



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE TURISMO

TEMA:

RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LOS PROVEEDORES EN LAS
EMPRESAS DE ALOJAMIENTO PROVINCIA DE SANTA
ELENA, AÑO 2025

PROYECTO PARA TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN TURISMO

AUTOR:

ANDY JAVIER POZO CHOEZ

TUTORA:

LCDA. MYRIAM YOLANDA SARABIA MOLINA, PhD.

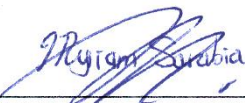
LA LIBERTAD – ECUADOR

2025

APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR

En mi calidad de Profesor Tutor del trabajo de titulación, “**Responsabilidad social de los proveedores en las empresas de alojamiento Provincia de Santa Elena 2025**”, elaborado por el Sr. Andy Javier Pozo Choez, egresado de la Carrera de Turismo, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo, declaro que luego de haber asesorado científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente



Lcda. Myriam Yolanda Sarabia Molina, PhD.

Profesora tutora

AUTORÍA DEL TRABAJO

El presente Trabajo de Titulación denominado “**Responsabilidad social de los proveedores en las empresas de alojamiento Provincia de Santa Elena 2025**”, constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, Andy Javier Pozo Choez con cédula de identidad número 245002048-8 declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.



Andy Javier Pozo Choez

C.C. No.: 245002048-8

AGRADECIMIENTO

Con profundo aprecio reconozco la importancia que tuvo la universidad para mi formación como profesional, el compromiso con una educación de calidad ha sido de total ayuda para ampliar mis capacidades y motivarme a alcanzar nuevas metas, Todas las enseñanzas que obtuve dejaron una huella importante en mi camino académico y personal.

Mi mayor gratitud a mi tutora, Lcda. Myriam Yolanda Sarabia Molina, PhD, por la prestación de su tiempo, dedicación y orientación en el desarrollo de este trabajo, al igual que su apoyo durante todo este tiempo, Su paciencia, amabilidad y comprensión en todo este proceso fueron claves para la culminación de esta investigación , al igual que toda su sabiduría y recomendación en cada etapa del trabajo realizado, permitiéndome cumplir esta fase de mi formación académica.

Me enorgullece mencionar a todos los profesore que a lo largo de esta carrera impartieron clases y me brindaron las herramientas para poder llegar hasta este momento, En especial al Lic. Armando Efrén Mendoza Tarabó PhD. por todos los conocimientos impartidos por ellos fueron necesarios para mi desarrollo como profesional al igual que como persona.

Andy Javier Pozo Choez

DEDICATORIA

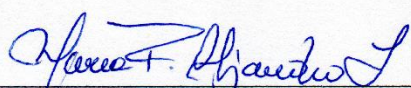
Agradezco a mis padres, por su apoyo en todo momento y por el amor condicional que me brindan y su fe en mí para mejorar como profesional, todo este proceso no podría haber sido posible sin su guía y su sacrificio. Gracias por estar junto a mí en todo momento.

A mi familia, que fueron mi mayor apoyo en el desarrollo de todo este proceso. Gracias por su sacrificio, amor y por siempre impulsarme a ser una mejor persona al igual que profesional.

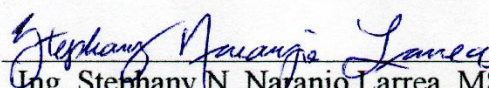
Junto a mis compañeros de estudio logre todo lo necesario para este proceso, gracias a su dedicación y paciencia pudieron apoyarme en todos los momentos de incertidumbre como en los de éxito en conjunto, finalmente gracias a todas las personas que aun siendo terceros de alguna manera contribuyeron al desarrollo de mi formación profesional.

Realmente agradezco a todos su tiempo, al igual que sus ideas que brindaron para la realización de todas las actividades académicas.

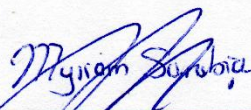
Andy Javier Pozo Choez

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

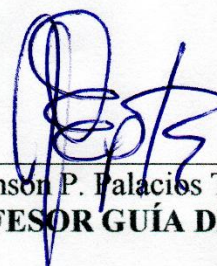
Lcda. María F. Alejandro Lindao, MSc.
DIRECTORA (E) DE LA CARRERA



Ing. Stephany N. Naranjo Larrea, MSc.
PROFESORA ESPECIALISTA



Lcda. Myriam Y. Sarabia Molina, PhD.
PROFESORA TUTORA



Ing. Edinson P. Palacios Trujillo, PhD.
PROFESOR GUÍA DE LA UIC



Secret. Ejecut. Grace M. Lindao Quimí
ASISTENTE ADMINISTRATIVA

ÍNDICE GENERAL

| | |
|--|-----------|
| APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR | 2 |
| AUTORÍA DEL TRABAJO | 3 |
| AGRADECIMIENTOS | 4 |
| DEDICATORIA | 5 |
| TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN | 6 |
| ÍNDICE DE CONTENIDOS | 7-8 |
| ÍNDICE DE TABLAS | 9 |
| ÍNDICE DE ILUSTRACIONES..... | 10 |
| ÍNDICE DE APÉNDICES..... | 10-13 |
| INTRODUCCIÓN | 13-19 |
| | |
| CAPÍTULO I | 19 |
| | |
| MARCO REFERENCIAL | 19 |
| I.1.Revisión de literatura..... | 19-29 |
| I.2.Desarrollo de teorías y conceptos | 29 |
| I.2.1.La Responsabilidad social aplicada en las empresas turísticas..... | 29-33 |
| I.2.2.Stakeholders importantes para la RS | 33 |
| I.2.3.Teorías necesarias para la investigación..... | 35 |
| I.2.4.Teoría de Milton Friedman | 35 |
| I.2.5.Teoría de Archie B. Carroll | 37-39 |

| | |
|--|-------|
| CAPÍTULO II | 39 |
| | |
| METODOLOGÍA | 39 |
| II.1.Diseño de investigación..... | 39-42 |
| II.1.1.Diseño del cuestionario | 42 |
| II.2.Métodos de la investigación | 43 |
| II.2.1.Metodología de investigación del cuestionario y validación | 44 |
| II.3.Población y muestra | 44-47 |
| II.4.Recolección y Procesamiento de los datos. | 47 |
| II.4.1.Validación de la herramienta y cambios efectuados en el cuestionario..... | 47 |
| II.4.2.Recogida de datos..... | 48-54 |
| II.4.3.Procesamiento de datos. | 54 |
| | |
| CAPÍTULO III | 55 |
| | |
| RESULTADOS Y DISCUSIÓN..... | 55 |
| III.1.Análisis de datos cuantitativos | 56-69 |
| DISCUSIÓN | 69 |
| CONCLUSIONES | 70 |
| RECOMENDACIONES | 71 |
| BIBLIOGRAFÍAS | 72 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| <i>Tabla 1. Definiciones relevantes de la Responsabilidad Social Empresarial.....</i> | 32 |
| <i>Tabla 2. Ficha técnica de la investigación.</i> | 42 |
| <i>Tabla 3. Tipos de proveedores que existen para los alojamientos turísticos.....</i> | 46 |
| <i>Tabla 4. Tipos de proveedores que existen para los alojamientos turísticos.....</i> | 49 |
| <i>Tabla 5. Motivación para ser empresario turístico.</i> | 49 |
| <i>Tabla 6. Obligaciones como empresario turístico.....</i> | 50 |
| <i>Tabla 7. Obligaciones personales en la empresa.</i> | 50 |
| <i>Tabla 8. Percepción de prácticas y organización empresarial.....</i> | 51 |
| <i>Tabla 9. Beneficios personales logrados como empresario.</i> | 52 |
| <i>Tabla 10. Objetivos y motivaciones empresariales</i> | 52 |
| <i>Tabla 11. Obstáculos para la actividad empresarial turística</i> | 53 |
| <i>Tabla 12. Acciones de responsabilidad social dentro de la empresa</i> | 53 |
| <i>Tabla 13. Acciones de responsabilidad social hacia la comunidad.....</i> | 54 |
| <i>Tabla 14. Edad</i> | 56 |
| <i>Tabla 15. Años de servicio en la actividad</i> | 57 |
| <i>Tabla 16. Genero.....</i> | 58 |
| <i>Tabla 17. Motivación para ser empresario turístico</i> | 59 |
| <i>Tabla 18. Que obligaciones realiza su empresa turística.....</i> | 60 |
| <i>Tabla 19. Obligaciones personales de la empresa turística</i> | 61 |
| <i>Tabla 20. Cuanto está de acuerdo con las afirmaciones.....</i> | 62 |
| <i>Tabla 21. Que beneficios obtuvo a través de la empresa</i> | 63 |
| <i>Tabla 22. Objetivos y motivaciones.....</i> | 64 |
| <i>Tabla 23. Obstáculos para ser empresario turístico</i> | 66 |
| <i>Tabla 24. Acciones de responsabilidad Social como empresario.....</i> | 67 |
| <i>Tabla 25. Acciones de responsabilidad social como sociedad</i> | 68 |

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

| | |
|---|----|
| <i>Ilustración 1. Edad</i> | 56 |
| <i>Ilustración 2. Años de servicio en la actividad</i> | 57 |
| <i>Ilustración 3. Genero</i> | 58 |
| <i>Ilustración 4. Motivación para ser empresario turístico</i> | 59 |
| <i>Ilustración 5. Que obligaciones realiza su empresa turística</i> | 60 |
| <i>Ilustración 6. Obligaciones personales de la empresa turística</i> | 61 |
| <i>Ilustración 7. Cuanto está de acuerdo con las afirmaciones</i> | 62 |
| <i>Ilustración 8. Que beneficios obtuvo a travésde la empresa</i> | 64 |
| <i>Ilustración 9. Objetivos y motivaciones</i> | 65 |
| <i>Ilustración 10. Obstáculos para ser empresario turístico</i> | 66 |
| <i>Ilustración 11. Acciones de responsabilidad Social como empresario</i> | 67 |
| <i>Ilustración 12. Acciones de responsabilidad social como sociedad</i> | 68 |

ÍNDICE DE APÉNDICES

| | |
|---|----|
| <i>Apéndice 1. Empresas proveedoras de la provincia de Santa Elena.</i> | 81 |
| <i>Apéndice 2 Cuestionario</i> | 84 |
| <i>Apéndice 3 Oficio de respaldo del MINTUR 2025</i> | 87 |
| <i>Apéndice 4 Evidencias del levantamiento de información</i> | 88 |

**TEMA:**

**RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LOS PROVEEDORES EN LAS
EMPRESAS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO EN LA PROVINCIA DE
SANTA ELENA, AÑO 2025**

AUTOR:

Andy Javier Pozo Choez

TUTORA:

Lcda. Myriam Yolanda Sarabia Molina, PhD.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “Responsabilidad Social de los Proveedores en las Empresas de Alojamiento Turístico en la Provincia de Santa Elena, Año 2025”, esta busca la importancia que tiene los proveedores de las empresas de alojamientos frente al ámbito turístico desarrollado en esta provincia. En este trabajo se utilizó una metodología cuantitativa y descriptiva, se aplicaron 125 encuestas a proveedores para la obtención de los datos necesarios para el uso de la RSE en las empresas y sus motivaciones empresariales para poder enfrentar los desafíos que puedan surgir, Los resultados de esta investigación muestran que una de las principales motivaciones es que existe una aceptación de los turistas por visitar la provincia de Santa Elena, uno de los mayores obstáculos que existe es la inseguridad en general, lo cual les genera obstáculo significativo para la inversión empresarial, Este trabajo investigativo concluye que aunque existe una mejora en la RS, aun no es algo que apliquen en todos los sectores del turismo, lo cual impide un desarrollo sostenible en la comunidad..

Palabras claves: Responsabilidad Social, Proveedores, Empresas Turísticas.



THEME:

**SOCIAL RESPONSIBILITY OF SUPPLIERS IN TOURIST
ACCOMMODATION COMPANIES IN THE PROVINCE OF SANTA
ELENA, YEAR 2025**

AUTHOR:

Andy Javier Pozo Choez

ADVISOR:

Lcda. Myriam Yolanda Sarabia Molina, PhD

ABSTRACT

This research work entitled "Social Responsibility of Suppliers in Tourist Accommodation Companies in the Province of Santa Elena, Year 2025", seeks the importance that suppliers of accommodation companies have in the face of the tourism sector developed in this province. This work used a quantitative and descriptive methodology; 125 surveys were applied to suppliers to obtain the necessary data for the use of CSR in companies and their business motivations to face the challenges that may arise. The results of this research show that one of the main motivations is that tourists accept visiting the province of Santa Elena, one of the biggest obstacles is general insecurity, which generates significant obstacles for business investment. This research concludes that although there is an improvement in CSR, it is still not something that is applied in all sectors of tourism, which prevents sustainable development in the community. The creation of a more robust regulatory framework is suggested and that greater resources are available for suppliers who want to apply these practices.

Keywords: Social Responsibility, Suppliers, Tourism Enterprises.

INTRODUCCIÓN

La responsabilidad social empresarial de ahí en adelante (RS), se ha transformado en un sistema fundamental para las empresas contemporáneas, indiferentemente de su tamaño o sector, si se orienta en la comunidad empresarial, el desarrollar estas prácticas enfocadas en la responsabilidad de las empresas debido a que aquellas tienen un impacto directo con los consumidores teniendo responsabilidad en su salud, medio ambiente y la economía del sector. El uso de la responsabilidad social en el alojamiento ya no se evidencia con tanta normalidad, en vista que con el tiempo que ha pasado se están generando muchos cambios en el aspecto económico, cultural y sociales alrededor de todas las comunidades, La responsabilidad social es de total importancia y de ética que es necesaria aplicarla y enseñarla a las nuevas generaciones en el ámbito turístico. Moreno, A. et. al., (2010).

La presente investigación se centra en la necesidad de evaluar la relación que tienen las empresas de alojamiento y sus proveedores la cual no solo permitiría entender la cadena de suministro de manera integral, sino que también ayudaría a desarrollar modelos de evaluación y monitoreo de prácticas sostenibles, Teniendo en cuenta que en las últimas décadas la demanda turística ha padecido cambios importantes de esta forma diversificándose tanto la oferta turística como las motivaciones que pueden existir en los turistas al elegir un destino, La oferta turística cada vez es más variada ya que con el paso del tiempo se va aumentando una gran cantidad de productos los cuales buscan adaptarse a las necesidades de los posibles consumidores potenciales de sus servicios. Sarabia M. (2021)

Juan José Gilli, al dirigirse a Milton Friedman (1970), menciona la discusión que se generó con el trabajo publicado, “La responsabilidad social de los negocios es aumentar sus utilidades”. En su afirmación, Friedman mantiene que la responsabilidad social aplica únicamente a los implicados, quienes deben respetarla durante su aplicación y los recursos que fueron usados. Según esta fuente, la responsabilidad social es necesaria para los negocios en parte de sus administradores, quienes mantener y sostener el bienestar y los beneficios que aplican a los miembros de la empresa, sin vincular los recursos empresariales a objetivos sociales fuera de la empresa.

Además, Para Frederick (1960), la Responsabilidad Social Empresarial significa tener control del sistema que afecta la economía en las empresas consiguiendo que se cumplan los intereses y necesidades del público al que queremos llegar. Esto logra que a su vez la economía de las empresas debe dirigirse a la producción y la distribución para que mejoren el bienestar socioeconómico de la empresa. La RS mantiene una posición que conserva los factores humanos y económicos de la sociedad además la voluntad, para que sean aplicados con fines sociales, no solo en los intereses de las empresas reduciendo las personas y las empresas privadas . Ormaza, J., Ochoa, J., Ramírez, F. y Quevedo, J. (2020)

Para resumir el **planteamiento del problema** en esta investigación, la aplicación de la responsabilidad social empresarial en los proveedores de las empresas que ofertan el servicio de alojamiento se han ido adaptando a estas medidas sobre todo las empresas de más alto impacto, de este modo ha evolucionado de forma que pasaron de ser un simple asistencia o apoyo a las comunidades, a convertirse en un estrategia

empresarial fundamental para las compañías, siendo influyente en la imagen que esta proyecta al público como en el desarrollo de la gestión interna en toda las empresas.

Toda esta problemática se ve aumentada por la limitada implementación de políticas y programas de responsabilidad social ya sea en los procesos de selección como en la de gestión de los proveedores en muchas empresas de alojamiento de la región. Aunque este tema es interés de todos, la importancia que ha tenido, tienden a concentrarse en la responsabilidad de las empresas de alojamiento, subestimando el papel que tiene que cumplir sus proveedores en la sostenibilidad del servicio que estos ofrecen, En este sentido, es necesario desarrollar un marco que permita evaluar y estructurar los criterios necesarios para garantizar el cumplimiento de la RSE, sostenibilidad, ética y toda responsabilidad en la cadena de suministro del sector de alojamiento (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2022).

Al desarrollar este tema aparecen diferentes preguntas que deben ser desarrolladas a lo largo de la investigación, de este modo se **formula el problema de la investigación**, plantea que: ¿Cómo influye la responsabilidad social en la calidad del servicio turístico y en la satisfacción de los clientes?

Para poder entender la importancia de la RS en la provincia de Santa Elena, se plantean las siguientes problemáticas para el desarrollo de la investigación; ¿Los empresarios turísticos consideran que sus acciones responsables contribuyen al desarrollo sostenible de la provincia de Santa Elena? Y por ultima ¿Qué factores motivan a los empresarios turísticos a aplicar prácticas socialmente responsables? Lo cual será necesarias para la resolución del tema.

Con todo lo mencionado, el **objetivo general** de esta tesis es: Determinar las acciones de responsabilidad social que tienen los proveedores de las empresas de alojamiento en la provincia Santa Elena. De igual forma, para obtener los resultados esperados, se han desarrollado los siguientes **objetivos específicos**: (1) Determinar mediante la revisión bibliográfica la importancia de la responsabilidad social en las empresas de alojamiento; (2) Evaluar el impacto de las acciones de responsabilidad social en el bienestar de los empleados, clientes y la comunidad en las empresas turísticas de Santa Elena.; y (3) Explicar los resultados obtenidos de las acciones de responsabilidad social en las empresas de alojamiento.

Por otra parte, para la **justificación teórica** de esta investigación se apoya en una investigación ya realizada con anterioridad. Como menciona Sarabia M. (2021), Una de las problemáticas es que las acciones positivas y negativas del consumidor está generando cambios visibles ya sea en los aspectos económicos, culturales, sociales y -ambientales en todo el mundo, La importancia de la responsabilidad y de la ética implica generar conocimiento en el turismo,

Por esta razón el pensamiento tradicional turístico se ha encargado de la revisión de otros temas como: La promoción, el desarrollo turístico, el marketing y muchos otros, de modo que, estos aspectos económicos metodológicos se ratifican por la comprobación y verificación de este. Actualmente los temas abordados por otros investigadores no han sido muy diferentes ya que, estas siguen las principales líneas enfocadas a los turísticas y los estudios de los visitantes, ya sea hacia destinos, acerca de planificaciones turísticas, marketing, entre muchos otros.

Los estudios sobre la responsabilidad social empresarial (RSE) en el sector turístico ha dado con que la ética en los negocios se emplea mucho con la ideología para sustituir modelos empresariales explotadores por los modelos sustentables, Según menciona Friedman (1970) *“Los Hombres de negocios no se mantienen en su sector, con los ingresos obtenidos buscan promoción con fines sociales, para que los negocios busquen un desarrollo social y mantiene las responsabilidades para la aplicación de un empleo, eliminar las diferencias y evitar la cualquier otro tipo de generación contemporánea de reformistas”*

La **justificación practica** en este contexto planteamos que la RS en los proveedores en la provincia de Santa Elena se debe convertir en una prioridad para asegurar que las practicas se respeten tanto al entorno como a la comunidad, de este modo la ética como la RSE no solo ayudarían a crear una cadena de consumo y distribución ético, sino que también fomentarían al desarrollo de modelos turísticos responsables y sustentables, de manera que sean especialmente relevante en destinos turísticos emergentes donde la concienciación del impacto ambiental y social es muy importante, así se apoyarían proveedores como los que ofertan servicio de alojamiento dando un desarrollo sostenible a la provincia de Santa Elena.

El desarrollo de esta investigación además de mostrar la necesidad de la aplicación de la RS en las empresas de alojamiento también ayudara a ser un punto de partida para desarrollar determinar el uso de la RS en otros sectores turísticos o de mercado para mejorar la provincia de Santa Elena, posicionándolo como un posible mercado tanto para nuevos empresarios que quieran aplicar la RS al igual que ingresar a un mercado lleno de competencias en el ámbito turístico.

Para ello, se abordarán los fundamentos teóricos presentados en el **capítulo I**, que refuerzan las definiciones y permiten comprender la relevancia de la responsabilidad social en el sector de alojamiento. En este apartado se analizan distintas posturas sobre la responsabilidad social empresarial (RSE) y el compromiso ético que estas posturas exigen de las empresas.

En el **capítulo II**, se explica la metodología que se usó para poder desarrollar el análisis del impacto de la RS en las empresas enfocadas en el sector de alojamiento en la provincia de Santa Elena, al igual que se explicara el diseño usado en la investigación, utilizando métodos cualitativos que sean adecuados para obtener la población necesaria para el desarrollo. Para la obtención de la población y la muestra de este trabajo se consideró las principales variables que existen en el sector de alojamiento, asegurar la fiabilidad de los datos. Además, se explicarán los procedimientos de recolección y análisis de datos, que incluirá encuestas, con el objetivo de obtener información precisa y confiable para evaluar el impacto de la responsabilidad social en el sector.

En el **capítulo III**, se desarrollara el análisis de los resultados obtenidos por medio de las encuestas que se realizaron para el desarrollo de esta investigación, las cuales fueron 125 encuestas aplicadas a los proveedores de las empresas de alojamiento, en este capítulo se desarrollara el análisis de los resultados obtenidos de todas las variables, al igual que se realizaran los cuadros y gráficos necesarios para el entendimiento de los datos ya mencionados, siendo para fundamental de esta investigación el desarrollo de la discusión, recomendaciones y conclusiones de esta investigación, concluyendo el desarrollo de este trabajo de titulación.

CAPÍTULO I

MARCO REFERENCIAL

I.1. Revisión de literatura

En los trabajos de investigación o artículos revisados para esta investigación sus variables a tomar para la respectiva revisión literaria son 1) **Responsabilidad Social** y 2) **Stakeholders**.

Iniciando con la primera variable en esta revisión literaria siendo la **Responsabilidad Social**.

Sarabia M. (2021), realizó un trabajo de investigación con el tema: “*Turismo comunitario y responsabilidad social: aspectos determinantes de la sostenibilidad en las comunidades turísticas de Ecuador*”, De donde se deriva este tema de investigación. La indagación tuvo como objetivo comprender la relación entre las acciones y dimensiones de responsabilidad social, las cuales son desempeñadas en comunidades que aplican y practican el turismo comunitario, la población la que se realizó el trabajo fue con pequeños emprendedores de los CTC en la provincia de Santa Elena, la importancia de este es por el compromiso de la responsabilidad social en el turismo comunitario. Con la investigación se logró deducir que las acciones y dimensiones desempeñadas de la RSE, evidenciadas en todos los emprendimientos turísticos, son aspectos importantes para la sostenibilidad las cuales ayudan al desarrollo de un desarrollo en el destino, de la misma razón se dio a entender que la responsabilidad social y el turismo comunitario llevan una gran relación ya que ambas

puedes ser de aplicación o interés para las futuras actividades a desarrollar en las comunidades.

Reyes Y. (2020), en su investigación llamada “*Responsabilidad social empresarial de las microempresas de la zona céntrica del cantón La Libertad, provincia de santa elena, año 2020*”. Esta busca analizar la importancia de la integración de la RSE mediante principios y modelos buscando una mejora en la distinción empresarial, este estudio contribuye a realizar un mejor análisis del sector empresarial sobre todo que sea micro ya que esta no lo exenta de tomar conciencia en las actividades laborales mínimos o máximas que puedan afectar el entorno corporativo, además que, las microempresas son la parte más importante para la obtención del desarrollo económico de la localidad estas deben realizar las acciones necesarias para lograr lo propuesto.

Gallegos A. (2022), con el trabajo titulado “*Responsabilidad social empresarial en las pymes de compra y venta de materiales de construcción en la provincia de Santa Elena año 2021*”. Esta busca explicar la razón del por qué aplicar RS en las pymes de compras y venta de los materiales de construcción, manteniendo las dimensiones tanto económicas, legal, ética y discrecional. Para el autor, el desarrollo de esta investigación utilizó la escala de Likert para la recopilación de la información que después sería analizada en Microsoft Excel. Así obteniendo resultados que indican la existencia de estas prácticas por parte de las pymes, especialmente en el área legal y económico debido a que estas están reguladas o establecidas por la ley del estado ecuatoriano para el funcionamiento de este, seguido de la dimensión ética que es de las más cuestionables la cual refleja una cultura organizacional basada en los valores y principios de los propietarios.

Aldás R. (2022) elaboro el trabajo “*Responsabilidad social empresarial y ventaja competitiva para American Beverage Company Beveragecom S.A. cantón La Libertad, año 2021.*” Aquí se identificó la forma en que la RSE contribuye a la competitividad de las empresas. Sabiendo que esta brinda valores tanto éticos como morales sin evitar lo legal, de forma que estas sean aplicadas para el crecimiento, estabilidad de la competencia actual en las empresas, esta investigación se desarrolló de manera descriptiva, con un enfoque de tipo cualitativo y cuantitativo, se aplicó método analítico e inductivo, en el análisis se realizó por medio de la interpretación de libros, artículos y tesis elaboradas con anterioridad. Los resultados indican que el comportamiento ético de Talento Humano, tienes déficit en la comunicación, confianza, motivación, y el don de cumplimiento de la misión de la empresa, análisis FODA más el alcance de la visión. Para prevenir la acumulación de basura o plásticos que se puedan generar en la empresa, los cuales se podría percibir con efecto negativo en el servicio al cliente.

Gonzabay D. (2023) realizo la investigación “*Responsabilidad social en las empresas de hospedaje del cantón La Libertad*”, la cual menciona la importancia que es esta para las empresas de alojamiento, para que estas puedan realizar las actividades aplicando sostenibilidad, con las medidas y valores necesarios para la cultura, las cuales les permitan mantenerse en el mercado por un largo tiempo, debido a que RSE ayuda a mejorar las actividades en el mercado laboral. De esta forma se puede resaltar que esta es necesaria para las empresas de hospedaje que existen en el cantón por su importancia para el desarrollo de la RSE en base a lo investigado.

Merejildo T. (2023) propone con su tema “*Responsabilidad social empresarial en los emprendimientos del cantón Santa Elena, año 2022*” Menciona que la RSE es importante en los emprendimientos y negocios del cantón Santa Elena, además que el propósito de esta investigación fue identificar las acciones específicas que se están realizando en los negocios locales, la importancia de la RSE en las empresas es que en sus operaciones beneficien a la sociedad. La principal conclusión que se llegó a esta investigación es la falta generalizada de la aplicación de un modelo formal sobre la responsabilidad social empresarial por parte de todos los emprendimientos estudiados. Además las prácticas empresariales actuales están generando impactos negativos como el ámbito social, ambiental y económico, la investigación analizó como los negocios que residen en el cantón Santa Elena practican la responsabilidad social dando como resultado que se encontró, que falta una aplicación sistemática de la RSE, como solución práctica sugiere crear un cluster para fomentar estrategias de responsabilidad social en las pymes locales.

Vera G. (2024) con su trabajo “*Responsabilidad social en las empresas de hospedaje del cantón La Libertad*”, Este trabajo se enfoca en otro ámbito sobre la responsabilidad social empresarial, ya que esta está enfocada más en empresas y empleadores, además menciona que la RSE es el compromiso que tienen toda empresa para ayudar al desarrollo económico sostenible, siempre buscando mejorar la calidad de vida de sus empleados y de la comunidad en general, también esta investigación se desarrolla también en la dirección del talento humano de las empresas de la localidad investigada. Los principales resultados que arroja esta investigación evidencian que las empresas que aplican la RSE tiene como objetivo mitigar el impacto negativo que puede existir en la sociedad y medio ambiente, no obstante, el interés del talento

humano es inexistente, por eso su propuesta se mantiene con crean un plan que mejore las dimensiones de Responsabilidad Social Empresarial y el Talento Humano.

Reyes L.(2024) en su trabajo *“Plan de responsabilidad social empresarial y ventaja competitiva en microempresas, comuna San Pedro, año 2024”*. En esta investigación se impuso como objetivo el diseñar un plan de aplicación de RSE como herramienta para las empresas en el desarrollo de ventaja competitiva desde las mico empresas de la comuna, aplico un enfoque exploratorio y correlacional, para la obtención de datos se aplicó encuestas con el uso de IBM SPSS v.25 para el análisis de los datos obtenidos, demostrando que fueron respuestas positividad y una fuerte relación entre la RSE y la ventaja competitiva , afirmando la relevancia de la aplicación de la responsabilidad social empresarial como herramienta para obtener una ventaja competitiva. A partir de los hallazgos obtenidos, se diseñó una propuesta de plan de Responsabilidad Social Empresarial pensada especialmente para microempresas, considerando sus recursos limitados y el nivel básico de conocimientos con el que muchas operan. Este plan incluye acciones prácticas enfocadas en fortalecer su sostenibilidad financiera, desarrollar las capacidades de su personal y reducir su impacto en el medio ambiente.

Peñañiel M. (2025) con su trabajo de investigación *“Responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del Cantón Santa Elena”*, menciona que esta investigación se destaca al centra en la RSE y su aplicación en todos los emprendimientos gastronómicos del cantón Santa Elena, esta investigación plantea la problemática ¿Cómo se muestra la RSE en los emprendimientos turísticos de gastronomía de la zona céntrica del cantón Santa Elena?; con este plantea el siguiente objetivo el cual menciona: Analizar la aplicación

de la RSE en el sector investigado siendo la zona céntrica del cantón Santa Elena.. La metodología aplicada a esta investigación se basó en el diseño no experimental aplicado en un alcance descriptivo y de enfoque mixto, el cual utilizo técnicas de recolección de datos cualitativos como para los cuantitativos, cerrado con el método analítico e inductivo, además que plantea que la RSE ha sido un aspecto fundamental para las empresas partiendo del siglo XXI, lo cual es independiente al tamaño o sector de donde se muestra, lo cual nos explicó la importancia de esta investigación.

Loor Quimis, S. A. (2025), y su trabajo titulado “*Responsabilidad social empresarial en la asociación de expendedores de alimentos preparados 2 de Mayo, cantón Playas, año 2024*”. En el presente trabajo es explico el objetivo la cual se basaba en determinar los factores que implican las RSE en base a la aplicación de un análisis actual que permita el desarrollo sostenible de los expendedores de los alimentos preparados en la localidad, del cantón Playas, Esta aplicó una metodología de diseño no experimental y con un enfoque mixto, de la misma forma se usó un alcance descriptivo, la utilización de los métodos tanto analítico y deductivo, para la aplicación de la técnicas de colección de datos como entrevistas a 18 socios y un experto en la investigación, al igual que la aplicación de 323 encuestas a diferentes locales, como resultado se obtuvo el bajo nivel de la aplicación de la RSE evidenciando que si existe una carencia en el conocimiento, pero si mejoran la infraestructura y la transparencia en la preparación de los alimentos.

Después de la revisión literaria de la primera variable continuamos con las revisiones de la segunda variable los **Stakeholders**.

Por parte de Erazo Calvoipiña y Monserrat (2020), con el artículo “*Mejora continua en las organizaciones a partir de la satisfacción de los stakeholders internos*”. Su objetivo fue diseñar una propuesta para que exista una mejor continua de los stakeholders internos en base a la satisfacción de estos tenga un aporte a la retención estudiantil en la Universidad Técnica de Cotopaxi. Esta investigación aplica un enfoque mixto de forma longitudinal, no experimental empleando el método inductivo. La técnica de investigación utilizada fue la encuesta y como instrumento se empleó un cuestionario. Con esto se obtuvo un alto % de insatisfacción de las variables de los espacios para las quejas y sugerencias en sus resultados, al igual que en el trámite de matrículas y atención del personal administrativo.

Duque L (2021) con el trabajo “*Responsabilidad social empresarial: los inmigrantes, stakeholders de la empresa*” Este documento da contexto en la responsabilidad social desde el punto del desarrollo de iniciativas que puedes mantenerse en la población inmigrante por medio del uso de stakeholders para una mejor afirmación y presentación de alternativas generales para los desafíos que pueda enfrentar las empresas frente a una población vulnerable en un mundo muy globalizado. En este contexto primero se analizó la responsabilidad empresarial algunas interpretaciones teóricas de la responsabilidad social corporativa y por último se examinó el stakeholders y la inmigración de las aproximaciones.

Según Rabechini et al. (2022) “*Gestión de stakeholders y oficina de gestión de proyectos: Efecto en los resultados*”. Esta menciona que los stakeholders son relevantes para la gestión de proyectos, ya que estas afectan afecta los resultados de los mismos proyectos. Este estudio tuvo como objetivo examinar el impacto beneficioso de la administración de interesados en los resultados del proyecto. Sobre

todo, para concluir proyectos en tiempo y costos. Los hallazgos que se indican que la aplicación de los stakeholders mejora los resultados de los proyectos.

En la Revista Lasallista de Investigación (2022) con el título “*Creación de valor público: un estudio desde la perspectiva de los stakeholders*”. Esta revista resalta que este es un tema relevante en la actualidad para el sector pública. Por lo que las investigaciones anteriores señalan que los stakeholders son determinantes en el proceso de la creación de un valor público, lo que carece de evidencia empírica suficientemente fuerte para poder apoyar esta afirmación. Los datos recolectados se obtuvieron a través de entrevistas utilizando cuestionarios semiestructurados en el cual se podrá identificar todos los componentes de reacción del valor al público a través de categorías y subcategorías. Como conclusión se pudo identificar que existe una categoría relacionada con la comunicación de los diferentes stakeholders (representa los intereses de todas las partes implicadas en una organización), su representativa influencia en la visibilidad y desempeño de las empresas.

Según Quintero L. (2023) con la investigación titulada “*Percepción de los grupos de interés turísticos ante los efectos del covid-19. caso de territorios municipales en Antioquia – Colombia*”. Menciona que esta investigación busco identificar la percepción que tiene los autores de la cadena del sector turístico sobre la recuperación económica que fueron generados por el Covid-19. Este usó un enfoque cualitativo e interpretativo el cual propende por la comprensión e interpretación y percepción de los prestadores de estos servicios turísticos. El diseño fue transversal, no experimental y utilizo el método fenomenológico. Con esta investigación se obtuvo que existen efectos directos principalmente en la sostenibilidad y permanencia de las empresas del sector, debilidad financiera y de ingresos, lo que generó una gran ola de

desempleo en toda la región. Lo cual llevo a tomar decisiones como disminuir el personal, cerrar y liquidar las empresas en un corto plazo y la sensación de no contar con el apoyo de las diferentes instituciones públicas.

Torres-González, Guzmán Sala y Aguilar Olivé (2023) con el “*Efecto moderador de los stakeholders en los factores para desarrollar las actividades turísticas*”. Esta investigación se enfoca en el desarrollo del turismo y la importancia de la participación de los diversos gestores, destacando el papel de los stakeholders, en este, se creó una base de datos y analizándola, utilizando IBM SPSS v.25 (herramientas de análisis estadísticos); además que se ayudó con ecuaciones estructurales. Con su aplicación del análisis se puede diferenciar 5 factores importantes para el desarrollo turístico, tales como los recursos que existen, la facilidad de llegar al lugar, infraestructura, las políticas públicas y la comunidad. De esta manera se llegó a que los stakeholders interpretan los elementos de forma distinta, lo cual lo categoriza como muy bueno para el progreso del turismo.

Leiras, A. (2024) en la investigación “*Desafíos y estrategias para el desarrollo de destinos turísticos accesibles: estudio de caso en A Coruña desde la perspectiva de los stakeholders*”. Esta investigación tiene como propósito el de examinar todas las acciones de accesibilidad en los destinos urbanos que existen para poder ser disfrutadas por las personas con discapacidades (PcD), ya sean físicas o sensoriales. La implicación de este análisis se basa en las pautas de la teoría fundamentada en base al análisis del programa Atlas.ti. Esta investigación explica el primer modelo teórico que se puede aplicar para categorizarlas de forma más eficiente, dichas categorías aplican los tres ejes de actuación que deben ser presentados en las organizaciones de gestión de los destinos (OGD) para facilitar su oferta.

Menciona Muela Rabadán (2024) con su trabajo “*Destinos Turísticos Inteligentes: Visión de los stakeholders en el ámbito hotelero y educativo*”. Esta investigación fue realizada por Iván Rabadán, el cual buscaba con su investigación analizar la evolución y la aplicación del programa Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) de SEGITTUR desde el punto de vista de los stakeholders de los hoteles y el sector educativo. Esta investigación se realizó en España en el año 2024 y se aplicó una metodología de carácter crítica, cualitativo, la cual se basó en una revisión bibliográfica y por lo mismo en la aplicación de encuestas tanto para los estudiantes universitarios del ámbito turístico como a los directores de los hoteles y miembros de Asociación Española de directores de Hotel (AEDH).

Los resultados obtenidos dieron a conocer que aunque el programa tuvo un impacto positivo en la competitividad y la sostenibilidad el sector investigado, existe la necesidad de la aplicación de este modelo de manera crítica y mejorar la propuesta para introducirla en la sostenibilidad social, de igual forma se identificó que si hay beneficios del programa pero estas son percibida manera diferente según la aplicación de esta base al conocimiento de la persona y su perfil de stakeholder, lo cual da a entender la importancia de tener una mayor formación y difusión sobre los principios de la sostenibilidad y los destinos turísticos inteligentes para poder generar una aplicación de manera efectiva y equitativa.

Once Jara (2024) en la investigación “*Influencia de la distribución de poder de los stakeholders turísticos sobre el turismo como medio de desarrollo sostenible en la comunidad de Migüir de Cuenca, Ecuador*”. En esta investigación la autora tuvo como objetivo analizar como el poder de la distribución de diferentes stakeholders influyen en el desarrollo de procesos sostenible, aplicado en el turismo de la

comunidad rural de Migüir, la cual está ubicada en molleturo, parte de Cuenca, Ecuador. Esta investigación utilizó una metodología con enfoque cualitativo, con un diseño observacional de tipo exploratorio-descriptivo, y para la investigación se utilizó de herramienta la cartografía social y entrevistas semiestructuradas hacia los actores claves de la comunidad.

Con el desarrollo de esta investigación se obtuvieron los siguientes resultados las cuales resaltan una marcada disparidad en las dinámicas que implican al poder, legitimidad y urgencia entre los stakeholders turísticos existentes. Lo cual afecta negativamente a la comunidad de Migüir ya que, este afectaba a su desarrollo sostenible en el turismo y en su comunidad, de esta manera se aplica el desarrollo de la RS por medio de la su aplicación en la comunidad para poder desarrollar un crecimiento tanto económico como sostenible

Con todas estas referencias podemos tener un antecedente que da a resaltar la aplicación de la RS en varios sectores no solo en lo turístico, siendo una metodología aplicable para mejorar el mercado competitivo o mejorar la sostenibilidad del sector, de esta forma mejorando todos los beneficios obtenidos tanto para la comunidad como para las empresas involucradas.

I.2. Desarrollo de teorías y conceptos

I.2.1. La Responsabilidad social aplicada en las empresas turísticas

La ISO 26000, Define la responsabilidad social empresarial como “la responsabilidad de las organizaciones desde los factores de la sostenibilidad y sus decisiones, como las actividades realizadas en dicha sociedad y el medio ambiente, de forma que sea necesario un comportamiento ético y sin intermediaciones, que busque la mejora de la sostenibilidad y la salud mejorando el bienestar de la sociedad, teniendo

en cuenta las expectativas de las empresas o ya sean stakeholders, con el cumplimiento de esta norma se mejora las normas internacionales del comportamiento y que esta sea aplicada con facilidad en todas las organizaciones que tengan relación.

Pese a la cantidad de definiciones que existen de la responsabilidad social empresarial a nivel global ni existe una que ha sido aceptada para definirla. Aunque la mayoría de estas definiciones hace alusión a las empresas en el consenso general esta menciona que la responsabilidad social empresarial afecta a todas las entidades, ya sean las de administración pública, o de sindical u ONG, entre muchos otros

Sánchez (2023) al tener en cuenta la responsabilidad social empresarial menciona que las organizaciones se involucran de manera directa y está presente en la vida de los ciudadanos y la sociedad a través de los programas que impulsan el desarrollo económico, la educación y muchas otras causas sociales.

De esta manera podemos decir que la responsabilidad social empresarial es crucial en el mundo de hoy en día donde las empresas no son evaluadas no solo por el impacto financiero que estas generan, sino que también en el impacto social y ambiental. También se aplica como una estrategia para mejorar la competencia empresarial ya que esta mejora las organizaciones en las comunidades a través de los programas sociales.

Es necesario mencionar un concepto en sostenibilidad económica ya que Quispe (2024) menciona que este es un procedimiento que busca satisfacer las necesidades humanas, pero sin afectar exponencialmente y que mantengan los recursos naturales al igual que el medio ambiente para las siguientes generaciones.

Una economía, se mantienen en un ecosistema; este no puede existir sin el por qué este proporciona los actores principales que mantienen este crecimiento económico.

Cuando una empresa se crea, esta forma una estructura en la que hay varios costes e ingresos, en el momento en que se logra un equilibrio entre estos factores se puede llegar a que la empresa reciba beneficios. la sostenibilidad menciona la capacidad de las organizaciones en administrar los recursos que esta posee y generar rentabilidad de forma responsable a largo plazo.

A demás es necesario resaltar que, en lo social Mogollón, J. O., Andrade, J. M., y Duque, P. (2022) menciona que todo lo relacionado a las personas, tanto como a los grupos de interés de todas las empresas como a la sociedad en general, se encuentra un punto muy importante, el cual es el capital humano del capital humano de toda organización, el cual debe ser considerado como un activo más de la empresa. Esta busca que las organizaciones que son socialmente responsable cumplan con todas las propuestas de gestión realizadas por el talento humano, iniciando con la aplicación de las buenas prácticas productivas que existen en ella; como el respeto a los colaboradores de igual manera a los salarios justos, mejorando ambientes laborales arreglándolos y capacitándolos tanto para el campo laboral como para su propio crecimiento personal, entre otros.

Es necesario ampliar los conceptos sobre la responsabilidad social empresarial, es por esta razón que se elaboró un cuadro con los conceptos más resaltantes e importantes para la aplicación de esta en las empresas turísticas de alojamiento, se usó de base los cuadros estructurados por la investigadora Sarabia M., los cuales desarrollo

en su trabajo llamado “*Turismo comunitario y responsabilidad social: aspectos determinantes de la sostenibilidad en las comunidades turísticas de Ecuador*”, Los cuales mencionan los siguiente.

TABLA 1. DEFINICIONES RELEVANTES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.

| Autor (es) | Década | Definición RSE |
|--|---------------|--|
| Friedman (1970) | 70's | Aumentar ganancias, manteniendo los recursos y participando en el diseño de la RS en sus actividades |
| Carroll (1979) | | Conjunto de intereses ya sean económicos o éticos siempre cumpliendo con las leyes que son normadas por las organizaciones . |
| Frederick (1983) | 80's | Obligación de establecer un bien común, aún si esta realiza actividades no vinculadas a la empresa, aunque estas prácticas reducirían los beneficios que obtiene las empresas. |
| Freeman y Reed (1983) | | Evidencia que las corporaciones están relacionadas a los stakeholders o individuos que puedan ser importantes para el desarrollo de los objetivos, debe estar equilibrada entre dichos grupos. |
| Carroll (1991) | 90's | La economía, la legalidad y la aplicación ética, son responsabilidad de las empresas para un desarrollo del sector social. |
| Enderle y Tavis (1998) | | La aplicación de políticas y practicas de RS va más allá de las obligaciones que puedan existir en las empresas, si no la obtención de un beneficio conjunto con la sociedad. |
| Mohr, Webb y Harris (2001) | 2001-2005 | La obligación de una empresa es reducir todo el efecto negativo que esta pueda generar y aumentar los aspectos positivos que impliquen la sociedad |
| Durán (2005) | | El amor a una empresa que aplica la responsabilidad tanto económica, como social y ambiental, también es responsable de las actividades y productos que genera. |
| Waldman et al. (2006) | 2006-2016 | Las necesidades y objetivos que se plantean en una corporación deben de ser identificables en el campo social, ya que estas acciones deben ir más allá de solo involucrar a la sociedad |
| Chiappa et al. López Sánchez y Pulido-Fernández (2016) | | Conciencia del turista |

Fuente: Elaboración propia en base a la autora Sarabia, M. (2021)

Entre los años 70's hasta los 2000 (Tabla 1) se desarrollaron las bases del concepto de responsabilidad social empresarial en las cuales, las investigaciones iniciales se originaron en base a los estudios de Friedman sobre el incremento de las ganancias en las empresas. Con forme se fue desarrollando esta teoría se comenzó a

proponer la participación de estas empresas en actividades de RS (responsabilidad social), para obtener un beneficio social a la par de las ganancias que las empresas generaban. Por esto las investigaciones presentan que los resultados de las empresas deben estar vinculadas al desempeño tanto económico como su aplicación en la ética profesional. Estas prácticas y la ética empresarial en su cumplimiento de las responsabilidades de la RSE en sus obligaciones incitan a que estas organizaciones deben proteger y promover a la sociedad.

I.2.2. Stakeholders importantes para la RS

Se menciona que la gestión de los vínculos que existen con los stakeholders ha tomado mucha relevancia a través del tiempo convirtiéndose en una tarea fundamental para cualquier organización que busca mantener cualquier relación efectiva y sobre todo sostenible en el entorno.

Un stakeholders o grupo de interés es cualquier grupo o individuo que se puede ver afectado o se ve afectado por la realización de los objetivos de las organizaciones (Trujillo et al. 2019)

Según Guerras & Navas (2022) mencionan que los grupos de interés son las personas o grupos de personas que tienen como objetivos propios, los cuales dichos objetivos están vinculados a la empresa. En pocas palabras, su búsqueda de objetivos propios está condicionada y a la vez estos condicionan los objetivos y el comportamiento de la empresa. Por eso Morán Montalvo, C., Rodríguez Valencia, L., Torres Olivo, M., Aguilar Parra, A., & Villalta Borja, M. (2016). plantea que los stakeholders dependen de su cercanía y actividades en la empresa ya que se pueden identificar dos variantes de stakeholders en estas categorías; Stakeholders internos, este es el grupo de intervinientes que están ligados directamente a las empresas ya

sean.; al igual que existe la variable de stakeholders externos que estos son el grupo que no tiene un vínculo directo hacia la empresa ya sea como consumidores, los gobiernos, grupos de interés, gobiernos, entre muchos otros.

La estrategia empresarial de la responsabilidad social empresarial hacia los grupos de interés o stakeholders logran obtener un enfoque bidireccional, ya que estas actúan como mecanismos humanos y logísticos para apoyar las actividades que se realicen en los socioambiental siempre teniendo la población como objeto de beneficio. Iglesias, T. I. Y., & Perez, M. L. (2022). En este se puede proponer diferentes variables como la cooperación, compromiso, gobernanza y sobre todo la disponibilidad de recursos ya que estas son necesarias para los diferentes stakeholders en plantear una implementación efectiva de este modelo. Vázquez Abeal, J. P. (2023).

Se menciona que existe una marcada diferencias entre las dinámicas que existen en los stakeholders turísticos teniendo en cuenta el poder, legitimidad y la urgencia de esta. Ya que esta influye directamente con el desarrollo del turismo en esta comunidad si hablamos de sostenibilidad, de modo que esta genera una pequeña falta de representación efectiva en los intereses de la comunidad, ya que con normalidad y desconocimiento de esta se aplican operaciones clandestinas o se realizan gestiones que son consideradas inadecuadas en los recursos naturales. Once Jara, L. I. (2023). Además, que los stakeholders coinciden que la existe la inseguridad en las actividades turísticas las cuales influyen directamente en el destino, ya que estas desatan limitaciones y alteraciones que afectan al desarrollo turístico, las cuales no dependen únicamente de la localidad o sector turístico, sino que también de la atención que esta se le brinde por parte de las autoridades competentes. Fárez Quizhpi, E. D., & Landy Carrasco, C. M. (2022)

I.2.3. Teorías necesarias para la investigación

En el desarrollo de esta investigación es necesario resaltar las teorías de Milton Friedman y de Archie B. Carroll, estos son referentes fundamentales gracias a sus planteamientos que contribuyeron a comprender la evolución y el enfoque en el cual se aplica la responsabilidad social empresarial actualmente. Sobre todo, hay que tener reconocer la relevancia de estos autores ya que presentan conceptos y visiones contrapuestas pero que se complementan entre sí. Lo cual permite analizar críticamente el valor que estas tienen las empresas en la sociedad. además, que en el contexto de esta investigación es relevante indagar en la interpretar como las empresas de alojamiento que existen en la provincia de Santa Elena aplican e interpretan la responsabilidad social, ya sea por la relación que estas puedan tener con sus proveedores como su impacto social y ambiental.

I.2.4. Teoría de Milton Friedman

Milton Friedman (1970) es considerado una de las figuras clave en el desarrollo de la RSE por su pensamiento económico liberal, ya que este sostuvo que “La única responsabilidad social de las empresas debe ser incrementar los beneficios que ofrecen”, siempre respetando las normativas del mercado y la legalidad de estas leyes, además mantiene un enfoque los cuales han generado amplios debates sobre los límites de lo ético y lo social por parte de la actividad empresarial. Al igual, para el autor, las decisiones que tenga la empresa deben estar pensadas exclusivamente en maximizar el retorno para beneficio de los accionistas, evitando tener funciones sociales que según su perspectiva son competencia de las autoridades y el estado, tal y como afirma en su famoso artículo titulado “*La responsabilidad social de los negocios es aumentar sus ganancias*” (Friedman, 1970, párr. 1).

Su planeamiento se fundamenta sobre todo en el liberalismo económico clásico, donde las empresas son una entidad privada que no debe tener intervenciones en lo social, ya que estas acciones podrían provocar fallas en la eficiencia del mercado y sobre todo desviar recursos hacia sus funciones principales. Friedman menciona que advierte que al involucrarse con las causas sociales podrían generar conflictos de intereses y una mala aplicación de los recursos empresariales ya que estos no están pensados ni destinados a resolver problemas sociales (Friedman, 1970).

A pesar de todo esto su fuerte influencia en el pensamiento económico logra que este enfoque sea ampliamente criticado por ignorar todos los impactos sociales y ambientales que las empresas podrían generar en sus actividades, sobre todo en el área del turismo y sus dinámicas sociales, económicas y ecológicas están muy conjuntas, de ahí que muchos autores planteen modelos que sean mejores y más integrales de responsabilidad social. Esta forma ha sido objeto de debate en estos tiempos, en 2019, la Business Roundtable, la cual agrupa a los principales CEO en EE. UU., El cual propuso que se deben redefinir el propósito de las empresas para que esta pueda incluir todas las partes interesadas tanto como empleados, clientes y comunidad. Pero, a los cinco años después, los cambios que se habían planteado habían sido limitados y algunas fuentes habían regresado al enfoque que estaba centrado solo en los accionistas. El País. (2024, 2 de septiembre).

Además, en 2025 se observó una tendencia sobre que algunas instituciones financieras de EE. UU. han abandonado los compromisos con la sostenibilidad, sobre todo buscan revertir el modelo de los stakeholders en el capitalismo y enfocarse como se hacía anteriormente teniendo un interés exclusivo de los accionistas como se mencionó en los tiempos de Friedman. Cinco Días. (2025, 28 de febrero).

I.2.5. Teoría de Archie B. Carroll

Archie B. Carroll (1991) propone que se aplique una visión más integral y sistemática de la responsabilidad social al aplicar la reconocida “Pirámide de la Responsabilidad Social Corporativa”, en esta se planteó que las empresas tienen la responsabilidad tanto económica, legal, filantrópicas y sobre todo éticas. Visto de esta forma fue aceptada y utilizada en gran escala sobre todo como marco teórico en las investigaciones relacionadas a la sostenibilidad, a la aplicación y gestión de stakeholders y sobre todo al desarrollo empresarial de manera responsable. (Carroll & Shabana, 2010).

Según Carroll (1991), estas empresas deben ser rentables teniendo en cuenta la responsabilidad económica, al igual que cumplir las leyes teniendo responsabilidad legal, actuar equidad y justicia aplicando la responsabilidad ética y por ultimo contribuir de forma voluntaria al bienestar social aplicando la responsabilidad filantrópica, De esta forma permite entender la responsabilidad social empresarial no como un problema adicional sino como una ayuda o herramienta para la gestión de la empresa de forma ética y estratégica. El autor señala que *“la verdadera responsabilidad social corporativa exige que las empresas asuman todas estas obligaciones al mismo tiempo”* (Carroll, 1991, p. 42).

Además. En los trabajos posteriores a Carroll y Shabana (2010), se menciona que existe un “business case” para la responsabilidad social empresarial, en pocas palabras es aplicar practicas responsables que no solo beneficien a la sociedad, sino que también apliquen en la empresa y esta mejore su reputación y de esta manera aumentar la lealtad de los consumidores y sobre todo generar ventajas competitivas empresariales y sostenibles. Esta visión es muy relevante si se aplica en sectores como

el turismo ya que estas se relacionan directamente con los stakeholders y el entorno natural, de manea que el conjunto de todas estas es determinante para el éxito de las actividades empresariales en la sociedad.

El plantea una pirámide llamada “Pirámide de la responsabilidad social empresarial”. El modelo establece que tiene cuatro niveles jerárquicos los cuales son: 1)Responsabilidad económica: la cual debe ser rentable para la empresa., 2)Responsabilidad Legal en esta se deben obedecer las leyes., 3) la responsabilidad ética que plantea hacer lo correcto, lo justo y lo equitativo., Y por último la 4) responsabilidad filantrópica la cual es la más importante para Carroll porque esta menciona contribuir voluntariamente al bien de las comunidades. Ya que este menciona que “La verdadera responsabilidad social corporativa requiere que una empresa atienda simultáneamente sus responsabilidades económicas, legales, éticas y filantrópicas” (Carroll, 1991, p. 42).

Este enfoque gana mucha relevancia en la actualidad, donde se espera que las empresas ya no solo generen beneficios económicos, sino que estas también tengan y consideren beneficios en el impacto social y ambiental. En 2024, La Unión Europea estableció unas directrices sobre la diligencia que podría existir en las empresas, estableciendo obligaciones en el medio ambiente, a los derechos humanos y a su gobernanza, con sanciones significativas para la empresa. además, en 2025, se observan varias empresas como la Telefónica y la BBVA, las cuales siguen integrando varios factores ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) en sus aplicaciones de estrategia.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

II.1. Diseño de investigación

Esta presente investigación se desarrolla bajo un enfoque cuantitativo, el cual es un enfoque sistemático cuya principal función es la medición numérica de las variables y en el análisis estadístico de los datos, ya sea para explicar fenómenos, establecer algunos patrones o probar hipótesis. Esta metodología logra conseguir los resultados objetivos, replicables y generalizables, aplicando instrumentos estandarizados como las encuestas, cuestionarios u otros experimentos controlados (Hernández, Fernández & Baptista, 2014).

Según Sampieri, Collado y Lucio (2014), el enfoque cualitativo es utilizado para la recolección de datos en base a probar hipótesis, en base a su medición numérico y del análisis estadístico, para obtener patrones de comportamiento y complementar teorías. Es por esto por lo que se orienta a responder preguntas de forma específicas mediante procedimientos estructurados y rigurosos es por esta razón que no aplica en la investigación. Además, Creswell (2014) menciona que este enfoque se apoya en los paradigmas positivistas y busca obtener y examinar la relación que existen en las variables, permitiendo que se puedan generar conclusiones que pueden ser generalizables en una población de mayor escala a partir de la perspectiva obtenida.

El alcance de la investigación es descriptivo y exploratorio. Ya que se menciona que la investigación descriptiva se basa en observar y detallar las características de una población o situación, sin diversificar las variables ni establecer alguna conexión causal, el objetivo principal de este es proporcionar la información

precisa y sistemática de lo que se estudia, como el método de encuestas, observaciones, análisis de datos cualitativo como cuantitativos. Este tipo de información es fundamental para comprender la razón de nuestra investigación o fenómeno estudiado, sirviendo como base para ampliarla a estudios más precisos y profundos. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), Los estudios de alcance descriptivos logran medir de manera independiente las diferentes variables, sin necesidad de establecer relación entre ellas.

Por otro lado, la investigación exploratoria es más utilizada cuando el principal problema del estudio no es claramente notorio en nuestra investigación o existe poca información utilizable a nuestra disposición, es por esto por lo que su función es obtener una idea principal del fenómeno intentado definir las variables relevantes y formular una hipótesis para posibles estudios continuos a esta. Este enfoque se caracteriza por la amplia flexibilidad y apertura, utilizando tanto métodos cualitativos como cuantitativos en las fases preliminares de la investigación. Sampieri, Collado y Lucio (2014). da a entender que este tipo de investigación es aplicada cuando el objetivo es determinar un tema poco estudiado o novedoso, en el que se extiendes dudas o no existen investigaciones anteriores sobre esta. Creswell (2014) también señalo que estos estudios permiten que el investigador genere nuevas ideas o elabore diferentes enfoques para las futuras investigación sentando unas bases más estructuradas.

El diseño metodológico adoptado es no experimental y transversal. Ya que la investigación no experimental es caracterizada por la observación de los fenómenos tal y como aparecen en su contexto original, sin ninguna manipulación intermedia de alguna variable independiente, este diseño es usada ya que el investigador no

interviene directamente en el fenómeno, sino que se limita a solo analizar las posibles variables existentes para comprender todo el desarrollo de este y su interpretación. Por ser unos de los enfoques más común en las investigaciones donde la manipulación de las variables no es éticamente posible ya sean investigaciones sociales o educativas. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), menciono que los estudios no experimentales no se debe manipular ninguna variable independiente; ya que se debe observar los fenómenos en su estado natural.

Al igual que se usará la investigación transversal, porque este es un diseño que recoge y analiza todos los datos en un único momento en el tiempo, obteniendo una respuesta instantánea del fenómeno estudiado. Por lo que este método es útil para la descripción de la prevalencia de las características entre otras condiciones que pueden suscitar en una población específica, para la posible relación de las variables existentes desde un punto del tiempo determinada que buscamos estudiar.

El presente cuestionario se desprende del proyecto de investigación, la responsabilidad social de los stakeholders en empresas turísticas de Santa Elena-Ecuador, dirigido por la docente Ph.D Myriam Sarabia Molina, dicho proyecto se encuentra en su primer año de ejecución. Toda la estructura y formulación de las preguntas y variables es de autoría de la docente mencionada. A continuación, se presenta el diseño del cuestionario, el cual ayudara a obtener toda la información necesaria para el desarrollo de la investigación, reforzando la importancia de la RS en el sector turístico y empresarial. A continuación se mostrará como se realizó el diseño y la aplicación del cuestionario aplicado a los encuestados de esta manera obtener los datos necesarios para esta investigación.

II.1.1. Diseño del cuestionario

El diseño del cuestionario se ha hecho siguiendo una estructura adecuada en términos de objetivos de las encuestas y sujetos a analizar. La Tabla 2 que presenta los datos técnicos sobre cómo se desarrolló la etapa metodológica.

TABLA 2. FICHA TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN.

| | |
|--|--|
| Tipología de la encuesta | Cuestionario administrado |
| Instrumento de recogida de información | Cuestionario de 9 preguntas con 59 variables |
| Universo/población | Empresas turísticas provincia Santa Elena |
| Muestra | Empresas turísticas que realizan actividades económicas provincia Santa Elena |
| Alcance de la muestra | Empresas de proveedores para el sector de alojamiento en la provincia de Santa Elena . |
| Tamaño de la muestra | 125 cuestionarios completados |
| Prueba del cuestionario | Pretest realizado 24-03-2025 al 31-03-2025 |
| Periodo de aplicación del cuestionario | Del 01-04-2025 al 30-04-2025 |

Fuente: Elaboración propia en base a la autora Sarabia, M. (2021)

Se afina el cuestionario para ser utilizado como método de recolección de datos ya que permite una medición uniforme de los resultados obtenidos, esto es debido a la estandarización de las preguntas y, en consecuencia, de las respuestas (Soares, 2015).

II.2. Métodos de la investigación

El presente estudio se fundamenta en el método analítico, el cual es una estrategia de investigación la cual se caracteriza en descomponer un fenómeno o problema desde sus puntos fundamentales para poder desarrollarlo a profundidad, además de que ayuda a identificar las relaciones y establecer conclusiones fundamentales. Además, permite examinar cada parte del objeto de estudio de manera individual para después poder integrarlo en conjunto, de esta manera se mejora la explicación de su estructura y del funcionamiento de este. Hernández, Fernández y Baptista (2014) afirman que la aplicación de este método consiste en separar las diferentes partes del fenómeno o problema para poder estudiarlas de forma individual, ya que, de forma complementaria, Cifuentes y Roa (2021). Mencionan que este método permite un estudio detallado y enfocado de cada variable o elemento que puedan implicar el fenómeno estudiado, siendo la principal característica de este razonamiento lógico y para poder realizar un análisis crítico en todas las investigaciones científicas.

Estos métodos son considerados los más apropiados para poder desarrollar el análisis profundo de las prácticas de responsabilidad social empresarial que se realizan en las empresas y que puede ser llevadas a cabo por los empleados de las empresas de alojamiento turístico de la provincia de Santa Elena, este enfoque permitirá que se pueda descomponer la problemática en los elementos fundamentales, ya sean las variables que están vinculadas a esta reputación organizacional, la competitividad empresarial y la percepción de los grupos de interés o stakeholders involucrados en las investigación.

II.2.1. Metodología de investigación del cuestionario y validación

En cuanto a la metodología de aplicación del cuestionario, se decidió aplicar una encuesta administrada para facilitar la respuesta al público objetivo (empresas turísticas) de la provincia Santa Elena, que sirvió de enlace entre los entrevistados y la realización de esta investigación. A través de muestreo, se aplicó a una fracción representativa de la población total. Se trata de un muestreo probabilístico, pues todos los individuos tienen las mismas posibilidades de ser encuestados (Osuna, 2013).

El cuestionario fue probado mediante un “pretest” en 10 empresarios del cantón Santa Elena diferentes al estudio. Se contó con la participación de estudiantes de la carrera licenciatura en turismo de la Universidad Estatal Península de Santa Elena durante el periodo académico 2025-1, asignaturas Unidad de titulación. Eso ayudó a corregir algunas preguntas ajustándolo a un lenguaje más accesible. Así también se encontró que el tiempo que tardaba la aplicación del cuestionario era un promedio de 10 a 12 minutos.

II.3. Población y muestra

La población de una investigación es referente al conjunto de individuos o elementos que tienen una o más características similares y que son el foco de la investigación o del investigador, esta puede ser tanto finita como infinita, las cuales varían dependiendo de la información que se posee y el alcance que se le quiere dar al estudio. Según Hernández-Sampieri y Mendoza (2021), la población no es más que el conjunto de todos los casos que puedan tener similitud con las especificaciones determinadas (p. 234). Lo que permitirá establecer un límite claro en donde se

pretender realizar la investigación, del mismo modo Vasilachis (2022) menciona que una correcta delimitación de la población trabajada es clave para obtener los resultados esperados y aplicabilidad en el contexto de la investigación.

Por parte de la muestra se menciona que este es el subconjunto que representa la población que está siendo estudiada en la investigación, con el objetivo de obtener datos de manera más eficaz y sin tener la necesidad de tener limitaciones humanamente imposibles de estudiar, esta aplicación permitiría hacer inferencias o generalizaciones en la población estudiada, siempre y cuando se seleccionen métodos y criterios adecuados. De acuerdo con Hernández-Sampieri y Mendoza (2021). la muestra es el subconjunto de variables que permiten definir una población y que pueda ser seleccionada por las características esperadas (p. 235). Por su parte, Martínez y Arnal (2023) este menciona que la muestra tiene una función operativa fundamental, ya que esta permite reducir el tiempo y costo de estudio sin poner en duda la validez de los resultados, siempre que se mantenga su representatividad.

Para esta investigación se trabajó con una población que fue seleccionada por muestreo no probabilístico por conveniencia. Creswell y Creswell (2022) mencionan que la aplicación de este tipo de muestra es útil para el investigador cuando necesita acceder rápidamente a una población que pueda aportar la información necesaria para la investigación, aunque este implique una limitación en la generalización de los resultados. Es por esto que se aplicó este muestreo, actualmente en la provincia de Santa Elena no existe una empresa que sea proveedora que trabaje directamente con los establecimientos hoteleros o de alojamiento debido a que no existe una población exacta en la investigación realizada pero es de conocimiento público que las empresas se encargan de proveerse de insumos particularmente, las mismas empresas se

encargan de la compra de estos insumos a diferentes tiendas, supermercados o cadenas de productos nacionales. Por esta razón fue necesario utilizar el Catastro de los establecimientos registrados en Ecuador actualizado (2024), para poder levantar la información, donde se obtuvo el siguiente cuadro donde se explican los tipos de proveedores que existen para los establecimientos de alojamiento turístico en Santa Elena.

TABLA 3. TIPOS DE PROVEEDORES QUE EXISTEN PARA LOS ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS.

| N.º | Tipo de Proveedor | Ejemplo o Servicio Específico |
|------------|---|---|
| 1 | Alimentos y bebidas | Frutas, mariscos, snacks, bebidas alcohólicas o no alcohólicas |
| 2 | Limpieza e higiene | Jabones, detergentes, desinfectantes, papel higiénico |
| 3 | Lencería y textiles | Toallas, sábanas, fundas, cortinas |
| 4 | Mobiliario y decoración hotelera | Camas, escritorios, sillas, mesas, cuadros |
| 5 | Tecnología y software hotelero | Sistemas de reservas, check-in digital, facturación electrónica |
| 6 | Servicios profesionales (consultoría/marketing) | Consultorías RSE, marketing digital, redes sociales |
| 7 | Transporte turístico o logístico | Alquiler de vehículos, cooperativas de taxis turísticos |
| 8 | Proveedores sostenibles | Productos ecológicos o biodegradables |

Fuente: Elaboración propia en base al catastro de establecimientos en Ecuador (2024)

Con la elaboración de la Tabla 5 se puede determinar cuáles son los establecimientos que requiere levantar la información para poder determinar si se aplica la responsabilidad social en los proveedores en las empresas de alojamiento de la provincia de Santa Elena, el cual sería el tema planteado en esta investigación. Obteniendo esto, se puede aplicar el siguiente cuadro para determinar cuáles fueron los lugares encuestados y la cantidad de encuestas (125) que fueron realizadas en estas empresas hasta llegar al número estimado.

A continuación, se muestra los lugares y las respectivas encuestas levantadas para el desarrollo de esta investigación, para verificar que se llegaría a las 125 encuestas planteadas en un inicio dando como resultado el siguiente gráfico (Tabla 4).

II.4. Recolección y Procesamiento de los datos.

Esta función es fundamental para la realización de la investigación, de manera que, aquí es donde explica y describe de donde se obtiene, realiza y organiza los datos que se vayan a recolectar y de esta manera analizar e interpretar estos datos, para de esta forma responder y dar un sentido a los objetivos de la investigación o para la corroboración de una hipótesis.

Tal como menciona Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2014). Afirma que la recolección de datos es la obtención de toda información relevante y fiable para la aplicación de instrumentos de forma apropiada, ya sean las encuestas, entrevistas y observación. De manera que la aplicación de este proceso debe ser sistemático y de forma organizada para asegurar la fiabilidad de los datos (p. 135).

Por otro lado, Kerlinger, F. N. (1986). Interpreta que el procesamiento de los datos para un trabajo de investigación debe incluir organización, su clasificación y priorizar el análisis de los datos recolectados. Por este medio se obtendría los datos puros de la información de forma significativa y utilizable. (p. 220).

II.4.1. Validación de la herramienta y cambios efectuados en el cuestionario

Se realiza una validación de la herramienta con el propósito de conseguir claridad, precisión y comprensión por parte de los encuestados, además de evitar

errores mencionados anteriormente. En esta etapa participaron un total de 10 empresarios turísticos del cantón Santa Elena, distintas a las estudiadas en la presente investigación.

Además de algún error de lengua identificado y corregido al momento de la aplicación del cuestionario, las preguntas fueron ajustadas a un lenguaje más sencillo y claro, dirigido específicamente al grupo de empresarios turísticos. Se reconocieron también las fallas que podrían generar dudas al momento en que los empresarios turísticos escuchasen la pregunta, de modo que fue necesario realizar dichos cambios para garantizar que el tiempo de aplicación del instrumento tenía un tiempo aproximado de 10 a 12 minutos por encuestas.

El cuestionario fue aplicado a 125 personas correspondientes al grupo de proveedores en la provincia de Santa Elena en estudio. Debido a la falta de información estadística provincial, se procedió a tomar en cuenta la misma información registrada en el catastro, tal como lo reporta MINTUR (2025).

II.4.2. Recogida de datos

Para la recogida de datos se buscó el apoyo de los supervisores, dueños de las empresas turísticas, que estaban en funciones y tenían relación directa con los encuestados siguiendo un procedimiento:

1. Contacto directo de la investigadora con los proveedores turísticos que fueron considerados en la etapa inicial del trabajo de campo.
2. Se realizó un mapeo de los sitios específicos donde se encontraban los empresarios turísticos para que en el momento de aplicar el instrumento se considerase a todos los implicados.

Lograda la recogida de datos, estos fueron tabulados y analizados utilizándose como base el marco teórico referencial y los objetivos de la investigación.

TABLA 4. TIPOS DE PROVEEDORES QUE EXISTEN PARA LOS ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS.

| Medida | Valores mínimos esperados |
|--|---------------------------|
| Medida de adecuación de la muestra (MSA) | > 0,80 es admirable |
| | > 0,70 mediano |
| | > 0,60 mediocre |
| | > 0,50 malo |
| | < 0,50 inaceptable |
| Alfa de Cronbach | 0,75 |
| Fiabilidad compuesta (FC) | 0,68 |
| Varianza Extraída Media (AVE) | 0,65 |

Fuente: Elaboración propia y consulta directa

TABLA 5. MOTIVACIÓN PARA SER EMPRESARIO TURÍSTICO.

| COD . | Razones | Media | Desviación típica | Asimetría | Curtosis | Confianza Inferior | Confianza Superior |
|-------|---|-------|-------------------|-----------|----------|--------------------|--------------------|
| RA | 1. La provincia Santa Elena tiene atractivos turísticos que deben ser aprovechados. | 4,52 | 0,63 | -0,962 | -0,115 | 4,41 | 4,63 |
| RS | 2. Los turistas solicitan servicios turísticos cuando nos visitan. | 4,05 | 0,75 | -0,68 | -0,96 | 3,92 | 4,17 |
| RE | 3. Porque no tengo un empleo fijo. | 3,96 | 0,87 | -0,22 | -1,06 | 3,81 | 4,11 |
| RC | 4. Porque he recibido capacitaciones en emprendimiento turístico. | 3,9 | 0,95 | -0,54 | -0,11 | 3,74 | 4,07 |
| RF | 5. Porque tengo formación profesional en empresas turísticas. | 3,88 | 0,98 | -0,79 | -0,11 | 3,71 | 4,05 |

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

La principal motivación fue que la provincia de Santa Elena cuenta con varios atractivos que no han sido aprovechados en su plenitud, siendo esta una razón para que los empresarios quieran formar parte de la industria del turismo

TABLA 6. OBLIGACIONES COMO EMPRESARIO TURÍSTICO.

| COD. | Obligaciones que realizan los empresarios | Media | Desviación típica | Asimetría | Curtosis | Confianza Inferior | Confianza Superior |
|------|---|-------|-------------------|-----------|----------|--------------------|--------------------|
| OEI | 1.Solicitan información a las autoridades locales sobre líneas y facilidades de créditos económicos para emprendimientos. | 4,26 | 0,94 | -1,54 | 2,43 | 4,09 | 4,42 |
| OEA | 2. Colaboran en el orden y cuidado ambiental de la comunidad | 4,19 | 0,76 | -0,9 | 1,54 | 3,92 | 4,17 |
| OER | 3. Respetan los horarios de atención al público y las actividades permitidas que se pueden realizar | 4,21 | 0,72 | -0,33 | -1,02 | 4,08 | 4,34 |
| OEL | 4. Cumplen con permisos legales para poner en marcha su empresa. | 4,44 | 0,57 | -0,41 | -0,76 | 4,34 | 4,54 |
| OED | 5. Adquieren y consumen productos propios de la localidad con el propósito de apoyar el desarrollo local. | 4,38 | 0,56 | 0,-21 | -0,79 | 4,28 | 4,48 |

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

Unas de las principales necesidades en la RSE es obtener los permisos legales para poder ayudar al desarrollo local.

TABLA 7. OBLIGACIONES PERSONALES EN LA EMPRESA.

| COD. | Obligaciones personales que realiza. | Media | Desviación típica | Asimetría | Curtosis | Confianza Inferior | Confianza Superior |
|------|--|-------|-------------------|-----------|----------|--------------------|--------------------|
| OPD | 1. Me incluyo en la toma de decisiones y participación local en procesos / iniciativas relacionadas con el desarrollo turístico, la planificación, la comercialización, etc. | 4,31 | 0,88 | -1,87 | 4,2 | 4,16 | 4,47 |
| OPA | 2. Busco acceso a buena salud, educación, empleo, salario justo. | 4,27 | 0,70 | -0,58 | -0,23 | 4,15 | 4,40 |
| OPR | 3. Realizo interacciones turísticas que implica el respeto mutuo. | 4,18 | 0,60 | -0,09 | -0,37 | 4,08 | 4,29 |
| OPS | 4. Facilito el respeto propio, la seguridad, la felicidad. | 4,51 | 0,56 | -0,60 | -0,67 | 4,41 | 4,61 |
| OPC | 5. Las ganancias adquiridas contribuyen a la calidad de vida y el bienestar. | 4,37 | 0,55 | -0,58 | -0,87 | 4,27 | 4,46 |
| OPT | 6. Recomendando actividades turísticas que pueden realizar los turistas. | 4,54 | 0,63 | -1,26 | 1,42 | 4,54 | 4,66 |

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

Las obligaciones que cada empleador aplica con mayor aceptación es la recomendación de actividades turísticas hacia los visitantes o turistas, otra de las variables que fue más relacionada fue que respetan al turista además que aplican el respeto propio y mutuo.

TABLA 8. PERCEPCIÓN DE PRÁCTICAS Y ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

| COD. | Dimensiones | Media | Desviación típica | Asimetría | Curtosis | Confianza Inferior | Confianza superior |
|-------------|---|--------------|--------------------------|------------------|-----------------|---------------------------|---------------------------|
| DR | 1. He sido representante o líder antes. | 4,06 | 1,16 | -1,35 | 1,06 | 3,86 | 4,27 |
| DT | 2. Es más fácil trabajar con una planificación mensual. | 4,34 | 0,69 | -1,18 | 4,20 | 4,22 | 4,47 |
| DA | 3. Identifico y busco aliarme a asociaciones en redes. | 4,50 | 0,60 | -1,02 | 1,20 | 4,40 | 4,61 |
| DP | 4. Las buenas prácticas son reconocidas en las empresas turísticas de la provincia Santa Elena. | 4,37 | 0,68 | -1,40 | 4,43 | 4,25 | 4,49 |
| DM | 5. Se asegura que los residentes den mayor uso a los bienes locales, productos y servicios. | 4,36 | 0,56 | -0,13 | -0,77 | 4,26 | 4,46 |
| DB | 6. Se asegura que los residentes reciban una parte justa de beneficios económicos del turismo. | 4,22 | 0,67 | -1,10 | 3,93 | 4,10 | 4,33 |
| DN | 7. Conozco las necesidades, expectativas y satisfacción de los clientes | 4,51 | 0,64 | -1,71 | 5,87 | 4,40 | 4,63 |
| DI | 8. Los clientes reciben información completa, transparente y honesta de la oferta comercial | 4,50 | 0,67 | -1,64 | 4,89 | 4,38 | 4,61 |
| DS | 9. Los servicios y actividades turísticas son organizados | 4,42 | 0,58 | -0,65 | 0,89 | 4,31 | 4,52 |
| DO | 10. Las empresas turísticas son muestra de igualdad de oportunidad de trabajo para hombres y mujeres de la comunidad. | 4,06 | 0,77 | -0,76 | 1,24 | 3,93 | 4,20 |

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

La percepción más alta es que los servicios turísticos están bien organizados, al igual que los clientes reciben una información completa, transparente y honesta de toda la oferta comercial que es dada en las empresas.

TABLA 9. BENEFICIOS PERSONALES LOGRADOS COMO EMPRESARIO.

| COD. | Beneficios | Media | Desviación típica | Asimetría | Curtosis | Confianza Inferior | Confianza superior |
|------|---|-------|-------------------|-----------|----------|--------------------|--------------------|
| BI | 1. Garantizar ingresos familiares. | 4,55 | 0,55 | -0,66 | -0,69 | 4,46 | 4,65 |
| BA | 2. Me permite ahorrar. | 4,45 | 0,63 | -1,49 | 5,775 | 4,34 | 4,56 |
| BT | 3. Genero puestos de trabajo para la sociedad. | 4,32 | 0,829 | -1,18 | 0,89 | 4,17 | 4,47 |
| BD | 4. Soy mi propio jefe y me organizo a mi manera. | 4,38 | 0,632 | -0,72 | 0,50 | 4,27 | 4,50 |
| BV | 5. Disfruto de una vida tranquila y feliz según mis preferencias. | 4,50 | 0,58 | -0,63 | -0,58 | 4,39 | 4,60 |

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

El mayor beneficio percibido es que este le garantiza un ingreso de familiares además que mencionan que disfrutan de una vida tranquila y que pueden trabajar en base a sus preferencias

TABLA 10. OBJETIVOS Y MOTIVACIONES EMPRESARIALES

| COD. | Objetivos y motivaciones | Media | Desviación típica | Asimetría | Curtosis | Confianza Inferior | Confianza superior |
|------|---|-------|-------------------|-----------|----------|--------------------|--------------------|
| OMV | 1. Los valores personales (ética y moral) y mi formación profesional me impulsan para trabajar. | 4,38 | 0,738 | -1,486 | 3,53 | 4,25 | 4,51 |
| OMT | 2. Tener mi puesto de trabajo | 4,53 | 0,603 | -0,892 | -0,183 | 4,42 | 4,63 |
| OMS | 3. Incrementar el número de servicios y llegar a más clientes | 4,37 | 0,576 | -0,24 | -0,72 | 4,27 | 4,47 |
| OMN | 4. Los clientes que visitan la provincia Santa Elena solicitan nuestros servicios | 4,52 | 0,630 | -0,962 | -0,12 | 4,41 | 4,63 |
| OMI | 5. Los servicios que ofrecemos son la imagen de la organización de la provincia Santa Elena. | 4,34 | 0,68 | -0,54 | -0,761 | 4,22 | 4,46 |
| OMD | 6. Venta e ingreso de modo continuo (semanalmente, mensualmente, etc.) | 4,46 | 0,58 | -0,50 | -0,70 | 4,36 | 4,57 |
| OMC | 7. Rapidez de cobro (en el momento) | 4,38 | 0,669 | -0,959 | 1,14 | 4,27 | 4,5 |
| OMR | 8. Relaciones personales con los clientes. | 4,47 | 0,617 | -1,15 | 2,31 | 4,36 | 4,58 |
| OMP | 9. Los clientes están dispuestos a pagar un precio elevado. | 4,34 | 0,659 | -0,488 | -0,706 | 4,22 | 4,45 |
| OME | 10. Es un trabajo adecuado. | 4,58 | 0,637 | -1,651 | 3,143 | 4,47 | 4,70 |

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

El principal objetivo que la mayoría estuvo de acuerdo con que trabajar en el área turística es un trabajo adecuado al igual que mencionan que estas empresas obtienen venta e ingreso continuo de productos por parte de los visitantes

TABLA 11. OBSTÁCULOS PARA LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL TURÍSTICA

| COD. | Obstáculos | Media | Desviación típica | Asimetría | Curtosis | Confianza Inferior | Confianza superior |
|-------------|--|--------------|--------------------------|------------------|-----------------|---------------------------|---------------------------|
| OI | 1. Inseguridad en la provincia Santa Elena para trabajar. | 4,49 | 0,630 | -1,035 | 0,97 | 4,38 | 4,60 |
| OV | 2. No se tiene información estadística de visitantes para organizar mejor la empresa. | 4,24 | 1 | -0,479 | 0,01 | 4,12 | 4,36 |
| OC | 3. Los turistas esperan calidad total en los servicios turísticos y no encuentran en la oferta actual. | 4,22 | 0,68 | 0,68 | 0,68 | 4,10 | 4,34 |
| OE | 4. Los graduados en turismo no están seguros de emprender. | 4,45 | 0,588 | -0,52 | -0,641 | 4,34 | 4,55 |
| OD | 5. El desconocimiento de líneas de crédito para emprendimientos turísticos. | 4,44 | 0,665 | -1,115 | 1,478 | 4,32 | 4,56 |

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

El principal obstáculo es la inseguridad en la provincia, también de que los graduados en turismo no están seguros en emprender en servicios vinculados al turismo.

TABLA 12. ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DENTRO DE LA EMPRESA

| COD. | Acciones como gerente | Media | Desviación típica | Asimetría | Curtosis | Confianza Inferior | Confianza superior |
|-------------|---|--------------|--------------------------|------------------|-----------------|---------------------------|---------------------------|
| AE | 1. Otorga beneficios a sus colaboradores de la empresa | 4,40 | 0,71 | -1,86 | 6,81 | 4,27 | 4,53 |
| AT | 2. Contrata a empleados cualificados en su empresa. | 4,46 | 4,46 | -0,15 | -1,28 | 4,36 | 4,55 |
| AG | 3. Identifica claramente los gastos de operación que debe realizar la empresa para evitar desperdicio y despilfarro. | 4,38 | 0,67 | -0,96 | 1,14 | 4,27 | 4,50 |
| AP | 4. Analiza y mantiene los precios de los servicios turísticos pensando en los turistas. | 4,50 | 0,604 | -1,019 | 1,201 | 4,4 | 4,61 |
| AO | 5. Usted tiene la autorización en la empresa de generar los gastos que considera necesarios para la operación diaria. | 4,46 | 0,80 | -2,00 | 5,19 | 4,32 | 4,61 |

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

La acción más destacada es ajustar precios pensando en turistas, seguida de autorizar gastos y dar beneficios.

TABLA 13. ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL HACIA LA COMUNIDAD

| COD. | Acciones con la sociedad | Media | Desviación típica | Asimetría | Curtosis | Confianza Inferior | Confianza superior |
|-------------|---|--------------|--------------------------|------------------|-----------------|---------------------------|---------------------------|
| AR | 1. Reutiliza y recicla los materiales con los que trabaja en su empresa diariamente. | 4,66 | 0,608 | -2,512 | 10 | 4,77 | 4,56 |
| AA | 2. Adquiere productos nacionales y locales para su empresa. | 4,56 | 0,734 | -1,952 | 4,596 | 4,43 | 4,69 |
| AU | 3. Ahorra energía y controla el uso de dispositivos que emplea en su empresa. | 4,50 | 0,758 | -1,793 | 3,343 | 4,36 | 4,63 |
| AI | 4. Las utilidades que genera su empresa reinvertida en la capacitación de sus trabajadores. | 4,33 | 1,022 | -1,388 | 0,797 | 4,15 | 4,51 |
| AB | 5. Las utilidades que genera su empresa reinvertida en el bienestar de sus trabajadores. | 4,17 | 4,17 | -1,232 | 0,473 | 3,97 | 4,36 |

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

La principal acción hacia la comunidad es reutilizar y reciclar materiales, seguida de que estas empresas adquieren productos nacionales como locales para poder ofrecer sus productos.

II.4.3. Procesamiento de datos.

Como menciona Miguel (2021), el tratado de datos por medio en SPSS consiste en una forma que permite organizar, codificar y analizar toda la información que se recolecten en la investigación, con el objetivo de generar resultados estadísticos que sean útiles para la investigación y que puedan ser comprensibles.

En esta investigación se aplicó el software SPSS como herramienta principal de esta investigación para el análisis cuantitativo, debido a su capacidad para facilitar tareas complejas, SPSS es una plataforma robusta que ofrece sus servicios estadísticos.

CAPITULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este capítulo se expondrán los hallazgos derivados de la aplicación de las encuestas, que fueron las herramientas principales para la obtención de los datos cuantitativos, de igual manera, este se desarrolla en analizar detalladamente las respuestas que se obtuvieron, como resultado de poder interpretar los resultados obtenidos en función a todos los objetivos planteados en esta investigación. Este capítulo no solo tiende a presentar los resultados de manera estructurada, sino que también busca examinar las tendencias o patrones que se pueden generar al relacionarse las variables, lo cual brindaría una comprensión más deliberada sobre el fenómeno estudiado, siempre bajo el contexto del tema planteado sobre las empresas de alojamiento turístico en la provincia de Santa Elena.

En este capítulo, como ya se mencionó se realizará un análisis de manera más profunda con los datos obtenidos en la investigación realizada, para la verificación y correlación de las respuestas con las variables planteadas en esta investigación para comprobar la conexión y patrones que puedan existir en el comportamiento de las empresas de proveedores en el sector de alojamiento en la provincia de Santa Elena.

Con el análisis realizado se podrá generar la discusión enfocada en los factores que permiten que las empresas apliquen o no la RS teniendo en cuenta su desempeño y sostenibilidad aplicada en sus actividades o servicios, siendo una fuente de verificación de esta discusión los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, de manera en que se pueda entender las problemáticas y oportunidad que puedan existir en este sector.

III.1. Análisis de datos cuantitativos

TABLA 14. EDAD

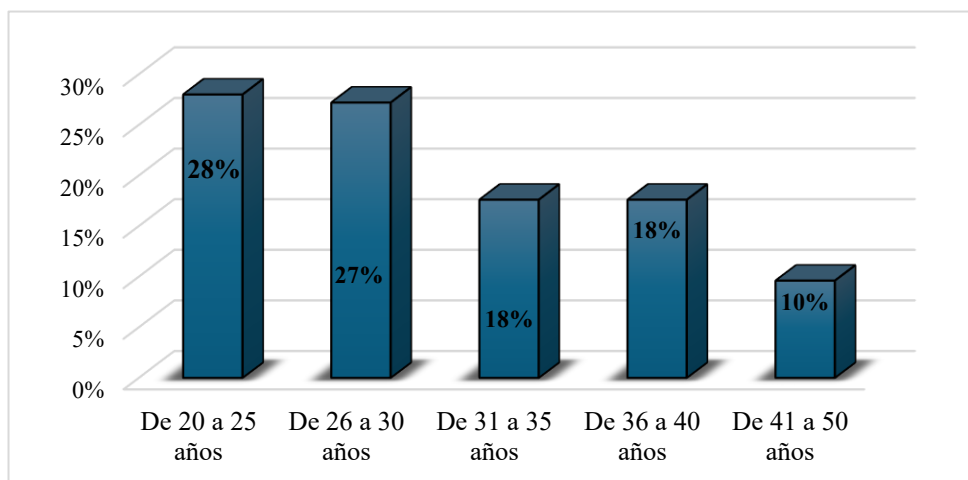
| Respuesta | Porcentaje |
|-----------------|------------|
| De 20 a 25 años | 28% |
| De 26 a 30 años | 27% |
| De 31 a 35 años | 18% |
| De 36 a 40 años | 18% |
| De 41 a 50 años | 10% |

Fuente: Encuesta a los proveedores de las empresas de alojamiento turístico.

Elaborado por: Andy Pozo (2025)

ILUSTRACIÓN 1. EDAD

Fuente: Encuesta a los proveedores de las empresas de alojamiento turístico.



Elaborado por: Andy Pozo (2025)

La mayor afluencia de personal que tienen las empresas de proveedoras de productos a alojamientos es de 20 a 30 años ya que las gráficas de entre 20 a 25 años y de 26 a 30 años son muy similares dando a entender la igualdad que tienen estas

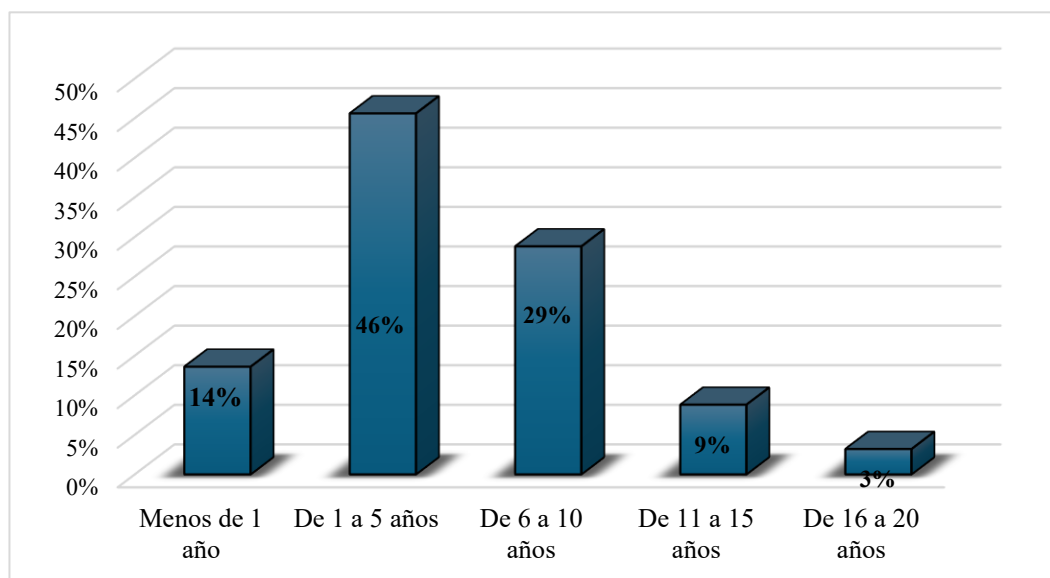
TABLA 15. AÑOS DE SERVICIO EN LA ACTIVIDAD

| Respuesta | Porcentaje |
|------------------|-------------------|
| Menos de 1 año | 14% |
| De 1 a 5 años | 46% |
| De 6 a 10 años | 29% |
| De 11 a 15 años | 9% |
| De 16 a 20 años | 3% |

Fuente: Encuesta a los proveedores de las empresas de alojamiento turístico.

Elaborado por: Andy Pozo (2025)

ILUSTRACIÓN 2. AÑOS DE SERVICIO EN LA ACTIVIDAD



Fuente: Encuesta a los proveedores de las empresas de alojamiento turístico.

Elaborado por: Andy Pozo (2025)

La mayoría de los empleadores que tienen las empresas de proveedores tiene entre 1 a 5 años dando a entender que no tienen mucho tiempo trabajando en la prestación de estos servicios, aunque si existen personas que se apasionan por esta actividad teniendo hasta más de 10 años de servicio.

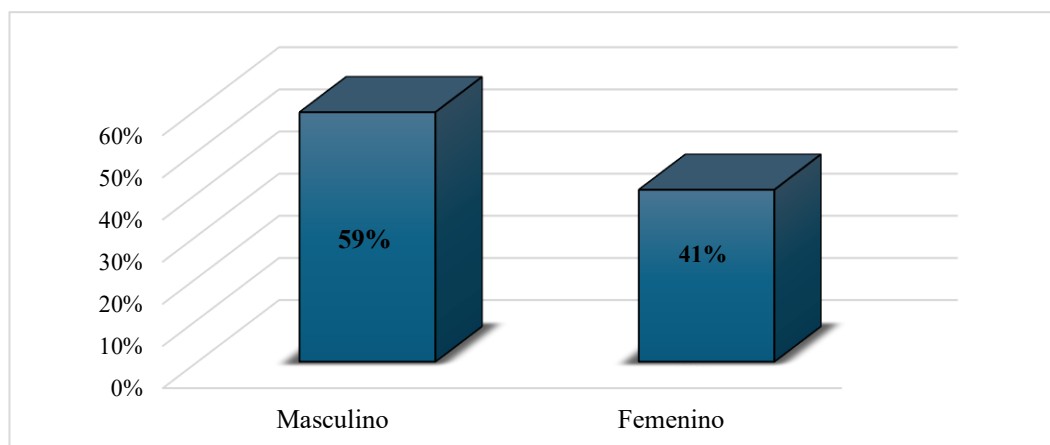
TABLA 16. GENERO

| Respuesta | Porcentaje |
|-----------|------------|
| Masculino | 59% |
| Femenino | 41% |

Fuente: Encuesta a los proveedores de las empresas de alojamiento turístico.

Elaborado por: Andy Pozo (2025)

ILUSTRACIÓN 3. GENERO



Fuente: Encuesta a los proveedores de las empresas de alojamiento turístico.

Elaborado por: Andy Pozo (2025)

En esta representación se puede ver que, si existe una igualdad de trabajadores entre hombre y mujeres en este sector, pero existe una pequeña diferencia a favor de los hombres que se ve reflejada en la ilustración mostrada con anterioridad.

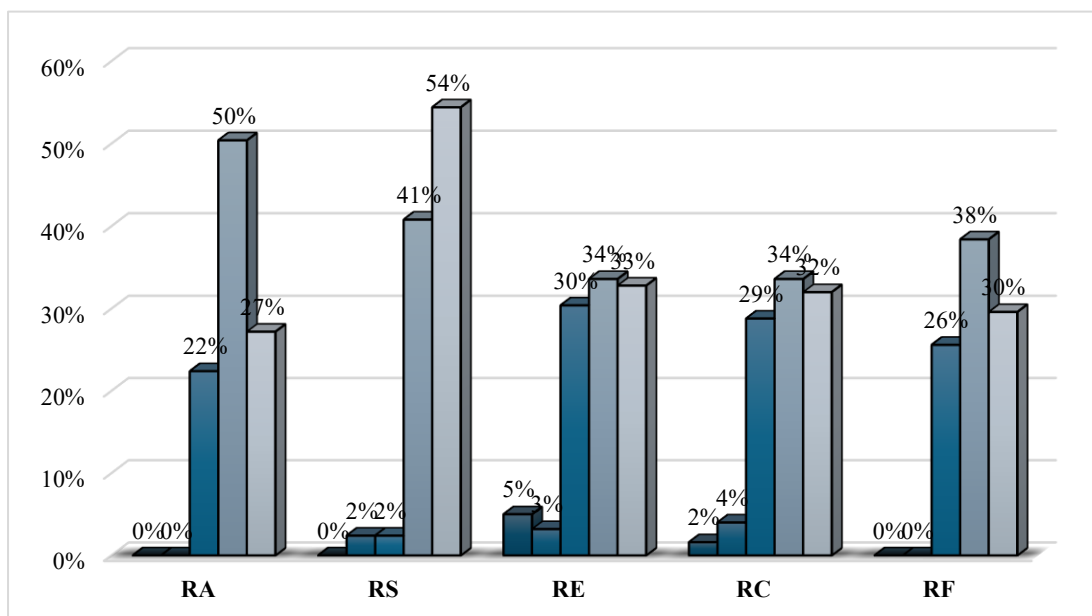
TABLA 17. MOTIVACIÓN PARA SER EMPRESARIO TURÍSTICO

| COD. | Razones | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------|---|----|----|-----|-----|-----|
| RA | 1. La provincia Santa Elena tiene atractivos turísticos que deben ser aprovechados. | 0% | 0% | 22% | 50% | 27% |
| RS | 2. Los turistas solicitan servicios turísticos cuando nos visitan. | 0% | 2% | 2% | 41% | 54% |
| RE | 3. Porque no tengo un empleo fijo. | 5% | 3% | 30% | 34% | 33% |
| RC | 4. Porque he recibido capacitaciones en emprendimiento turístico. | 2% | 4% | 29% | 34% | 32% |
| RF | 5. Porque tengo formación profesional en empresas turísticas. | 3% | 3% | 26% | 38% | 30% |

Fuente: Encuesta a los proveedores de las empresas de alojamiento turístico.

Elaborado por: Andy Pozo (2025)

ILUSTRACIÓN 4. MOTIVACIÓN PARA SER EMPRESARIO TURÍSTICO



Fuente: Encuesta a los proveedores de las empresas de alojamiento turístico.

Elaborado por: Andy Pozo (2025)

En esta variable se puede resaltar que la variable con la codificación “RS” tiene una mayor aceptación dando a entender que los turistas solicitan los servicios turísticos cuando visitan.

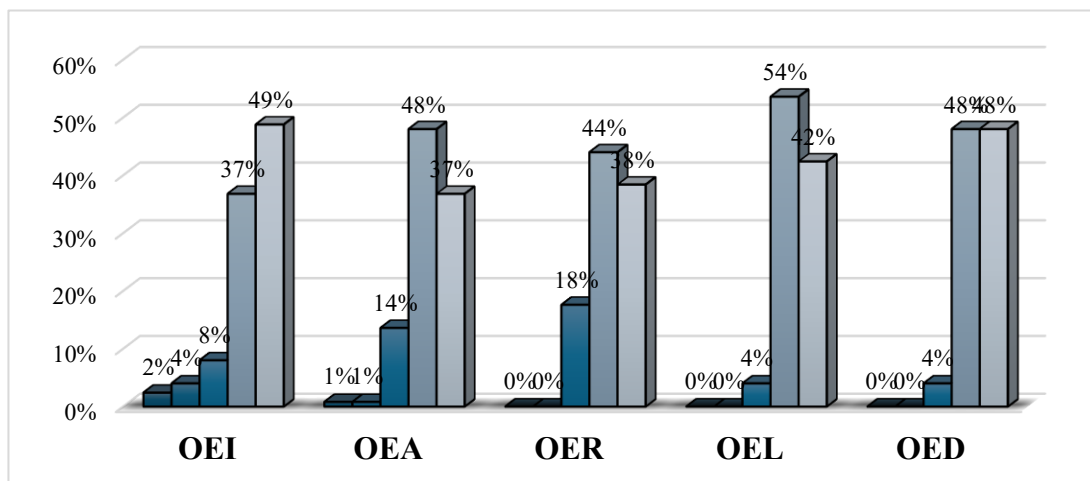
TABLA 18. QUE OBLIGACIONES REALIZA SU EMPRESA TURÍSTICA

| COD. | Razones | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------|--|----|----|-----|-----|-----|
| OEI | 1. Solicitan información a las autoridades locales sobre líneas y facilidades de créditos económicos para emprendimientos. | 2% | 4% | 8% | 37% | 49% |
| OEA | 2. Colaboran en el orden y cuidado ambiental de la comunidad | 1% | 1% | 14% | 48% | 37% |
| OER | 3. Respetan los horarios de atención al público y las actividades permitidas que se pueden realizar | 0% | 0% | 18% | 44% | 38% |
| OEL | 4. Cumplen con permisos legales para poner en marcha su empresa. | 0% | 0% | 4% | 54% | 42% |
| OED | 5. Adquieren y consumen productos propios de la localidad con el propósito de apoyar el desarrollo local. | 0% | 0% | 4% | 48% | 48% |

Fuente: Encuesta a los proveedores de las empresas de alojamiento turístico.

Elaborado por: Andy Pozo (2025)

ILUSTRACIÓN 5. QUE OBLIGACIONES REALIZA SU EMPRESA TURÍSTICA



Fuente: Encuesta a los proveedores de las empresas de alojamiento turístico.

Elaborado por: Andy Pozo (2025)

En el siguiente gráfico se puede mencionar que la variable resaltada es “OEL” el cual se ve una mayor afirmación sobre esta, de esta manera se refleja que la mayoría de las empresas y emprendimientos turísticos cuentan con los permisos legales para realizar las actividades que ofrecen, Carroll (1991) menciona que uno de los componentes esenciales de la RSE es el cumplimiento de las normativas.

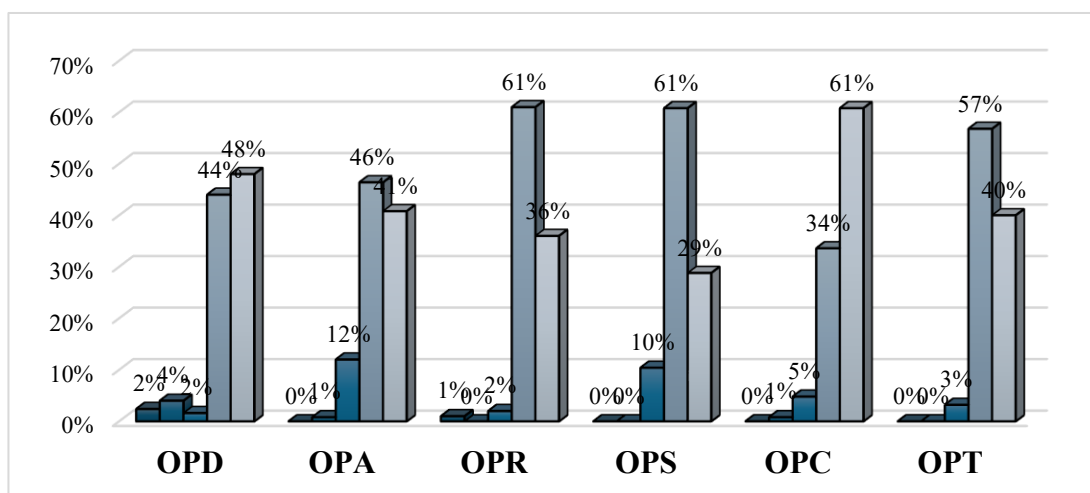
TABLA 19. OBLIGACIONES PERSONALES DE LA EMPRESA TURÍSTICA

| COD. | Razones | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------------|--|----|----|-----|-----|-----|
| OPD | 1. Toman decisiones, participan en procesos, tienen iniciativas relacionadas con el desarrollo turístico, etc. | 2% | 4% | 2% | 44% | 48% |
| OPA | 2. Buscan acceso a buena salud, educación, empleo, salario justo. | 0% | 1% | 12% | 46% | 41% |
| OPR | 3. Conversan con los turistas en un ambiente de respeto. | 1% | 0% | 2% | 61% | 36% |
| OPS | 4. Facilitan el respeto propio, la seguridad, la felicidad | 0% | 0% | 10% | 61% | 29% |
| OPC | 5. Las ganancias adquiridas contribuyen a la calidad de vida y el bienestar | 0% | 1% | 5% | 34% | 61% |
| OPT | 6. Recomiendan actividades turísticas que pueden realizar los turistas | 0% | 0% | 3% | 57% | 40% |

Fuente: Encuesta a los proveedores de las empresas de alojamiento turístico.

Elaborado por: Andy Pozo (2025)

ILUSTRACIÓN 6. OBLIGACIONES PERSONALES DE LA EMPRESA TURÍSTICA



Fuente: Encuesta a los proveedores de las empresas de alojamiento turístico.

Elaborado por: Andy Pozo (2025)

Aquí existen un empate en el tope de afirmaciones, pero el sobre saltante es la variable “OPC” La cual da a entender que una de las mayores obligaciones con aceptación es sobre las ganancias adquiridas deben contribuir a la calidad de vida, Friedman (1970) destaca que con la obligación de una empresa es utilizar los beneficios obtenidos de manera ética y responsable.

TABLA 20. CUANTO ESTÁ DE ACUERDO CON LAS AFIRMACIONES

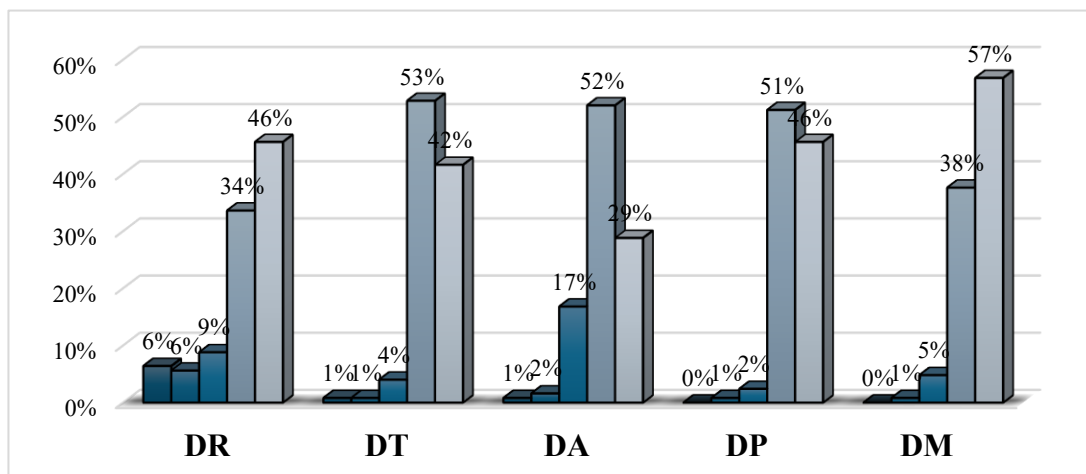
| COD. | Razones | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------|---|----|----|-----|-----|-----|
| DR | 1. Han sido representantes o líderes antes | 6 | 6% | 9% | 34% | 46% |
| DT | 2. Es más fácil trabajar con una planificación mensual | 1% | 1% | 4% | 53% | 42% |
| DA | 3. Identifican y buscan aliarse a asociaciones en redes | 1% | 2% | 17% | 52% | 29% |
| DP | 4. Las buenas prácticas son reconocidas en las empresas turísticas de la provincia Santa Elena. | 0% | 1% | 2% | 51% | 46% |
| DM | 5. Se aseguran de que los residentes den mayor uso a los bienes locales, productos y servicios | 0% | 1% | 5% | 38% | 57% |

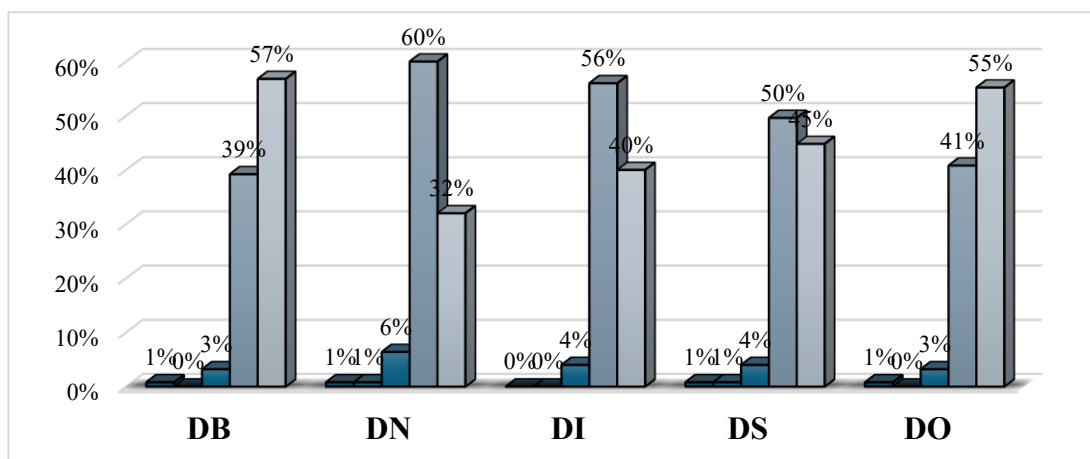
| COD. | Razones | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------|--|----|----|----|-----|-----|
| DB | 6. Se asegura que los residentes reciban una parte justa de beneficios económicos del turismo. | 1% | 0% | 3% | 39% | 57% |
| DN | 7. Conocen las necesidades, expectativas y satisfacción de los clientes | 1% | 1% | 6% | 60% | 32% |
| DI | 8. Los clientes reciben información completa, transparente y honesta de la oferta comercial | 0% | 0% | 4% | 56% | 40% |
| DS | 9. Los servicios y actividades turísticas son organizados | 1% | 1% | 4% | 50% | 45% |
| DO | 10. Las empresas turísticas son muestra de igualdad de oportunidad de trabajo para hombres y mujeres de la comunidad | 1% | 0% | 3% | 41% | 55% |

Fuente: Encuesta a los proveedores de las empresas de alojamiento turístico.

Elaborado por: Andy Pozo (2025)

ILUSTRACIÓN 7. CUANTO ESTÁ DE ACUERDO CON LAS AFIRMACIONES





Fuente: Encuesta a los proveedores de las empresas de alojamiento turístico.

Elaborado por: Andy Pozo (2025)

Por el tamaño del gráfico se dividió en dos pero el análisis será general, y la variable con mayor aceptación es “DN”, la que da a entender que la mayoría de los empresarios y empleadores conocen las expectativas y necesidades de sus clientes, Según la teoría de Friedman (1970), Las empresas deben maximizar sus beneficios, pero esto solo puede suceder si se conoce al cliente, sus expectativas y poder adaptarse a estas, ya sea ofreciendo servicios o productos.

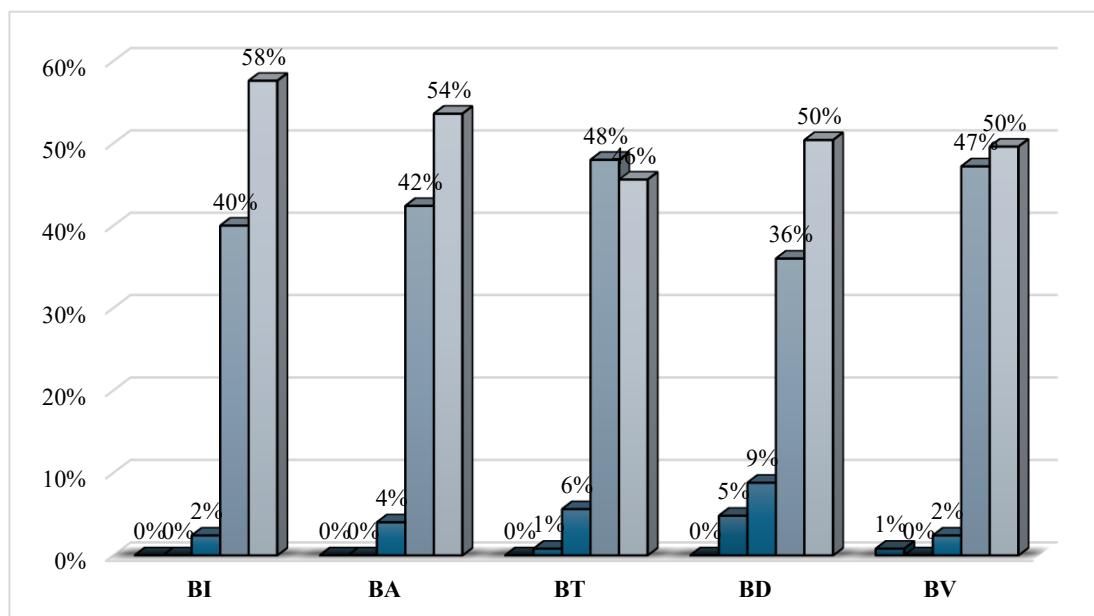
TABLA 21. QUE BENEFICIOS OBTUVO A TRAVÉS DE LA EMPRESA

| COD. | Razones | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------|--|----|----|----|-----|-----|
| BI | 1. Garantizan ingresos familiares | 0% | 0% | 2% | 40% | 58% |
| BA | 2. Les permite ahorrar | 0% | 0% | 4% | 42% | 54% |
| BT | 3. Generan puestos de trabajo para la sociedad | 0% | 1% | 6% | 48% | 46% |
| BD | 4. Son jefes de sus empresas | 0% | 5% | 9% | 39% | 50% |
| BV | 5. Disfrutan de una vida tranquila. | 1% | 0% | 2% | 47% | 50% |

Fuente: Encuesta a los proveedores de las empresas de alojamiento turístico.

Elaborado por: Andy Pozo (2025)

ILUSTRACIÓN 8. QUE BENEFICIOS OBTUVO A TRAVÉS DE LA EMPRESA



Fuente: Encuesta a los proveedores de las empresas de alojamiento turístico.

Elaborado por: Andy Pozo (2025)

En esa variable la codificación más aceptada por los encuestados es “BI”, la cual representa que uno de los beneficios que los empleadores obtienen de las empresas es la garantías que le dan para poder brindar ingresos económicos a sus familias, Como menciona Friedman (1970), el sugiere las empresas al obtener el máximo de sus ganancias.

TABLA 22. OBJETIVOS Y MOTIVACIONES

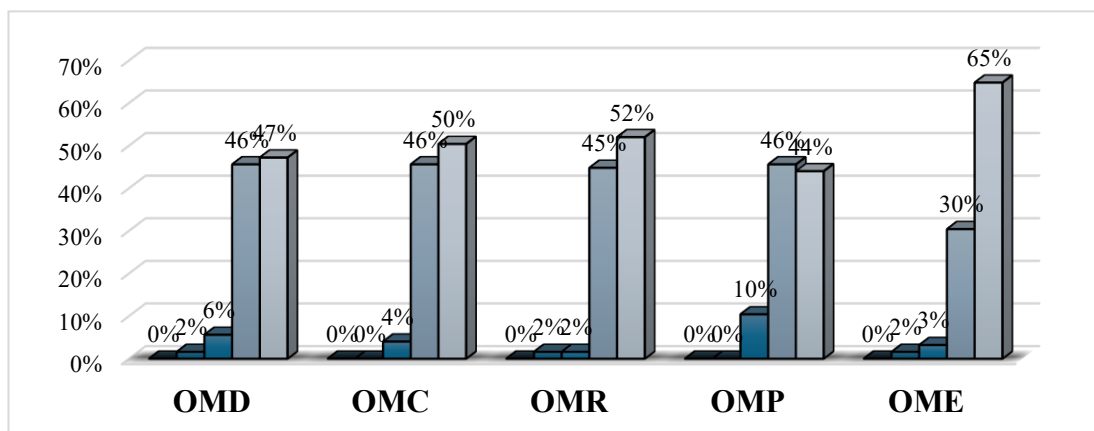
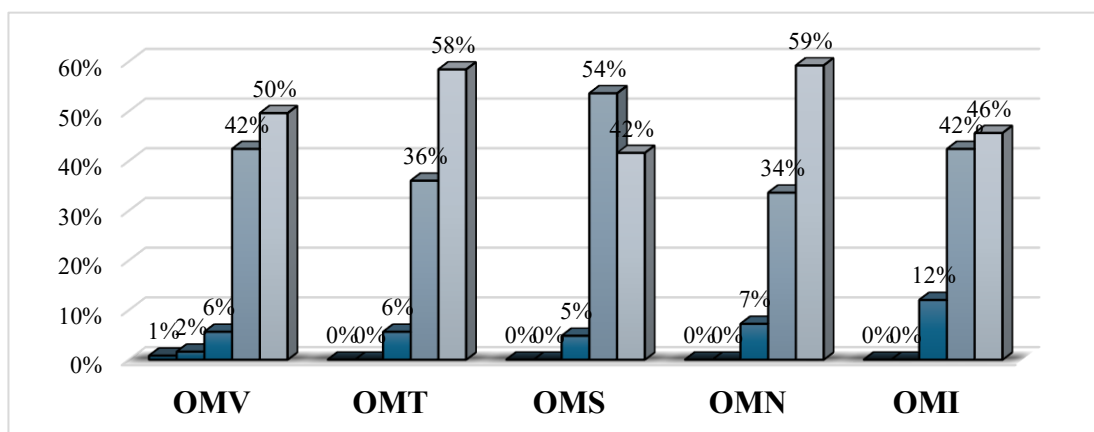
| COD. | Razones | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------|--|----|----|-----|-----|-----|
| OMV | 1. Los valores personales (ética y moral) y formación profesional. | 1% | 2% | 6% | 42% | 50% |
| OMT | 2. Tienen un puesto de trabajo | 0% | 0% | 6% | 36% | 58% |
| OMS | 3. Incrementan el número de servicios para llegar a más clientes | 0% | 0% | 5% | 54% | 42% |
| OMN | 4. Los clientes que visitan la provincia Santa Elena solicitan sus servicios | 0% | 0% | 7% | 34% | 59% |
| OMI | 5. Los servicios que ofrecen son la imagen de la organización de la provincia Santa Elena. | 0% | 0% | 12% | 42% | 46% |

| COD. | Razones | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------------|---|----|-----|----|-----|-----|
| OMD | 6. Tienen venta e ingreso de modo continuo (semanalmente, mensualmente, etc.) | 0% | 1% | 0% | 37% | 62% |
| OMC | 7. Tienen rapidez de cobro (en el momento) | 0% | 2% | 2% | 41% | 54% |
| OMR | 8. Generan relaciones personales con los clientes | 5% | 14% | 7% | 41% | 34% |
| OMP | 9. Los clientes estamos dispuestos a pagar un precio elevado | 1% | 1% | 2% | 53% | 44% |
| OME | 10. Es un trabajo adecuado | 2% | 0% | 4% | 44% | 50% |

Fuente: Encuesta a los proveedores de las empresas de alojamiento turístico.

Elaborado por: Andy Pozo (2025)

ILUSTRACIÓN 9. OBJETIVOS Y MOTIVACIONES



Fuente: Encuesta a los proveedores de las empresas de alojamiento turístico.

Elaborado por: Andy Pozo (2025)

Existe una clara aceptación de la opción “OME, la cual menciona que este es un trabajo adecuado, Vera (2023), resalta que las empresas con RSE y que fueron implementadas exitosamente crean un entorno saludable y adecuado para los trabajadores, lo cual mejora la satisfacción laboral y la motivación de estos.

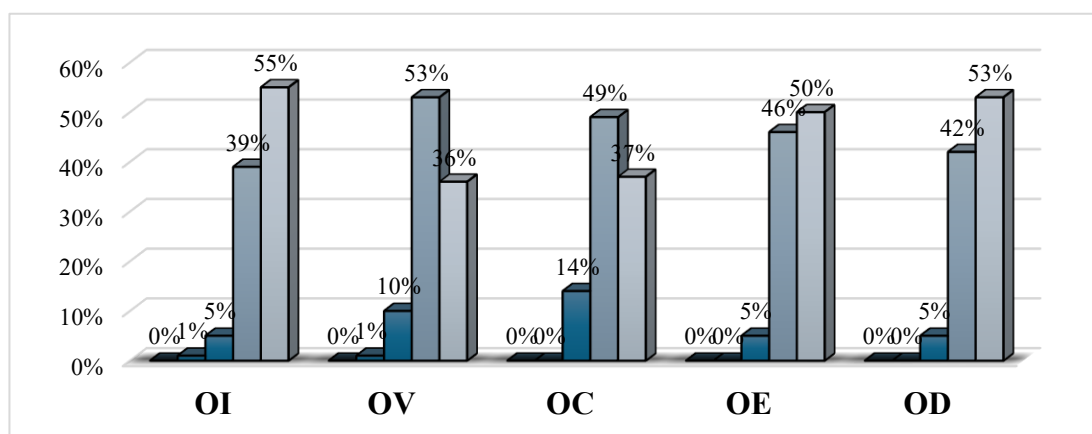
TABLA 23. OBSTÁCULOS PARA SER EMPRESARIO TURÍSTICO

| COD. | Razones | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------|---|----|----|-----|-----|-----|
| OI | 1. Inseguridad en la provincia Santa Elena para trabajar | 0% | 1% | 5% | 39% | 55% |
| OV | 2. No se tiene información estadística de visitantes para organizar mejor la empresa. | 0% | 1% | 10% | 53% | 36% |
| OC | 3. Los turistas esperan calidad total en los servicios turísticos y no encuentran en la oferta actual | 0% | 0% | 14% | 49% | 37% |
| OE | 4. Los graduados en turismo no están seguros de emprender | 0% | 0% | 5% | 46% | 50% |
| OD | 5.El desconocimiento de líneas de crédito para emprendimientos turísticos | 0% | 2% | 5% | 42% | 53% |

Fuente: Encuesta a los proveedores de las empresas de alojamiento turístico.

Elaborado por: Andy Pozo (2025)

ILUSTRACIÓN 10. OBSTÁCULOS PARA SER EMPRESARIO TURÍSTICO



Fuente: Encuesta a los proveedores de las empresas de alojamiento turístico.

Elaborado por: Andy Pozo (2025)

Uno de los mayores obstáculos que resaltan los encuestados es la inseguridad que existe actualmente en el país y en la provincia de Santa Elena para trabajar o emprender, siendo representada por la codificación “OMD”, Gonzabay (2023), refleja

que una empresa, aunque exista la RSE no puede detener la inseguridad y con esto se genera un obstáculo significativo para la inversión empresarial.

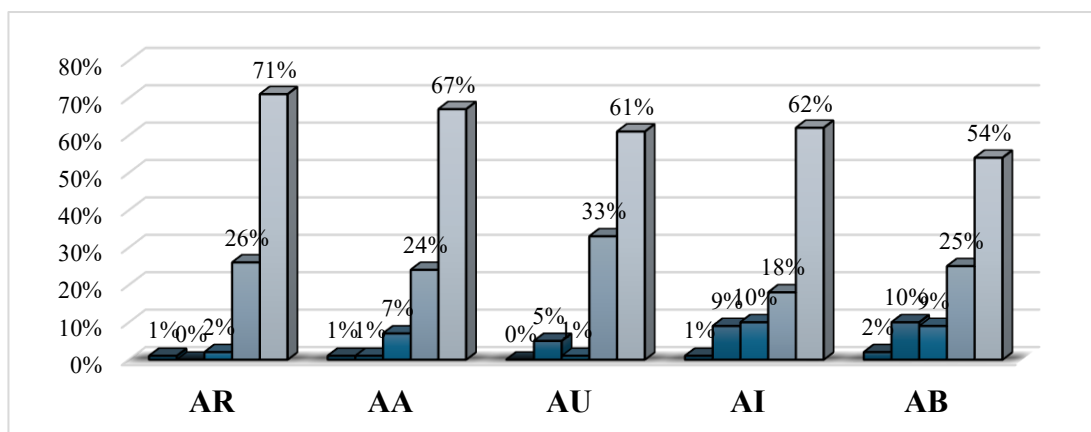
TABLA 24. ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO EMPRESARIO

| COD. | Razones | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------|---|----|-----|-----|-----|-----|
| AR | 1. Reutiliza y recicla los materiales con los que trabaja en su empresa diariamente. | 1% | 0% | 2% | 26% | 71% |
| AA | 2. Adquiere productos nacionales y locales para su empresa. | 1% | 1% | 7% | 24% | 67% |
| AU | 3. Ahorra energía y controla el uso de dispositivos que emplea en su empresa. | 0% | 5% | 2% | 33% | 61% |
| AI | 4. Las utilidades que genera su empresa reinvertida en la capacitación de sus trabajadores. | 1% | 9% | 10% | 18% | 62% |
| AB | 5. Las utilidades que genera su empresa reinvertida en el bienestar de sus trabajadores. | 2% | 10% | 9% | 25% | 54% |

Fuente: Encuesta a los proveedores de las empresas de alojamiento turístico.

Elaborado por: Andy Pozo (2025)

ILUSTRACIÓN 11. ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO EMPRESARIO



Fuente: Encuesta a los proveedores de las empresas de alojamiento turístico.

Elaborado por: Andy Pozo (2025)

Por medio de los encuestados se puede notar que la mayoría de los empleadores de las empresas genera gastos diarios siempre y cuando este sea justificado y requerida para la operación diaria. Gonzabay (2023), refuerza esta afirmación asegurando que una gestión eficiente de los gastos diarios es positiva.

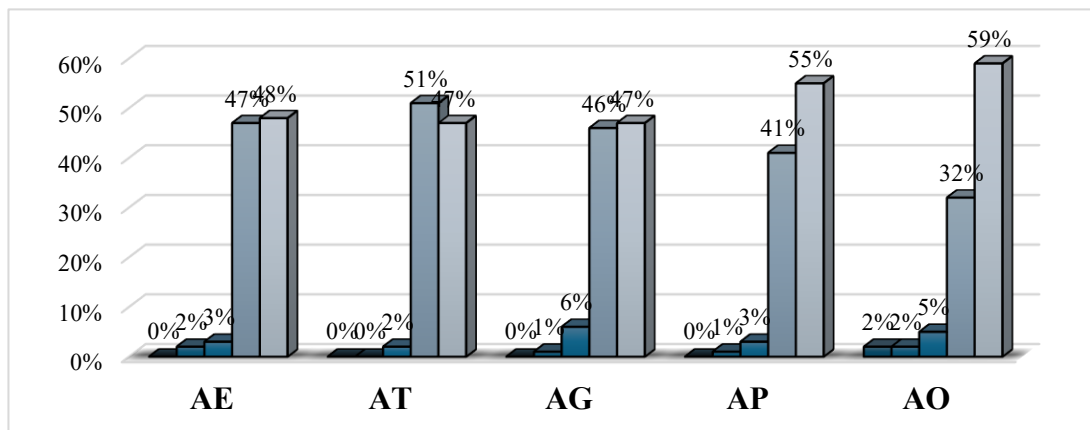
TABLA 25. ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO SOCIEDAD

| COD. | Razones | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------------|---|----------|----------|----------|----------|----------|
| AE | 1. Otorga beneficios a sus colaboradores de la empresa | 0% | 2% | 3% | 47% | 48% |
| AT | 2. Contrata a empleados cualificados en su empresa. | 0% | 0% | 2% | 51% | 47% |
| AG | 3. Identifica claramente los gastos de operación que debe realizar la empresa para evitar desperdicio y despilfarro. | 0% | 2% | 6% | 46% | 47% |
| AP | 4. Analiza y mantiene los precios de los servicios turísticos pensando en los turistas. | 0% | 1% | 3% | 41% | 55% |
| AO | 5. Usted tiene la autorización en la empresa de generar los gastos que considera necesarios para la operación diaria. | 2% | 2% | 5% | 33% | 59% |

Fuente: Encuesta a los proveedores de las empresas de alojamiento turístico.

Elaborado por: Andy Pozo (2025)

ILUSTRACIÓN 12. ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO SOCIEDAD



Fuente: Encuesta a los proveedores de las empresas de alojamiento turístico.

Elaborado por: Andy Pozo (2025)

Por último, en esta variable se puede notar una alta aceptación en todas sus codificaciones, dando por entender que se aplican acciones de RSE, siendo la más aceptada, el reutilizar y reciclar materiales que se emplean en la empresa. Sarabia (2021), afirma que las empresas que aplican RSE se enfocan en la sostenibilidad, de forma adyacente aplicando el reciclaje y la reutilización de los materiales para reducir el impacto ambiental de la empresa.

DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos con el levantamiento de información y uno de los datos más relevantes para esta investigación fue que los empresarios tienden a desenvolverse en el área turística por la existencia de la necesidad de los turistas, ya que estos solicitan los servicios turísticos que se pueden desarrollar en la provincia, dando por igual que el mayor obstáculo para poder emprender es la inseguridad que atraviesa actualmente toda la sociedad en general, lo cual es un impedimento para el desarrollo del mercado en esta área y todo tipo de mercado.

Como señala Friedman (1979), el principal enfoque que existe en la RS es la obtención de beneficios en el sector, por esta razón se deben aplicar servicios de gran demanda y que sean llamativos para los turistas, Aunque Gonzabay (2023), resalta que una empresa no puede desarrollar sus actividades por el obstáculo que genera la inseguridad, y esto se puede ver reflejado en la inversión empresarial, no permitiendo el desarrollo de las empresas y sociedad.

En base a la investigación realizada por Sarabia M. (2021), la cual resalta que es necesario entender la relación que tienen las acciones empresariales, con las dimensiones de RS, de esta manera se puede identificar que aunque las investigaciones son en diferentes sectores, la aplicación de la RS es lo esperado, aplicando la relación que existen entre las siguientes variables importante para el desarrollo de esta investigación, tales como; Las razones, obligaciones, dimensiones, beneficios, objetivos, motivaciones, obstáculos y acciones con las sociedad.

CONCLUSIONES

La presente investigación realizada en la provincia de Santa Elena representó a la recolección de información de gran relevancia sobre la aplicación de la RS en el sector turístico, la cual fue apoyada con base de datos e investigación teórica se detalla la importancia de este trabajo de titulación y la calidad de la aplicación de RS en los proveedores de las empresas de alojamiento, resaltando que este escenario puede mostrar la necesidad de establecer un marco más estructurado que sirva para la aplicación satisfactoria de la RS

De manera que se puede responder a los objetivos planteados en un inicio, a través de la revisión bibliográfica de la RS se logró el planteamiento de las variables necesarias para el desarrollo de la investigación, influyendo en las razones aplicadas, obligaciones y dimensiones que tengan las empresas y beneficios obtenidos, Por último objetivo se logró explicar los resultados obtenidos de esta investigación, la cual evidencia un desarrollo en las motivaciones, obstáculos y acciones que se pueden aplicar y mantener para la obtención de la RS con satisfacción en varios sectores destacando el mercado turístico para la investigación.

Para responder la problemática planteada en la investigación se responden en la siguiente afirmación ¿Cómo influye la responsabilidad social en la calidad del servicio turístico y en la satisfacción de los clientes?, Con los resultados obtenidos se puede explicar que la RS mejora la calidad del servicio al conocer las expectativas y necesidades de los turísticas visitantes, de manera que las empresas se puedan adaptarse.

RECOMENDACIONES

Se recomienda el desarrollo de un marco normativo para la aplicación de RS ya que esta sería beneficiosa para las autoridades tanto locales como para los particulares, ya que, puede servir como base para la mejora de la sostenibilidad en el sector, la aplicación de este marco sería de forma clara y estructurada definiendo las razones y obligaciones de las empresas, para que se entienda la implementación de esta en las empresas turísticas, la cual esta beneficiaría las practicas responsables en la comunidad local.

Además, es necesario fomentar la colaboración de los empresarios que se desarrollan en el sector turístico y de alojamiento para poder compartir conocimientos, estrategias y experiencias que puedan ser beneficiosas para la aplicación de la RS, en el entorno y en el mercado turístico definiendo sus dimensiones, de esta forma se puede generar un ambiente laboral y empresarial agradable para todos los involucrados, aumentando la competitividad del sector sin desmedir los beneficios y los objetivos. Las empresas proveedoras del mercado turístico de alojamiento deben estar conscientes de la importancia de la implementación e integración de la comunidad en las acciones aplicadas por la RS.

Por ultimo las empresas deben adoptar practicas integrando la sostenibilidad en sus actividades ya que esta tiende a ser puesta en obstáculos y las acciones con la sociedad para su posible desarrollo, estas prácticas tienden a enfocarse en lo responsable y sostenible, para mejorar la competitividad del mercado contribuyendo en el desarrollo del sector turístico en la localidad.

BIBLIOGRAFÍAS

Abeal Vázquez, J. P. (2023). Diseño e implementación de un modelo de gestión para empresas turísticas basado en la sostenibilidad y el impacto desde la perspectiva de los stakeholders [Tesis doctoral, Universidad Loyola Andalucía].

Repositorio Institucional de la Universidad Loyola.

<https://repositorio.uloyola.es/handle/20.500.12412/6012>

Aldás Salcedo, R. A. (2022). Responsabilidad social empresarial y ventaja competitiva para American Beverage Company Beveragecom S.A. cantón La Libertad, año 2021 [Trabajo de grado, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. Facultad de Ciencias Administrativas.

ÁngeL, L. K., & Salazar, L. C. D. (2021). Responsabilidad social empresarial: Los inmigrantes, stakeholder de la empresa. *Inciso*, 23(2).

Carrasco, A., & Gutiérrez, M. (2022). Aplicación de herramientas estadísticas para la investigación social. Editorial Alfaomega.

Carrión, J. (2020). Impacto ambiental y social del turismo en la costa ecuatoriana. Universidad Andina Simón Bolívar.

Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39–48. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)

Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research, and practice. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 85–105. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00275.x>

Cifuentes Martínez, W. E., & Bizerra Osorio, I. J. (2022). Creación de valor público: un estudio desde la perspectiva de los stakeholders. *Revista Lasallista de Investigación*, 19(2), 82-100.

Cifuentes, C., & Roa, A. (2021). *Fundamentos de metodología de la investigación científica*. Editorial Aula Magna.

Cinco Días. (2025, 28 de febrero). ¿Están contra las cuerdas las metas climáticas en las empresas? *Cinco Días*.

Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approach* (4th ed.). SAGE Publications.

El País. (2024, 2 de septiembre). Los desafíos reales del capitalismo. *El País*.

Erazo Calvoipiña, R. M. (2020). *Mejora continua en las organizaciones a partir de la satisfacción de los stakeholders internos: Caso Universidad Técnica de Cotopaxi* [Tesis de licenciatura, Universidad Técnica de Cotopaxi]. Repositorio UTC. <https://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/7423>

Fárez Quiñonez, D., Díaz Dávila, E., & Carrasco, C. M. (2023). Análisis de la percepción de los stakeholders turísticos sobre los problemas de inseguridad que afectan la actividad turística en el cantón Cuenca, Ecuador [Tesis de licenciatura, Universidad de Cuenca]. Repositorio de la Universidad de Cuenca. <https://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/43286>

Frederick, W. C. (1960). The growing concern over business responsibility. *California Management Review*, 2(4), 54-61. <https://doi.org/10.2307/41165405>

Friedman, M. (1970). La responsabilidad social de los negocios es aumentar sus ganancias. *New York Times Magazine*.

Friedman, M. (1970, September 13). The social responsibility of business is to increase its profits. *The New York Times Magazine*. <https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html>

Gilli, J. J. (2011). *Ética y empresa: Valores y responsabilidad social en la gestión* (1ª ed.). Granica.

Gonzabay Vera, D. L. (2023). Responsabilidad social en las empresas de hospedaje del cantón La Libertad [Trabajo de grado, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. Facultad de Ciencias Administrativas.

Guerras, L., & Navas, J. (2022). *La Dirección Estratégica de la Empresa. Teoría y aplicaciones*. España: Aranzadi S.A.U.

Gutiérrez Contreras, R. E. (2022). Responsabilidad social empresarial en las Pymes de compra y venta de materiales de construcción en la provincia de Santa Elena año 2021 [Trabajo de grado, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. Instituto de Postgrado.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación (6.ª ed.). McGraw-Hill.

Iglesias, T. I. Y., & Pérez, M. L. (2022). Responsabilidad social empresarial: Enfoque basado en la relación con stakeholders [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte]. Repositorio de la Universidad Privada del Norte. <https://hdl.handle.net/11537/32895>

Kerlinger, F. N. (1986). Foundations of behavioral research. Holt, Rinehart, and Winston.

Leiras, A. (2024). Desafíos y estrategias para el desarrollo de destinos turísticos accesibles: estudio de caso en A Coruña desde la perspectiva de los stakeholders. ROTUR. Revista de ocio y turismo, 18(1), 1-24.

Loor Quimis, S. A. (2025). Responsabilidad social empresarial en la Asociación de Expendedores de Alimentos Preparados 2 de Mayo, cantón Playas, año 2024 [Trabajo de grado, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. Facultad de Ciencias Administrativas.

Marín Tabares, N. (2025). Incidencia de las estrategias ambiental, social y de gobernanza en el desempeño financiero de las empresas del sector cementero.

Mendizábal Bermúdez, G. (2013). Análisis de la responsabilidad empresarial en México de frente a los trabajadores. *Revista latinoamericana de derecho social*, 16, 123-145.

Merejildo Flores, T. I. (2023). Responsabilidad social empresarial en los emprendimientos del cantón Santa Elena, año 2022 [Trabajo de grado, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. Facultad de Ciencias Administrativas.

Miguel, R. (2021). Análisis estadístico en ciencias sociales con SPSS. Ediciones Académicas.

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2022). Código de Buenas Prácticas de Comercio en Ecuador. <https://www.produccion.gob.ec/codigo-buenas-practicas>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2024). Catastro nacional de prestadores de servicios turísticos. <https://servicios.turismo.gob.ec/>

Mogollón, J. O., Andrade, J. M., & Duque, P. (2022). Responsabilidad social empresarial y América Latina: Una revisión de literatura. *Equidad & Desarrollo*, 43, 64–81. <https://doi.org/10.17533/udea.red.95776116009>

Morán Montalvo, C., Rodríguez Valencia, L., Torres Olivo, M., Aguilar Parra, A., & Villalta Borja, M. (2016). Stakeholders, responsabilidad social en Ecuador [Artículo]. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, 3(2), 21-30.

<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/7349/1/UPSE-RCT-2016-Vol.3-No.2-004.pdf>

Moreno, A., Uriarte, L., Miñano, R., & Pérez, D. (2010). Responsabilidad Social Corporativa. Obtenido de edX: https://courses.edx.org/asset-v1:OECx+B1156+1T2015+type@asset+block/Leccion4-_Gesti_n_RSE-V6.pdf

Muela Rabadán, I. (2024). Destinos turísticos inteligentes: Visión de los stakeholders en el ámbito hotelero y educativo [Tesis de grado, Universidad Autónoma de Madrid]. Departamento de Economía Aplicada. <http://hdl.handle.net/10486/714123>

Once Jara, L. I. (2024). Análisis de la distribución del poder entre los actores involucrados en el turismo comunitario: Estudio de caso en la comunidad de Migüir, Cuenca [Tesis de grado, Universidad de Cuenca]. DSpace UCuenca. <https://dspace.ucuenca.edu.ec/items/651570ae-d929-4a13-814e-cd58f9f65b6c>

Organización Internacional de Normalización (ISO). (2010). ISO 26000:2010 Guía sobre responsabilidad social. <https://www.iso.org/standard/42546.html>

Ormaza Andrade, J., Ochoa Crespo, J., Ramírez Valarezo, F., & Quevedo Vázquez, J. (2020). Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI(3), 1-10. Universidad del Zulia.

Peñañiel Saona, M. G. (2025). Responsabilidad social empresarial en los emprendimientos gastronómicos de la zona céntrica del cantón Santa Elena, año 2024 [Trabajo de grado, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. Facultad de Ciencias Administrativas.

Pomares Godínez, A. (2021). Responsabilidad social y la gestión ambiental de la empresa pública Santa Elena EP, año 2020 [Trabajo de grado, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. Instituto de Postgrado.

Quispe, J. (2024). La responsabilidad social empresarial y su incidencia en la sostenibilidad financiera económica de la empresa Hoja Verde R&H EIRL, 2022. UNT: <https://dspace.unitru.edu.pe/server/api/core/bitstreams/8e4cb7fc-3a67-4f06-bb43-4f2d9dfca1a5/content>

Rabechini, R., Abarca, E. A. M., Salcedo, N. U., Saldaña, C. J. P. H., & Paiva, D. C. (2022) <https://doi.org/10.1590/S0034-75902022020606>

Rabechini, R., Abarca, E. A. M., Salcedo, N., Saldanha, C. J. P. H., & Paiva, D. C. (2022). Stakeholder management and project management office: Effect on project results. *Revista de Administração de Empresas*, 62(6), 1-25. <https://doi.org/10.1590/S0034-75902022020606>

Responsabilidad social empresarial de las microempresas de la zona céntrica del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2020.

Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, M. D. P. B. (2014). *Metodología de la investigación* (5.^a ed.). McGraw-Hill Education.

- Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, M. D. P. B. (2014). Metodología de la investigación (5.^a ed.). McGraw-Hill Education.
- Sánchez, A. (2023). La Responsabilidad Social Empresarial en Ecuador. UEES.
- Sarabia Molina, M. Y. (2021). Turismo comunitario y responsabilidad social: aspectos determinantes de la sostenibilidad en las comunidades turísticas del Ecuador. <http://hdl.handle.net/10347/27002>
- Sardon Sanchez, G. M. (2024). Factores que influyen en los stakeholder relacionados a la planificación y formalización de proyectos de inversión de obras de saneamiento.
- Soria, A. (1995). La excepción por actividades comerciales a las inmunidades estatales. Madrid.
- Torres-González, A., Sala, A. G., & Olivé, C. G. A. (2023). Efecto moderador de los stakeholders en los factores para desarrollar las actividades turísticas. Dilemas contemporáneos: Educación, Política y Valores.
- Trujillo, M., Guzmán, A., Guzmán, D., & Rueda, M. (2019). Gestión de grupo de interés estratégicos. Gobierno Corporativo y Empleados. Bogotá: CESA.
- Varela, L., & Márquez, P. (2023). Métodos cuantitativos aplicados con SPSS. Ediciones Universitarias.

APÉNDICES

APÉNDICE 1. EMPRESAS PROVEEDORAS DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.


| Empresa | Dirección | N.º de encuestas |
|---|---|-------------------------|
| Tía – Salinas | Entre Rafael de la Cuadra y, Av. Malecón, Salinas 240209 | 3 |
| Tía – La Libertad | Calderón y 18 de Agosto, La Libertad 240203 | 2 |
| Disensa – Santa Elena | Diagonal al hipermarket, Ballenita, solar 2 mz 27, Santa Elena | 5 |
| Ferretería Zabala – La Libertad | Q3FQ+X84, Av. Séptima, La Libertad | 4 |
| Super Hierro Mejía – La Libertad | Q3FM+4QG, C. 15, La Libertad 240350 | 2 |
| FerreFrank – La Libertad | Av. Eleodoro Solorzano, La Libertad 240350, Av. Eleodoro Solorzano | 2 |
| Omnisariato – Santa Elena | Manglaralto, calle Guayaquil y, C. 10 de Agosto, Santa Elena 170136 | 3 |
| Pintura Solis – La Libertad | A vei 10 929, La Libertad | 4 |
| Seatec S.A – La Libertad | Av. Doceava, La Libertad | 5 |
| Ferroceramica – Salinas | Q3FM+4MM, La Libertad, Salinas | 3 |
| Ferreteria Regalo de Dios – La libertad | Avenida 18 Y Calle 41 Cdla. Gral.Enrique Gallo, La Libertad | 4 |
| Ferreteria Villon – Santa Elena | C. 9 de Octubre, Santa Elena | 4 |
| Ferrenova 2 – Salinas | Q3FM+4MM, La Libertad, Salinas | 2 |
| Ferreteria Pilay – La Libertad | Avenida 27 Y Calle 13, La Libertad | 3 |

| | | |
|--|--|---|
| Ferreteria Kevin – La Libertad | Q3CR+GC2, C. 20-A, La Libertad | 2 |
| Ferreteria Mejia – La Libertad | La Libertad | 4 |
| Ferreteria Ortega – La Libertad | Q3CR+G9V, Av. Doceava, La Libertad | 2 |
| Mega Acero Solis S.A. – La Libertad | La Libertad | 3 |
| Perniacero Herramientas – La Libertad | Q3CV+J27, Av. Doceava entre calle 21 y 22, La Libertad | 4 |
| El mundo del perno – La Libertad | Av. Eleodoro Solorzano, La Libertad 240202 | 3 |
| Centro Ferretero Econova - La libertad | 2°13'30.2"S 80°51'23.5"W | 4 |
| Tuti – La Libertad | Av. 9, entre y 23, La Libertad | 2 |
| Tuti – Salinas | Q3J3+Q4P, Avenida Eleodoro Solorzano, Salinas | 1 |
| Mini – La Libertad | Av. 50 e/c 16 y 16A La Libertad, 240202 | 3 |
| Mini – Salinas | Av. Carlos Espinoza Larrea, Salinas | 2 |
| Corelma – La Libertad | Av. 7ma entre calles 24 y 25, La Libertad 240250 | 4 |
| Ferreteria Neira | Av. Eleodoro Solorzano, La Libertad 240350 | 2 |
| Ferrisariato | En hipermarket Ballenita y La Libertad | 3 |
| Supermaxi – Salinas | Floresta R1 Vía principal a Salinas, Salinas | 5 |
| Proquim APV | Detrás De Servientrega, Barrio Puerto Rico, La Libertad 240350 | 3 |
| Químicos Guerrero (productos químicos de limpieza) | Q37Q+7XP, 11 de Diciembre, La Libertad | 3 |

| | | |
|-------------------------------|--|-----|
| Mi comisariato – Santa Elena | Q4QJ+JH6, Ballenita 240103 | 4 |
| TecniCompu | La Libertad 240150 | 2 |
| El Baraton | Q48J+6RM, Santa Elena | 2 |
| El palacio del fomix | Q3HQ+2Q8, C. Guayaquil, La Libertad | 2 |
| Papeleria Amazonas | Avda 4ta y Calle 18 Esquina Barrio Kennedy, La Libertad | 1 |
| Papeleria y Bazar la libertad | Q39Q+VFH, A vei 16, La Libertad | 2 |
| Librería libertad 2 | Q4CV+RVJ, Santa Elena | 1 |
| Juan Marcet | C. C. El Paseo Shopping Local #50, Libertad | 1 |
| MultiPapel | CC PASEO SHOPPING Local 80, Avenida 12, La Libertad 090313 | 2 |
| Comercial Aguilar | Q4CR+XCW, Santa Elena | 1 |
| Papelosa | Q3HQ+4PH, La Libertad | 1 |
| Papeleria la Libertad | Av. 11 AVA, La Libertad 240203 | 1 |
| Electronica Alcivar | Santa Elena 240150 | 2 |
| Soluciones Tecnologicas | BARRIO ABDON CALDERON, La Libertad 240202 | 1 |
| Novicompu La Libertad | REFERENCIA: junto al "óptica sos, av. 9 de octubre entre calles robles bodero y guayaquil, la libertad | 2 |
| Intel Core | Q3GP+63R, La Libertad | 4 |
| Total: | | 125 |

Fuente: Elaboración propia y consulta directa

APÉNDICE 2 CUESTIONARIO

| | | | |
|---|--|---|----|
|  | | Objetivo: Determinar las acciones de responsabilidad social que tienen los empresarios turísticos en la provincia Santa Elena. | |
| Datos generales: | | | Nº |
| Edad: | Años de servicio: | Género: | |
| <input type="checkbox"/> De 20 a 25 años. <input type="checkbox"/> De 26 a 30 años. <input type="checkbox"/> De 31 a 35 años. <input type="checkbox"/> De 36 a 40 años. <input type="checkbox"/> De 41 a 50 años. | <input type="checkbox"/> Menos de 1 año. <input type="checkbox"/> De 1 a 5 años. <input type="checkbox"/> De 6 a 10 años. <input type="checkbox"/> De 11 a 15 años. <input type="checkbox"/> De 16 a 20 año. | <input type="checkbox"/> Masculino. <input type="checkbox"/> Femenino. | |
| <p align="center">Encuesta a empresarios turísticos del cantón Santa Elena respecto a su comportamiento frente a acciones socialmente responsables</p> <p>Buenos días/buenas tardes estimados empresarios. Soy Docente investigadora de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, me encuentro realizando una investigación de responsabilidad social en las empresas turísticas de esta provincia. Agradezco su tiempo destinado para responder 9 preguntas sobre sus empresas. Toda información recabada será totalmente anónima y confidencial, por lo que se pide encarecidamente sea de manera sincera. Muy amables por su atención</p> | | | |

1. ¿Por qué razón usted decidió ser empresario turístico? Por favor, indique el nivel de las siguientes afirmaciones en una escala del 1 al 5, donde: 1 significa sin influencia, 2 poca influencia, 3 moderadamente influyente, 4 influyente y 5 muy influyente.

| Cod. | RAZONES | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------|--|---|---|---|---|---|
| RA | 1. La provincia Santa Elena tiene atractivos turísticos que deben ser aprovechados | | | | | |
| RS | 2. Los turistas solicitan servicios turísticos cuando nos visitan | | | | | |
| RE | 3. Porque no tengo un empleo fijo | | | | | |
| RC | 4. Porque he recibido capacitaciones en emprendimiento turístico | | | | | |
| RF | 5. Porque tengo formación profesional en empresas turísticas | | | | | |

2. ¿Qué obligaciones realiza como parte de su empresa turística? Por favor, indique el nivel de las siguientes afirmaciones en una escala del 1 al 5, donde: 1 significa totalmente en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 ni en desacuerdo ni de acuerdo, 4 de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo

| Cod. | OBLIGACIONES QUE REALIZA | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------|---|---|---|---|---|---|
| OEI | 1. Solicito información a las autoridades locales sobre líneas y facilidades de créditos económicos para emprendimientos. | | | | | |
| OEA | 2. Colaboro en el orden y cuidado ambiental de la comunidad | | | | | |
| OER | 3. Respeto los horarios de atención al público y las actividades permitidas que se pueden realizar | | | | | |
| OEL | 4. Cumplo con permisos legales para poner en marcha mi empresa. | | | | | |

| | | | | | | |
|--|--|----------|----------|----------|----------|----------|
| OED | 5. Adquiero y consumo productos propios de la localidad con el propósito de apoyar el desarrollo local. | | | | | |
| 3. ¿Qué obligaciones personales realiza en su empresa turística? Por favor, indique la frecuencia con la que realiza estas obligaciones en una escala del 1 al 5, donde: 1 significa nunca, 2 rara vez, 3 ocasionalmente, 4 frecuentemente y 5 muy frecuente. | | | | | | |
| Cod. | OBLIGACIONES PERSONALES QUE REALIZA | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| OPD | 1. Me incluyo en la toma de decisiones y participación local en procesos / iniciativas relacionadas con el desarrollo turístico, la planificación, la comercialización, etc. | | | | | |
| OPA | 2. Busco acceso a buena salud, educación, empleo, salario justo. | | | | | |
| OPR | 3. Realizo interacciones turísticas que implica el respeto mutuo. | | | | | |
| OPS | 4. Facilito el respeto propio, la seguridad, la felicidad | | | | | |
| OPC | 5. Las ganancias adquiridas contribuyen a la calidad de vida y el bienestar | | | | | |
| OPT | 6. Recomiendo actividades turísticas que pueden realizar los turistas | | | | | |

| | | | | | | |
|---|--|----------|----------|----------|----------|----------|
| 4. ¿Cuál es su grado de acuerdo con cada una de las afirmaciones? Por favor, califique su nivel en una escala del 1 al 5, donde: 1 significa totalmente en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 ni en desacuerdo ni de acuerdo, 4 de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo. | | | | | | |
| Cod. | DIMENSIONES | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| DR | 1. He sido representante o líder antes | | | | | |
| DT | 2. Es más fácil trabajar con una planificación mensual | | | | | |
| DA | 3. Identifico y busco aliarme a asociaciones en redes | | | | | |
| DP | 4. Las buenas prácticas son reconocidas en las empresas turísticas de la provincia Santa Elena. | | | | | |
| DM | 5. Se asegura que los residentes den mayor uso a los bienes locales, productos y servicios | | | | | |
| DB | 6. Se asegura que los residentes reciban una parte justa de beneficios económicos del turismo. | | | | | |
| DN | 7. Conozco las necesidades, expectativas y satisfacción de los clientes | | | | | |
| DI | 8. Los clientes reciben información completa, transparente y honesta de la oferta comercial | | | | | |
| DS | 9. Los servicios y actividades turísticas son organizados | | | | | |
| DO | 10. Las empresas turísticas son muestra de igualdad de oportunidad de trabajo para hombres y mujeres de la comunidad | | | | | |
| 5. ¿En general, los beneficios que he logrado como individuo a través de la empresa es? Por favor, califique en una escala del 1 al 5, donde: 1 significa ningún beneficio, 2 poco beneficio, 3 medianamente, 4 beneficio positivo y 5 beneficio altamente positivo. | | | | | | |
| Cod. | BENEFICIOS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| BI | 1. Garantizar ingresos familiares | | | | | |
| BA | 2. Me permite ahorrar | | | | | |
| BT | 3. Genero puestos de trabajo para la sociedad | | | | | |

| | | | | | | |
|-----------|---|--|--|--|--|--|
| BD | 4. Soy mi propio jefe y me organizo a mi manera | | | | | |
| BV | 5. Disfruto de una vida tranquila y feliz según mis preferencias. | | | | | |

6. Para la siguiente lista de objetivos y motivaciones. Por favor, califique en una escala del 1 al 5, donde: 1 significa totalmente en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 ni en desacuerdo ni de acuerdo, 4 de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

| Cod. | OBJETIVOS Y MOTIVACIONES | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------------|---|----------|----------|----------|----------|----------|
| OMV | 1. Los valores personales (ética y moral) y mi formación profesional me impulsan para trabajar. | | | | | |
| OMT | 2. Tener mi puesto de trabajo | | | | | |
| OMS | 3. Incrementar el número de servicios y llegar a más clientes | | | | | |
| OMN | 4. Los clientes que visitan la provincia Santa Elena solicitan nuestros servicios | | | | | |
| OMI | 5. Los servicios que ofrecemos son la imagen de la organización de la provincia Santa Elena. | | | | | |
| OMD | 6. Venta e ingreso de modo continuo (semanalmente, mensualmente, etc) | | | | | |
| OMC | 7. Rapidez de cobro (en el momento) | | | | | |
| OMR | 8. Relaciones personales con los clientes | | | | | |
| OMP | 9. Los clientes están dispuestos a pagar un precio elevado | | | | | |
| OME | 10. Es un trabajo adecuado | | | | | |

7. De la siguiente lista de obstáculos, indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones. Donde 1 significa totalmente en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 ni en desacuerdo ni de acuerdo, 4 de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo

| Cod. | OBSTÁCULOS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------------|---|----------|----------|----------|----------|----------|
| OI | 1. Inseguridad en la provincia Santa Elena para trabajar | | | | | |
| OV | 2. No se tiene información estadística de visitantes para organizar mejor la empresa. | | | | | |
| OC | 3. Los turistas esperan calidad total en los servicios turísticos y no encuentran en la oferta actual | | | | | |
| OE | 4. Los graduados en turismo no están seguros de emprender | | | | | |
| OD | 5. El desconocimiento de líneas de crédito para emprendimientos turísticos | | | | | |

8. Qué acciones de responsabilidad social Usted realiza como empresario turístico.

Por favor, califique en una escala del 1 al 5, donde: 1 significa totalmente en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 ni en desacuerdo ni de acuerdo, 4 de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

| Cod. | ACCIONES COMO GERENTE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------------|---|----------|----------|----------|----------|----------|
| AE | 1. Otorga beneficios a sus colaboradores de la empresa | | | | | |
| AT | 2. Contrata a empleados cualificados en su empresa. | | | | | |
| AG | 3. Identifica claramente los gastos de operación que debe realizar la empresa para evitar desperdicio y despilfarro. | | | | | |
| AP | 4. Analiza y mantiene los precios de los servicios turísticos pensando en los turistas. | | | | | |
| AO | 5. Usted tiene la autorización en la empresa de generar los gastos que considera necesarios para la operación diaria. | | | | | |

APÉNDICE 3 OFICIO DE RESPALDO DEL MINTUR 2025



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE TURISMO

OFICIO N° 30-MYSM-2025
La Libertad 31 de marzo del 2025

Lcdo.
Carlos Tomalá Orrala
RESPONSABLE DE LA OFICINA TÉCNICA
MINTUR-SANTA ELENA
En su despacho.-

Reciba un cordial saludo y éxitos en sus funciones.

Yo Myriam Yolanda Sarabia Molina docente investigadora de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, me encuentro realizando el proyecto titulado: La responsabilidad social de los stakeholders en empresas turísticas de Santa Elena-Ecuador. Cuyo objetivo es: evaluar las acciones y dimensiones de responsabilidad social desempeñadas por los stakeholders en empresas turísticas de la provincia de Santa Elena.

Dicho proyecto se encuentra en la segunda etapa que corresponde a la metodología cuantitativa, por lo que se debe aplicar encuestas estructuradas y es el motivo por el cual solicito a Usted muy comedidamente sea el portavoz y vínculo con las empresas de alojamiento y de operación e intermediación turística de la provincia Santa Elena registrada en el catastro MINTUR 2025, desde luego que la información que se recabe es estrictamente confidencial y de interés únicamente para el mencionado proyecto.

Con este antecedente solicito además la apertura para que un estudiante de octavo semestre de la carrera de turismo que se encuentra realizando su informe de investigación, pueda generar 125 encuestas en empresas de alojamiento y de operación e intermediación turística de la provincia Santa Elena turística desde el 01 de abril al 11 de mayo del 2025.

Particular que comunico para los fines pertinentes.

Atentamente

PhD. Myriam Sarabia Molina, MSc.

Docente de la carrera de Turismo

Directora proyecto de investigación

Adjunto la encuesta



APÉNDICE 4 EVIDENCIAS DEL LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN

Fotografía 1.



Aplicando el instrumentó elaborado

Fotografía 2.



Aplicando el instrumentó elaborado

Fotografía 3.



Aplicando el instrumentó elaborado

Fotografía 4.



Primera salida de aplicación del instrumentó