

Educación y su incidencia en los negocios de alimentos de la Empresa Pública Mitad del Mundo

Education and its Impact on the Food Business Operations of the Mitad del Mundo Public Company

Roberto Carlos Herrera Anangón¹, Francia Karina Rea Romero²

Información del artículo

Recibido para evaluación: 01 de enero de 2024

Aprobado para publicación: 04 de marzo de 2024

Instituto Superior Tecnológico CENESTUR, Quito, Ecuador.

¹ <https://orcid.org/0000-0001-8914-4331>. Email: roberto.herrera@cenestur.edu.ec

² <https://orcid.org/0009-0003-5823-4504>. Email: francia.rea@cenestur.edu.ec.

Resumen

El objetivo de la investigación fue determinar como la educación superior a través de la vinculación con la sociedad incide en los negocios de alimentos de la Empresa Turística de Pichincha Mitad del Mundo. Los objetivos específicos fueron establecer la situación actual de los negocios, la elaboración de la propuesta de sostenibilidad y la evaluación de transmisión del conocimiento en el proceso de capacitación. Se aplicó la investigación mixta, se usó metodologías como el estudio de mercado, la generación de estrategias para alcanzar las metas planteadas y la ejecución de la estrategia de capacitación. En la empresa pública se encuentran 50 negocios, 64% son locales de artesanías y el 36% de alimentos y bebidas, y minimarket. Se creó la estrategia de sostenibilidad en base de siete objetivos de desarrollo de la Agenda 2030, elaborando ocho indicadores de sostenibilidad, en concordancia con los cursos, talleres, workshops, master class planteados, finalmente ejecutó la primera fase del proceso de capacitación. En conclusión, la educación a partir de la vinculación con la sociedad, fomentó la ejecución de talleres de capacitación que en la primera fase mejoraron las condiciones de operación y funcionamiento de los negocios, orientándolos a la sostenibilidad, evidenciando una significativa transferencia de conocimientos.

Palabras clave: Educación superior, Empresa, Negocios, Sociedad, Vinculación con la sociedad.

Abstract

This research aimed to determine how higher education, through community engagement, influences food businesses at the Mitad del Mundo Tourist Company in Pichincha. The specific objectives were to establish the current situation of the businesses, develop a sustainability proposal, evaluate the knowledge transfer in the training process. A mixed-methods research approach was applied, using methodologies such as market research, strategy generation to achieve the established goals, and implementation of the training strategy. The public company has 50 businesses, 64% of which are handicraft shops and 36% are food and beverage and mini-markets. The sustainability strategy was created based on seven development goals of the 2030 Agenda, and eight sustainability indicators were developed in line with the proposed courses, workshops, masterclasses, and finally, the first phase of the training process was implemented. Education through community engagement fostered the implementation of training workshops that, in the first phase, improved the operating and functioning conditions of the businesses, guiding them towards sustainability, evidencing a significant knowledge transfer.

Keywords: Higher Education, Company, Business, Society, Community Engagement.

DOI: <https://doi.org/10.51260/rigistur.v4i1.476>

Introducción

El Ecuador por su ubicación privilegiada es uno de los destinos potenciales en el continente americano, debido a la biodiversidad y las cuatro regiones que lo constituyen territorialmente, como son: Galápagos, Costa Pacífica, Amazonía, y la Cordillera de los Andes; en esta última se encuentra la provincia de Pichincha, donde los principales recursos y atractivos turísticos se encuentran en la Reserva de la Biósfera del Chocó Andino declarada por la UNESCO el 25 de julio de 2018, así también en la zona se encuentra atravesando la línea ecuatorial o también llamado el paralelo O. Cerca de la línea equinoccial se encuentra el monumento emblemático en honor a la Mitad del Mundo, en cuyas inmediaciones funciona la Empresa Turística de Pichincha “Mitad del Mundo”, donde en el año 2022 ingresaron a este espacio turístico 385434 turistas y visitantes de la información registrada por la empresa pública.

La Mitad del Mundo ha sido, por historia y ubicación, un lugar visitado permanentemente por turistas nacionales y extranjeros. Por otra parte, como es de conocimiento público, en abril de 2020 inició la pandemia, lo que significó el cierre temporal de operación y, posteriormente, la reapertura paulatina en la atención, adicionalmente, el temor al virus y al contagio fue una fuerte limitante para reactivar el turismo a nivel local (Empresa Turística de Pichincha “Mitad del Mundo” EP. 2021). Posterior a la época post pandemia, se vuelve a una relativa normalidad que conlleva a la presencia de problemas tradicionales que se veían antes de la pandemia como el insuficiente conocimiento de lineamientos mínimos de atención al cliente y gestión de la experiencia.

Posterior a la pandemia, se establecieron algunas acciones para la reactivación de las operaciones de la empresa pública, a nivel nacional se empezaron a desarrollar y aprobar con las instituciones relacionadas con temas de seguridad, salud y turismo los protocolos de bioseguridad para las diferentes actividades turísticas en Ecuador. En efecto, como parte de las alianzas estratégicas se firma el convenio entre el Instituto Superior Tecnológico CENESTUR y la empresa pública a partir de lo cual se empiezan a desarrollar proyectos y actividades en beneficio de la mejora de las condiciones de la empresa pública, en especial de los negocios de artesanías, minimarket, alimentos y bebidas, realizando una serie de levantamientos de información para partir de una base de datos actualizada.

En torno a las alianzas estratégicas se propone como una de las oportunidades la transmisión y el fortalecimiento del conocimiento para mejorar las condiciones de operación de los negocios de alimentos y bebidas, con un enfoque de sostenibilidad, desde los ejes económico, social y ambiental, planteando la producción sostenible tomando en cuenta que “los sectores productivos requieren insumos, recursos naturales, energía y agua para elaborar y ofrecer sus productos al mercado. La demanda total actual de recursos naturales que la humanidad requiere supera en 1.6 veces la capacidad del planeta para producirlos en el mundo” (Global Footprint Network, 2020).

En el reglamento turístico de alimentos y bebidas, que se lo aprueba a partir del registro oficial 575 en octubre del año 2018, se establece como concepto que cuyo objeto “es regular, clasificar, categorizar, controlar y establecer los requisitos para el ejercicio de la actividad turística de alimentos y bebidas a nivel nacional” (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2018), es decir que muchos de los negocios de la Mitad del Mundo se rigen al contenido de este marco normativo vigente.

El Plan Estratégico de Desarrollo Institucional del Instituto, se plantean los resultados claves para el área de vinculación con la sociedad y responsabilidad social empresarial del ITS CENESTUR, con el objetivo de fortalecer la práctica de vinculación con la colectividad, alineada a las líneas de investigación planteadas en la institución. Las actividades planteadas son la creación de un modelo de vinculación, programas y proyectos de vinculación que se inició en el periodo 2022 (Instituto Superior Tecnológico CENESTUR, 2022).

El IST CENESTUR alineado al “Sistema de Educación Superior y en cumplimiento del artículo 350 de la Constitución de la República del Ecuador, hace referencia a la innovación, promoción desarrollo y difusión de los saberes y las culturas promueve la construcción de soluciones para los problemas del país, en relación con los objetivos del régimen de desarrollo” (Registro Oficial, 2008).

Así también dando cumplimiento a la “Ley orgánica de educación superior, hace referencia de los deberes de las y los profesores e investigadores que tienen relación con el cumplimiento de las actividades de docencia, investigación y vinculación de acuerdo a las normas de calidad y normativas de los organismos que rigen el sistema y las de sus propias instituciones, estas actividades se realizarán en coordinación con organizaciones comunitarias, empresas e instituciones públicas y privadas relacionadas con la respectiva especialidad” (Registro Oficial, 2010).

El Instituto Superior Tecnológico CENESTUR es una “institución de educación superior con una orientación muy fuerte en las carreras del turismo y gastronomía y en la actualidad con carreras de auditoría, contabilidad, marketing, ventas y administración con el propósito de generar nuevos espacios de investigación, innovación, empleabilidad y generación de nuevas plazas para los estudiantes, fue aprobado mediante Acuerdo Ministerial N.2901 de fecha 26 de septiembre de 1995, reconocido y registrado por el Ex CONESUP con el Registro Institucional N.17-006 con fecha 11 de septiembre del año 2000 y dentro de sus actividades ha realizado alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas” (Instituto Superior Tecnológico CENESTUR, 2022).

A partir de la alianza estratégica entre las dos instituciones se ha planteado un proceso de vinculación con la sociedad que ha beneficiado directamente con la transferencia de conocimiento a los negocios de la Empresa Turística de Pichincha “Mitad del Mundo” EP.

Materiales y métodos

La investigación se desarrolló en dos fases: La primera con el levantamiento de información, análisis y sistematización de los datos en enero del 2023. En la segunda fase se ejecutaron las estrategias de capacitación para el fortalecimiento de las operaciones de los negocios de alimentos y bebidas de la Empresa Pública de Pichincha Mitad del Mundo, el tipo de investigación que se aplicó es de tipo mixto donde “Los métodos mixtos, son multi metodicos, representan la “tercera vía” (Hernández Sampieri y Mendoza, 2008), por la aplicación de técnicas e instrumentos que completaron las actividades desde el análisis, interpretación y aplicación de una propuesta que orienta a la medición de resultados y partiendo desde el planteamiento de una problemática a resolver.

El tipo de diseño de investigación aplicado es de tipo multi métodos, ya que se combinan los métodos, en esta línea se aplica el tipo secuencial donde se da una relación temporal entre los métodos, el primer método que se aplica genera datos que constituye en insumos para la segunda etapa (Cohen et al. 2019, p. 263).

Se estableció el estudio de 9 negocios de minimarket y 9 de alimentos y bebidas de la Empresa Pública de Pichincha, donde el Instituto Superior Tecnológico CENESTUR ha venido realizando actividades de vinculación con la sociedad, como parte de la alianza estratégica para el fortalecimiento de los negocios. Los estudiantes que intervienen en las actividades de vinculación con la sociedad son de la Escuela de Hospitalidad y Turismo, en el marco de una planificación el proyecto se inició en el mes de diciembre del año 2022 hasta el mes de septiembre del año 2023, donde se aplicó el periodo de estudio con encuestas con preguntas cerradas, de elección única de tipo politómicas y también preguntas de elección múltiple para realizar el levantamiento de información de la situación actual de los negocios en la Empresa Pública.

El cuestionario es un instrumento utilizado en la investigación el mismo que se define como el “documento que recopila de forma organizada los indicadores de las variables implicadas en el objetivo de la encuesta” (Padilla et al. 1998, p.115). Para ello se elaboraron dos formularios estructurados de preguntas cerradas tanto para el proceso de establecimiento de la situación actual, así como para la evaluación de transferencia de conocimientos posterior a la ejecución de la primera fase de la estrategia de capacitación. Para el desarrollo de la base de indicadores se establecieron los principios de la sostenibilidad desde los enfoques económico, social y ambiental, y una relación con los 17 objetivos de la Agenda para el Desarrollo Sostenible 2030 (Organización de las Naciones Unidas, 2018).

A partir de las preguntas de investigación que se constituyen en el “aspecto medular en la investigación y que su planteamiento es producto de la idea de investigación, profundización en la teoría del fenómeno de interés, revisión de estudios previos, entrevistas con expertos, entre otras. En el enfoque cuantitativo la pregunta de investigación hace mención al estudio de la realidad objetiva, mientras que en el enfoque cualitativo a la realidad subjetiva” (Ramos, 2016). Se determinó el planteamiento hipotético a partir de las siguientes preguntas ¿Cómo los procesos de educación superior y vinculación con la sociedad inciden en la competitividad de los negocios?, ¿Cómo influyen los procesos de vinculación con la sociedad en el mejoramiento de los negocios? ¿Cómo se fortalece la sostenibilidad de los negocios populares públicas con las actividades de vinculación con la sociedad?

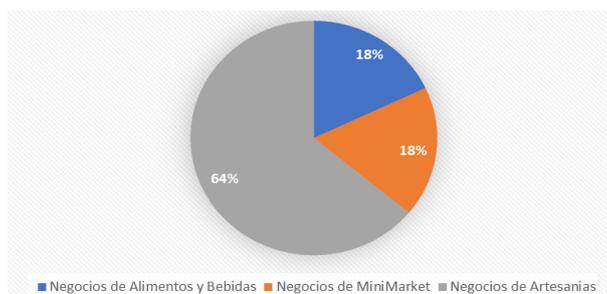
Resultados y discusión

La vinculación con la sociedad como parte de los requisitos de la Ley orgánica de Educación Superior en Ecuador, y en este proceso se desarrolla a partir de dos convocatorias internas en el Instituto CENESTUR, donde se tuvo la participación de los estudiantes que desarrollaron su proceso de vinculación con el levantamiento de información de la Empresa pública de Pichincha Mitad del Mundo E.P, a través del diagnóstico de necesidades en los negocios de actividades comerciales.

El diagnóstico dio como resultado la identificación de 50 negocios que se encuentran en las inmediaciones e instalaciones de la Empresa Pública, de los cuales 32 negocios de artesanías corresponden al 64%, y los establecimientos estudiados son 9 establecimientos son negocios de alimentos y bebidas, 9 negocios de alimentos y bebidas, que corresponden al 18% respectivamente (Figura 1).

Hay turistas que "se alimentan" y otros que "viajan para comer", estos turistas que están interesados por la comida realizan su búsqueda desde una perspectiva que puede ser tanto cultural como fisiológica, aunque el objetivo final es encontrar placer. El último caso difiere de los turistas que sólo se alimentan, porque éstos ven a la comida desde una perspectiva fisiológica que no los motiva a viajar (Lacanaú & Norrild, 2003).

Figura 1. Distribución de los establecimientos y actividades en la Empresa Turística de Pichincha "Mitad del Mundo".

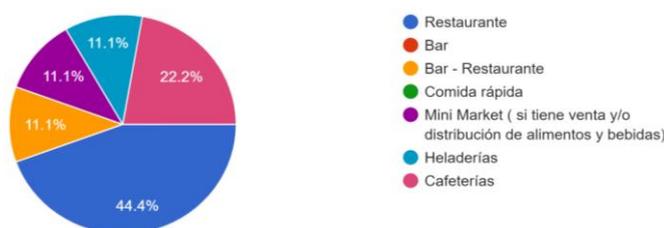


Nota: Resultados de las encuestas a los negocios de la Empresa Pública de Pichincha Mitad del Mundo
Fuente: Diagnóstico de necesidades de los Negocios de la ETP MDM.

Si bien existen establecimientos de alimentos y bebidas en ETP MDM, no han logrado convertirse en uno de los principales atractivos del sitio turístico, lo que promueve una alternativa hacia el turismo gastronómico. Sin embargo, la oferta de los restaurantes capta en mayor proporción los servicios de alimentación, esta inclinación se genera principalmente porque la oferta de un restaurante genera mayor rentabilidad y utilidad en relación a la venta de productos procesados como en los minimarket o en porciones más pequeñas como las heladerías.

Como lo demuestran los datos obtenidos de acuerdo al tipo de establecimientos que predominan en la Empresa Pública, restaurantes en el 44% y cafeterías en el 22% (Figura 2) y el rango etario predominante es de 20 a 30 años en el 33% y en el mismo porcentaje en el rango de 50 años en adelante.

Figura 2. Tipo de negocios de A & B que predominan en la EPP MM.



Nota: Los resultados de la investigación, son parte del Proyecto de Vinculación con la Sociedad entre la EPP – MDM y el IST CENESTUR.

Fuente: Diagnóstico de necesidades de los Negocios de la ETP MDM.

El nivel de instrucción de las personas que trabajan en los negocios de alimentos y bebidas predomina el 67% educación secundaria y el 33% educación primaria (Figura 3), esta información evidencia el déficit de conocimiento y profesionalismo que deben tener las personas que laboran en establecimientos de alimentos y bebidas, lo que generalmente garantiza que se cumplen procesos adecuados que logran una mejor experiencia en el cliente y fomentan la seguridad en todos los aspectos.

En los negocios de alimentos y bebidas el 33% no cuenta con facilidades e infraestructura para personas con discapacidad (Figura 4).

Si no se investiga sobre el Turismo Incluyente y la participación de personas con discapacidad motriz no se podría identificar los lugares que tienen para visitar las personas con discapacidad motriz

desconociendo el beneficio social, el aporte turístico que este segmento de mercado puede brindar; así mismo los ingresos económicos que se puede generar con la inclusión de este grupo de personas (Guevara, 2013, p.8).

Figura 3. Formación y educación en los colaboradores de los negocios de A & B de la ETP Mitad del Mundo

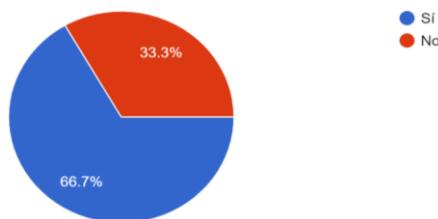


Nota: Los resultados de la investigación, son parte del Proyecto de Vinculación con la Sociedad entre la EPP – MDM y el IST CENESTUR.

Fuente: Diagnóstico de necesidades de los Negocios de la ETP MDM.

La Empresa Pública, ha generado las condiciones necesarias que requieren las personas con discapacidades en general, sin embargo, esto se aplica en todos los espacios públicos comunes, de manera interna los negocios de alimentos y bebidas deben generar las condiciones necesarias que incluyen a las personas con nacionales y extranjeras en condiciones preferenciales, adicionalmente es responsabilidad de los propietarios capacitar al personal para un correcto manejo y atención de las personas con discapacidad.

Figura 4. Facilidades para personas con discapacidad en los negocios de A & B.



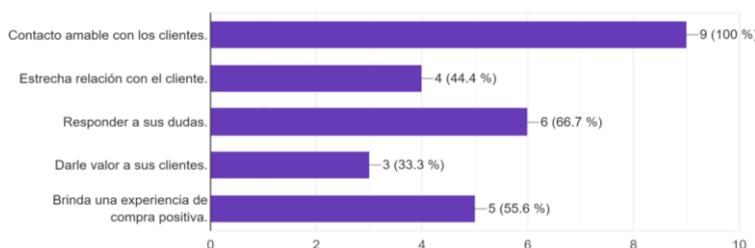
Nota: Los resultados de la investigación, son parte del Proyecto de Vinculación con la Sociedad entre la EPP – MDM y el IST CENESTUR.

Fuente: Diagnóstico de necesidades de los Negocios de la ETP MDM.

El servicio y atención al cliente en la actualidad no se basa únicamente en darle un buen trato o ser amable. Según Lescano (2014) “La clave del éxito en el servicio está en las pequeñas iniciativas diarias, en cada contacto, en cada interacción con el cliente; en el cuidado de los detalles, y no precisamente en los grandes esfuerzos, por ello, el trabajo se convierte en una pasión y la organización funciona ágil y de modo sincronizado”, tomando en cuenta este fundamento, se demuestra que en ETP MDM, se requiere implementar dentro de los procesos de capacitación el área de servicio al cliente para fortalecer la experiencia del cliente.

En relación al conocimiento de los sistemas de gestión para atención al cliente el 44% conocen sobre el buzón de quejas y sugerencias. Los aspectos que mejor lo desarrollan es el contacto amable con el cliente en el 100%, la resolución de dudas en el 67% y brindar una experiencia de compra positiva en el 56% (Figura 5).

Figura 5. Percepción de la aplicación de los aspectos mejor desarrollados con relación de servicio al cliente.



Nota: Los resultados de la investigación, son parte del Proyecto de Vinculación con la Sociedad entre la EPP – MDM y el IST CENESTUR.

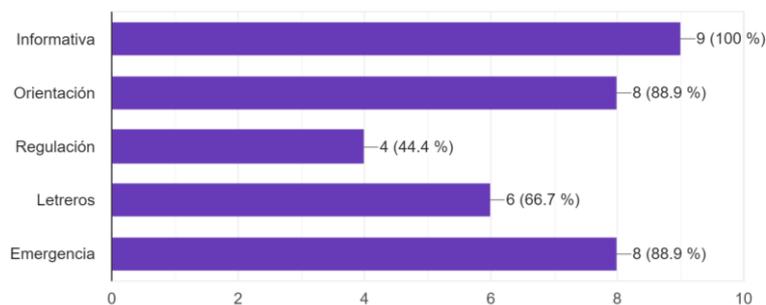
Fuente: Diagnóstico de necesidades de los Negocios de la ETP MDM.

En relación a la señalética en los espacios turísticos Kelisek hace mención que el “objetivo principal es facilitar a los usuarios el acceso y recorrido de diferentes espacios; la manera adecuada es informando de manera clara, simple y precisa y lo más directa posible ya que debe ser de rápida percepción” (Kilisek. 2013).

Según la percepción de los colaboradores en los negocios, la señalética en la infraestructura de los negocios que predomina es de tipo informativa en el 100%, de orientación y emergencia el 89%, haciendo falta mejorar la señalética de regulación que tiene el porcentaje más bajo con el 44% (Figura 6).

La señalética de regulación sirve para proteger al individuo del peligro, se divide en advertencia, auxilio y prohibición (García. 2018). Al establecer la importancia de la señalética de regulación, es necesario la colocación en todos los espacios, áreas y establecimientos del sitio turístico.

Figura 6. Tipos de señalética en la infraestructura de los negocios.



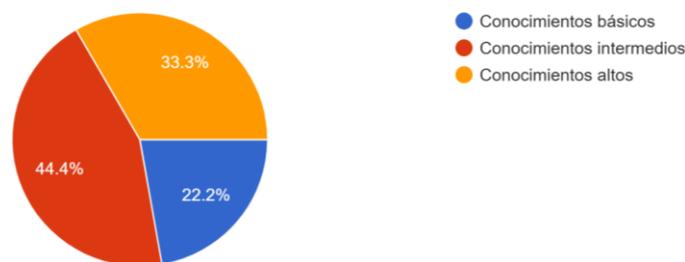
Nota: Los resultados de la investigación, son parte del Proyecto de Vinculación con la Sociedad entre la EPP – MDM y el IST CENESTUR.

Fuente: Diagnóstico de necesidades de los Negocios de la ETP MDM.

Las personas encargadas de los establecimientos de alimentos y bebidas en el año 2023 el nivel de conocimientos básicos del personal cocina y de servicio es del 22%, de conocimiento intermedios del 44% y alto conocimiento en el 33% (Figura 7).

Al no existir una formación específica, se ven comprometidos los procesos (Lehmann, 2004, p. 54), lo que lleva a la distorsión del saber un tema a profundidad y conocer de manera superficial algunas técnicas o procesos necesarios en la restauración (Raza, 2019, p. 22). De acuerdo a los datos obtenidos, se evidencia la necesidad de capacitar al personal de los negocios de alimentos y bebidas de la empresa pública, promoviendo la calidad, seguridad, creatividad y éxito del negocio.

Figura 7. Nivel de conocimientos del personal de cocina y de servicios.



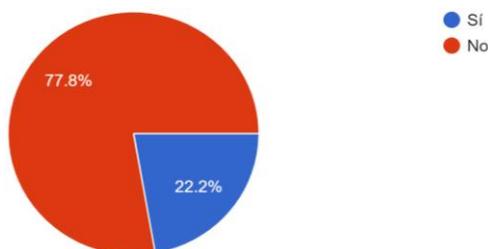
Nota: Los resultados de la investigación, son parte del Proyecto de Vinculación con la Sociedad entre la EPP – MDM y el IST CENESTUR.

Son cada vez más las empresas las que se ven beneficiadas al formar parte del comercio electrónico, el cual va en crecimiento, sobre todo en las ventas minoristas, así lo indica el portal de estadística mundial Statista (2022), en el presente año, se pronostica que las ventas por comercio electrónico tendrán un mayor crecimiento en Asia y América, así lo demuestran Argentina y Brasil, que son países de más crecimiento en América Latina, con un aumento del 22% y 19% respectivamente (González et al., 2022, p. 4).

El beneficiarse de las aplicaciones tecnológicas puede contribuir a la expansión de los negocios, mejorar la experiencia del cliente y optimizar las operaciones, lo que se refleja en el crecimiento y éxito de los negocios.

De las personas encuestadas en los negocios el 78% no están empleando las aplicaciones de servicio de entrega a domicilio en los negocios de alimentos y bebidas y solamente el 22% lo están aprovechando (Figura 8). Las personas que trabajan en los negocios de alimentos y bebidas del ETP MDM conocen de primera mano las falencias y necesidad de aprender o actualizar sus conocimientos, de acuerdo a la realidad que viven en el día a día, para ello se han planteado áreas del conocimiento que el IST CENESTUR, que pueden solventar a través de los proyectos de vinculación con la sociedad, los datos obtenidos reflejan las necesidades y trazan los temas estratégicos que se deban cubrir.

Figura 8. Utilización de las aplicaciones para servicio de entrega a domicilio en los negocios de alimentos y bebidas

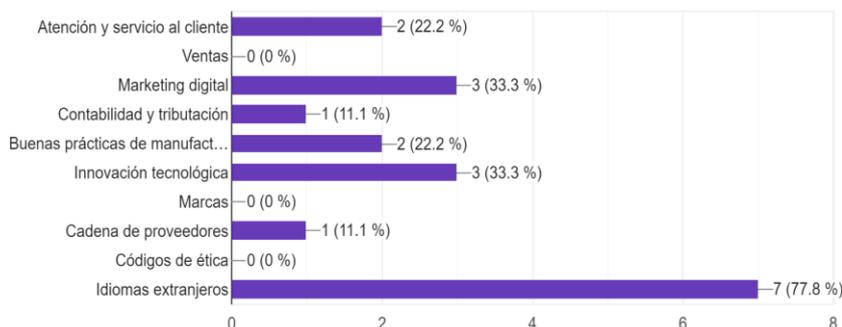


Nota: Los resultados de la investigación, son parte del Proyecto de Vinculación con la Sociedad entre la EPP – MDM y el IST CENESTUR.

Fuente: Diagnóstico de necesidades de los Negocios de la ETP MDM.

En los negocios de Alimentos & Bebidas las personas priorizaron temas de formación, capacitación y actualización de conocimientos en idiomas extranjeros el 77.8%, marketing digital e innovación tecnológica el 33% respectivamente (Figura 9). En este sentido y en relación con la información obtenido se estableció la necesidad de establecer una estrategia de trasmisión de conocimientos en las líneas priorizadas.

Figura 9. Priorización de temas de formación, capacitación y actualización de conocimientos para mejorar los negocios de alimentos y bebidas



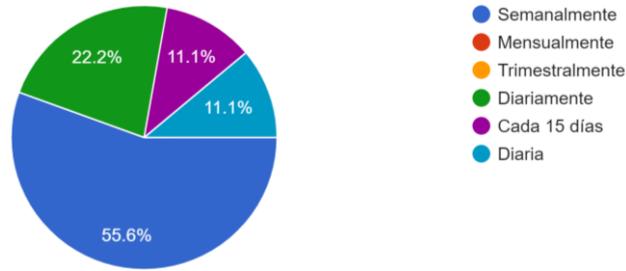
Nota: Los resultados de la investigación, son parte del Proyecto de Vinculación con la Sociedad entre la EPP – MDM y el IST CENESTUR.

Fuente: Diagnóstico de necesidades de los Negocios de la ETP MDM.

Los periodos de limpieza profunda del área de cocina se realizan de forma semanal en el 56%, diariamente el 22%, cada quince días y diariamente el 11% respectivamente (Figura 10).

La importancia del uso de utensilios de colores en una cocina se fundamenta en la necesidad de garantizar seguridad alimentaria y la eficacia en preparación de alimentos (Malpica, 2021). Algunos de los puntos más relevantes son la prevención de contaminación cruzada, asignado color específico a cada grupo de alimentos, la organización y eficiencia para identificar rápidamente qué herramienta usar en cada área y la seguridad en la manipulación de alimentos de acuerdo a su condición como crudos o cocidos (Academia Pasos del Chef, 2022).

Figura 10. Percepción de los periodos de limpieza profunda del área de cocina en los negocios de Alimentos y bebidas

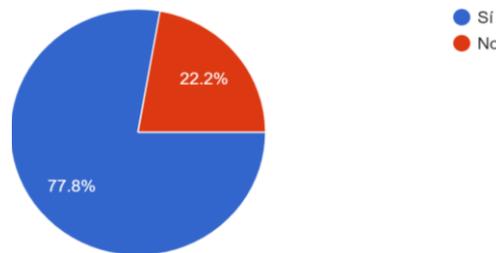


Nota: Los resultados de la investigación, son parte del Proyecto de Vinculación con la Sociedad entre la EPP – MDM y el IST CENESTUR.

Fuente: Diagnóstico de necesidades de los Negocios de la ETP MDM.

En los negocios de alimentos y bebidas el 22% no tienen conocimiento sobre el uso de colores de tablas para picar y el 78% si conoce de ellos el 56% utiliza el color blanco, el 22% la tabla de color verde y la amarilla y la marrón el 11% respectivamente (Figura). En base a los datos obtenidos, se evidencia la necesidad de capacitar a los colaboradores de los negocios, en temas fundamentales del área gastronómica que garantizan la inocuidad de los alimentos.

Figura 11. Percepción del conocimiento de uso de colores de tablas, en los negocios de alimentos y bebidas

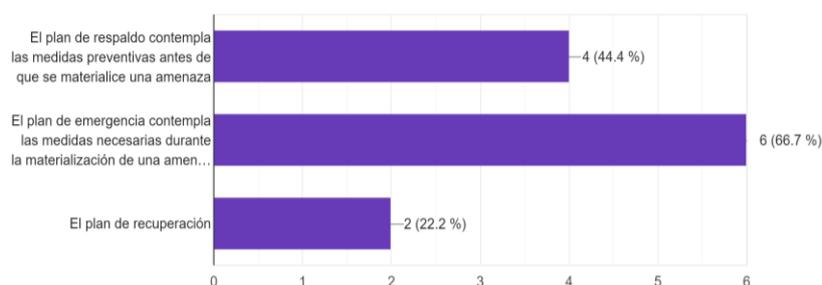


Nota: Los resultados de la investigación, son parte del Proyecto de Vinculación con la Sociedad entre la EPP – MDM y el IST CENESTUR.

Fuente: Diagnóstico de necesidades de los Negocios de la ETP MDM.

Los planes de contingencia en los negocios de A&B se aplican planes preventivos en el 44%, planes que se aplican durante la emergencia el 68% y planes de recuperación y reactivación el 22%, considerando eventos como conmociones sociales, emergencias sanitarias y desastres naturales (Figura 12). Emergencias Sanitarias como la pandemia del año 2020 en el Ecuador, dejaron en evidencia la falta de planes de contingencia para garantizar la continuidad de los negocios de alimentos, generando pérdidas económicas, plazas laborales y en algunos casos incluso el cierre de las empresas, es por ello que en base a los datos obtenidos se evidencia la necesidad de generar planes de contingencia en los negocios de alimentos y bebidas de ETP MDM.

Figura 12. Percepción de aplicación de planes de contingencia en los negocios de A&B (antes, durante y después)



Nota: Los resultados de la investigación, son parte del Proyecto de Vinculación con la Sociedad entre la EPP – MDM y el IST CENESTUR.

Fuente: Diagnóstico de necesidades de los Negocios de la ETP MDM.

Base de datos de metas de sostenibilidad para el fortalecimiento de los negocios

El objetivo de la propuesta es establecer indicadores de sostenibilidad para los negocios de la Empresa Turística de Pichincha “Mitad del Mundo” con la finalidad de fortalecer la competitividad de los negocios, con enfoque en la operación y funcionamiento, a partir del fomento de la solución de problemas globales determinados en los objetivos de desarrollo sostenible de la Agenda 2030 de la Organización de las Naciones Unidas y de esta forma mejorar las condiciones de operación y funcionamiento de los negocios de alimentos y los minimarket.

En la aplicación de la matriz de indicadores se estableció la selección de los objetivos de desarrollo sostenible, se consideraron siete objetivos de los diecisiete de la agenda para el desarrollo sostenible 2030 el ODS 3 salud y bienestar, 4 educación de calidad, 8 trabajo decente y crecimiento económico, 9 industria, innovación e infraestructura, 12 producción y consumo responsables, 16 paz, justicia e instituciones sólidas y el 17 de alianzas para lograr los objetivos (Tabla 1).

Tabla 1. Matriz de relación entre la Agenda 2030, la situación actual y la proyección de los indicadores para el fortalecimiento de la sostenibilidad.

N.	Objetivo de Desarrollo Sostenible	Metas de los ODSs	Resultados de la investigación	Metas de sostenibilidad para los Negocios de la Empresa Pública
3	Salud y bienestar	3.9 Para 2030, reducir sustancialmente el número de muertes y enfermedades causadas por productos químicos peligrosos y la contaminación del aire, el agua y el suelo.	En los negocios de A&B el 22% no tiene conocimiento sobre el uso de colores de tablas para picar y el 78% si conoce.	Fortalecer el conocimiento del uso adecuado de los utensilios que tienen colores específicos para el empleo óptimo según cada alimento, por ejemplo, para el uso de las tablas en la cocina, disminuir del 22% que desconocen al 10% para evitar la contaminación cruzada y sabores no deseados. Mediante talleres prácticos de formación en calidad alimentaria.
4	Educación de calidad	4.7 Para 2030 garantizar que todos los alumnos adquieran los conocimientos y las habilidades necesarios para promover el desarrollo sostenible, entre otros, a través de la educación para el desarrollo sostenible y estilos de vida sostenibles, los derechos humanos, la igualdad de género, la promoción de una cultura de paz y no violencia, la ciudadanía global y la apreciación de diversidad cultural y de la contribución de la cultura al desarrollo sostenible.	Las necesidades de formación y capacitación están priorizadas con temas de marketing digital en el 62%, innovación digital con el 38% y atención y servicio al cliente con el 23.5%.	Al término del primer semestre del año 2024 se ha capacitado al 90% de los negocios de artesanías de la Empresa Pública de Pichincha CMM
8	Trabajo decente y crecimiento económico	8.2 Lograr niveles más altos de productividad económica a través de la diversificación, la actualización tecnológica y la innovación, incluso mediante un enfoque en sectores de alto valor agregado e intensivos en mano de obra.	En los negocios el 78% no están empleando las aplicaciones de servicio de entrega a Domicilio en los Negocios de A&B y el 22% lo están aprovechando.	Para el año 2024 incrementar el uso de aplicaciones de servicio de entrega a Domicilio en los Negocios de A&B incrementado su uso del 22% al 30%.

9	Industria, innovación e infraestructura	9.4 Para 2030, mejorar la infraestructura y modernizar las industrias para hacerlas sostenibles, con una mayor eficiencia en el uso de los recursos y una mayor adopción de tecnologías y procesos industriales limpios y ambientalmente racionales, con todos los países tomando medidas de acuerdo con sus respectivas capacidades.	Sobre los periodos de limpieza profunda del área de cocina se la realiza de forma semanal en el 56%, diariamente el 22%, cada quince días y diariamente el 11% respectivamente.	Incrementar el periodo de limpieza profunda de las áreas de cocina del periodo diario del 22% al 50%.
12	Producción y consumo responsables	12.2 Para 2030, lograr una gestión sostenible y un uso eficiente de los recursos naturales. 12.3 Para 2030, reducir a la mitad el desperdicio mundial de alimentos per cápita a nivel minorista y de consumo, y reducir las pérdidas de alimentos a lo largo de las cadenas de producción y suministro, incluidas las pérdidas posteriores a la cosecha. 12.5 Para 2030, reducir sustancialmente la generación de desechos mediante la prevención, reducción, reciclaje y reutilización.	En los negocios de A&B se han priorizado temas de formación, capacitación y actualización de conocimientos en idiomas extranjeros el 77.8%, marketing digital e innovación tecnológica el 33% respectivamente (Ver detalle en figura). En el año 2023 el nivel de conocimientos básicos del personal cocina y de servicio es del 22%.	Al término del primer semestre del año 2024 se han capacitado al 90% de los negocios de en temas de gestión de la experiencia, servicio al cliente e inglés básico, de la Empresa Pública de Pichincha CMM Para el 2024, incrementar el nivel de conocimientos básicos del personal cocina y de servicio a conocimientos intermedios del 22% al 40%.
16	Paz, justicia e instituciones sólidas	16.6 Desarrollar instituciones eficaces, responsables y transparentes a todos los niveles.	Planes de Contingencia en los Negocios de A&B se aplican planes preventivos en el 44%, planes que se aplican durante la emergencia el 68% y planes de recuperación y reactivación el 22%.	Incrementar el conocimiento sobre planes de contingencia preventivos del 44% al 60%, los planes durante las emergencias del 68% al 80% y los planes de reactivación del 22% al 40%.
17	Alianzas para lograr los objetivos	17.7 Promover el desarrollo, la transferencia, la difusión y la difusión de tecnologías ecológicamente racionales a los países en desarrollo en condiciones favorables, incluso en condiciones preferenciales, según se acuerde mutuamente. 17.17 Fomentar y promover alianzas públicas, público-privadas y de la sociedad civil eficaces, aprovechando la experiencia y las estrategias de obtención de recursos de las alianzas.	Convenio entre el Instituto Superior Tecnológico CENESTUR y la Empresa Pública de Pichincha Mitad del Mundo	Al término del 2025 se renueva el convenio entre la Empresa Turística de Pichincha "Mitad del Mundo" y el Instituto Tecnológico CENESTUR.

Nota: La Información relacionada con los objetivos y las metas han sido obtenidas del sitio web oficial de la Organización de las Naciones Unidas (2015).

Fuente: Diagnóstico de necesidades de los Negocios de la ETP MDM.

A partir del análisis de los resultados de la aplicación de los formularios se definieron ocho indicadores base para la proyección futura de las condiciones de los negocios y de esta manera realizar una articulación estratégica de acciones y actividades prácticas para implementar con las personas en los establecimientos (Tabla 2).

Tabla 2. Acciones y actividades prácticas para el cumplimiento de los indicadores de sostenibilidad en el periodo 2023 - 2024 para los Negocios

N.	Objetivo de Desarrollo Sostenible	Indicadores de Sostenibilidad	Acciones y Actividades	Periodo de Tiempo/ Responsable
3	Salud y bienestar	Fortalecer el conocimiento del uso adecuado de los colores de las tablas que utiliza en la cocina del 22% que desconocen el uso de las tablas, al 10% para evitar la contaminación cruzada.	Programa de capacitación ejecutando talleres prácticos de formación en calidad alimentaria: <ul style="list-style-type: none"> - Capacitación y entrenamiento del personal - Control de procesos desde la recepción, producción y distribución del producto final - Monitoreo y análisis recolectando datos para identificar áreas de mejora y prevenir problemas 	Periodo de septiembre 2023 <ul style="list-style-type: none"> - Coordinación de vinculación con la sociedad. - Coordinadores y Docentes responsables de vinculación con la sociedad de Carrera de Gastronomía. - Estudiantes participantes en las convocatorias de vinculación con la sociedad.
4	Educación de Calidad	Al término del primer semestre del año 2024, capacitar al 90% de los negocios de la Empresa Pública de Pichincha Mitad del Mundo	Proyecto de capacitación de mercadotecnia: <ul style="list-style-type: none"> - Estrategias digitales - E-commerce - Neuromarketing - Gestión de la experiencia del cliente 	Periodo de marzo 2024 <ul style="list-style-type: none"> - Dirección Académica - Docentes de las carreras de Marketing Digital, Administración y Ventas - Estudiantes participantes en las convocatorias de vinculación con la sociedad
8	Trabajo decente y crecimiento económico	Para el año 2024, incrementar el uso de aplicaciones de servicio de entrega a domicilio en los negocios de alimentos y bebidas del 22% al 30%.	Workshop de implementación del servicio delivery en restauración: <ul style="list-style-type: none"> - Optimización de procesos de entrega. - Aplicaciones tecnológicas. - Experiencia del cliente y comunicación. - Gestión de problemas y resolución de conflictos en el servicio de delivery. 	Periodo de octubre 2024 <ul style="list-style-type: none"> - Docentes de la carrera de marketing - Estudiantes participantes en las convocatorias de vinculación con la sociedad.
9	Industria, innovación e infraestructura	Incrementar el periodo de limpieza profunda de las áreas de cocina del periodo diario del 22% al 50%.	Master class para desarrollar planes de limpieza y desinfección de cocinas: <ul style="list-style-type: none"> - Protocolos de limpieza y desinfección. - Higiene personal y manejo de alimentos - Seguimiento y evaluación. 	Periodo de marzo 2024 <ul style="list-style-type: none"> - Coordinación de Carrera y Docentes de Gastronomía. Responsables de Vinculación con la Sociedad. - Estudiantes participantes en las convocatorias de vinculación con la sociedad.
12	Producción y consumo responsables	Al término del primer semestre del año 2024 capacitar al 90% de los negocios en temas de gestión de la experiencia, servicio al cliente e inglés técnico básico de la Empresa Turística de Pichincha Mitad del Mundo. Para el periodo 2024, incrementar el nivel de conocimientos básicos del personal cocina y de servicio a conocimientos intermedios del 22% al 40%.	Cursos teórico prácticos de gestión de la experiencia y servicio al cliente: <ul style="list-style-type: none"> - Mapeo de la experiencia del cliente. - Personalización y atención al cliente. - Manejo de quejas y retroalimentación. Cursos teórico prácticos de inglés técnico básico para negocios populares (I) y (II): <ul style="list-style-type: none"> - Vocabulario específico del servicio al cliente inglés básico. - Escenarios de interacción con el cliente en inglés. 	Periodo octubre 2023 - marzo 2024 <ul style="list-style-type: none"> - Coordinación y Docentes del Escuela de idiomas y la Carrera de Administración. - Estudiantes participantes en las convocatorias de vinculación con la sociedad - Coordinación de Vinculación con la Sociedad y Presencia en la Comunidad.

			<ul style="list-style-type: none"> - Redacción de correos electrónicos y mensajes de chats en inglés básico. - Compra y venta de bienes y servicios. <p>Talleres teórico - prácticos de procedimientos operativos para restaurantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Procedimientos de preparación de alimentos - Gestión de inventarios y abastecimiento. - Rentabilidad de la oferta gastronómica. - Producción esbelta de alimentos y bebidas. 	
16	Paz, justicia e instituciones sólidas	Incrementar el conocimiento sobre planes de contingencia preventivos del 44% al 60%, los planes durante las emergencias del 68% al 80% y los planes de reactivación del 22% al 40%.	<p>Capacitaciones en planes de contingencia y continuidad del negocio en caso de emergencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plan de continuidad ante pandemias - Plan de continuidad ante desastres naturales - Plan de continuidad ante las conmociones sociales - Gestión de crisis y comunicación 	<p>Periodo octubre 2024</p> <ul style="list-style-type: none"> - Coordinación y Docentes de la carrera de Turismo - Estudiantes participantes en las convocatorias de vinculación con la sociedad - Coordinación de Vinculación con la Sociedad y Presencia en la Comunidad.
17	Alianzas para lograr los objetivos	Al término del 2025 renovar el convenio institucional entre la Empresa Turística de Pichincha "Mitad del Mundo" y el Instituto Tecnológico CENESTUR.	<p>Proyecto de educación continua para los negocios de Empresa Turística de Pichincha "Mitad del Mundo":</p> <ul style="list-style-type: none"> - Evaluación y ajuste de objetivos del convenio. - Comunicación abierta y transparente. - Medición y evaluación del desempeño de los procesos aplicados. 	<p>Periodo agosto 2025</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rectorado - Relaciones Institucionales del IST CENESTUR - Coordinación de Vinculación con la Sociedad y Presencia en la Comunidad.

Nota: La Información relacionada con los objetivos y las metas han sido obtenidas del sitio web oficial de la Organización de las Naciones Unidas (2015).

Fuente: Diagnóstico de necesidades de los Negocios de la ETP MDM.

El desarrollo de las actividades como parte de los proyectos de vinculación con la sociedad en el marco de la generación de alianzas estratégicas, fomenta la mejora de las condiciones de los negocios ya que, con la proyección de una base de indicadores de sostenibilidad, los resultados se orientan a medir aspectos relacionados directamente con la sostenibilidad, el cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible y los indicadores de la estrategia planteada.

A partir de los indicadores de sostenibilidad planteados se ejecutaron varias capacitaciones, talleres prácticos, masterclass, de acuerdo a la planificación del proyecto de vinculación con la sociedad en la segunda fase de la investigación. Para ello se desarrolló recursos didácticos de apoyo como infografías, vídeos y presentaciones para facilitar el aprendizaje de los participantes de estos eventos de capacitación. Previo a las capacitaciones se aplicó un formulario de 20 preguntas con la temática de higiene y seguridad alimentaria. La población tomada fue del 100% conformada por 31 personas asistentes distribuidas entre el personal de cocina, personal de servicio y propietarios de los negocios de alimentos y bebidas de la Empresa Mitad del Mundo. Posterior al término del proceso de capacitación, se aplicó el formulario para el análisis del nivel de aprendizaje y trasmisión del conocimiento y determinar el alcance de las metas planteadas.

De la aplicación del proceso de evaluación posterior a la capacitación la totalidad de los asistentes conocen el término de Buenas Prácticas en la Manufactura en el ámbito gastronómico e identifican las diferentes áreas en que se aplican, de la misma forma en la totalidad de los participantes reconocen la vestimenta adecuada del manipulador de alimentos y la importancia de su correcto uso en relación al uso de la chaqueta, la malla para

cabello, el gorro de cocina y los zapatos cerrados antideslizantes, comprendiendo significativamente el uso adecuado de la vestimenta, uso y función de las prendas que debe llevar para la manipulación de alimentos.

En relación a la funcionalidad de las tablas de picar el 90% de los participantes, identificaron el funcionamiento correcto de las tablas de picar y comprenden el objetivo de usar cada color asignado a cada grupo de alimentos, lo que evidencia que existe un aprendizaje significativo posteriormente a la capacitación recibida.

Figura 13. Percepción de la funcionalidad y uso correcto las tablas de cocina para alimentos



Nota: Los resultados de la investigación, son parte del Proyecto de Vinculación con la Sociedad entre la EPP – MDM y el IST CENESTUR.

En los participantes se determinó la transferencia de conocimientos a partir de capacitaciones de BPM con el 93.5% de los asistentes que identificaron el proceso de almacenamiento de alimentos con la secuencia adecuada.

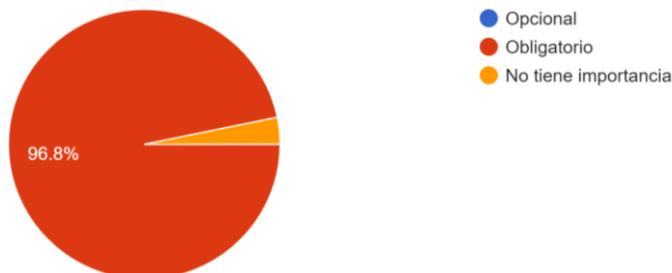
Figura 14. Identificación del proceso de almacenamiento de los alimentos.



Nota: Los resultados de la investigación, son parte del Proyecto de Vinculación con la Sociedad entre la EPP – MDM y el IST CENESTUR.

El 96.8% de los participantes que fueron capacitadas en buenas prácticas de manufactura distinguen el propósito de mantener las cadenas de temperatura en todo el proceso de adquisición, almacenamiento, procesamiento y distribución de los alimentos además de comprender que no un proceso opcional y que es importante para garantizar la inocuidad alimentaria.

Figura 15. Comprensión del objetivo de mantener cadenas de temperatura en los alimentos



Nota: Los resultados de la investigación, son parte del Proyecto de Vinculación con la Sociedad entre la EPP – MDM y el IST CENESTUR.

En el estudio de Cevallos, T. et al (2019) sobre indicadores de calidad de servicio, se establece la estrategia de mercado para posicionar el servicio ofrecido sobre elementos de fiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía y elementos tangibles, donde la relación con la presente investigación, se encuentra en los elementos tangibles relacionados como una oportunidad de mejora con el enfoque operativo táctico buscando como una de las

coincidencias un servicio de calidad por otro lado en este mismo estudio se presenta un indicador del 41% del personal tiene poco conocimiento y requiere ser capacitado, situación que en la presente investigación se contrasta con el 22% del personal que presenta conocimientos básicos en el nivel de conocimientos y el 44% presenta conocimientos intermedios por lo que se determina una coincidencia en la necesidad de mejorar la formación por competencias.

El enfoque de la investigación es el promover la promoción de planes de contingencia, el fortalecimiento de las alianzas, incrementar el conocimiento de las personas vinculadas en la operación y funcionamiento de los establecimientos de alimentos y bebidas, la gestión de la higiene y el manejo de la inocuidad alimentaria, manipulación de alimentos, fortalecimiento de los canales de comercialización y con los resultados de la investigación se trata de mejorar la competitividad de los negocios con una misma relación con el estudio de Sánchez, P. del 2011 sobre la sostenibilidad en la industria de alimentos y bebidas, que en ese momento estaba en vigencia la estrategia de la Organización de las Naciones Unidas con los Objetivos del Milenio (ODM) y nuestra investigación tiene como enfoque en la propuesta los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030, la principal diferencia es que la investigación de Sánchez se enfoca a la contribución de la industria española al desarrollo sostenible, desde el enfoque de la gestión del agua, los residuos, la energía y el cambio climático, la distribución del transporte, los envases y la huella de carbono, como un indicador de sostenibilidad, aportando también con esta iniciativa y nuestra investigación con la generación de alianzas estratégicas y acuerdos para el desarrollo sostenible, así como el fomento el uso de las mejores técnicas disponibles y el fomentar el apoyo a las PYMES.

Conclusiones

Los procesos de cooperación interinstitucional relacionados con los procesos de vinculación con la sociedad y presencia en la comunidad entre el Instituto tecnológico CENESTUR y la Empresa Turística de Pichincha “Mitad del Mundo”, han permitido tener una interacción directa con los negocios de alimentos y bebidas y minimarket, de esta manera se ha generado diagnósticos y líneas base para promover la transferencia de conocimientos y mejorar las condiciones vida de las personas que se laboran en estos negocios.

En el desarrollo de la investigación se realizó la propuesta para el fortalecimiento de los negocios, que tuvo por objetivo principal mejorar la situación actual y proyectar a la Empresa Pública de Pichincha Mitad del Mundo hacia el desarrollo sostenible, fundamentándose en los indicadores de sostenibilidad, relacionados con siete objetivos de la Agenda para el Desarrollo 2030; esta estrategia determinó ocho indicadores base para la proyección futura de las condiciones de los negocios, así como de las acciones y actividades prácticas para el cumplimiento de la estrategia que están ejecutándose durante los periodos 2023 a 2025.

A partir de la ejecución del proyecto de vinculación con la sociedad, con la alianza estratégica establecida se realizaron procesos de intervención a inicios del año 2023, donde ocurre la transmisión de conocimientos y el desarrollo de acciones y actividades que se coordinan con el equipo de la Empresa Pública, observándose un cambio de visión en los comerciantes que forman parte del proceso; es así que durante la segunda fase de la investigación se lograron las metas definidas en el tercer objetivo de desarrollo sostenible “Salud y Bienestar”, mediante la realización de las estrategias planificadas en diversas actividades de capacitación. Estas acciones han beneficiado al personal de los negocios de alimentos y bebidas de la Empresa de Turismo, logrando un aprendizaje significativo y la transferencia de conocimientos para que los negocios puedan fortalecer sus habilidades garantizando la inocuidad de los alimentos, almacenamiento, utilización de utensilios de cocina y de esta forma garantizar la calidad en la producción de alimentos y bebidas.

Referencias bibliográficas

- Academia Pasos del Chef. (10 de mayo de 2022). *La importancia de los utensilios de cocina*. <https://n9.cl/j8ngu5>
- Casas Anguita, J., Repullo Labrador, J., Donado Campos, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Aten Primaria*, 31(8),527-38 <https://n9.cl/su32>
- Guevara Castro, A. (2013). *El turismo incluyente y la participación de personas con discapacidad motriz del cantón Ambato, provincia de Tungurahua* [Tesis de grado, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio Institucional. <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/5656>
- Cevallos Punguil, T., Bastidas Arauz, M., Fierro Ricaurte, A. & Ordóñez Bravo, E. (2019). Indicadores para medir la calidad de servicio y normas de protocolo y etiqueta, aplicando el modelo servqual en el restaurante Tapas & Topes, de Puyo, Provincia de Pastaza. *Ciencia Digital*, 3(1), 75-91 <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v3i1.263>
- Cohen N., & Gómez Rojas, G. (2019). *Metodología de la investigación ¿para qué?: la producción de los datos y los diseños*. Teseo. https://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20190823024606/Metodologia_para_que.pdf
- Empresa Turística de Pichincha “Mitad del Mundo” EP. (2021). *Informe de Rendición de cuentas enero diciembre 2021*. <https://mitaddelmundo.gob.ec/rendicion-de-cuentas/>
- García Carrera, M. (2018). *Propuesta de diseño de mobiliario y señalética de Guápulo que fortalecerá la información y organización del barrio ayudando a incrementar su turismo* [Tesis de Grado, Universidad de las Américas]. Repositorio digital. <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/9798>
- Global Footprin Network. (2021). *Open Data Platform*. https://data.footprintnetwork.org/?_ga=2.168301153.1174450424.1615997125-285388748.1615997125#/
- Gonzales Lozano, G. & Carranza Villalobos, Y. (2022). *Implementación de una aplicación web para el procesamiento de pedidos de un minimarket que realiza entregas a domicilio* [Tesis de Grado, Universidad Tecnológica de Perú]. Repositorio Digital. <https://n9.cl/kp396>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. McGRAW-HILL. <https://www.icmujeres.gob.mx/wp-content/uploads/2020/05/Sampieri.Met.Inv.pdf>
- Instituto Superior Tecnológico CENESTUR. (2022). *Autoevaluación Instituto Tecnológico Superior CENESTUR. Coordinación de Autoevaluación y Aseguramiento de la Calidad*.
- Instituto Superior Tecnológico CENESTUR. (2022). *Plan Estratégico de Desarrollo Institucional del Instituto Tecnológico Superior CENESTUR*. <https://ref.cenestur.edu.ec/FRef/PEDI.pdf>
- Kilisek, N. (2013). La señalética como construcción de la identidad institucional. *Cátedra Cosgaya*. <https://n9.cl/22w0k>
- Lacanau, G. & Norrild, J. (2003). *Gastronomía y Turismo; Cultura a Plato*. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos [CIET]. <https://n9.cl/mzrs5>
- Lescano Duncan, L. (2014). *La disciplina del servicio: Cómo desarrollar una nueva cultura orientada al cliente y enfocado en la persona*. Ediciones de la U. <https://n9.cl/m3lcm>
- Malpica, K. (26 de mayo de 2021). *Código de colores en la cocina y su función*. Supplies. <https://n9.cl/roslw>
- Ministerio de Turismo de Ecuador. (2018). *Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas*. <https://n9.cl/f454>
- Oliveira, Simão. (2011). La gastronomía como principal atractivo turístico de un destino: el turismo gastronómico en Mealhada, Portugal. *Estudios y perspectivas en turismo*, 20(3), 738-752. <https://n9.cl/8j0td>
- Organización de las Naciones Unidas (2015). *La Asamblea General adopta la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*. <https://n9.cl/ecj1>

- Organización de las Naciones Unidas. (2018). *La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe*. Repositorio Institucional CEPAL. <https://n9.cl/yah6>
- Padilla, J., Gonzales, A. & Pérez, C. (1998). *Elaboración del cuestionario. Fundamentos teóricos y aspectos prácticos*. <https://core.ac.uk/download/pdf/82245762.pdf>
- Ramos Galarza, C. (2016). Preguntas de Investigación. *Av.psicol*, 24(1), 23-31. <https://n9.cl/mtqj>
- Raza Mejía, A. (2019). *Incidencia de la profesionalización en el éxito de las empresas de alimentos y bebidas en el DMQ* [Tesis de Maestría, Universidad Andina Simón Bolívar]. Repositorio Institucional UASB. <https://n9.cl/86hktq>
- Registro Oficial. (2008). *Constitución Política de la República de Ecuador*. <https://n9.cl/hd0q>
- Registro Oficial. (2010). *Ley Orgánica de Educación Superior*. <https://n9.cl/xcmun>
- Sánchez, P. (2011). *Estudio de sostenibilidad en la industria de alimentación y bebidas*. Federación Española de Industria de la Alimentación y Bebidas. <https://n9.cl/fmrml>