electrónico, para innovar, aumentar ingresos y fortalecer ventas. Deben crear estrategias para mejorar su competitividad. Una oportunidad es la rica gastronomía ecuatoriana, que atrae a clientes locales y turistas. La franquicia Pim's, con lugares de comida que ofrecen comida típica y gourmet, aparece como una gran oportunidad de negocio para inversionistas en Guayaquil (Franquicias, 2019).

PYMES

Las PYMES son pequeñas y medianas empresas, estas empresas tienen hasta 250 empleados y se caracterizan por tener tasas de rotación moderadas. A diferencia de las grandes empresas, las pequeñas y medianas empresas no cuentan con grandes recursos, sin embargo, se consideran el principal motor de la economía ya que crean empleos y contribuyen al desarrollo económico del país (Paredes, Ibarra, & Moreno, 2021).

Las pequeñas y medianas empresas pueden adaptarse rápidamente a los cambios del mercado. También pueden centrarse en sus clientes y recibir nuevos datos del mercado a medida que cambian las condiciones, brindando nuevas oportunidades de crecimiento (Acosta, 2024). El término PYME tiene diferentes definiciones dependiendo del país o región. En algunos, las valoraciones se basan en las ventas anuales y las unidades operativas, mientras que, en otros, las valoraciones se basan en el número de empleados.

Sostenibilidad

La sostenibilidad corporativa significa que la empresa se esfuerza por continuar las actividades económicas y utilizar los recursos para la gestión teniendo en cuenta los factores sociales, económicos y ambientales. Este es un concepto significativo en el trabajo que realizan las empresas porque establece parámetros medibles para el uso de sus recursos y contribuye al desarrollo sostenible (Useche, Vásquez, Salazar, & Ordóñez, 2021). En los negocios, la sostenibilidad significa tener en cuenta la capacidad de una empresa para administrar de forma eficiente y racional de los recursos para garantizar la continuidad de este a largo plazo (Rojas, Niebles, Pacheco, & Hernández, 2020). Esto incluye considerar aspectos como la reducción del impacto ambiental de las operaciones, responsabilidad social corporativa, gestión eficiente de los recursos y la promoción de la equidad e inclusión.

Los consumidores valoran la sostenibilidad empresarial, y más del 80% de ellos consideran positivamente las marcas comprometidas con la sustentabilidad. El implementar la

responsabilidad social empresarial también es beneficioso para las empresas, ya que ayuda a aumentar su imagen positiva y generar confianza con los clientes (Estaiza, 2022).

Sector alimentario

El sector alimentario también conocido como industria alimentaria, se refiere a todas las actividades relacionadas con la producción, procesamiento, distribución y comercialización de alimentos y bebidas. El objetivo principal es satisfacer las necesidades nutricionales de la población humana, proporcionando alimentos en condiciones aptas para el consumo (Grajales & Ortiz, 2024). La industria alimentaria incluye muchas actividades diferentes, desde la agricultura y la pesca hasta la transformación de materias primas en alimentos procesados y terminados. Esto incluye sectores como la producción de carne, leche, huevos, pescado, frutas, verduras y cereales. Esta industria es valiosa en el mundo moderno porque mantiene a la población abastecida de alimentos. Además, contribuye significativamente a las economías de muchos países, creando empleo y crecimiento económico.

La industria restaurantera se refiere a la preparación y venta de alimentos y bebidas para el consumo de los clientes en un establecimiento. Este sector pertenece al tercer campo de la economía, conocido como sector de servicios. Los restaurantes pueden incluir una variedad de opciones como locales de comida rápida, negocios informales, establecimientos elegantes, cafeterías y bares. Estos establecimientos ofrecen diferentes tipos de servicios, adaptados a las necesidades y deseos de los clientes en cuanto a precio, ambiente y tipo de comida. Es relevante recalcar que el sector restaurantera es una parte significativa de la economía porque proporciona empleo y contribuye al crecimiento económico del país. Según la Asociación Nacional de Restaurantes (NRA), se espera que esta industria emplee a 15,6 millones de personas en 2020, aproximadamente el 10% de la fuerza laboral estadounidense (Sánchez, 2023).

A pesar de los retos que enfrentan las PYMES restauranteras, tienen potencial para ser sostenibles a través de una mejor gestión, adaptación a tendencias digitales y aprovechamiento de la demanda por la gastronomía local. Estas empresas requieren apoyo para desarrollar estrategias competitivas.

De esta forma la presente investigación se traza como objetivo general analizar la sostenibilidad de las PYMES del sector restaurantes en la ciudad de Guayaquil.

Metodología

Se llevó a cabo un análisis cualitativo de los factores que afectan la sostenibilidad de las PYMES del sector de comida rápida en la ciudad, se propuso una metodología integral. Se aplicó entrevistas en profundidad a propietarios, jefes de área o personal a cargo del sector de comida rápida, se obtuvieron percepciones sobre la sustentabilidad y su impacto en el éxito empresarial. El análisis de documentos gubernamentales y normativas locales proporcionó información sobre regulaciones pertinentes. El estudio de redes sociales reveló la percepción pública y las opiniones de diversos grupos. Finalmente se realizaron encuestas mediante la recopilación sistemática de datos, abordando preguntas específicas sobre prácticas sostenibles, desafíos y percepciones de los propietarios y empleados de estas PYMES en la región. Se diseñaron preguntas estructuradas y semiestructuradas para respaldar la investigación. Para llevar a cabo un análisis de los aspectos que influyen en la sostenibilidad esta investigación ha empleado la técnica de entrevistas; realizando una serie de preguntas a cinco propietarios de PYMES de comida rápida en Guayaquil para obtener perspectivas directas sobre los desafíos y oportunidades relacionados con la sustentabilidad de este tipo de negocios. Además, se realizó

una encuesta mediante un sondeo a 150 consumidores de locales de comida en la ciudad de Guayaquil con un cuestionario de diez preguntas.

Resultados

Resultados de encuesta a consumidores

Figura 1

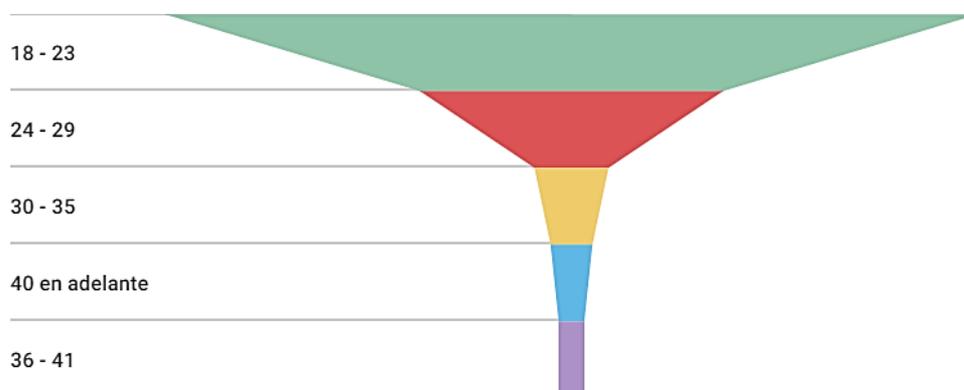
Género de los consumidores



Según los datos recopilados al aplicar la encuesta a 150 personas se pudo conocer como el 20% de la muestra encuestada son personas de género masculino, mientras que el restante 80% son de género femenino, esto siendo contrastado en la investigación de los autores Tena y Ramírez, en el cual denota como la mujer está más arraigada a la alimentación, generalmente por tradición, comprando y utilizando productos de origen local, tomando en cuenta su costo y el valor nutricional, estas también se encargan del manejo de residuos (Tena & Ramírez, 2022).

Figura 2

Edad de los consumidores

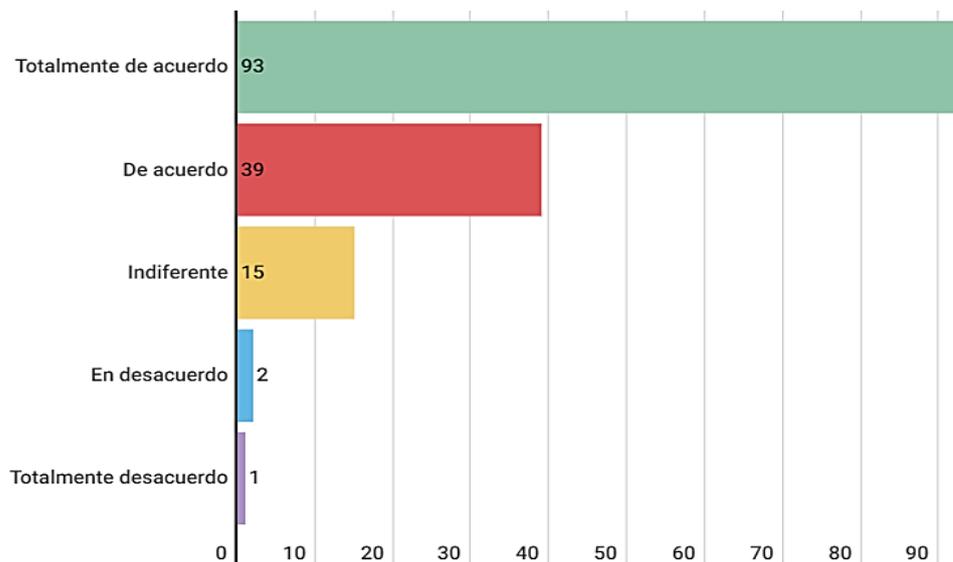


Según el gráfico precedente se puede observar que la mayoría de las personas que realizaron la encuesta son jóvenes que tienen entre 18 y 23 años representando un 64.7%, seguido por las personas de entre 24 y 29 años con un 24%; por lo que algunos autores argumentan que esto

está relacionado a los cambios de las tendencias alimenticias dirigidas hacia un estilo de vida *Fitness* y el resto de la muestra que consta de 30 años en adelante representaron un 11.3% ya que suelen inclinarse a consumir productos que posean un envase o marca reconocida (Mora, 2022).

Figura 3

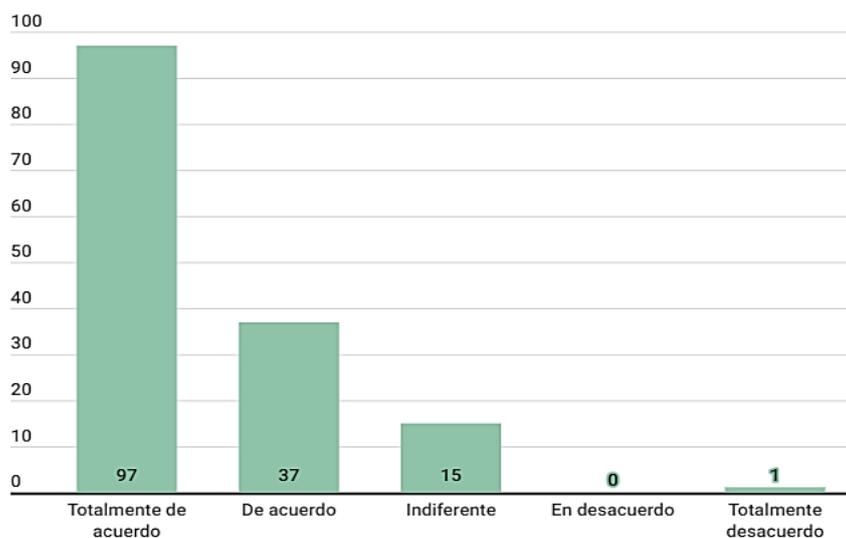
Importancia de implementar prácticas sostenibles en restaurantes



Entre los resultados obtenidos en la encuesta, se detalla en la figura 3 en consenso, el 88% de los encuestados consideran que es relevante los restaurantes que se encuentran en la ciudad de Guayaquil implementen practicas sostenibles, mientras que el restante de la muestra se divide en un 10% al cual le es indiferente y un escaso 2% que no consideran este sea un aspecto significativo.

Figura 4

Los restaurantes en Guayaquil deberían utilizar productos locales y orgánicos

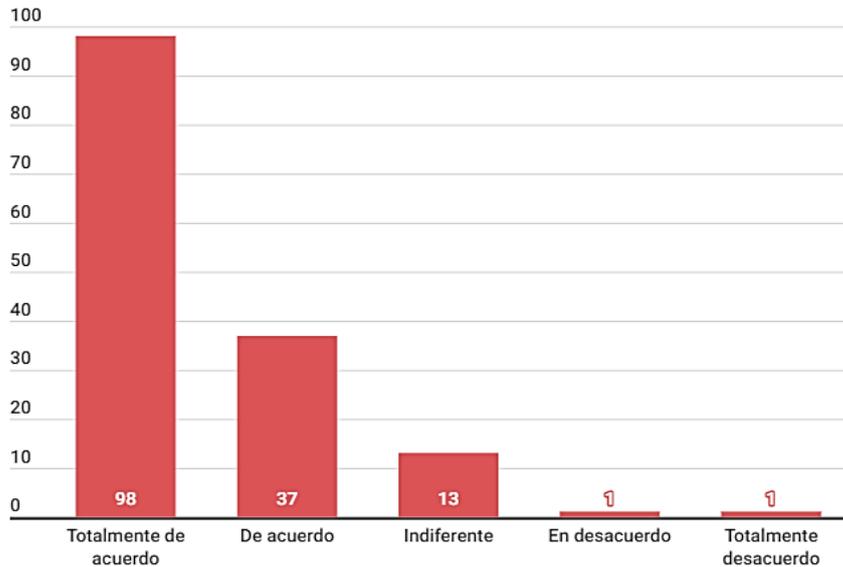


De acuerdo con la figura 4, el 89.4% consideran que los restaurantes deberían utilizar productos locales y orgánicos en sus preparaciones, mientras que el 10% tiene una postura indiferente y el

0.6% de las personas encuestadas muestran un desacuerdo al respecto. Estos resultados evidencian que la utilización de productos de origen local ayuda a los establecimientos a llevar un modelo más verde, también fomentan la preservación de las tradiciones gastronómicas de los países.

Figura 5

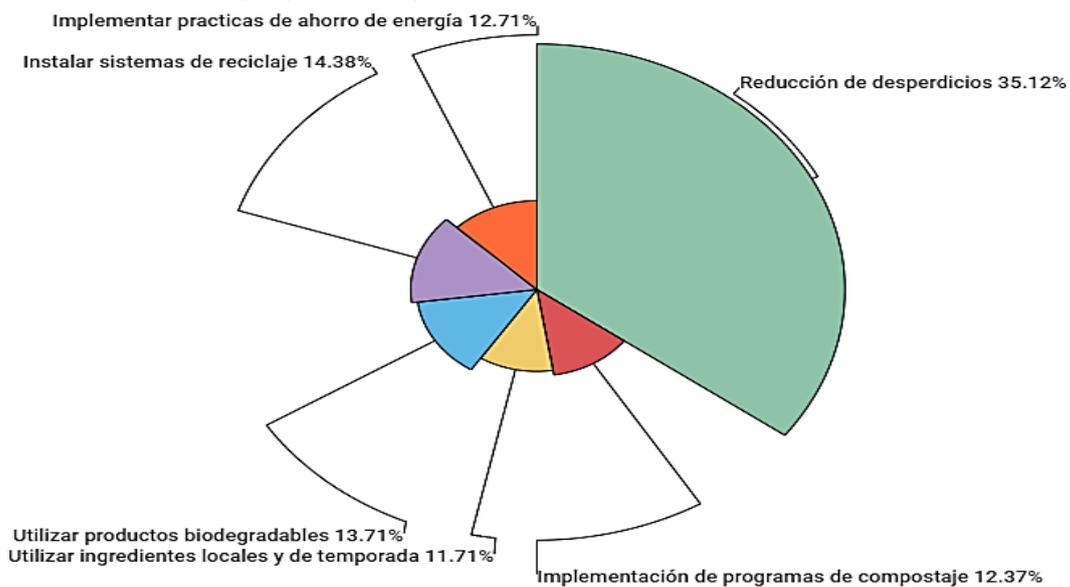
Disposición de los consumidores a pagar más por alimentos y bebidas sostenibles



A veces al emplear prácticas amigables con el ambiente es posible que los restaurantes incurran en gastos adicionales, que pueden afectar a los consumidores. De esta manera, se aprecia en la figura 5 como el 90% de la muestra está dispuesto a cancelar un valor extra por alimentos y bebidas sostenibles ofrecidos en locales de comida, mientras que un 8.7% es indiferente y un 1.3% expresa su disconformidad por considerar pagar un valor más alto.

Figura 6

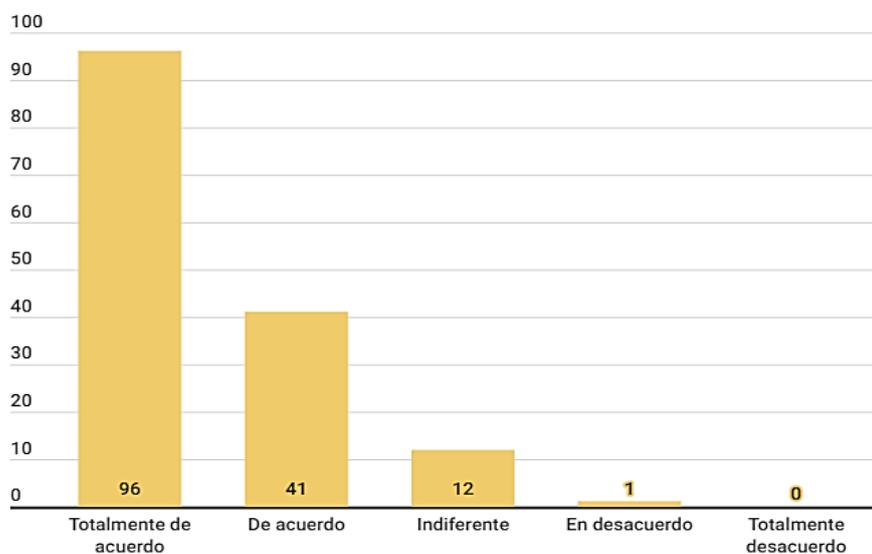
Medidas sostenibles que podrían implementar los restaurantes locales



Según algunos autores los restaurantes son grandes precursores de generadores de residuos y consumidores de energía por lo que es imposible pasar por alto su deficiente responsabilidad ambiental. Por lo que en la figura 6 se representan las medidas sostenibles que la muestra considera deberían implementar los establecimientos gastronómicos, teniendo así la reducción de desperdicios en primer lugar con un 35.12%; Instalar sistemas de reciclaje en segundo lugar con 14.38%; Utilizar productos biodegradables en tercer lugar con el 13.71%; Implementar prácticas de ahorro de energía con un 12.71%; siendo seguido por Implementación de programas de compostaje con un 12.37% y finalmente utilizar ingredientes locales y de temporada con un 11.71% (Montesdeoca, Gil, & Ruíz, 2020).

Figura 7

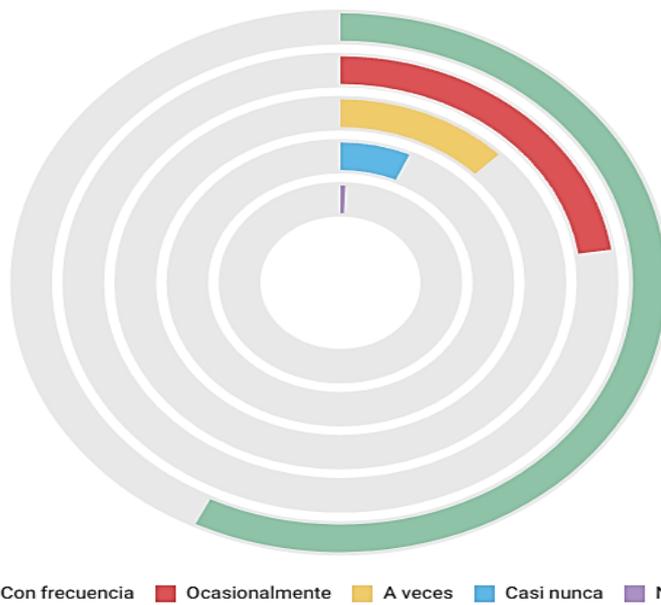
Apoyo de consumidores a restaurantes que participe en programas de reciclaje y compostaje



De acuerdo con la figura 7 más del 90 % de los encuestados está de acuerdo en apoyar programas de compostaje, reciclaje y sostenibilidad en los restaurantes, por lo que más personas dueños o administradores de negocios culinarios se deberían sumar a estas prácticas.

Figura 8

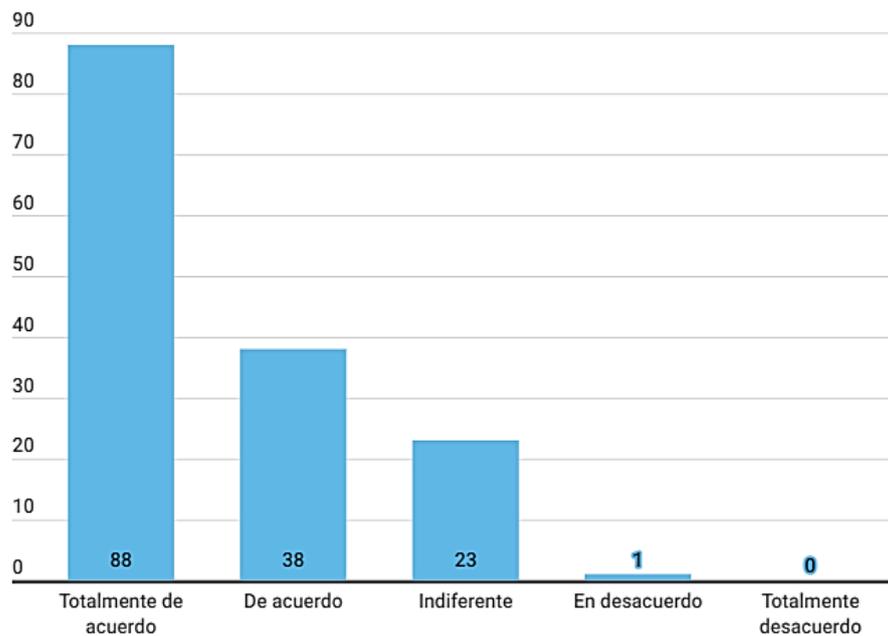
Influye las prácticas sostenibles en la elección del consumidor



En la figura 8 es posible observar como para un 58% de la muestra influye con frecuencia que un restaurante tenga y dé a conocer sus prácticas sostenibles, así como un 22.7% manifiesta que ocasionalmente influye, mientras que para el resto de la muestra estas prácticas no influyen en su elección.

Figura 9

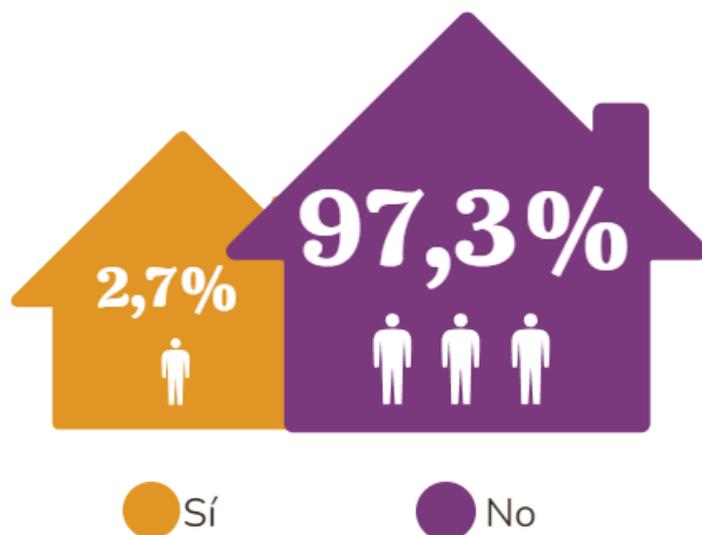
Deberían los restaurantes informar a sus clientes sobre sus esfuerzos sostenibles



En la figura 9 se observa el 84% de las personas encuestadas considera que los restaurantes deberían informar a sus clientes sobre sus prácticas sostenibles, ya que esto puede atraer la atención de una mayor cantidad de clientes potenciales dándose a conocer por sus prácticas ambientales.

Figura 10

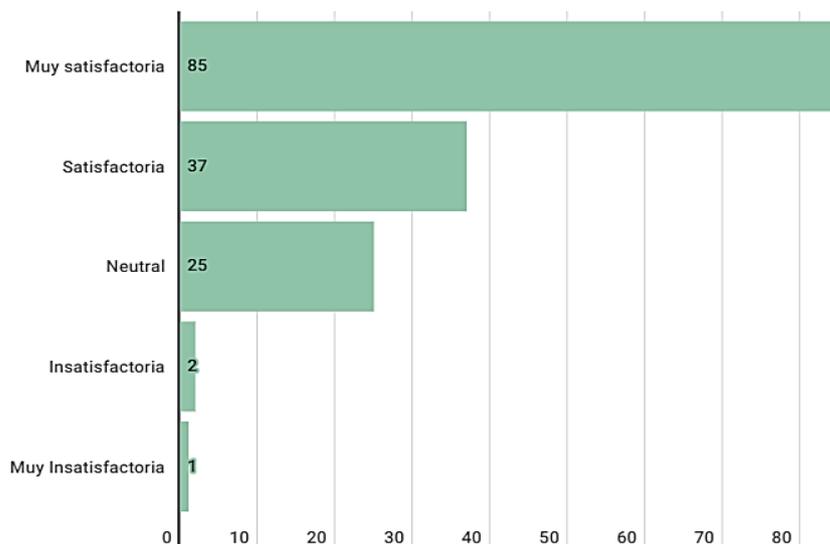
Conocimiento de los consumidores de algún restaurante en Guayaquil que se destaque por sus prácticas sostenibles



De acuerdo con el resultado de la encuesta, el 97.3% de los encuestados no conocen de algún restaurante que implemente o destaque por sus prácticas sostenibles, mientras que una pequeña parte de las personas encuestadas manifiesta que sí conoce alguno, por lo que se puede deducir que los restaurantes generalmente no tienen prácticas eco amigables o si las tienen no las han promocionado debidamente para que llegue a los consumidores.

Figura 11

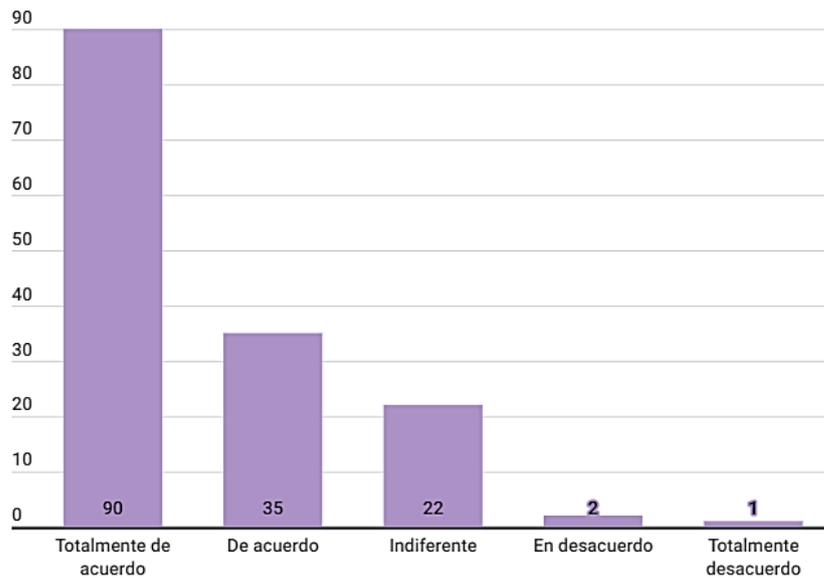
Desean los consumidores conocer las actividades sostenibles del restaurante



En la figura 11 es posible visibilizar que aproximadamente el 81.4% de las personas encuestadas se sentirían satisfechas conociendo las actividades realizadas por los restaurantes a favor de la sostenibilidad, a la vez que el 16.7% de las personas tendría una reacción neutral, dadas las tendencias actuales se podría llegar a considerar una ventaja competitiva el emplear diversas prácticas eco amigables debido a la gran aceptación que tiene entre los consumidores potenciales

Figura 12

Elección de los consumidores a participar en programas de recompensas por elegir restaurantes sostenibles



La figura 12 muestra que el 83.3% de la muestra está dispuesto a participar en programas de recompensas implementados por elegir restaurantes sostenibles en la ciudad, a la vez que el 14.7% se encuentra indiferente y el 2% manifiesta su desacuerdo en esta iniciativa, por lo que sería recomendable que los establecimientos implementaran este tipo de actividades para atraer y fidelizar a los posibles clientes.

Resultados de entrevistas

Luego de aplicar la entrevista a cinco propietarios de PYMES de comida rápida en Guayaquil para obtener perspectivas directas de los emprendedores sobre los desafíos y oportunidades relacionados con la sostenibilidad del negocio de comida rápida, se presentan los siguientes resultados:

PREGUNTAS	RESPUESTAS
1. ¿Cuáles son las principales estrategias de sostenibilidad que su restaurante ha implementado para reducir su huella de carbono y minimizar el impacto ambiental?	R1: Nos enfocamos en la reducción del desperdicio de alimentos, practicamos un control de inventario adecuado y utilizamos medidas de conservación de alimentos seguras. R2: Implementación de prácticas de gestión de residuos, como el reciclaje para reducir la cantidad de desechos enviados a los vertederos. Además del uso de tecnología de control de agua para minimizar el consumo de agua en la cocina y en el servicio al cliente. R3: Nosotros manejamos la separación y reciclaje de residuos, utilizamos productos biodegradables, además implementamos instalaciones para conservar y ahorrar el agua dentro de las instalaciones. R4: Promovemos opciones vegetarianas y veganas en nuestro menú para reducir el impacto ambiental relacionado con la ganadería.

	<p>R5: Siempre busco ingredientes locales y de comercio justo, como café orgánico y mariscos frescos y certificados.</p>
<p>2. ¿Cómo maneja su restaurante los residuos y desechos generados en la cocina y en el servicio al cliente?</p>	<p>R1: En nuestro restaurante, manejamos los restos y desechos de manera responsable. Implementamos un sistema de gestión de residuos que incluye la separación adecuada de los diferentes tipos de desechos, como orgánicos, plásticos, papel y vidrio. Además, reciclamos y reutilizamos siempre que sea posible.</p> <p>R2: Implementamos lo que es la separación de restantes en el área de la cocina y exteriores, con contenedores designados para residuos orgánicos, papel/cartón, plástico y vidrio.</p> <p>R3: Manejamos lo que es la clasificación de residuos en diferentes tachos, cada uno en una categoría.</p> <p>R4: Reducimos al máximo el manejo de plásticos de un solo uso y fomentamos la utilización de materiales biodegradables en nuestros envases y utensilios.</p> <p>R5: Ayudamos convirtiendo los residuos orgánicos de cocina en abono nutritivo para jardines y huertos locales.</p>
<p>3. ¿Qué medidas toma su restaurante para reducir el consumo de energía y agua?</p>	<p>R1: Utilizamos equipos de cocina energéticamente eficientes, como hornos y refrigeradores de bajo consumo. Además, instalamos llaves y dispositivos de ahorro de agua en los lavabos y en la cocina para minimizar el consumo de agua.</p> <p>R2: Contamos con instalaciones con sistemas de iluminación LED en todas las áreas del restaurante, lo que nos permite reducir el consumo de energía en comparación con las bombillas tradicionales.</p> <p>R3: Capacitamos al personal sobre la importancia de apagar luces y equipos cuando no están en uso y fomentamos prácticas de ahorro de energía en la cocina y en el área de servicio.</p> <p>R4: Promovemos el uso consciente del agua entre los empleados y clientes, aparte instalamos equipos de iluminación LED que permitan ahorrar la energía del local.</p> <p>R5: Optimizo el uso de electrodomésticos y agua en la cocina, como lavavajillas de bajo consumo y ollas con tapas ajustadas.</p>
<p>4. ¿Cuál ha sido la inversión de su restaurante en tecnología para mejorar la eficiencia y reducir el consumo de recursos naturales?</p>	<p>R1: Hemos implementado equipos de cocina de última generación que son más eficientes en términos de consumo de energía.</p> <p>R2: Usamos un sistema de gestión de pedidos y reservas en línea para minimizar el uso de papel y mejorar la eficiencia en la operación del restaurante.</p> <p>R3: Hemos invertido en ciertos artefactos que generan ahorros de energías como sensores de luz y equipos de ahorro de agua en los baños y cocinas.</p> <p>R4: Utilizamos tecnología de punta para el control automatizado de climatización e iluminación, ajustando según la ocupación y necesidades operativas, por ejemplo, en nuestros aires acondicionados.</p> <p>R5: Utilizo un software para gestionar el inventario, este ayuda a reducir el desperdicio de alimentos por cuestiones como la</p>

	<p>caducidad y esas cosas, además de que ayuda a optimizar las compras.</p>
<p>5. ¿Qué factores considera usted relevantes para sostenibilidad de las PYMES del sector restaurantes en Guayaquil?</p>	<p>R1: Sería la administración eficiente de los recursos, ya que creo que es importante optimizar el uso de energía, agua y otros recursos para reducir el impacto ambiental y los costos operativos y también lo que es la implementación de ingredientes locales y sostenibles, priorizar el uso de ingredientes de nuestro país y de temporada ayuda a minimizar la huella de carbono y apoya a los productores regionales.</p> <p>R2: Promoción de la equidad laboral y la responsabilidad social, asegurando condiciones de trabajo justas y apoyando a la comunidad local</p> <p>R3: La compra de alimentos frescos, la colaboración de locales organizados para promover el reciclaje, capacitaciones para la sostenibilidad y manejo ecológico de forma responsable.</p> <p>R4: Considero que podría ser lo que es el acceso a financiamiento para inversiones en tecnología, prácticas sostenibles y la educación y concienciación sobre sostenibilidad entre empleados y clientes.</p> <p>R5: Me adapto a las prácticas sostenibles en el contexto socioeconómico y ambiental de Guayaquil, es decir con lo del ahorro y concientización de agua y energía más que todo por los cortes que hace el gobierno por los problemas que hay.</p>
<p>6. ¿Qué estrategias exitosas de sostenibilidad económica realiza su restaurante?</p>	<p>R1: Nosotros hacemos lo que es el control de costos, buscamos constantemente formas de reducirlos sin comprometer la calidad de nuestros productos y servicios. Y también hacemos gestión de inventario, por lo que tenemos un estricto control del inventario para evitar el desperdicio de alimentos y minimizar las pérdidas.</p> <p>R2: Pues tenemos como estrategia el uso de ingredientes locales y de temporada, lo que nos permite reducir los costos de transporte y garantizar la frescura de nuestros productos.</p> <p>R3: Entre las estrategias importantes están la buena gestión de inventario para reducir el desperdicio, la implementación de equipos y sistemas de iluminación energéticamente eficientes, y la retención de empleados y así reducen costos de rotación de personal.</p> <p>R4: Unas de las estrategias que hemos realizado es negociar con proveedores locales contratando a largo plazo para asegurar precios estables y reducir costos logísticos.</p> <p>R5: Los consumidores valoran cada vez más las empresas comprometidas con la sostenibilidad, por eso esta estrategia es atraer a los clientes.</p>
<p>7. ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta su restaurante al implementar prácticas sostenibles?</p>	<p>R1: Sería el capital inicial, ya que algunas prácticas sostenibles pueden requerir inversiones iniciales significativas, lo que puede ser un desafío para las PYMES con recursos limitados.</p> <p>R2: La resistencia al cambio por parte del personal y de los clientes, ya que las prácticas sostenibles pueden requerir ajustes en los procesos y comportamientos habituales y los</p>

	<p>costos iniciales de inversión en tecnología y equipos más eficientes, que pueden ser altos en el corto plazo, pero se amortizan a largo plazo.</p> <p>R3: Cambio de mentalidad y resistencia al cambio por parte del personal, ya que la implementación de prácticas sostenibles puede requerir ajustes en los procesos y rutinas de trabajo.</p> <p>R4: Entre los desafíos implementados tenemos el más difícil que es pues los elevados costos de adquisición de la tecnología y materiales sostenibles de nuestros locales.</p> <p>R5: La falta de información o recursos sobre prácticas sostenibles puede dificultar su implementación, a su vez esta implementación suele ser costosa.</p>
<p>8. ¿Qué prácticas de sostenibilidad económica recomendaría para que las PYMES del sector restaurantes reduzcan costos operativos y promuevan la eficiencia energética?</p>	<p>R1: Identificar áreas de alto consumo de energía y buscar oportunidades de mejora, como el uso de equipos más eficientes y la optimización de la iluminación.</p> <p>R2: Reducir el desperdicio de alimentos mediante prácticas como la gestión de inventarios.</p> <p>R3: Optimizar la gestión de inventario y reducir el desperdicio de alimentos a través de prácticas como el ajuste de las porciones y la planificación de menús basada en ingredientes disponibles y de temporada.</p> <p>R4: El uso de energía renovable cuando sea posible y a su vez mejorar la eficiencia energética de los equipos de trabajo.</p> <p>R5: Logro implementar programas de mantenimiento preventivo para equipos y electrodomésticos.</p>
<p>9. ¿Cuáles serían las prácticas de sostenibilidad ambiental más recomendables para que las PYMES del sector restaurantes minimicen su impacto ambiental, como la gestión de residuos o la adopción de insumos ecológicos?</p>	<p>R1: Implementar un sistema de gestión de residuos eficiente que incluya la separación y el reciclaje adecuado de los diferentes tipos de desechos.</p> <p>R2: Utilizar productos biodegradables y eco-amigables, como utensilios de servicio y empaques degradables, ayuda a reducir la huella de plástico y la contaminación ambiental.</p> <p>R3: Implementar un sistema de gestión de residuos que incluya la separación y el reciclaje de diferentes tipos de materiales, como papel, plástico, vidrio y residuos orgánicos.</p> <p>R4: Utilizar productos biodegradables y degradables en lugar de plásticos de un solo uso para reducir los desechos y la contaminación ambiental.</p> <p>R5: Yo en lo general implemento botes de basura donde se genere un ordenado reciclaje de los desperdicios de mi local.</p>
<p>10. ¿Cuáles prácticas de sostenibilidad social considera que son esenciales para que las PYMES del sector restaurantes fomenten la equidad laboral y la responsabilidad social en sus comunidades locales?</p>	<p>R1: Para fomentar la equidad podemos considerar la reducción de desperdicios alimenticios como también valorar a los trabajadores y promover la igualdad de oportunidades.</p> <p>R2: Promover condiciones laborales justas, como salarios adecuados, beneficios sociales y oportunidades de desarrollo profesional para todos los empleados.</p> <p>R3: Participar en iniciativas comunitarias y apoyar a organizaciones locales, como donar alimentos no vendidos a bancos de alimentos o patrocinar eventos benéficos en la comunidad.</p>

	<p>R4: se practica la fomentación de condiciones laborales justas, incluyendo salarios competitivos y oportunidades de desarrollo profesional para todos los empleados.</p> <p>R5: Incorporar elementos de la cultura local en la decoración, la música y el menú del restaurante.</p>
--	--

En los resultados se puede apreciar que los restaurantes entrevistados implementaron acciones en vías de la sostenibilidad y responsabilidad ambiental. Algunos centrando sus esfuerzos en minimizar el desperdicio de alimentos, practicando un control de inventario adecuado y utilizando medidas de conservación de alimentos seguras. Pero también se puede hacer una observación de aquellos establecimientos que han implementado de forma más rigurosa prácticas de gestión de residuos, como el reciclaje, para reducir la cantidad de desechos enviados a los vertederos. Además, de utilizar la tecnología de control de agua para minimizar el consumo de agua en la cocina y en el servicio al cliente. Manejando la separación y reciclaje de residuos, utilizando productos biodegradables e implementando subestructuras para conservar y ahorrar el agua dentro de las instalaciones, siendo estas algunas de las medidas implementadas para reducir la huella de carbono.

En los establecimientos de comida, es primordial el manejo de los residuos y el desecharlos de manera responsable. Por lo que algunos han implementado un sistema para la administración de desechos que incluya la separación adecuada de los diferentes tipos de desechos, como orgánicos, plásticos, papel y vidrio. Además, reciclan y reutilizan siempre que sea posible. Separan los residuos en el área de la cocina y exteriores, con contenedores designados para residuos orgánicos, papel/cartón, plástico y vidrio. Reducen al máximo la utilización de plásticos de un solo uso y fomentan el uso de materiales biodegradables en sus envases y utensilios. Además, convierten los residuos orgánicos de cocina en abono nutritivo para jardines y huertos locales, cerrando así el ciclo de los nutrientes y contribuyendo a la sustentabilidad de la comunidad. Con estas prácticas, el restaurante demuestra su apoyo hacia el medio ambiente y su responsabilidad social.

De esta forma los restaurantes demuestran también un fuerte compromiso con la eficiencia energética y la conservación de recursos. Utilizando equipos de cocina energéticamente eficientes, como hornos y refrigeradores de bajo consumo, lo que les permite reducir significativamente su demanda de energía. Además, han instalado llaves y dispositivos de ahorro de agua en los lavabos y en la cocina para minimizar el consumo de agua. Promoviendo el uso consciente del agua entre los empleados y clientes y han instalado equipos de iluminación LED que permiten ahorrar energía en el local. Además, optimizan el uso de electrodomésticos y agua en la cocina, como lavavajillas de bajo consumo y ollas con tapas ajustadas. Con estas medidas, el restaurante demuestra su responsabilidad con la sustentabilidad y la reducción del impacto ambiental.

Los locales gastronómicos se enfrentan a varios desafíos a la hora de implementar prácticas sostenibles. Uno de los principales obstáculos es la inversión inicial requerida, ya que algunas de estas prácticas pueden implicar costos significativos, especialmente para las pequeñas y medianas empresas con recursos limitados. Otro reto importante es la resistencia al cambio por parte del personal y los clientes, ya que la adopción de prácticas verdes puede requerir ajustes en los procesos y comportamientos establecidos, lo que supone un desafío esencial, dado que la implementación de prácticas sostenibles a menudo implica modificaciones en los procesos y rutinas laborales. Finalmente, la falta de información o recursos sobre prácticas *ecofriendly* pueden dificultar su adopción, y su implementación suele ser costosa.

Los establecimientos de comida practican la promoción de condiciones laborales justas, incluyendo salarios competitivos y oportunidades de desarrollo profesional para todos los

empleados. Además, incorporan elementos de la cultura local en la decoración, la música y el menú, esto les permite conectar con la comunidad y celebrar la diversidad.

DISCUSIÓN

Los resultados de la encuesta indican un fuerte apoyo hacia la sostenibilidad en los restaurantes de Guayaquil, lo que resalta la importancia de que estos establecimientos consideren la adopción de prácticas responsables; esto se lo puede apreciar en la figura 3 en donde los consumidores señalan la importancia de la aplicación de prácticas verdes, estos datos son coherentes con la investigación realizada por Silva (2023), que señala que los consumidores con una conciencia ambiental activa están cada vez más interesados en que individuos tanto como establecimientos adopten medidas que favorezcan la protección del medio ambiente. Esta tendencia hacia una mayor conciencia ambiental presenta entre los consumidores una clara oportunidad para que los restaurantes se alineen con estas expectativas y contribuyan a un futuro más sostenible (Silva, 2023).

Las nuevas generaciones se han caracterizado por su conciencia social y ambiental, han desempeñado un papel fundamental en la promoción de prácticas más responsables en la industria alimentaria. Según Cordero este grupo generacional, que ahora representa una parte considerable de la población activa y con poder adquisitivo, ha demostrado una clara preferencia por productos y servicios que se alinean con sus valores éticos y sostenibles, tal como se demuestra en la figura 2 en donde la mayor parte de la muestra son adultos jóvenes (Cordero, 2020).

Los resultados de la investigación de Tena y Ramírez (2023) indican que el uso de productos locales en los restaurantes no solo promueve un modelo más sostenible, sino que también ayuda a preservar las tradiciones gastronómicas de los países, lo que contrasta con el 80% de los consumidores encuestados siendo que son mujeres, quienes, y según los autores, están más conectados con la alimentación debido a tradiciones, priorizando la compra de productos locales por su costo y valor nutricional, y también asumiendo la responsabilidad del manejo de residuos.

A pesar de que los procesos y actividades sustentables que realicen las casas de comida puedan parecer internas, en realidad afectan también a los consumidores ya que si estos perciben y valoran este tipo de prácticas puede generar lealtad hacia el restaurante y en ese caso el aumento de costo por el producto no sería un impedimento para el consumo. De esta manera se puede apreciar en la figura 5 como el 90% de la muestra está dispuesto a cancelar un valor extra por alimentos y bebidas sostenibles ofrecidos en restaurantes, mientras que un 8.7% es indiferente y un 1.3% expresa su disconformidad por considerar pagar un valor más alto. (Niz & Nájera, 2023).

De acuerdo con la investigación realizada por Vázquez es importante difundir amena y entendible estos conceptos para que lleguen de manera adecuada a los consumidores, lo que se puede ver contrastado en la figura 10 donde casi toda la muestra desconoce de algún lugar que destaque por sus prácticas amigables con el ambiente, lo que implica también un déficit en el área de marketing para los establecimientos dedicados a la gastronomía que realizan estas actividades (Vázquez, 2023).

En la figura 12 un notable 83,3% de los encuestados expresó su disposición a participar en programas de recompensas ofrecidos por restaurantes que adoptan prácticas sostenibles en la ciudad. Este alto porcentaje sugiere un interés significativo por parte de los consumidores en apoyar a establecimientos que priorizan la sostenibilidad, ya que según Montoya, García y Vélez la sostenibilidad es un tema de interés social por lo que la implementación de programas relacionados generaría conciencia y un mayor impacto en los consumidores (Montoya, García, & Vélez, 2022).

CONCLUSIÓN

La sostenibilidad en los restaurantes de Guayaquil se puede tratar como un tema relativamente nuevo y de interés social, si bien la sostenibilidad en las PYMES restauranteras aún se encuentra en desarrollo, con desafíos como la inversión inicial y la resistencia al cambio, la creciente conciencia de los consumidores y las oportunidades de mejora en la imagen y el impacto ambiental presentes; son un claro incentivo para que estas empresas adopten prácticas más sostenibles. La adopción de estrategias como la compra sostenible, la eficiencia en el uso de recursos, la gestión de residuos y las actividades proambientales puede no solo beneficiar al medio ambiente, sino también atraer a más clientes y mejorar la reputación de las pequeñas y medianas empresas restauranteras en Guayaquil.

Para este estudio se propusieron una serie de objetivos específicos en el cual el primero buscaba diagnosticar las practicas sostenibles adoptadas por las PYMES, por lo que mediante una serie de entrevistas se pudo conocer como los restaurantes entrevistados han implementado diversas acciones encaminadas hacia la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental. Algunas de estas iniciativas se centran en la reducción del desperdicio de alimentos, mediante un adecuado control de inventario y la aplicación de medidas de conservación seguras. Sin embargo, se observa que los establecimientos gastronómicos han puesto un énfasis aún mayor en la implementación de prácticas de gestión de residuos, como el reciclaje, para disminuir la cantidad de desechos enviados a los vertederos. Además, han adoptado tecnologías de control de agua para minimizar el consumo en la cocina y el servicio al cliente, la utilización de productos biodegradables y el mínimo uso de plásticos de un solo uso. Estas acciones buscan reducir la huella de carbono de los restaurantes, algunos establecimientos han dado un paso más allá al convertir los residuos orgánicos de cocina en abono nutritivo para jardines y huertos locales, cerrando así el ciclo de los nutrientes y contribuyendo a la sustentabilidad de la comunidad. Estas prácticas demuestran el compromiso de los locales de comida con el medio ambiente y su responsabilidad social.

El segundo objetivo busca determinar los factores que inciden de forma positiva en la sostenibilidad, durante la investigación una serie de elementos se destacaron por sus beneficios, no solo al medio ambiente, sino que también a los establecimientos en donde una creciente población con una marcada conciencia ecológica y un firme compromiso social se encuentra dispuesta a apoyar a los locales que adoptan procesos sostenibles, en donde inclusive están receptivos a asumir un costo adicional, siempre que este se traduzca en la implementación de prácticas responsables con el medio ambiente por parte de los establecimientos. Este descubrimiento sugiere que los establecimientos culinarios que invierten en la sostenibilidad de sus operaciones no solo se benefician de una mejor imagen y reputación ante sus clientes, sino que también pueden generar una mayor lealtad y fidelidad por parte de estos.

Como último objetivo se busca proponer practicas exitosas de sostenibilidad para las PYMES restauranteras, siendo una de las más efectivas la reducción del desperdicio alimentario llevando un correcto inventario de los productos adquiridos, utilizando el método FIFO; que es una estrategia de gestión de inventarios que se utiliza para asegurar que los productos más antiguos que se encuentran en la bodega o almacenamiento sean los primeros en ser utilizados. Otra practica muy implementada es la utilización de productos locales y de temporada que beneficia tanto a los restaurantes como a los productores locales. Al abastecerse de ingredientes frescos y de origen local, los establecimientos de comida no solo apoyan la economía regional, también reducen la huella de carbono asociada al transporte de alimentos. Además, es crucial que las PYMES restauranteras capaciten a su personal en prácticas sostenibles, esto implica ofrecer programas de formación sobre la importancia de la sostenibilidad, la gestión de recursos y el servicio al cliente responsable. Un equipo bien informado puede contribuir significativamente

a la implementación de prácticas sostenibles y a la creación de una cultura organizacional que valore el cuidado del medio ambiente.

Adicional a esto, se puede optar por informar y educar a su público sobre los esfuerzos que se realizan en favor del medio ambiente, los restaurantes podrían posicionarse como líderes en sostenibilidad y diferenciarse de la competencia; dado que una comunicación efectiva de las prácticas eco-amigables no solo contribuiría a crear conciencia, también podría convertirse en un factor clave para atraer a más clientes. Al destacar y promover sus iniciativas sostenibles, los restaurantes pueden conectarse emocionalmente con su público, generando lealtad y fidelidad, esta estrategia puede ayudar a atraer a un segmento de mercado cada vez más amplio, especialmente entre los *millennials* y la generación Z, quienes son particularmente sensibles a las cuestiones ambientales y sociales (Ávila & Cedeño, 2020).

A pesar de los avances logrados en la concienciación sobre la sostenibilidad en los últimos años, todavía se requieren esfuerzos significativos para alcanzar un nivel en el que todas las prácticas de los establecimientos culinarios en la ciudad sean completamente sostenibles. Este contexto resalta la importancia de continuar investigando y evaluando cómo las pequeñas y medianas empresas están implementando actividades ecológicas y sostenibles. La necesidad de realizar estudios adicionales se vuelve evidente, puesto que estos pueden proporcionar una visión más clara de las limitaciones y los avances que enfrentan las PYMES en su camino hacia la sostenibilidad. Estos estudios ayudarían a identificar las barreras que impiden una adopción más amplia de prácticas sostenibles y podrían ofrecer recomendaciones prácticas y estrategias efectivas para superarlas.

FUENTE BIBLIOGRAFICA

- Acosta, E. (2024). *UEAN*. Obtenido de Análisis de factibilidad de empresa asesora y consultora en arquitectura y analítica de datos para PYMES colombianas: <http://hdl.handle.net/10882/13492>
- Aguirre, P. (2022). *Salud colect.* Obtenido de Hablar de COVID-19: aportes a la construcción de una memoria colectiva de la sindemia desde la alimentación: <http://dx.doi.org/10.18294/sc.2022.4054>
- Álvarez, A., & Ortiz, D. (2023). *ULVR*. Obtenido de Identificar los factores estratégicos de supervivencia en el sector de comida rápida Shawarma Javivi de la ciudad de Guayaquil post pandemia: <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/6738>
- Ávila, A., & Cedeño, M. (2020). *Dominio de las Ciencias, ISSN-e 2477-8818*. Obtenido de Las pequeñas y medianas empresas y la responsabilidad social empresarial en el Ecuador: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7539708>
- Bedoya, D., Ponce, H., & Rodríguez, M. (11 de 2020). *UEAN*. Obtenido de Caída de las ventas y su incidencia sobre la sostenibilidad en el CAV de Ibagué centro por efectos del COVID-19: <http://hdl.handle.net/10882/10341>
- Castillo, C., Ripoll, V., & Urquirdi, A. (2021). *Revista Lasallista de Investigación*, 18 (1), 134-157. Obtenido de Divulgación de Responsabilidad Social Empresarial en América Latina: Evidencias en el uso de la Directriz GRI: <https://doi.org/10.22507/rli.v18n1a9>
- Chávez, H., & Guzmán, C. (09 de 2022). *Universidad Técnica de Ambato*. Obtenido de Resiliencia organizacional en la reactivación del sector alimenticio post covid19: <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/36630>
- Cordero, M. (2020). *Repositorio de la Universidad Pontificia Comillas*. Obtenido de La industria alimentaria frente al cambio generacional: Saludable y sostenible: <http://hdl.handle.net/11531/37075>
- Estaiza, E. (2022). *Revista de Investigaciones Universidad del Quindío, 2022, Vol 34, p355*. Obtenido de CREACIÓN DE VALOR Y SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL EN EL SECTOR HOTELERO, GASTRONÓMICO Y ARTESANAL EN LAS ZONAS DE MAYOR DEMANDA TURÍSTICA DEL DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO: <https://openurl.ebsco.com/EPDB%3Agcd%3A4%3A22596164/detailv2?sid=ebsco%3Aplink%3Ascholar&id=ebsco%3Agcd%3A156988489&crl=c>
- Gomez, H., & Rodriguez, K. (01 de 2020). *Revista Pi Ecuador*. Obtenido de LAS ESPECIALIDADES TRADICIONALES GARANTIZADAS (ETG): UNA HERRAMIENTA PARA PROMOVER EL TURISMO GASTRONÓMICO: https://revistapi.ec/?page_id=1881
- Grajales, D., & Ortíz, K. (2024). *UCEAVA*. Obtenido de Impacto de la cadena de suministro en la producción y comercialización de mantequilla de aguacate: Un análisis en el sector agrícola del Valle del Cauca, Colombia: <http://hdl.handle.net/20.500.12993/4311>
- León, M., Rosillo, A., & Zambrano, J. (2020). *Revista San Gregorio, (40), 33-47*. Obtenido de Estrategia para el desarrollo de la competitividad en las PYMES del sector gastronómico, Portoviejo-Ecuador: <https://doi.org/10.36097/rsan.v1i40.1378.g805>
- Mendoza, E., Litardo, C., & Bucheli, N. (19 de 05 de 2023). *Código Científico Revista De Investigación, 4(E1), 89-111*. Obtenido de El marketing y el comercio electrónico y su rol

protagónico más allá de tiempos de pandemia COVID- 19:
<https://doi.org/10.55813/gaea/ccri/v4/nE1/87>

- Montesdeoca, M., Gil, I., & Ruiz, M. (2020). *Estudios Gerenciales*, 36(154), 100-113. Obtenido de ¿Cómo influyen las prácticas verdes y el manejo del desperdicio alimentario en el capital de marca de los restaurantes?: <https://doi.org/10.18046/j.estger.2020.154.3349>
- Montesdeoca, M., Gil, I., & Ruíz, M. (2020). *Estudios Gerenciales*, 36(154), 100-113. Obtenido de ¿Cómo influyen las prácticas verdes y el manejo del desperdicio alimentario en el capital de marca de los restaurantes?: <https://doi.org/10.18046/j.estger.2020.154.3349>
- Montoya, A., García, M., & Vélez, R. (2022). *Revista CIFE: Lecturas De Economía Social*, 24(41), 132-115. Obtenido de La sostenibilidad empresarial desde las prácticas sostenibles, los grupos de interés y la responsabilidad social corporativa: una revisión de la literatura: <https://doi.org/10.15332/22484914.7731>
- Mora, L. (2022). *Revista de Desarrollo Sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación RILCO DS*, n. 29. Obtenido de La capacidad organizacional como premisa de la innovación: <https://www.eumed.net/es/revistas/rilcoDS/29-marzo22/capacidad>
- Niz, Á., & Nájera, A. (2023). *Suma de Negocios*, 14 (31), 164-173. Obtenido de La sustentabilidad en la industria de restaurantes: prácticas, desafíos y oportunidades: <https://doi.org/10.14349/sumneg/2023.v14.n31.a8>
- Núñez, E., & Miranda, J. (2020). *Cuadernos Latinoamericanos De Administración*, 16(30). Obtenido de El marketing digital como un elemento de apoyo estratégico a las organizaciones: <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v16i30.2915>
- Paredes, D., Ibarra, L., & Moreno, Z. (2021). *Investigación administrativa*, 50(127), 12705. Obtenido de Habilidades directivas y clima organizacional en pequeñas y medianas empresas: <https://doi.org/10.35426/iav50n127.05>
- Preciado, J., Guerrero, E., Santana, A., & Flores, L. (2023). *Dominio De Las Ciencias*, 9(2), 1710–1732. Obtenido de Circularidad en la cadena de suministro: Transformando la economía a través de la gestión sostenible de recursos: <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/3371>
- Rodríguez, K., Ortiz, O., Quiroz, A., & Parrales, M. (2020). *Revista Espacios*. Obtenido de El e-commerce y las MiPYMES en tiempos de Covid-19: <http://doi.org/10.48082/espacios-a20v41n42p09>
- Rojas, C., Niebles, W., Pacheco, C., & Hernández, H. (2020). *Información tecnológica*, 31(4), 221-232. Obtenido de Calidad de servicio como elemento clave de la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas: <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000400221>
- Sánchez, A. (2023). *ICEX*. Obtenido de NRA / NATIONAL RESTAURANT ASSOCIATION SHOW 2023: https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/035/documentos/2023/06/anexos/IF_National%20Restaurant%20Association%20Show_REV_2023.pdf
- Santander, A., Rodríguez, E., Toapanta, C., & Proaño, J. (12 de 07 de 2021). *CONECTIVIDAD*, 2(2), 67-87. Obtenido de Evolución de las tendencias mediáticas en la Gastronomía: <https://doi.org/10.37431/conectividad.v2i2.35>
- Silva, A. (2023). *Universidad San Ignacio de Loyola*. Obtenido de La percepción de los consumidores sobre las prácticas sostenibles de reducción de residuos en los restaurantes ecológicos de Lima: <https://hdl.handle.net/20.500.14005/13335>

- Tena, E., & Ramírez, J. (2022). *HorizonTes Territoriales*, 2(4), 1–23. Obtenido de La gastronomía sustentable en el Valle de Toluca.: <https://www.horizontesterritoriales.unach.mx/index.php/Revista/article/view/33>
- Toledo, A. (2021). *Revista Investigación y Negocios*, 14(24), 20-29. Obtenido de Influencia del marketing digital en las empresas de servicio gastronómico durante el covid-19: <https://doi.org/10.38147/invneg.v14i24.144>
- Useche, M., Vásquez, L., Salazar, F., & Ordóñez, M. (2021). *Revista Universidad y Empresa*, 23(40), 167-188. Obtenido de Fórmula estratégica empresarial para PYMES en Ecuador ante la COVID-19: <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.9309>
- Vázquez, M. (2023). *Ixmati*, (16), 46–57. Obtenido de Responsabilidad social de la industria restaurantera y gastronómica en torno a la implementación de la gastronomía sustentable en México: <https://revistas.uvp.mx/index.php/ixmati/article/view/293>
- Viteri, L., Maldonado, W., & Bernal, C. (2022). *593 Digital Publisher CEIT*, 7(3-1), 160-175. Obtenido de El marketing digital en las microempresas familiares de Guayaquil en la postpandemia: <https://doi.org/10.33386/593dp.2022.3-1.1131>
- Yturburu, K., & Guerra, C. (2022). *Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana*. Obtenido de Análisis de la incidencia de la implementación del comercio electrónico en restaurantes de comida rápida de Guayaquil, año 2021: <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/23803>