



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA PROFESIONAL DE INGENIERÍA
ECONÓMICA Y DE NEGOCIOS**

**“LA GESTIÓN DEL SECTOR RESTAURANTES DE COMIDA
RÁPIDA Y SU RELACIÓN CON LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL EN EL DISTRITO DE LINCE EN EL AÑO 2020”**

Tesis para optar el título profesional de:
INGENIERO ECONOMISTA

Presentado por:

Iván Arturo Aparicio Meiggs (0000-0003-0008-0605)

Asesor:

Jenny Milagros Gutiérrez Flores (0000-0001-8668-2273)

Lima - Perú

2021

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Lima, 23 de Octubre del 2021

Los integrantes del Jurado de tesis:

Presidente	Doctora Esther Rosa Sáenz Arenas
Miembro 1	Magister Edwin Paul Prado Cominges
Miembro 2	Magister Raúl Martín Seminario Olórtigue

Se reúnen para evaluar la tesis titulada:

“LA GESTIÓN DEL SECTOR RESTAURANTES DE COMIDA RÁPIDA Y SU RELACIÓN CON LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL DISTRITO DE LINCE EN EL AÑO 2020”

Presentado por el tesista.

Iván Arturo Aparicio Meiggs

Para optar el Título Profesional de
Ingeniero Economista

Asesoradas por:

Magister Jenny Milagros Gutiérrez Flores.

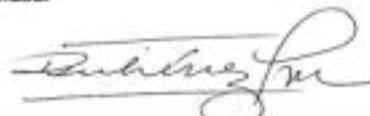
Luego de haber evaluado el informe final de tesis y evaluado el desempeño de los estudiantes de la carrera de **Ingeniería Económica y de Negocios** en la sustentación, concluyen de manera unánime (x) calificar a:

Tesista:	Iván Arturo Aparicio Meiggs		
Nota (en letras):	Catorce		
Aprobado (X)	Aprobado - Muy buena	Aprobado - Sobresaliente ()	Desaprobado ()

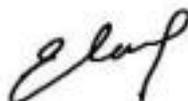
Los miembros del jurado firman en señal de conformidad.



Dra. Esther Rosa Saenz Arenas
Presidente del Jurado



Mag. Jenny Milagros Gutiérrez Flores
Asesor



Mag. Edwin Paul Prado Cominges
Miembro 1



Mag. Raúl Martín Seminario Olórtigue
Miembro 2

A GESTÃO DO SETOR DE RESTAURANTES DE FAST FOOD E SUA RELAÇÃO COM A RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA NO DISTRITO DE LINCE EM 2020

The Management of the Fast-Food Restaurants Sector and its relationship with Corporate Social Responsibility in the Lince district in 2020

La Gestión del Sector Restaurantes de comida rápida y su relación con la Responsabilidad Social Empresarial en el distrito de Lince en el año 2020.

Iván Arturo Aparicio Meiggs¹ | 4200710049@cientifica.edu.pe | ORCID: 0000-0003-0008-0605

Sandra Meza Balbín² | smezaab@cientifica.edu.pe | ORCID: 0000-0002-4650-1340

Jenny Gutiérrez Flores³ | jgutierrezfl@cientifica.edu.pe | ORCID: 0000-0001-8668-2273

¹ Universidad Científica del Sur, Facultad de Ciencias Empresariales, Ingeniería Económica y de Negocios, Lima, Perú.

² Universidad Científica del Sur, Facultad de Ciencias Empresariales, Lima, Perú. Investigador Asociado.

³ Universidad Científica del Sur, Facultad de Ciencias Empresariales, Lima, Perú. Corresponding Author.

RESUMO

O objetivo principal desta pesquisa é verificar a relação entre a gestão de restaurantes fast food no bairro de Lince, localizado no centro da cidade de Lima, e a responsabilidade social corporativa (RSC), em 2020, para a qual realizamos um estudo correlacional, que teve abordagem quantitativa e delineamento não experimental, analisando uma amostra composta por 20 empresas pertencentes a esse setor. As informações obtidas foram processadas no sistema estatístico SPSS onde as variáveis Gestão de restaurantes fast food e RSE obtiveram um Alpha de Cronbach de 79,2% e 77,4% respectivamente. Os resultados gerais indicaram grau de correlação positiva com correlação de Pearson de 72,8% com valor de $p = 0,000 < 0,05$. Concluiu-se que a variável gestão de restaurante fast food tem correlação direta com a RSC.

Palavras-chave: Gestão, Responsabilidade Social Corporativa, Stakeholders, Meio Ambiente, Fast food.

ABSTRACT

The main objective of this research is to determine the relationship between the management of fast-food restaurants in the Lince district, located in the center of the city of Lima and corporate social responsibility (CSR), in 2020, for what which we carried out a correlational

study, which had a quantitative approach and a non-experimental design, analyzing a sample made up of 20 companies belonging to this sector. The information obtained was processed in the SPSS statistical system where the variables Management of fast-food restaurants and RSE obtained a Cronbach's Alpha of 79.2% and 77.4% respectively. The general results indicated a degree of positive correlation with a Pearson correlation of 72.8% with a p value = 0.000 < 0.05. It was concluded that the variable fast food restaurant management has a direct correlation with CSR.

Keywords: *Management, Corporate Social Responsibility, Stakeholders, Environment, fast food.*

RESUMEN

El principal objetivo de esta investigación es determinar la relación existente entre la gestión de los restaurantes de comida rápida del distrito de Lince, ubicado en el centro de la ciudad de Lima y la responsabilidad social empresarial (RSE), en el año 2020, para lo cual realizamos un estudio de tipo correlacional, que tuvo un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental, analizándose una muestra conformada por 20 empresas pertenecientes a dicho sector. La información obtenida fue procesada en el sistema estadístico SPSS donde las variables Gestión de Restaurantes de comida rápida y RSE obtuvieron un Alpha de Cronbach de 79.2% y 77.4% respectivamente. Los resultados generales indicaron un grado de correlación positiva con una correlación de Pearson de 72.8% con un p valor = 0.000 < 0.05. Se concluyó que la variable gestión de restaurantes de comida rápida tiene una correlación directa con la RSE.

Palabras claves: *Gestión, Responsabilidad Social Empresarial, Stakeholders, Medio ambiente, comida rápida.*

INTRODUCCIÓN

Hoy en día a las empresas y organizaciones se les reclama una mayor presencia en la sociedad, lo que en los últimos años se podría llamar “el boom de la RSE” pues ha adquirido una gran relevancia evaluar el impacto social y medioambiental que tienen las empresas (García, Palacios, & Espasandín, 2018). Sin embargo, la implantación de un modelo de diagnóstico e implementación de RSE sigue siendo voluntario. Asimismo, “existe aún una escasa concientización ambiental de la población y la necesidad de alcanzar un nivel elevado de protección de los recursos naturales” (García et ál., 2018, p. 66). Existe una relación que tampoco debería pasar desapercibida la cual es: Sociedad – medio ambiente – empresa.

Actualmente son sólo las grandes corporaciones quienes realizan prácticas de responsabilidad social empresarial, sin embargo, según información del INEI al 2019, las PYMES constituyen el 96.5% del total de empresas en el Perú y dan empleo a más de 9 millones de peruanos. Según el Ministerio de la producción las pequeñas empresas tienen entre 5 y 6 años de vida, por lo cual se puede inferir que estas empresas no tienen desarrolladas estrategias de sostenibilidad en el tiempo. La mayoría de estas empresas carecen de modelos de gestión orientados a medir objetivos, por lo cual no son capaces de percibir las bondades o problemas que se dan en sus diferentes procesos productivos.

Por su parte, Beltrán (2012) nos indica que existen ciertos paradigmas en cuanto al control y la medición. En cuanto al control manifiesta que este ha sido visto por muchos años como una acción fiscalizadora, que preveía una sanción, lo cual no permitía que este indicador sea de ayuda. En cuanto a la medición hay ciertos paradigmas como: “No hay tiempo para medir”, “es difícil medir”, “es más costoso medir que hacer”, etc.; sin embargo, estos pensamientos se dan a partir de malos planteamientos para aplicar la medición a un determinado proceso, aunque no podemos negar que en ocasiones resulta más complicado medir algún determinado proceso que otro.

Las cifras alarmantes sobre la contaminación del planeta, es una evidencia de que este tema no se haya visto en su verdadera envergadura. Desde el año 1950 hasta el año 2018 se han producido 9.1 mil millones de toneladas de plástico en todo el mundo, de los cuales “el 91% no se recicla y la gran mayoría no se biodegrada, lo que hace suponer que cada pieza producida está aún en el planeta en alguna forma” (Forética, 2018, p. 55). Asimismo, según información del Banco Mundial, se estima que para el 2025 se podrían superar los 2.2 billones de toneladas de residuos sólidos, lo que representa un 59% más en comparación con el año 2012. En el año 2016 el 40% de estos residuos eran orgánicos, especialmente de comidas, seguidos del papel y el plástico. (Forética, 2018) **(Figura 1)**.

Es por ello que en los últimos años, en el Perú se ha ido desarrollando una gestión basada en RSE de manera significativa, y esto está relacionado a la política que busca seguir el Perú para cumplir con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en función a la Agenda 2030, que fue aprobada en septiembre de 2015 por la Asamblea General de las Naciones Unidas y que propone una visión transformadora hacia la sostenibilidad económica, social y ambiental de los 193 miembros que la conforman (CEPLAN, 2017). También se han ido creando ciertas entidades como el Consejo Nacional del Medio Ambiente (CONAM), o agrupaciones como

Perú 2021, dedicadas a concientizar, medir y regular las prácticas de RSE y de sostenibilidad de las empresas (Franco, 2007). Inclusive, en el Perú hay grandes empresas que remiten reportes de evaluación o balances sociales con el fin de reforzar la confianza de sus grupos de interés, a la vez que cumplen la función de instrumentos estratégicos para apoyar el desarrollo de la RSE y la sostenibilidad (Barbachan, 2019).

Según estudios de la Universidad ESAN del año 2019, el 100% de las empresas peruanas conocen sobre RSE, sin embargo, solo el 5% la aplica y se espera que estas sean las empresas que tendrán éxitos en el futuro, pues la tendencia actual de los consumidores pasa por buscar satisfacer sus necesidades con productos de calidad y que le hagan bien a la sociedad (Gestión, 2019)

Respecto al sector restaurantes, este mantiene un constante crecimiento en Perú, registrando en el mes de diciembre de 2019 un crecimiento del 4.60 % comparándolo con el mismo mes del año 2018, según la encuesta mensual de restaurantes que realiza el Instituto de Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2018), logrando así un crecimiento de más de 33 meses consecutivos hasta ese periodo. Este crecimiento se ha visto impulsado en parte por los restaurantes de comida rápida que según cifras de Mapcity Perú tienen a Lima como la principal ciudad del país donde operan, lo cual representa el 71% del total de participación en el Perú (Mapcity, 2017).

Estos restaurantes tienen en Lima Metropolitana a su principal mercado, debido a que este tipo de empresas está más enfocada a ciudades urbanizadas con personas que disponen de poco tiempo para elaborar sus propios alimentos o que les resulta más viable almorzar cerca de su centro de trabajo que desplazarse hasta su domicilio y regresar. Según Arbayza, Cánepa, Cortez & Lévano (2014) este sector es uno de los de mayor expansión, y tiene altas potencialidades de crecimiento, que iría de la mano con la apertura de nuevos centros comerciales, el crecimiento urbano de la ciudad y altas probabilidades de mejora de ingreso familiar que sumado al crecimiento de herramientas tecnológicas especializadas permitiría mejorar el precio y la calidad. Según un estudio presentado en el año 2015, la Organización Mundial de la Salud (OMS) informó que, en el Perú en los últimos 10 años, el consumo de comida rápida había aumentado en 260 % (RPPNoticias, 2016)

A pesar de ello, el sector de restaurantes de comida rápida tiene poca concientización sobre su impacto en la sociedad pues el manejo de las operaciones de estas empresas está más encaminado a realizarse como unidades de negocio cuyos propósitos están orientados en satisfacer una necesidad específica. A diferencia de las empresas que se desarrollan en otros

sectores económicos, estas empresas muestran poco o nulo interés por el progreso de la comunidad, pues existen muy pocas empresas del sector (generalmente corporaciones extranjeras) que tienen programas de responsabilidad social empresarial.

El problema principal radica en que estas empresas no tienen arraigada dentro de su gestión empresarial prácticas de responsabilidad social a pesar de que tienen particularidades que podrían ayudar a mejorar su entorno, así como a sus grupos de influencia. Dichas particularidades están relacionadas a las siguientes dimensiones de la responsabilidad social empresarial planteadas por Carroll: Económica, legal, ética y filantrópica (García et al, 2018). Aspectos tan importantes como por ejemplo el tratamiento de residuos, generación de trabajos para jóvenes, cumplir con las leyes y obligaciones, ser justos y equitativos con el entorno y brindar apoyo de manera voluntaria, podrían ayudar a reducir la mala percepción que se viene generando sobre el sector de comida rápida por su incidencia en la salud de las personas, entre otras cosas.

Actualmente, son pocas las marcas de restaurantes de comida rápida que realizan prácticas de RSE, y la mayoría son corporaciones extranjeras. Algunas marcas realizan estas acciones a través de actos de filantropía enfocados específicamente a una parte de la población, como la casa hogar Ronald McDonald's o el proyecto Caritas Felices de KFC. También se vienen desarrollando opciones eco amigables, como el restaurante hecho con contenedores reciclables de KFC, ubicado en Lurín y la disminución del uso del plástico. Al respecto, en el año 2019, Arcos Dorados, la mayor franquicia de McDonald's en el mundo y que opera en 20 países de América Latina y El Caribe, informó que luego de 12 meses de no usar sorbetes de plástico, habían dejado de utilizar 200 toneladas de plástico y en el Perú la reducción del consumo de sorbetes se redujo en 92% (PeruRetail, 2019). Sin embargo, ninguna empresa peruana del rubro de comida rápida destaca por realizar este tipo de prácticas y por lo general acostumbran a responder a llamados de ciertos organismos (bomberos, ONG, municipalidades, etc.) para contribuir con la sociedad, pero son actos aislados que se dan en ocasiones esporádicas.

Estos establecimientos están dispersos por toda la ciudad de Lima, y en esta ocasión analizaremos el céntrico distrito de Lince, que es una vía de paso casi obligada para quien quiera cruzar la ciudad y que, a pesar de ser relativamente pequeño con una extensión de 3,03 km², cuenta con 2 centros comerciales y 9 conglomerados (calles de altas concentraciones de establecimientos) donde encontramos marcas de comida rápida líderes a nivel nacional, marcas extranjeras y empresas que son relativamente nuevas, unas mejores posicionadas que otras, Sin

embargo, no notamos que estas empresas tengan actividades enfocadas en realizar prácticas que beneficien a la sociedad y su entorno más cercano, si no, que se ven limitadas a realizar sus operaciones y tratar de cumplir con los parámetros impuestos por las autoridades, es decir no se observa una iniciativa por parte del empresariado de estos rubros en querer comprometerse con sus grupos de interés, a pesar de que por las características de sus actividades podrían hacerlo.

Por lo anteriormente expuesto, consideramos que es importante analizar la gestión de los restaurantes de comida rápida y su relación con la RSE pues dichos restaurantes podrían colaborar mucho más a la sociedad si se analizarán los procesos productivos o las incidencias que éstas empresas tienen o podrían tener en sus stakeholders o grupos de interés, debido a algunas características que estas empresas tienen y de las cuales podrían inclusive beneficiarse si se aplicara una gestión basada en la RSE., sobre todo si se ha evidenciado que a través de los años la aplicación de la RSE alineada con los objetivos estratégicos y la cultura organizacional ha brindado beneficios, en la medida que las empresas influyen en la comunidad, así como ésta influye en las empresas (Porter & Kramer, Estrategia y sociedad, 2006). Estas empresas pueden hacer más que generar trabajo, pagar impuestos y generar rentabilidad para sus accionistas si su visión no fuera únicamente económica, sino también permitieran la participación de otros grupos de interés (Navarro, 2011).

MARCO TEÓRICO

Existen investigaciones internacionales que señalan como problemática la escasa puesta en marcha de prácticas de responsabilidad social empresarial en las cadenas de comida rápida, como la de Vasco (2019) realizada en el distrito metropolitano de Quito y que tuvo como objetivo analizar la incidencia de las prácticas de RSE en la imagen corporativa de estas organizaciones, llegando a la conclusión de que la responsabilidad social empresarial ha logrado consolidarse como una práctica necesaria en las empresas, sin importar su giro del negocio, ya que ser una empresa socialmente responsable se volvió más atractivo para las partes involucradas: clientes, empleados, proveedores e inversionistas. Además, se concluyó que los clientes tienen una mayor preferencia por las organizaciones que abiertamente comunican su compromiso con el medio ambiente y la sociedad. Ello permitió crear situaciones ventajosas para todas las partes involucradas combinando las ganancias y los principios. También se concluyó que es un modelo de gestión que llegó principalmente de empresas multinacionales que empezaron a generar cambios en sus estrategias y prácticas en todos los territorios en los que operaban.

Otros estudios relacionados al tema, como el de Sáenz (2018) plantearon como problemática que existe un nicho potencial de mercado para poner en práctica modelos de RSE y que las PYMES son las que menos prácticas de RSE realizan. En este estudio se analizaron las percepciones de RSE advertidas por los clientes en relación con el concepto y uso de la marca, llegando a la conclusión de que la RSE está en una etapa confusa y de malinterpretación, a pesar de que es una práctica que es adoptada por más organizaciones conforme pasa el tiempo. También concluye que la RSE ayuda y motiva a que las empresas tengan un desarrollo sostenible y competitivo en el mercado,

Entre las investigaciones que se han hecho en el ámbito nacional tenemos la de Horna, Tamara & Uribe (2018) en la cual se realizó un estudio llamado “Responsabilidad social en restaurantes de Miraflores, Lima” que tuvo como objetivo determinar las principales fortalezas y debilidades de las empresas de este rubro en este distrito, utilizando indicadores de responsabilidad social, donde, según los resultados, el 87.5% consideraba que la empresa ofrecía una adecuada calidad de vida a sus colaboradores. En cuanto a sus relaciones con la comunidad y el entorno el 58.8% manifestó que tenían buenas relaciones. El estudio indica que el 65% de los encuestados considera que las empresas aportan con el cuidado del medio ambiente. Otro dato que nos da la investigación es que según el 66,3% las organizaciones de la muestra tienen una buena relación con sus diferentes grupos de interés. Además, se logró saber que existe un mayor número de empresas interesadas en dar a conocer sus prácticas de RSE. Asimismo, nos manifiesta que se han presentado iniciativas interesantes que buscan incluir dentro del planeamiento de un negocio gastronómico a la responsabilidad social empresarial.

Otra investigación nacional relacionada con el tema es la realizada por Fernández, Jiménez & Fernández (2015) de nombre “Responsabilidad Social Empresarial y su impacto competitivo en las PYMES del Perú”, donde se plantea como problemática que las PYMES en Perú no terminan de percibir el valor de la responsabilidad social empresarial, ya que la relacionan con actos que sólo realizan las grandes empresas y la asocian más con la publicidad. Plantean como hipótesis principal que la responsabilidad social empresarial genera un impacto positivo en las PYMES del Perú y justifican su investigación dado el actual contexto en que se mueven las empresas en el siglo XXI con consumidores que esperan que las empresas contribuyan a la preservación del medio ambiente. Entre las conclusiones tenemos que la puesta en marcha de la responsabilidad social empresarial es una manera de llevar a cabo el manejo directivo y estratégico de una organización y representa una visión que integra a toda la empresa, pues busca generar un mayor grado de compromiso de los colaboradores con la misión

y las metas de la empresa con la finalidad de mantener un nivel adecuado de competitividad a largo plazo donde se vean beneficiados sus grupos de interés (Stakeholders) así como la misma empresa. También concluyeron que uno de los elementos más importantes para que la RSE se implante al interior y al exterior de una empresa es la motivación de la fuerza laboral. Además, se concluyó que las PYMES socialmente responsables, al desarrollar campañas de reducción de consumo energético y cuidado del medio ambiente, con la reutilización de sus residuos y reciclaje, permiten un considerable ahorro de dinero, recuperar las inversiones y lograr una mayor optimización de recursos, lo cual ayuda a la reducción de costos, el incremento de la productividad, calidad de productos y servicios y a llegar a las metas planteadas por la empresa. Finalmente concluye que las PYMES socialmente responsables, con políticas que integran la prevención de riesgos laborales en todos los departamentos de la empresa, contribuyen a que el trabajador este mejor motivado, optimizando sus tiempos he incrementado su productividad, satisfaciendo a los grupos de interés involucrados, siendo la motivación de la fuerza laboral uno de los elementos más vitales para que la RSE se implante con éxito en las empresas. Por su parte (Sánchez, Erazo, Casariego, & Encinas, 2015) en su investigación llamada “Calidad del Sector Restaurantes de Lima Metropolitana” plantean como problemática que, si bien es cierto en Lima se vive un “boom” gastronómico, que se ve reflejado en la creación de nuevos restaurantes, estos tienen cortos tiempo de vida debido a su mala gestión administrativa. Su investigación analiza cómo se cumplen los factores de éxito TQM (Total Quality Management) en el sector restaurantes en Lima Metropolitana. Entre sus principales conclusiones nos detallan que la mayoría de los restaurantes no están debidamente registrados y certificados y que este sector no es capaz de brindar formalidad y estabilidad para sus colaboradores en condiciones óptimas.

Con el fin de realizar la presente investigación fue necesario establecer las dimensiones para cada una de nuestras variables. Respecto a la variable Gestión podemos decir que es “el conjunto de decisiones y acciones que lleva al logro de objetivos previamente establecidos” (Beltrán, 2012, p. 36). Para llevar una gestión adecuada es necesario manejarla mediante un enfoque sistémico que aborde los cuatro factores de éxito de toda empresa: recursos, procesos, productos y clientes. A nivel empresarial, la gestión está relacionada a la administración eficaz y eficiente. De la eficacia y la eficiencia deriva la productividad, siendo estas tres las dimensiones de la Gestión (**Figura 2**):

- Eficacia: Es la relación entre el producto y grado de satisfacción del cliente. Es lo primero acerca de lo cual se debe tener información. Los productos son generados con base a las necesidades del cliente. Observamos que el cliente ya ha sido incluido

como parte fundamental de la empresa, aunque se encuentre fuera de ella. Algunos indicadores de éxito para la eficacia podrían ser la calidad del producto o servicio, la satisfacción del cliente, resultados, etc.

- **Eficiencia:** Es la relación entre los recursos y su grado de aprovechamiento de los procesos. Las estrategias administrativas actuales se centran en los procesos. Además, es necesario garantizar la calidad de lo que se produce desde el inicio del proceso productivo hasta la elaboración del producto final, tanto en calidad, cantidad y en forma óptima. Algunos indicadores podrían ser los costos, tiempos, recursos, entre otros.
- **Productividad:** Es la relación entre la cantidad producida y la cantidad de recursos empleados para dicha producción.

Eleva la productividad significa producir más con el mismo consumo de recursos, o sea al mismo costo, o bien producir la misma cantidad utilizando menos recursos, de modo que los recursos así economizados puedan dedicarse a la producción de otros bienes o bien traducirse en un mayor beneficio económico para la empresa. (Beltrán, 2012, p.151)

Las empresas que aplican la gestión basada en RSE deben considerar que todas las actividades que realicen tengan como propósito principal la disminución de cualquier impacto negativo que se pudiese generar, y esta filosofía debe establecerse en todas sus áreas y procedimientos, no debe ser un hecho aislado de cada departamento, si no en general de toda la organización. Para ello es de vital importancia “controlar”, por lo que se deben dejar de lado ciertos paradigmas acerca del “control” y debe vérselo como una función que ayudará a corregir cualquier “desperfecto” en el camino, para cumplir las metas establecidas previamente.

Además, estas empresas deben ser capaces de incidir positivamente en la sociedad y en las personas a las cuales tienen cierto nivel de influencia.

Para el caso de la variable Responsabilidad Social Empresarial, se ha considerado las dimensiones de RSE planteadas en la Pirámide de Carroll, cuyo planteamiento ha contado con mayor respaldo, el cual destaca que la RSE tiene cuatro dimensiones y estas dependen una de la otra de forma escalonada (García et al, 2018). Estas dimensiones son:

- **Dimensión económica:** Enfocada en generar ganancias que le brinden prosperidad para ser sostenible y que le permita generando empleo. Es la base de esta pirámide y la primera responsabilidad de toda empresa.
- **Dimensión legal:** Enfocada en desarrollar las actividades dentro del marco legal y cumpliendo con las normas establecidas.

- Dimensión ética: Son los patrones, exigencias, normas y demás disposiciones que se dan para los clientes, trabajadores, comunidad, etc., y que son percibidas como justas y que esperan que sean cumplidas por las empresas en sus diferentes procesos y actividades.
- Dimensión filantrópica: Es la acción voluntaria que tiene la empresa de querer ayudar a la sociedad a solucionar algún tipo de problema. **(Figura 3)**

Además, según Morales (2017) lo que actualmente se debe buscar es generar que las empresas y la sociedad apliquen programas de RSE basados en economía circular, es decir que sean capaces de realizar sus labores productivas sin generar desperdicios, reusando, reciclando o comercializando los residuos para evitar que generen un impacto ambiental.

METODOLOGIA

La investigación tuvo un diseño no experimental y correlacional, con un enfoque cuantitativo. Se planteó como Hipótesis principal que la Gestión del sector restaurantes de comida rápida se relaciona significativamente con la RSE, en el distrito de Lince en el año 2020, y como hipótesis específicas que las dimensiones de la variable Gestión, que son eficacia, eficiencia y productividad, se relacionan significativamente con la variable RSE, en el distrito de Lince en el año 2020.

Área de estudio y población objetivo

El estudio estuvo enfocado a los administradores de los restaurantes de comida rápida del distrito de Lince que sean PYMES debidamente formalizadas, contando con los siguientes criterios de inclusión:

- Tipo de restaurantes: Comida rápida
- Tamaño de la empresa: Pequeña o mediana empresa (PYMES)
- Distrito: Lince
- Tipo de trabajadores: Administradores

Mientras que los criterios de exclusión fueron:

- Microempresas
- Restaurantes informales

Considerado estos criterios, tenemos una población finita compuesta por 22 empresas al mes de diciembre 2020, según los datos brindados por la municipalidad de Lince, así como de la revisión documentaria e inspección ocular realizada.

Realizamos un muestreo probabilístico aleatorio simple. El total de la muestra para la aplicación del instrumento fue de 20, que se determinó aplicando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z^2 \times p \times q}$$

Donde:

n: Muestra

N: Población

Z: Nivel de confianza deseado (99%) Factor probabilístico. Al 99% NC, Z = 2.58

p: Probabilidad de éxito, si no se conoce se recomienda asignar 50% = 0.5

q: Probabilidad de fracaso, junto a p suman 1, se le asigna 50% = 0.5

d: Margen de error, para nuestro caso es de 10 % = 0.10

$$n = \frac{(22)(2.58)^2(0.5)(0.5)}{(0.10)^2(21) + (2.58)^2(0.5)(0.5)}$$

n = 20

Recolección de datos

Para la recolección de datos se realizaron encuestas tipo Likert y para garantizar su validez, estas se sometieron a análisis de expertos, quienes son catedráticos y profesionales conocedores del tema. Asimismo, se midió la confiabilidad de los instrumentos aplicando la prueba de Alfa de Cronbach para cada variable, obteniendo 0.792 de confiabilidad para la primera variable que es Gestión de restaurantes de comida rápida (**Tabla 1**) y 0.774 de confiabilidad para la segunda variable que es Responsabilidad social empresarial (**Tabla 2**). En vista que este coeficiente es mayor a 0.70, podemos confirmar que los instrumentos son confiables.

Se les informó a los participantes el motivo de la investigación y el objetivo de esta, siendo potestad de ellos decidir si participaban o no. Además, a través de un consentimiento informado, se les explicó el procedimiento del estudio y se les hizo saber el tiempo aproximado de la encuesta, así como se les informó que la participación en esta encuesta no presenta ningún tipo de efecto secundario negativo y que esta tampoco presenta ningún tipo de riesgo ni daño para los participantes. En dicho consentimiento informado también se detallan el propósito del estudio, la selección de participantes, procedimiento, duración, beneficios, compensaciones,

confidencialidad, entre otros detalles. Estos consentimientos informados fueron leídos y aprobados por cada uno de los participantes.

Los datos que se obtuvieron de las empresas que participaron del estudio, fueron usados exclusivamente para esta investigación. Asimismo, los resultados de las encuestas fueron ingresados al programa Excel y posteriormente fueron insertados y trabajados en el software estadístico SPSS.

La limitación principal era la veracidad, objetividad y confiabilidad de los datos que se obtuvieron de la muestra que se analizó. Para mitigar esta limitación los instrumentos utilizados fueron aprobados por expertos y se les realizaron las pruebas piloto de confiabilidad llamadas pruebas de Alfa de Cronbach, las mismas que nos dieron como resultado que los instrumentos usados eran confiables. Otra limitación fue el tiempo, debido a que actualmente la economía se encuentra en una etapa de reactivación, que conlleva a que muchos administradores o gerentes estén enfocados en sus respectivas empresas y no hayan podido brindarnos retroalimentación en los tiempos óptimos para la elaboración de nuestra investigación. Para contrarrestar la poca disponibilidad de los administradores de las 20 empresas estudiadas, tuvimos que ser flexibles, pacientes e incisivos, pues tuvimos que adecuarnos a horarios, programando y reprogramando citas en función a la disponibilidad de ellos. Así luego de un mes y medio de trabajo de campo, pudimos concluir con la recolección de datos.

RESULTADOS

Las respuestas obtenidas de las encuestas fueron ingresadas al programa Excel y luego se exportaron los datos al software estadístico SPSS. Posteriormente se procedió a trabajar la información para poder procesarla. Lo primero que se hizo fue hallar las dimensiones totales de cada variable (dtv1 y dtv2) a través de sumas en el SPSS. Luego hicimos lo mismo para cada dimensión específica de cada variable (d1v1, d2v1, d3v1, d1v2, d2v2, d3v2), las cuales se representan de la siguiente manera:

dtv1: Gestión de restaurantes de comida rápida	<ul style="list-style-type: none"> d1v1: Eficacia d2v1: Eficiencia d3v1: Productividad
dtv2: Responsabilidad Social Empresarial	<ul style="list-style-type: none"> d1v2: Legal d2v2: Social d3v2: Filantrópica

A continuación, se procedió a transformar y recodificar en distintas variables para que la variable numérica se convierta en una variable de salida. Es aquí donde, en el SPSS, se ingresan los baremos, que son los rangos generados por las posibles puntuaciones máximas y mínimas establecidas para cada variable y dimensión que se obtiene de los valores asignados a las respuestas según la escala de Likert diseñada. Esto nos permitirá clasificar los datos obtenidos, a los que se les asigna las etiquetas de valor, estableciendo los niveles bajo, medio y alto, generándose una nueva columna por cada variable y dimensión, quedando listos para realizar las tablas de frecuencias, tablas cruzadas y las pruebas de correlación.

Luego de procesar la información en el software SPSS pudimos llegar a los resultados que pasaremos a detallar a través de tablas y figuras.

La **Tabla 3 y la Figura 4**, así como la **Tabla 4 y la Figura 5** nos indican la evaluación realizada por los encuestados a las variables Gestión de restaurantes de comida rápida y RSE respectivamente, mientras que las **Tabla 5 y la Figura 7, Tabla 6 y Figura 8, Tabla 7 y Figura 9**, así como la **Tabla 8 y Figura 10** nos muestran unas tablas cruzadas con sus respectivos gráficos de barras de la Gestión de restaurantes de comida rápida y la RSE, Eficacia y RSE, Eficiencia y RSE y Productividad y RSE respectivamente, analizando dos variables en un solo resultado, siempre desde la perspectiva de los administradores encuestados.

Como lo muestra la **Tabla 3 y Figura 4**, 85% de los administradores consideró en un nivel alto a la variable gestión de restaurantes de comida rápida, mientras el 15% la consideró en un nivel medio.

Como indica la **Tabla 4 y la Figura 5**, el 75% de los administradores considera que la variable RSE tiene un nivel alto y el 25% considera que la misma variable se encuentra en un nivel medio, en los restaurantes de comida rápida del distrito de Lince en el año 2020.

En cuanto a la valoración que les dan a las diferentes dimensiones de cada una de las variables, vemos que los administradores encuestados las clasifican en niveles medios y altos, obteniendo la valoración más alta la dimensión productividad con 80%, mientras que la dimensión filantrópica fue la que recibió el porcentaje de calificación medio más elevado con 70%, tal como se puede apreciar en la **Figura 6**.

Al analizar las tablas cruzadas vemos las respuestas de los encuestados en función a dos variables a la vez, así tenemos que según la **Tabla 5 y la Figura 7**, el 75% considera que la Gestión de Restaurantes de comida rápida y la RSE tienen un nivel alto, el 15% considera que la Gestión de Restaurantes de comida rápida y la RSE tienen un nivel medio y solamente un 10% considera que la Gestión de Restaurantes de comida rápida tiene nivel alto y la RSE tienen un nivel medio, según la opinión de los administradores encuestados en el distrito de Lince en

el año 2020. Además, según la **Tabla 6** y la **Figura 8**, el 70% considera que la Eficacia de la Gestión de Restaurantes de comida rápida y la RSE tiene un nivel alto, el 20% considera que la eficacia de la Gestión de Restaurantes de comida rápida y RSE tienen un nivel medio y solamente un 5% considera que la eficacia de la Gestión de Restaurantes de comida rápida tiene nivel alto y la RSE tienen un nivel medio, según la opinión de los administradores del sector restaurantes de comida rápida en el distrito de Lince en el año 2020. Asimismo, según la **Tabla 7** y **Figura 9**, el 65% considera que la Eficiencia de la Gestión de Restaurantes de comida rápida y la RSE tienen un nivel alto, el 15% considera que la Eficiencia de la Gestión de Restaurantes de comida rápida y RSE tienen un nivel medio y solamente un 10% la Eficiencia de la Gestión de Restaurantes de comida rápida tiene nivel alto y la RSE tienen un nivel medio, según la opinión de los administradores del sector restaurantes de comida rápida en el distrito de Lince en el año 2020. Según la **Tabla 8** y **Figura 10**, el 70% considera que la productividad de la Gestión de Restaurantes de comida rápida y la RSE tienen un nivel alto, el 15% considera que la productividad de la Gestión de restaurantes de comida rápida y la RSE tienen un nivel medio y solamente el 10% consideró que la productividad de la Gestión de restaurantes de comida rápida tiene un nivel alto y la RSE tiene un nivel medio, según la opinión de los administradores del sector restaurantes de comida rápida en el distrito de Lince en el año 2020.

Siguiendo con el procesamiento estadístico, y para poder llevar a cabo las pruebas de comprobación de las hipótesis, tanto la general como las específicas, tuvimos que evaluar qué distribución tienen las variables analizadas, para identificar cuáles tienen distribución normal y cuáles no, ya que, al realizar las pruebas para medir las correlaciones, estas deben tener una misma distribución.

En la **Tabla 9**, mostramos la evaluación de normalidad para cada distribución de las variables analizadas. Debido al tamaño de muestra, que es menor de 50 observaciones, se utilizó la prueba de Shapiro – Wilk, que nos dice que la distribución con $Sig < 0.05$, es no normal, mientras que aquella que tenga $Sig > 0.05$, es una distribución normal. Para aquellas variables que tuvieron normalidad en ambas distribuciones se utilizaron pruebas paramétricas (correlación de Pearson). Si se trabaja con aquellas que resulten distribuciones no normales, se utilizaron pruebas no paramétricas de relación (correlación Rho de Spearman). Aquí observamos que tanto la variable Eficacia y Productividad resultaron no normales, por lo que se procedió a trabajar los datos generando dos columnas más en el SPSS a partir de las diferencias de las variables Eficacia - RSE y Productividad - RSE. Una vez obtenidas estas columnas se procede a realizar otra prueba de normalidad, para obtener una nueva distribución.

En la **Tabla 10**, se realizó la normalidad por pares de las distribuciones que tienen diferente resultado de normalidad, como es el caso de Eficacia y Responsabilidad Social Empresarial, así como productividad y Responsabilidad Social Empresarial, obteniendo las distribuciones normales.

Luego de obtener la misma distribución para todas las variables, procedimos a realizar las pruebas de hipótesis general e hipótesis específicas de la investigación, a través de las correlaciones de Pearson, las cuales se muestran a continuación:

Prueba de Hipótesis General

Ho: En el sector restaurantes de comida rápida del distrito de Lince en el año 2020, la gestión no se relaciona significativamente con la RSE.

Ha: En el sector restaurantes de comida rápida del distrito de Lince en el año 2020, la gestión se relaciona significativamente con la RSE.

Nivel de Significación: $\alpha = 0.05$

Regla de decisión: Si $p \geq \alpha$, se acepta Ho; si $p < \alpha$, se rechaza Ho

Prueba estadística: Dado que ambas distribuciones son normales, se probó el contraste de las variables a través del coeficiente de Pearson.

Como nos muestra la **Tabla 11**, se obtuvo una prueba de correlación Pearson de 0.728. Esta prueba es significativa, y tiene un $p = 0.000 < 0.05$, aceptándose la hipótesis alternante.

Prueba de hipótesis específica N° 1

Ho: En el sector restaurantes de comida rápida del distrito de Lince en el año 2020, la eficacia no se relaciona significativamente con la RSE.

Ha: En el sector restaurantes de comida rápida del distrito de Lince en el año 2020, la eficacia se relaciona significativamente con la RSE.

Nivel de Significación: $\alpha = 0.05$

Regla de decisión: Si $p \geq \alpha$, se acepta Ho; Si $p < \alpha$, se rechaza Ho

Prueba estadística: Dado que las variables cuentan con distribución normal, se probó el contraste de las variables a través del coeficiente de Pearson.

La **Tabla 12** nos indica que se tiene una prueba de correlación Pearson de 0.733, y que esta tiene un $p = 0.000 < 0.05$, siendo significativa, aceptándose la hipótesis alternante.

Prueba de hipótesis específica N° 2

Ho: En el sector restaurantes de comida rápida del distrito de Lince en el año 2020, la eficiencia no se relaciona significativamente con la RSE.

Ha: En el sector restaurantes de comida rápida del distrito de Lince en el año 2020, la eficiencia se relaciona significativamente con la RSE.

Nivel de Significación: $\alpha = 0.05$

Regla de decisión: Si $p \geq \alpha$, se acepta Ho; Si $p < \alpha$, se rechaza Ho

Prueba estadística: Dado que ambas variables cuentan con distribución normal, se probó el contraste de las variables a través del coeficiente de Pearson.

La **Tabla 13** nos indica que tenemos una prueba de correlación Pearson de 0.467, y que esta tiene un $p = 0.038 < 0.05$, siendo significativa, aceptándose la hipótesis alternante.

Prueba de hipótesis específica N° 3

Ho: En el sector restaurantes de comida rápida del distrito de Lince en el año 2020, la productividad no se relaciona significativamente con la RSE.

Ha: En el sector restaurantes de comida rápida del distrito de Lince en el año 2020, la productividad se relaciona significativamente con la RSE.

Nivel de Significación: $\alpha = 0.05$

Regla de decisión: Si $p \geq \alpha$, se acepta Ho; Si $p < \alpha$, se rechaza Ho

Prueba estadística: Dado que las variables cuentan con distribución normal, se probó el contraste de las variables a través del coeficiente de Pearson.

Como podemos observar en la **Tabla 14**, obtuvimos una prueba de correlación Pearson de 0.577 que tiene un $p = 0.008 < 0.05$, siendo significativa, aceptándose la hipótesis alternante.

DISCUSIÓN

Análisis

Según los resultados se pudo observar que los administradores califican a las variables Gestión de restaurantes de comida rápida y RSE, así como a todas sus dimensiones, con niveles altos y medios, en ningún caso califican a estas variables con niveles bajos, pues consideran que cumplen con los estándares, exigencias, protocolos y demás normas que deben seguir para su correcto funcionamiento, así como con el conocimiento adecuado para gestionar de manera eficaz y eficiente estas empresas, donde vemos que el 85% califico a la variable Gestión con

un nivel alto, mientras que el 75% califico a la RSE en el mismo nivel. Lo mismo ocurre al analizar las variables mediante tablas cruzadas obteniendo como resultados que Gestión, eficiencia, eficacia y productividad al cruzarse con la RSE obtiene puntuaciones altas y medias y en ningún caso son calificadas en nivel bajo.

Pudimos percibir que desarrollar una gestión socialmente responsable ha tenido mayor relevancia a partir del segundo trimestre del año 2020 debido a la pandemia mundial del COVID-19 que ha hecho que muchas personas sean más cuidadosas con la naturaleza y ha despertado la necesidad de vivir en armonía con el medio ambiente, elevando así las exigencias para los restaurantes que ahora son más cautelosos con la salubridad e inocuidad de sus alimentos, así como con sus procesos e instalaciones, desarrollando un mayor compromiso con la sociedad y el medio ambiente. Los resultados también indican que la menor calificación fue para la dimensión filantrópica de la variable RSE, donde el 70% la califica en un nivel medio, y es que en plena etapa de reactivación económica resulta complicado para las empresas tener actos de desprendimiento o de filantropía, sobre todo si se tiene en cuenta que antes de la pandemia estos actos de filantropía se daban de formas muy aisladas y en su mayoría como respuesta a solicitudes de diferentes instituciones o agrupaciones y no por iniciativa propia. Consideramos que a la RSE le falta mucho por desarrollar en nuestro país, y en especial en este tipo de establecimientos, por ello es importante aprovechar la correlación positiva existente entre ambas variables para que estas empresas puedan influir de manera positiva en la sociedad. Así, mejorando la gestión a través de sus diferentes dimensiones, se mejorará la RSE y habrá un resultado más positivo para el entorno.

Los grados de correlación de las dimensiones eficacia, eficiencia y productividad en relación con la RSE nos mostraron que estas tienen comportamientos diferentes. En el caso de la eficiencia esta correlación es de 46.7% y aunque es significativa, está por debajo de las demás dimensiones y “le resta” a la variable Gestión, siendo la dimensión con menor correlación y consideramos que es la primera que se debe elevar. Para ello, estas empresas deben enfocarse en los procesos en los que participan los trabajadores y los recursos con los que cuentan, y es que las empresas además de dotar de toda la infraestructura necesaria que sea requerida para una correcta producción, también debe ser capaces de identificar las partes de los procesos donde se incurra en daños al medio ambiente o al entorno y que puedan ser mejorados,

Asimismo, la productividad muestra un nivel de correlación de 57.7 %, y es que al ser el resultado de la eficacia y la eficiencia el desempeño de esta variable se ve mermado por un mal desempeño de una de estas dimensiones, en este caso de la eficiencia. Sin embargo, la

eficacia es la dimensión con mayor correlación, y es la que hace que finalmente la variable en general tenga la correlación superior al 70%.

Recomendaciones

Todas las empresas de este rubro deben tener identificados sus diferentes procesos y medir el nivel de impacto de estos en la sociedad o entorno, además de trabajar con indicadores de calidad, que les permitan observar si se cumplen las políticas establecidas, y es que no se trata solo de producir para vender, si no de generar un crecimiento sostenible tanto para la empresa como para el entorno en general.

Además, se deben aplicar programas de manejos de los diferentes residuos que se generan, ya sean sólidos o líquidos, lo cual no representa mayores gastos para la empresa e inclusive podría ayudarla a ser más productiva. También se deben aprovechar los avances tecnológicos para trabajar con máquinas que sean amigables con el medio ambiente y sistemas que permitan obtener información útil en tiempo real. Algo con lo que también se deben involucrar es en los insumos empleados para la producción, pues estos además de cumplir con ciertos estándares para que sean aptos para el consumo humano, deben manipularse y almacenarse en condiciones apropiadas para que no sufran alteraciones y conserven la calidad e inocuidad. Asimismo, se recomienda generar un mayor vínculo con sus trabajadores, apoyándolos a crecer y a profesionalizar la experiencia adquirida para generar beneficios mutuos.

Lo que debe buscar la gestión de estos restaurantes es generar u optimizar sistemas productivos que estén enfocados a trabajar bajo un esquema de economía verde o economía circular, buscando disminuir los desechos o aprovechándolos al máximo. Estos establecimientos tienen muchos desechos orgánicos, a los cuales se les podría dar una mayor utilidad. También generan residuos líquidos contaminantes como el aceite quemado, que si no recibe un adecuado tratamiento y manejo podría terminar por afectar directamente a la empresa y a la sociedad. En los casos más extremos este aceite quemado podría ser vertido por las tuberías de desagüe, lo que, además de perjudicar a la sociedad en general, podría ocasionar multas por parte de las entidades fiscalizadoras por no respetar los Valores Máximos Admisibles (VMA) de las aguas residuales, establecido por el Ministerio de Vivienda y Construcción.

Consideramos que también es recomendable que la autoridad municipal se involucre en generar que los establecimientos eleven su nivel de RSE a través de programas o incentivos que permitan que las empresas se vean motivadas en contribuir con la sociedad o el entorno.

Algunas municipalidades desarrollan programas anuales de “Restaurantes Saludables” donde califican los resultados de la inocuidad de los alimentos e instalaciones, pero estos programas no tienen ningún enfoque que busque premiar gestiones socialmente responsables, por lo que creemos que al haber demostrado que existe una correlación entre las variables gestión de restaurantes y RSE, las autoridades municipales podrían iniciar este tipo de programas, contribuyendo así al desarrollo de la RSE en los distritos y ciudades del país. Además, recomendamos que estos establecimientos tengan un mayor compromiso con la dimensión social de la RSE y es que poco se ve y se conoce de gestiones que busquen el equilibrio entre lo económico y lo social. Generalmente estas empresas se adaptan a las leyes que se van dando, pero no vemos que haya una iniciativa por parte del empresariado de este sector en enfocarse en reducir las posibles consecuencias que generen sus actividades productivas, si no que se espera que se prohíba para recién adecuarse, como sucede actualmente con la ley de plásticos de un solo uso, donde de manera escalonada, se va restringiendo el uso de plástico contaminante. Asimismo, consideramos que las empresas nacionales de este sector deben involucrarse más en actos de filantropía, sobre todo en estos tiempos donde se valora mucho la ayuda al prójimo y es que estas suelen responder a solicitudes de ayuda de instituciones como los bomberos, las municipalidades, etc. y responden a ellos de manera individual por cada establecimiento, mientras que las marcas extranjeras tienen programas específicos de ayuda hacia cierta población necesitada. Se puede decir que las empresas peruanas deberían emular ciertas prácticas extranjeras para contribuir con la sociedad.

CONCLUSIÓN

De acuerdo con los resultados estadísticos, hemos logrado cumplir con el objetivo de la investigación que consiste en demostrar la existencia de una relación entre las variables Gestión de restaurantes de comida rápida y RSE dentro del distrito de Lince, en el año 2020, alcanzando un coeficiente de correlación de Pearson de 72.8%, lo que quiere decir que si se mejora la gestión de estos establecimientos mejorarán las prácticas de responsabilidad social empresarial. Asimismo, podemos observar que esta correlación no es muy alta y existe un porcentaje que falta explotar y es a donde creemos que deben concentrar sus esfuerzos estos restaurantes. Si se aprovecha y se mejora la correlación existente entre las variables Gestión de restaurantes de comida rápida y Responsabilidad Social Empresarial, se podrá generar mayores beneficios para la sociedad y las empresas. Para ello se les debe dar mayor importancia al tipo de gestión que realiza cada establecimiento y se deben iniciar campañas enfocadas en el reciclaje y la reducción de la contaminación, programas de ayuda para alimentación de personas de escasos

recursos, programas basados en el desarrollo personal de sus trabajadores, entre otros, que podrían ayudar a darles una mejor calidad de vida a las personas en las cuales logre influir la empresa. Para conseguirlo es de vital importancia la participación de las autoridades municipales para que desarrollen programas de ayuda, que incentiven o premien a las empresas que generan compromisos con la sociedad, con campañas de prevención.

Los resultados estadísticos también nos permitieron comprobar los tres objetivos específicos y se concluyó que, tanto la eficacia, la eficiencia y la productividad de este sector, tienen una relación significativa con la RSE en el distrito de Lince en el año 2020, con una prueba de correlación Pearson de 73.3%, 46.7% y 57.7% respectivamente, por lo tanto, se concluye también que en el sector restaurantes de comida rápida la eficacia, la eficiencia y la productividad se relacionaron significativamente con la RSE. Si tenemos en consideración que la eficiencia está relacionada a los procesos y recursos, podremos concluir que la gestión de los procesos productivos debe mejorar, así como la gestión en la dotación de recursos e infraestructura para la puesta en marcha de un plan que contemple el desarrollo de estrategias socialmente responsables. En cuanto a la infraestructura es importante la renovación y mantenimiento de equipos y maquinarias, así como tener los espacios y utensilios adecuados para una buena producción. Se debe buscar que las maquinas trabajen sin alteraciones y en los tiempos estimados, ya que una gestión con RSE implica que se debe poner énfasis en cada parte del proceso productivo, que va desde las compras y abastecimiento, hasta la elaboración del producto final.

Teniendo en cuenta que la eficacia está relacionada al producto y al cliente podemos decir que existe una aceptable satisfacción del cliente en función a los productos que adquieren, pues estos cumplen con los niveles de calidad exigidos por ellos. Sin embargo, existe un amplio porcentaje que aún puede mejorar. En cuanto a los productos e insumos utilizados, se puede percibir que la tendencia de la sociedad está dirigida a una alimentación más saludable y los restaurantes de comida rápida deberán ser capaces de adaptarse a esta demanda y en general a todo aquello que les permita contribuir con la sociedad.

Estas empresas también son rentables, pues año tras año generan utilidades, sin embargo, ven mermada su productividad por un mal desempeño de los indicadores de la eficiencia. La productividad debe ser medida a través de índices que se deben establecer en relación con la producción y los recursos empleados y para ello deben estar bien establecidas e identificadas las metas a conseguir. Estas acciones harán que las empresas puedan obtener mayores utilidades a mediano plazo y consigan perdurar en el tiempo.

En ocasiones no se presta importancia a factores que podrían ayudar a mejorar los niveles de RSE como por ejemplo el consumo de energía, el manejo de mermas, clasificación de residuos y desechos, así como algunas malas prácticas de los trabajadores, las cuales pueden ser corregidas para que estas empresas sean más productivas. Para ello es fundamental la capacitación constante a los trabajadores y aplicar estrategias de control que permitan medir si la gestión que se está realizando está en concordancia con los objetivos trazados o hay algo que se debe corregir.

También concluimos que, dentro de la calificación realizada a las variables y sus dimensiones en los instrumentos (encuestas) contestadas por los administradores, en general manifiestan tener un buen desempeño, calificándolas en niveles Altos y Medios, dentro de los cuales la dimensión Productividad de la variable Gestión, así como la dimensión Legal de la variable RSE reciben la mejor calificación con un 80% de Nivel Alto, mientras que la dimensión Filantrópica de la variable RSE es la que tiene el peor desempeño con un 70% de calificación en nivel medio, cosa que no ocurre con ninguna otra dimensión ni variable. Los resultados de las tablas cruzadas también nos muestran calificaciones altas y medias para las dos variables, así tenemos que al analizar las variables en grupos de a dos, el 75.0% considera que la Gestión de Restaurantes de comida rápida y la RSE tienen un nivel alto, mientras el 15% califica a ambas variables en un nivel medio. También vemos como la Eficacia de la Gestión de Restaurantes de comida rápida y la RSE tiene un nivel alto con 70%, y un nivel medio de 20%, mientras que la Eficiencia de la Gestión de Restaurantes de comida rápida y la RSE tienen un nivel alto de 65% y un nivel medio de 15%. Por último, el 70.0% también considera que la productividad de la Gestión de Restaurantes de comida rápida y la RSE tienen un nivel alto, mientras que el 15% considera que estas dos variables en conjunto tienen un nivel medio.

Se puede concluir también que los restaurantes de comida rápida están en condiciones de aplicar gestiones basadas en la responsabilidad social empresarial y esto no afectaría económicamente a la empresa, muy por el contrario, ayudaría a mejorar su imagen ante la sociedad y hasta podrían recibir cierta retribución económica al darle un tratamiento adecuado a los residuos y desechos que se generan diariamente.

REFERENCIAS

- Arbayza, L., Cánepa, M., Cortez, O., & Lévano, G. (2014). *Análisis Prospectivo del sector restaurantes de comida rápida en Lima: 2014 -2030*. Lima: ESAN ediciones.
- Barbachan, M. (2019). La Responsabilidad Social Empresarial en el Perú: DEsafios y Oportunidades. *INNOVAG*, 56-62.

- Beltrán, J. (2012). *Indicadores de gestión*. Bogotá: Panamericana Editorial Ltda.
- CEPLAN. (2017). *Informe Nacional Voluntario sobre la implementación de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*. Recuperado de https://www.ceplan.gob.pe/documentos/_peru-infomenacionalvoluntario/. Lima.
- Fernández, Jimenez, & Fernández. (2015). Responsabilidad social empresarial y su impacto competitivo en las pymes del Perú. (*Tesis de grado*). Universidad Nacional del Callao, Callao.
- Forética. (2018). *Informe Forética 2018 sobre la evolución de la RSE y Sostenibilidad. La recompensa del optimista. pp 54-55*. Madrid: Forética.
- Franco, P. (2007). Diagnóstico de la Responsabilidad Social en el Perú, p. 32. Lima.
- García, J., Palacios, B., & Espasandín, F. (2018). *Manual práctico de responsabilidad social corporativa*. Alcalá: Ediciones Pirámide.
- Gestión. (11 de 02 de 2019). *Gestión*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/management-empleo/5-empresas-peruanas-aplican-gestiones-responsabilidad-social-258214-noticia/>
- Horna, E., Tamara, S., F, O., & Uribe, Y. (2018). Responsabilidad social en restaurantes de Miraflores, Lima. *Revista de Investigación de la Universidad Le Cordon Bleu 5 (1)*, 33-42.
- INEI. (2018). *Encuesta Mensual de Comercio, Restaurantes y Servicios*. Lima: INEI.
- Mapcity. (2 de Junio de 2017). *Peruretail*. Obtenido de <https://www.peru-retail.com/cadenas-fast-food-superan-800-tiendas-peru/>
- Morales, V. M. (2017). El desarrollo sostenible y la economía circular. *Responsabilidad Social Empresarial Perú*, 6.
- Navarro, R. M. (2011). *Manual de gestión ambiental en la empresa: formación para el empleo*. España: Editorial CEP. S.L.
- PeruRetail. (23 de octubre de 2019). *Peruretail*. Obtenido de <https://www.peru-retail.com/mcdonalds-elimina-sorbetes-restaurantes/>
- Porter, M., & Kramer, M. (2006). Estrategia y sociedad. *Harvard Business Review*, 15.
- RPPNoticias. (12 de abril de 2016). *RPP Noticias*. Obtenido de <https://rpp.pe/lima/actualidad/oms-consumo-de-comida-chatarra-crecio-en-peru-en-260-en-ultimos-diez-anos-noticia-908754>
- Sáenz, P. (2018). Dimensionalidad de la Responsabilidad Social Empresarial percibida y sus efectos sobre la Imagen y Reputación de la marca: Estudio de Caso Supermercados TÍA. (*Tesis de grado de Magister*). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil.
- Sánchez, G., Erazo, A., Casariego, M., & Encinas, R. (2015). Calidad del Sector Restaurantes de Lima Metropolitana. (*Tesis de grado Magister*). Universidad Católica del Perú, Lima.
- Vasco, S. (2019). Impacto de las Practicas de Responsabilidad Social Empresarial en la imagen corporativa de las cadenas de comida rápida. Una visión desde los consumidores del distrito

metropolitana de Quito. (*Tesis de grado*). Universidad de Las Fuerzas Armadas de Ecuador, Quito.

TABLAS

Tabla 1

Prueba de confiabilidad Variable N° 1

Alfa de Cronbach	N° de elementos
,792	15

Tabla 2

Prueba de confiabilidad Variable N° 2

Alfa de Cronbach	N° de elementos
,774	13

Tabla 3

Gestión de restaurantes de comida rápida

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nivel Medio 3		15,0	15,0	15,0
Nivel Alto 17		85,0	85,0	100,0
Total 20		100,0	100,0	

Tabla 4
Responsabilidad Social Empresarial

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nivel Medio	5	25,0	25,0	25,0
Nivel Alto	15	75,0	75,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Tabla 5
Tabla cruzada Gestión de restaurantes de comida rápida y Responsabilidad Social Empresarial

		Responsabilidad Social Empresarial			
			Nivel Medio	Nivel Alto	Total
Gestión de restaurantes de comida rápida	Nivel Medio	Recuento	3	0	3
		% del total	15,0%	0,0%	15,0%
	Nivel Alto	Recuento	2	15	17
		% del total	10,0%	75,0%	85,0%
Total		Recuento	5	15	20
		% del total	25,0%	75,0%	100,0%

Tabla 6
Tabla cruzada Eficacia y Responsabilidad Social Empresarial

		Responsabilidad Social Empresarial			
		Nivel Medio	Nivel Alto	Total	
Eficacia	Nivel Medio	Recuento	4	1	5
		% del total	20,0%	5,0%	25,0%
	Nivel Alto	Recuento	1	14	15
		% del total	5,0%	70,0%	75,0%
Total		Recuento	5	15	20
		% del total	25,0%	75,0%	100,0%

Tabla 7
Tabla cruzada Eficiencia y Responsabilidad Social Empresarial

		Responsabilidad Social Empresarial			
		Nivel Medio	Nivel Alto	Total	
Eficiencia	Nivel Medio	Recuento	3	2	5
		% del total	15,0%	10,0%	25,0%
	Nivel Alto	Recuento	2	13	15
		% del total	10,0%	65,0%	75,0%
Total		Recuento	5	15	20
		% del total	25,0%	75,0%	100,0%

Tabla 8

Tabla cruzada Productividad y Responsabilidad Social Empresarial

		Responsabilidad Social Empresarial			
		Nivel Medio	Nivel Alto	Total	
Productividad	Nivel Medio	Recuento	3	1	4
		% del total	15,0%	5,0%	20,0%
	Nivel Alto	Recuento	2	14	16
		% del total	10,0%	70,0%	80,0%
Total		Recuento	5	15	20
		% del total	25,0%	75,0%	100,0%

Tabla 9

Prueba de Normalidad de Shapiro Wilk

Distribución de variables	Estadístico	Gl	Sig.	Sig. <0.05
Gestión de Restaurantes de comida rápida	,918	20	,089	Normal
Eficacia	,736	20	,000	No normal
Eficiencia	,947	20	,328	Normal
Productividad	,888	20	,024	No normal
Responsabilidad Social Empresarial	,907	20	,055	Normal

Tabla 10
Prueba de Normalidad por pares

	Shapiro-Wilk			Prueba
	Estadístico	gl	Sig.	
Eficacia y Responsabilidad Social Empresarial	,926	20	,127	Prueba paramétrica
Productividad y Responsabilidad social Empresarial	,952	20	,392	Prueba paramétrica

Tabla 11
Prueba de Correlación Gestión de Restaurantes de comida rápida y RSE
Correlaciones

		Gestión de Restaurantes de comida rápida	Responsabilidad Social Empresarial
Gestión de restaurantes de comida rápida	Correlación de Pearson	1	,728**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	20	20
Responsabilidad Social Empresarial	Correlación de Pearson	,728**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	20	20

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Tabla 12
Prueba de Correlación Eficacia y RSE
Correlaciones

		Eficacia	Responsabilidad Social Empresarial
Eficacia	Correlación de Pearson	1	,733**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	20	20
Responsabilidad Social Empresarial	Correlación de Pearson	,733**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	20	20

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Tabla 13
Prueba de Correlación Eficiencia y RSE
Correlaciones

		Eficiencia	Responsabilidad Social Empresarial
Eficiencia	Correlación de Pearson	1	,467*
	Sig. (bilateral)		,038
	N	20	20
Responsabilidad Social Empresarial	Correlación de Pearson	,467*	1
	Sig. (bilateral)	,038	
	N	20	20

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Tabla 14

*Prueba de Correlación Productividad * RSE*

Correlaciones

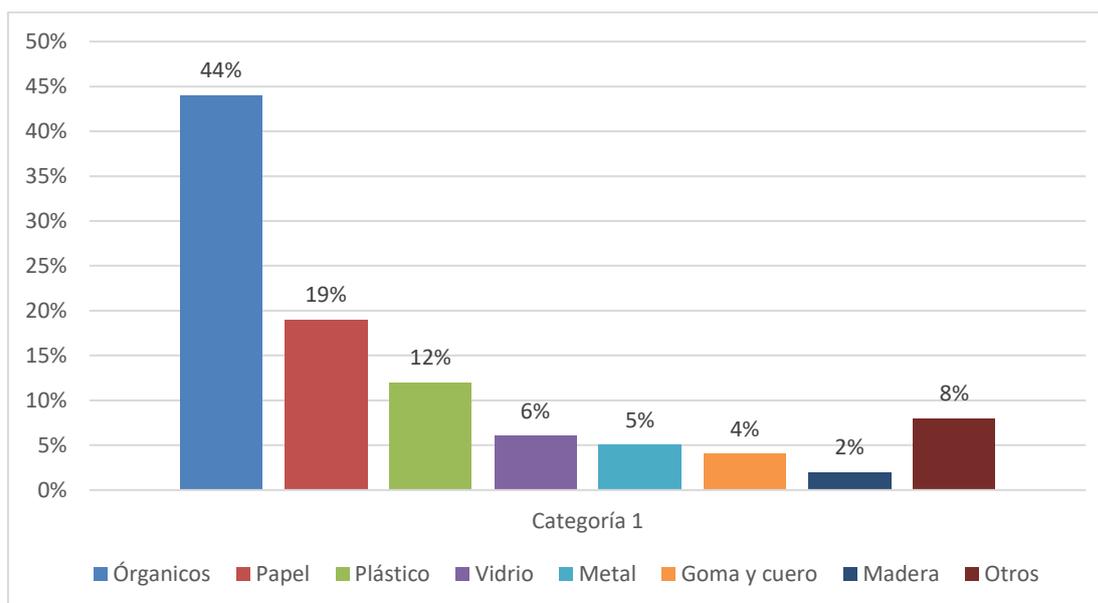
		Productividad	Responsabilidad Social Empresarial
Productividad	Correlación de Pearson	1	,577**
	Sig. (bilateral)		,008
	N	20	20
Responsabilidad Social Empresarial	Correlación de Pearson	,577**	1
	Sig. (bilateral)	,008	
	N	20	20

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

FIGURAS

Figura 1

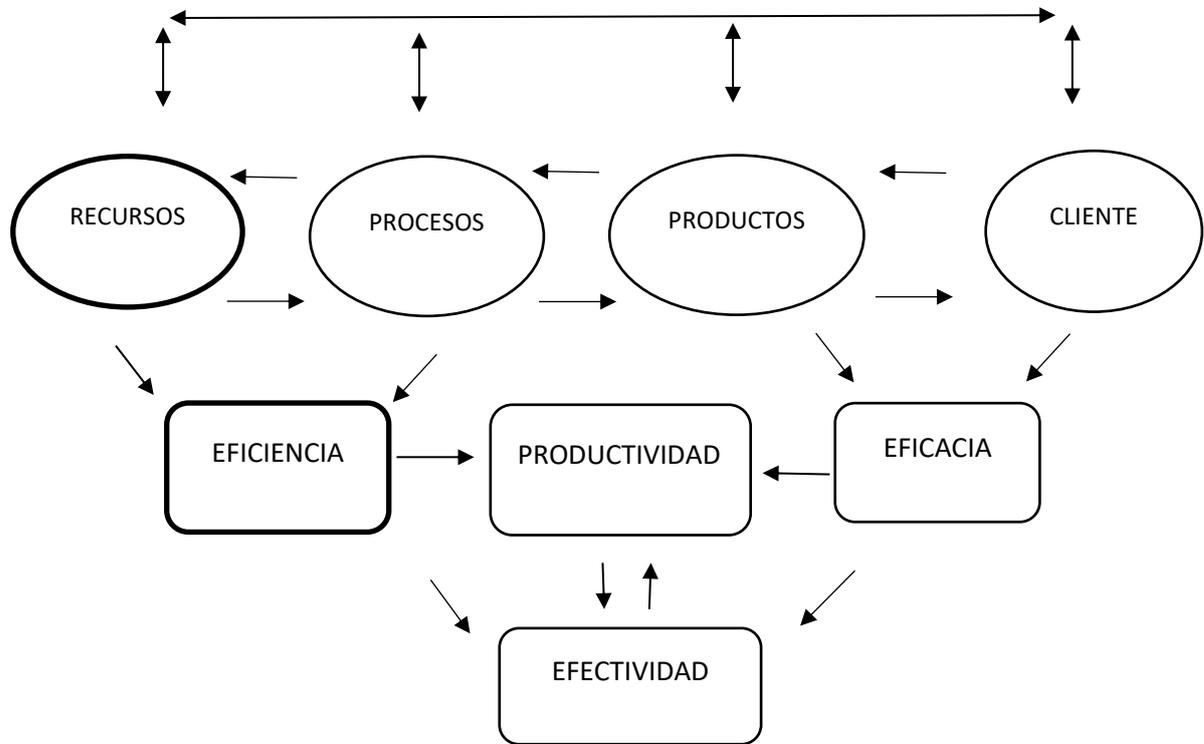
Residuos sólidos generados mundialmente en el año 2016



Nota: El gráfico representa la generación de residuos sólidos generados mundialmente en el año 2016. Adaptado del Informe Forética 2018 sobre la evolución de la RSE y Sostenibilidad. La recompensa del optimista (p. 54) por Forética 2018, Editado por Forética.

Figura 2

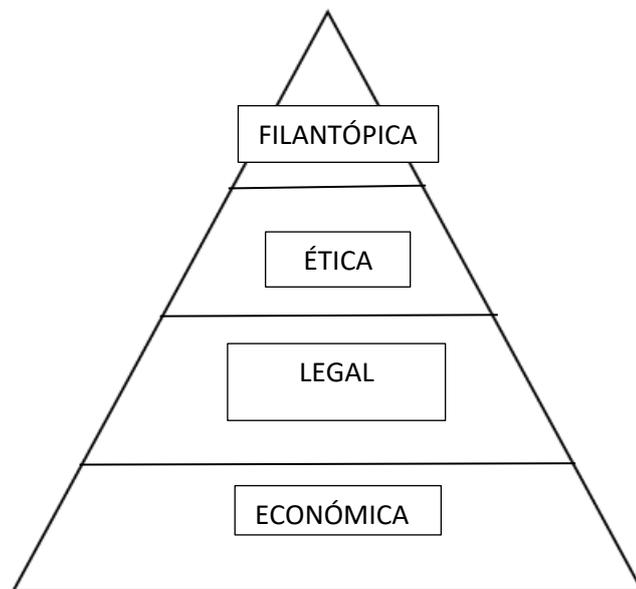
Sistemas de empresas basados en factores de éxito a través de la gestión



Nota: Tomado de Indicadores de Gestión (p. 38) por J. Beltrán, 2012, Panamericana Editorial Ltda.

Figura 3

Pirámide de Carroll



Nota: El gráfico representa la Pirámide de Carroll, donde se detallan las dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial. Tomado del Manual Práctico de responsabilidad social corporativa (p. 22), por García, Palacios & Espasandín, 2018, Ediciones Pirámide.

Figura 4

Gestión de Restaurantes de comida rápida

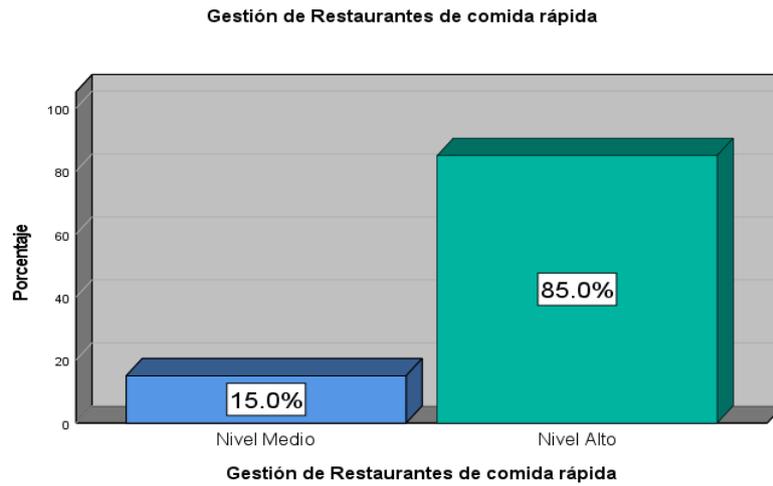


Figura 5

Responsabilidad Social Empresarial

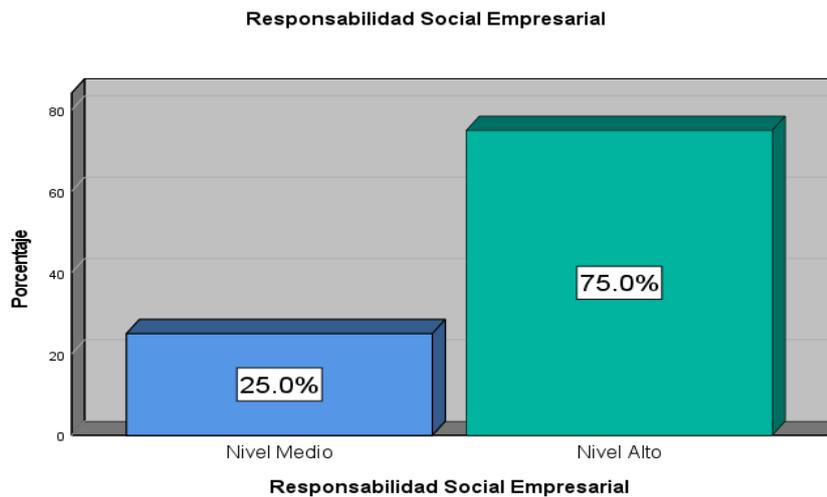


Figura 6

Clasificación de dimensiones según Administradores:

Variables	Dimensiones	Nivel	%
Gestión de Restaurantes de comida rápida	Eficacia	Medio	25
		Alto	75
	Eficiencia	Medio	25
		Alto	75
	Productividad	Medio	20
		Alto	80
Responsabilidad Social Empresarial	Legal	Medio	20
		Alto	80
	Social	Medio	35
		Alto	65
	Filantrópica	Medio	70
		Alto	30

Nota: Elaboración propia luego de procesar los resultados en el sistema SPSS y obtener las tablas de frecuencia de cada variable y dimensión.

Figura 7

Gráfico de barras de tabla cruzada Gestión de restaurantes de comida rápida y Responsabilidad Social Empresarial

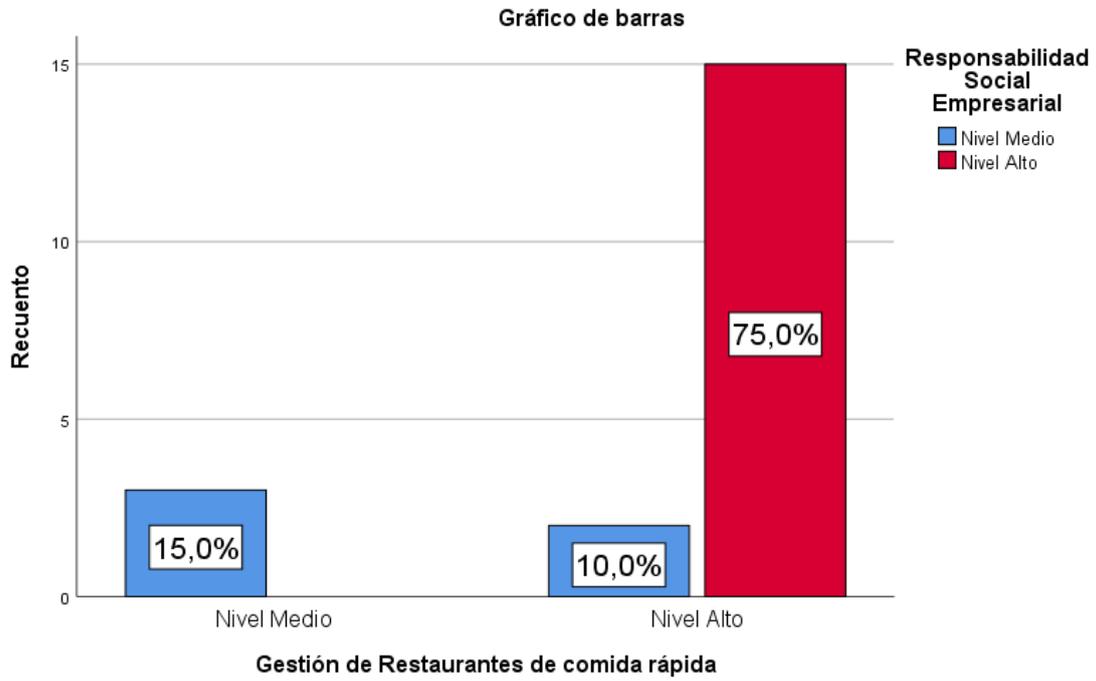


Figura 8

Gráfico de barras de tabla cruzada Eficacia y Responsabilidad Social Empresarial

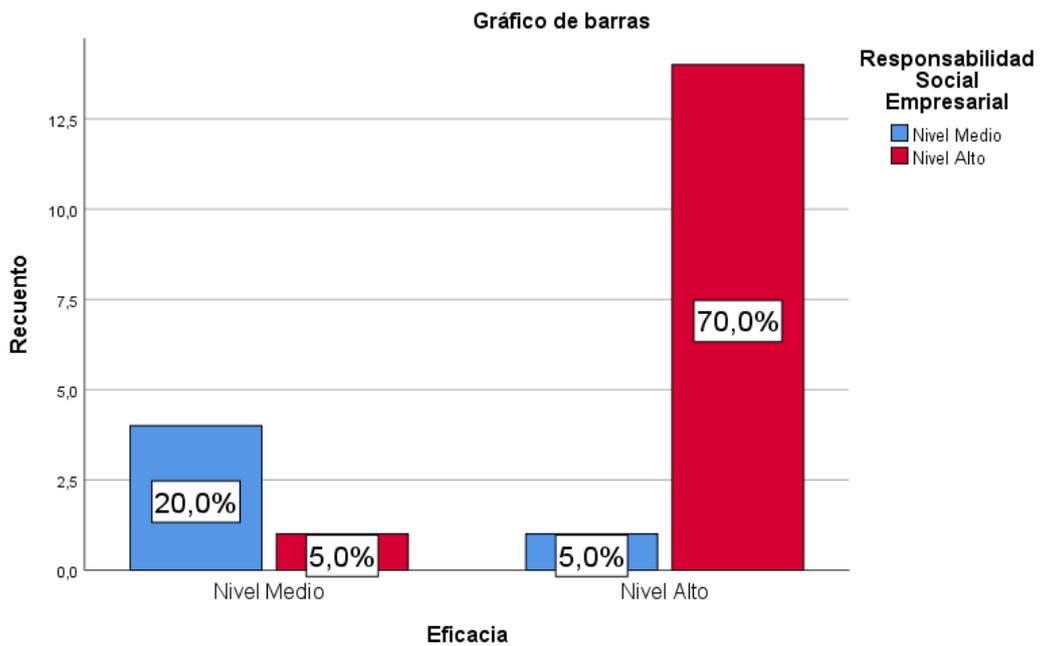


Figura 9

Gráfico de barras de tabla cruzada Eficiencia y Responsabilidad Social Empresarial

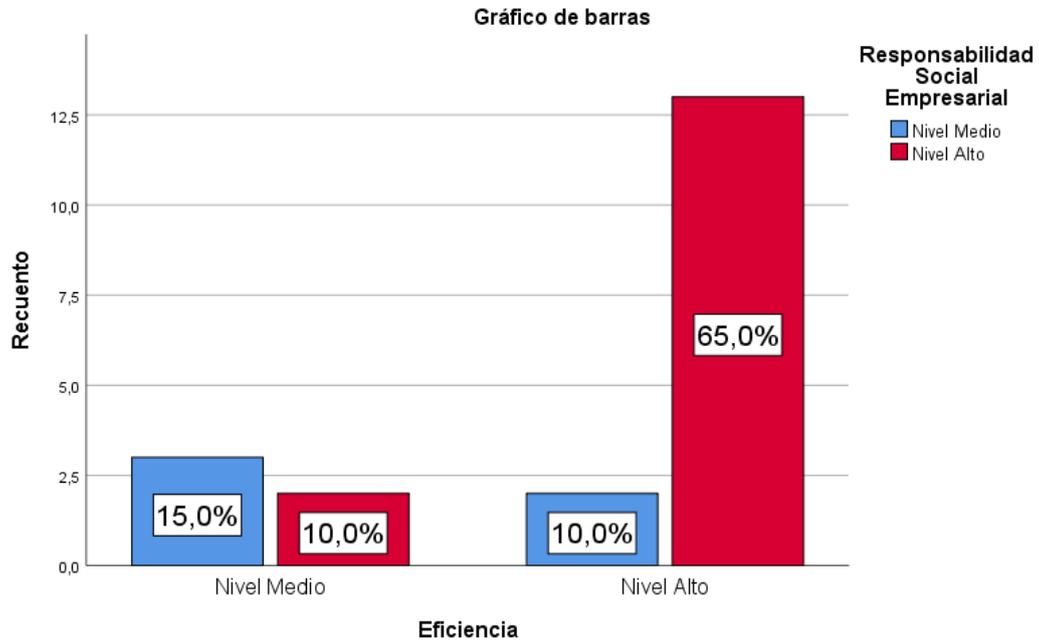


Figura 10

Gráfico de barras de tabla cruzada Productividad y Responsabilidad Social Empresarial

