



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LOS HOTELES DEL
MALECÓN CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2024**

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR:

Denisse Samira Yagual Espinoza

LA LIBERTAD – ECUADOR

2024

Aprobación del profesor tutor

En mi calidad de Profesor Tutor del trabajo de titulación, **“Responsabilidad social empresarial en los hoteles del malecón cantón Salinas, provincia de Santa Elena, año 2024”**., elaborado por el Srta. **Denisse Samira Yagual Espinoza**, egresada de la Carrera de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de **Licenciada en Administración de Empresas**, 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,

Ing. Libbi Caamaño López, Mgtr.
Profesor tutor

Autoría del trabajo

El presente Trabajo de Titulación denominado “**Responsabilidad social empresarial en los hoteles del malecón cantón Salinas, provincia de Santa Elena, año 2024**”, constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciada en Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, **Denisse Samira Yagual Espinoza** con cédula de identidad número **2450407313** 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

Atentamente

.....

Denisse Samira Yagual Espinoza

C.C. No: 2450407313

Dedicatoria

Dedico este trabajo primeramente a Dios que gracias a su gran misericordia me otorgo entendimiento y discernimiento en esta investigación, además a los pilares fundamentales en mi vida, que son mis padres, Paul Yagual y Gisela Espinoza, sin ellos este logro mas no fuera posible.

Yagual Espinoza Denisse Samira

Agradecimiento

Agradezco a Dios por este logro de poder culminar con éxito mi trabajo investigativo, a mis padres y familiares que fueron mi sostén y refugio para continuar mi investigación, a mi docente tutor la Ing. Libi Caamaño López, Mgtr por su guía durante todo este proceso, a mis amigos más cercanos por acompañarme y apoyarme y a las demás personas que me apoyaron durante la realización de esta investigación.

Yagual Espinoza Denisse Samira

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Lic. José Xavier Tomalá Uribe, MSc.
DIRECTOR DE LA CARRERA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Ing. Sabina Villón Perero, Mgtr.
PROFESOR ESPECIALISTA

Ing. Libi Caamaño López, Mgtr.
PROFESOR TUTOR

Ing. Sabina Villón Perero, Mgtr.
PROFESOR GUÍA DE LA UIC

Lic. Julissa González González
SECRETARIA DE LA CARRERA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Índice de contenidos

RESUMEN	14
ABSTRACT	15
INTRODUCCIÓN.....	16
CAPÍTULO I	25
MARCO REFERENCIAL	25
REVISIÓN DE LA LITERATURA	25
DESARROLLO DE TEORÍAS Y CONCEPTOS	32
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE)	32
DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.....	34
Dimensión económica	34
Rentabilidad.	35
Posicionamiento.	35
Competitividad.	36
Dimensión Social	36
Relaciones sociales.	37
Desarrollo personal.....	37
Participación.....	38
Dimensión ambiental.....	38
Prácticas sostenibles.....	39
Gestión de residuos.....	39
Contaminación.....	39
Dimensión ética	40
Transparencia.....	40
Valores.....	41
Compromiso.....	41
Dimensión cultural.....	41
Costumbres.....	42
Cultura organizacional.....	42

Capacitación.....	43
FUNDAMENTOS LEGALES	43
PACTO MUNDIAL DE NACIONES (2000)	43
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (2015).....	44
ISO 26000	45
ISO 14001	45
CRITERIOS GSTC.....	45
CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR	46
EL CÓDIGO ORGÁNICO DE PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES (COPCI)	47
LA LEY DE TURISMO.....	47
EL CÓDIGO ORGÁNICO DEL AMBIENTE	48
<u>CAPÍTULO II</u>	<u>49</u>
<u>METODOLOGÍA</u>	<u>49</u>
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	49
ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	49
MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN	50
POBLACIÓN Y MUESTRA	50
RECOLECCIÓN Y PROCESAMIENTO DE DATOS.....	52
TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	52
ENTREVISTA	52
ENCUESTA	53
VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS.....	53
<u>CAPÍTULO III</u>	<u>55</u>
<u>RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....</u>	<u>55</u>
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS	55
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA	59
ANÁLISIS DE EDAD.....	59
ANÁLISIS DE GENERO	60
ANÁLISIS DE NIVEL DE EDUCACIÓN DE LOS ENCUESTADOS	61

ANÁLISIS DE RENTABILIDAD DE LOS HOTELES	62
ANÁLISIS DE POSICIONAMIENTO DE LOS HOTELES APLICANDO LA RSE.....	64
ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD DE LOS HOTELES SI APLICAN PRÁCTICAS DE RSE	65
ANÁLISIS DE RELACIONES SOCIALES DE LOS HOTELES CON LA COMUNIDAD	66
ANÁLISIS DE DESARROLLO DEL PERSONAL DE LOS HOTELES	68
ANÁLISIS DE PARTICIPACIÓN DE LOS HOTELES CON LA COMUNIDAD	69
ANÁLISIS DE PRÁCTICAS SOSTENIBLES QUE REALIZAN LOS HOTELES	70
ANÁLISIS DE EFECTIVIDAD EN LA GESTIÓN DE RESIDUOS DE LOS HOTELES	72
FIGURA 11 PORCENTAJE DE LA EFECTIVIDAD DE LA GESTIÓN DE RESIDUOS EN LOS HOTELES	72
ANÁLISIS DE REDUCCIÓN DE CONTAMINACIÓN DE LOS HOTELES	73
ANÁLISIS DE TRANSPARENCIA DE LOS HOTELES CON LA COMUNIDAD O EL AMBIENTE	74
ANÁLISIS DE PERCEPCIÓN DE LOS VALORES EN LOS HOTELES	76
ANÁLISIS DE COMPROMISO DE LOS HOTELES EN SUS OPERACIONES	77
ANÁLISIS DE PERCEPCIÓN DE LAS COSTUMBRES QUE PROMUEVEN LOS HOTELES.....	79
ANÁLISIS DE PERCEPCIÓN DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL DE LOS HOTELES	80
ANÁLISIS DE CAPACITACIONES SOBRE LA CULTURA LOCAL DE LOS HOTELES	82
DISCUSIÓN	84
PROPUESTA	87
PLAN DE ACCIÓN DE IMPLEMENTACIÓN DE PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LOS HOTELES DEL MALECÓN CANTÓN SALINAS, AÑO 2024.	87
Antecedentes.....	87
Análisis situacional.....	87
Plan de acción.....	90
Cronograma de plan de acción	93
Diagrama de Grantt	94
Control de desempeño de prácticas de RSE	96
CONCLUSIONES	99
RECOMENDACIONES	101
<u>APÉNDICE</u>	<u>111</u>
APÉNDICE 1 MATRIZ DE CONSISTENCIA	111
APÉNDICE 2 GUÍA DE ENTREVISTA	112
APÉNDICE 3 ENCUESTA	114
APÉNDICE 4 CERTIFICADO DE PLAGIO	118

APÉNDICE 5 CRONOGRAMA.....	119
APÉNDICE 7 BASE DE DATOS DE LA POBLACIÓN.....	121
APÉNDICE 8 CAPTURA DE BASE DE DATOS RECOLECTADOS EN GOOGLE FORMS.....	122
APÉNDICE 9 FOTOS DE ENTREVISTAS.....	123
APÉNDICE 10 FOTOS DE TUTORÍAS.....	124

Índice de tablas

Tabla 1 Lista de hoteles ubicados en el Malecón Salinas.....	50
Tabla 2 Muestra de hoteles y empleados	51
Tabla 3 Edad de los encuestados	59
Tabla 4 Genero de los encuestados.....	60
Tabla 5 Nivel de educación.....	61
Tabla 6 Rentabilidad de los hoteles	62
Tabla 7 Posicionamiento de los hoteles si aplican RSE	64
Tabla 8 Competitividad en los hoteles si aplican RSE.....	65
Tabla 9 Relaciones sociales con la comunidad.....	66
Tabla 10 Desarrollo personal en los hoteles.....	68
Tabla 11 Participación hotelera	69
Tabla 12 practicas sostenibles que se aplican.....	70
Tabla 13 Efectividad de gestión en residuos	72
Tabla 14 Reducción de contaminación	73
Tabla 15 Transparencia en los hoteles	74
Tabla 16 Percepción de valores en los hoteles	76
Tabla 17 Compromiso de los hoteles.....	77
Tabla 18 Costumbres o cultura que promueven los hoteles.....	79
Tabla 19 Cultura Organizacional.....	80
Tabla 20 Capacitaciones sobre la cultura local.....	82
Tabla 21 Matriz FODA.....	89
Tabla 22 Plan de acción.....	92
Tabla 23 Cronograma	93
Tabla 24 Diagrama de Grantt.....	94
Tabla 25 Control de desempeño	96
Tabla 26 Matriz de consistencia	111

Índice de figuras

Figura 1 Porcentaje de edad.....	60
Figura 2 Porcentaje de género.....	61
Figura 3 Nivel de educación de los encuestados	62
Figura 4 Porcentaje de rentabilidad de los hoteles.....	63
Figura 5 Porcentaje del posicionamiento de los hoteles que aplican RSE.....	64
Figura 6 Porcentaje de la competitividad de los hoteles si aplican prácticas de RSE.....	65
Figura 7 Porcentaje de la relación social de los hoteles con la comunidad	67
Figura 8 Porcentaje del desarrollo del personal que ofrecen los hoteles a sus empleados.	68
Figura 9 Porcentaje de la participación de los hoteles con su comunidad.....	69
Figura 10 Porcentaje de prácticas sostenibles y responsables que aplican los hoteles	71
Figura 11 Porcentaje de la efectividad de la gestión de residuos en los hoteles.....	72
Figura 12 Porcentaje de reducción de contaminación por parte de los hoteles.....	73
Figura 13 Porcentaje de transparencia de los hoteles en sus acciones	75
Figura 14 Porcentaje de los valores que deben implementar los hoteles.....	76
Figura 15 Porcentaje del compromiso en las operaciones de los hoteles	78
Figura 16 Porcentaje de la percepción de los hoteles sobre las costumbres en sus huéspedes y empleados.....	79
Figura 17 Porcentaje de la percepción de la cultura organizacional de los hoteles	81
Figura 18 Porcentaje de la percepción de los hoteles sobre el patrimonio cultural local	82

Índice de ilustraciones

Ilustración 1 Lista de hoteles proporcionada por el departamento de Turismo.....	121
Ilustración 2 Formato de encuesta aplicada	122
Ilustración 3 Evidencia de que se completó la encuesta	122
Ilustración 4 Entrevista realizada a la administradora del hotel Riviera del Sol	123
Ilustración 5 Entrevista realizada al administrador del hotel Blue Bay Sr. Nelson Velez	123
Ilustración 6 Entrevista a la administrada Catalina Silva	123
Ilustración 7 Entrevista al dueño y administrador Juan Francisco Fierro.....	123
Ilustración 8 Tutoría del día 12/09/24 para aprobación del tema de tesis.....	124
Ilustración 9 Tutoría del día 16/09/24, revisión del anteproyecto de tesis.....	124
Ilustración 10 Tutoría del día 23/09/24, Revisión del capítulo uno y corrección de revisión de literatura.....	124
Ilustración 11 Ilustración 8 Tutoría del día 19/09/24, Revisión y corrección de matriz de consistencia.	124
Ilustración 12 Tutoría del día 24/10/24, Revisión de la muestra de datos seleccionados en la realización de entrevistas y encuestas.....	124
Ilustración 13 Tutoría del día 14/10/24, Revisión y validación de instrumentos de la muestra seleccionada.	124
Ilustración 14 Tutoría del día 25/11/24, Socialización sobre el plan de acción a implementar como propuesta para las prácticas de RSE.	125
Ilustración 15 Tutoría del día 18/11/24, Revisión de análisis de encuestas realizada a los empleados y ciudadanos de los hoteles ubicados en el malecón de Salinas	125
Ilustración 16 Tutoría del día 11/11/24, Revisión de análisis de entrevista realizada a los administradores de los hoteles seleccionados.	125



Responsabilidad social empresarial en los hoteles del malecón cantón Salinas, provincia de Santa Elena, 2024

Autor:

Yagual Espinoza Denisse Samira

Tutor:

Ing. Libi Caamaño López, Mgtr.

Resumen

La investigación analiza la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en los hoteles del malecón de Salinas, con el objetivo de evaluar su impacto en dimensiones como la ambiental, social, económica, ética y cultural. Se identificó que, aunque algunos hoteles han implementado prácticas relacionadas con el manejo de residuos y el ahorro energético, existe una débil aplicación de la RSE en áreas clave como el compromiso social, ético y cultural. Este problema se relaciona con el desconocimiento sobre los beneficios de la RSE, limitaciones económicas y falta de políticas internas del hotel como de las públicas que impulsan su adopción. La metodología empleada incluyó un enfoque mixto, combinando entrevistas y encuestas a gerentes, empleados y habitantes de la comunidad de Salinas, además de una revisión teórica que permitió contextualizar la situación actual y proponer así una solución. Los resultados indican que los hoteles que aplican prácticas de RSE obtienen ventajas competitivas, como un mejor posicionamiento y mejora su competitividad sobre otros hoteles que no aplican RSE, pero estas acciones no están suficientemente extendidas ni uniformemente desarrolladas por los directivos de los hoteles. Se concluye que la implementación de la RSE no solo mejora la sostenibilidad y la competitividad del sector hotelero, sino que también fomenta un desarrollo equilibrado en la comunidad local, contribuyendo al turismo responsable. No obstante, para lograr un impacto significativo, se recomienda intensificar los esfuerzos en sensibilización, formación y colaboración entre los actores locales, empleados y las autoridades. La adopción efectiva de la RSE garantizará beneficios económicos, sociales y ambientales, fortaleciendo la reputación turística de Salinas y promoviendo su desarrollo sostenible.

Palabras claves: *Responsabilidad social empresarial, Sostenibilidad, Hoteles, Competitividad, Desarrollo comunitario.*



Corporate social responsibility in the hotels on the Malecon canton of Salinas, province of Santa Elena, 2024

Author:

Yagual Espinoza Denisse Samira

Tutor:

Ing. Libi Caamaño López, Mgtr.

Abstract

The research analyzes Corporate Social Responsibility (CSR) in the hotels on the Salinas boardwalk, with the aim of evaluating its impact on dimensions such as the environmental, social, economic, ethical and cultural. It was identified that, although some hotels have implemented practices related to waste management and energy savings, there is a weak application of CSR in key areas such as social and cultural commitment. This problem is related to the lack of knowledge about the benefits of CSR, economic limitations and lack of public policies that promote its adoption. The methodology used included a mixed approach, combining interviews and surveys with managers, employees and residents of the area, as well as a theoretical review that allowed contextualizing the current situation. The results indicate that hotels that apply CSR practices obtain competitive advantages, such as better positioning and greater customer satisfaction, but these actions are not sufficiently widespread or uniformly developed. It is concluded that the implementation of CSR not only improves the sustainability and competitiveness of the hotel sector, but also encourages balanced development in the local community, contributing to responsible tourism. However, to achieve a significant impact, it is recommended to intensify efforts in awareness-raising, training and collaboration between local stakeholders and authorities. The effective adoption of CSR will guarantee economic, social and environmental benefits, strengthening Salinas' tourism reputation and promoting its sustainable development.

Keywords: *Corporate social responsibility, Sustainability, Hotels, Competitiveness, Community development.*

Introducción

Comencemos la investigación con una pregunta ¿está la responsabilidad social empresarial (RSE) presente en las organizaciones? Para tener conocimiento a esta pregunta, una investigación de la revista colombiana de contabilidad nos dice que este concepto ha estado presente en el ámbito organizacional hace décadas según esto, “se evidencia que el inicio de la RSE surgió en el siglo XIX y esta ha ido evolucionando y cambiando por las influencias del entorno, terminando en el siglo XX con el surgimiento de las Pymes y como la implementación de RSE dentro de estas organizaciones ha influido”. (Flórez, 2020, p. 82) Es a través de este dato que se sabe que este concepto ha estado siempre presente en las organizaciones y continúa evolucionando en la actualidad, con el tiempo las organizaciones actuales han venido variando su enfoque hacia un concepto de creación de valor compartido, en el que las empresas no solo son responsables con la sociedad, sino que es un esfuerzo colaborativo entre todos para lograr mejores resultados.

Por esta razón, el concepto se ha transformado en un elemento relevante en la administración corporativa moderna, traspasando de esta manera los límites nacionales para transformarse en una práctica mundial que redefine la relación entre las empresas y su ambiente. En otras palabras, es un compromiso estratégico que viene a voluntad que las organizaciones adquieren para aportar al crecimiento sostenible de su sociedad y su economía, superando las responsabilidades que posee, ya sean legales o fiscales. Sumando el aumento de los problemas ambientales, las disparidades sociales y las variaciones en las preferencias de los consumidores, la Responsabilidad Social Empresarial se utiliza como una opción para orientar las metas de la compañía hacia el bienestar social y la conservación de su ambiente medio. Llegando a lograr resultados positivos con la RSE, es así como las compañías necesitan integrar principios éticos y valores clave en su estructura empresarial.

Para lograr una implementación exitosa de la RSE, las compañías deben integrar sólidos principios éticos y valores fundamentales en la base de su cultura organizacional. Este método no se concentra en simples acciones o proyectos temporales, sino que requiere un compromiso constante y una perspectiva a largo plazo, enfocados en la mejora continua y la creación de impactos positivos duraderos. Esto se alinea con el compromiso ético de las empresas, que es gradual y se logra a través de una serie de pasos que eventualmente se convertirán en patrones de comportamiento ético específicos. La responsabilidad social

empresarial abarca diversas dimensiones como prácticas laborales justas, gestión ambiental responsable, participación comunitaria y gobernanza ética.

Considerando que este concepto es cambiante según el enfoque, la década o la organización, su implementación también varía a lo largo del tiempo y en cada sector industrial, lo que explica por qué su éxito depende del sector específico y las circunstancias enfrentadas. Debido a que la Responsabilidad Social Empresarial se enfoca en iniciativas comerciales que ayudan a la sociedad y engloba diferentes estrategias ligadas a aspectos culturales, solidarios, éticos y de sostenibilidad ambiental. Resulta recomendable que las compañías del sector turístico adopten la RSE, no solo por los beneficios que aportan a la comunidad, sino también por la oportunidad de ventajas para obtener competitividad.

El valor de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) ha venido tomando fuerza debido a su profunda relación con el medio ambiente y la sociedad. Esto se debe a que el sector hotelero hace un efecto negativo considerable en estas áreas, como se pueden observar al ofrecer sus servicios, entre los cuales están: la contaminación atmosférica y acústica, la generación de residuos, la gestión de aguas residuales y el uso del suelo. Por lo cual, en consecuencia, es de vital importancia que las organizaciones hoteleras examinen y adopten prácticas de RSE para poder promover una gestión responsable y sostenible.

Puesto que, se consideran elementos cruciales para el avance del turismo, los hoteles poseen tanto la posibilidad como la obligación de encabezar proyectos que promuevan la sostenibilidad, salvaguarden los ecosistemas locales y optimicen el bienestar de las comunidades que los acogen. A partir de este punto de vista que los lugares turísticos en flor del crecimiento son cada vez más cruciales en tratar de mantener un equilibrio beneficioso entre el crecimiento económico y la conservación del ambiente y cultura local.

En este entorno, el Malecón de Salinas, siendo un lugar turístico muy visitado en nuestra provincia (Santa Elena - Ecuador), cuenta con numerosos hoteles que, la mayoría de ellos, deben seguir una política de responsabilidad impuesta por la gobernanza, aunque no todos la priorizan. Los gerentes de hoteles deben integrar la RSE en su ética empresarial y ponerla en práctica en lugar de simplemente mencionarla en documentos o discursos. La investigación se llevó a cabo debido a esta razón, cubriendo el problema que se menciona a continuación.

Planteamiento del problema.- La responsabilidad social empresarial se ha manifestado como un factor clave para el desarrollo sostenible, que va más allá de ofrecer servicios de calidad que beneficien tanto a la comunidad y el medio ambiente.

En la dinámica actual de la gestión empresarial, el estudio de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en Latinoamérica se encuentra entre uno de los estudios muy peculiar, un estudio reciente destaca que “El alza frente a la introducción de informes de RSE, en los que se evidencia que el número de empresas que presentan el mencionado informe en Latinoamérica se ha cuadruplicado en tan solo cinco años (Mogollón et al., 2022, p. 40), evidenciando la relevancia del enfoque local a las investigaciones sobre prácticas de RSE, en donde los investigadores se limitan a encontrar y solucionar problemáticas con respecto a este tema que está entrando en total relevancia para muchas empresas en América Latina.

En el sector hotelero, la RSE toma una dimensión particular ya que “incide en ser responsable con el medio ambiente, con la sociedad, entorno y el compromiso ético de crear valor con acciones positivas para quienes conforman el entorno hotelero” (Lozano y Galicia, 2020). En esta investigación se recalcó la importancia y las ventajas que conlleva a las organizaciones que desarrollan RSE y que algunas que, no cuentan con procesos responsables con el medio ambiente o acciones de RSE no explotan su potencial para generar valor agregado a la industria hotelera.

En Ecuador, el panorama de la RSE en el sector turístico presenta desafíos significativos. Serrano (2022) señala que la industria turística ecuatoriana, especialmente en el ámbito de alojamiento aún se encuentra en fase de desarrollo, en algunas ciudades con mayor influencia turística, el servicio de alojamiento está bien definido en base a parámetros de calidad y buen servicio. Sin embargo, en Ecuador, el tema de la RSE es nuevo y lamentablemente muchos propietarios no consideran que un plan de RSE pueda otorgar beneficios y mejorar el proceso debido a la carencia de conocimiento al respecto.

Este problema puede manifestarse de forma específica en contextos locales, tal como lo evidencia una investigación llevada a cabo en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, donde “se pudo identificar que la mayor parte de los establecimientos no maneja los procedimientos necesarios, no cuentan con un comité de RSE dentro de la empresa”. (Vera, 2023) Gracias a esta investigación se pudo percibir que la ausencia de prácticas sistemáticas de RSE tales como autoevaluaciones, establecimiento de prioridades y planes estratégicos,

impacta de manera negativa en la reputación del turismo y restringe el potencial de crecimiento sostenible del sector.

Siguiendo bajo estas investigaciones, el estudio sobre “Responsabilidad social empresarial en los hoteles del malecón cantón Salinas, provincia de Santa Elena, año 2024” se toma como un punto a tomar en cuenta en la investigación. Este análisis sugiere explorar el conocimiento y la implementación de la RSE en un sector esencial para la economía a nivel local y nacional. El investigador al centrarse en los hoteles del malecón de Salinas en su estudio aspira no solo el evaluar la situación presente de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, sino que también el ofrecer acciones que orienten a los hoteles la puesta en marcha de estrategias más eficaces y sostenibles en su actividad económica.

Entonces la relevancia de este asunto reside en el potencial para mejorar la competitividad del sector hotelero de Salinas, buscando así alinearse con las tendencias globales de turismo sostenible y responsable. Demostrando que, al estudiar la dimensiones ambientales, sociales, éticas, culturales y económicas de la RSE, esta investigación busca en contribuir significativamente al desarrollo sostenible de la comunidad local y a la preservación de los recursos naturales que son paisajes vistosos para impulsar el atractivo turístico de la región que busca el actual alcalde de Salinas.

Formulación del problema.- La responsabilidad social empresarial (RSE) se vuelve cada vez más relevante para las compañías, dado que potencia su prestigio, disminuye los peligros y potencia la productividad. Sin embargo, los hoteles ubicados cercanos al malecón de Salinas no dan importancia a la implementación de la RSE, lo que está teniendo un impacto negativo en la reputación turística de los balnearios. Por lo tanto, este estudio responderá a la siguiente interrogante:

¿Cuál es el impacto de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en los hoteles del malecón cantón Salinas, provincia de Santa Elena, año 2024?

La sistematización del problema una vez formulado el problema abordar, se derivan las siguientes interrogantes de investigación:

- ¿Qué prácticas sostenibles y responsables (RSE) aplican actualmente en los hoteles del malecón de Salinas?

- ¿Cuáles son los desafíos y beneficios percibidos al adoptar prácticas sostenibles y responsables en los hoteles del malecón de Salinas?
- ¿Cuáles son las prácticas sostenibles y responsables (RSE) que pueden implementar en los hoteles del malecón de Salinas?

El **objetivo general** de la investigación con lo analizado anteriormente. “Analizar el impacto de la Responsabilidad Social Empresarial en los hoteles del malecón cantón Salinas, provincia de Santa Elena, año 2024”.

En base a lo anterior se plantearon los siguientes **objetivos específicos** a alcanzar, los cuales son los pasos por cumplir de la investigación:

- Identificar que practicas sostenibles y responsables aplican actualmente los hoteles en el malecón de Salinas.
- Señalar los desafíos y beneficios percibidos al adoptar prácticas sostenibles y responsables en los hoteles del Malecón de Salinas.
- Establecer las prácticas de sostenibilidad y responsabilidad que pueden implementar los hoteles en el malecón de Salinas.

Este estudio teórico acerca de la Responsabilidad Social Empresarial en los hoteles del malecón en el cantón Salinas se **justifica teóricamente** en la creciente relevancia de este principio en la gestión de empresas contemporáneas, especialmente en el sector turístico. Desde sus inicios en el siglo XIX, la Responsabilidad Social Empresarial ha avanzado hasta convertirse en un elemento crucial de la estrategia corporativa en el siglo XXI, trasciende el mero cumplimiento legal para incorporar un compromiso voluntario con el avance sostenible de la sociedad y la economía.

En el ámbito particular de la industria hotelera, la RSE cobra una relevancia vital debido al efecto considerable que estos establecimientos ejercen en el ambiente natural y social. Como protagonistas fundamentales en el crecimiento turístico, los hoteles poseen la posibilidad y el deber de encabezar proyectos que fomenten la sostenibilidad, salvaguarden los ecosistemas locales y favorezcan el bienestar de las comunidades que los acogen. Esta perspectiva concuerda con la idea planteada por Davis en los años 60, quien sugirió que la responsabilidad de las compañías se determina por su poder e impacto en la sociedad. Aquellas que produzcan un mayor impacto a través de su actividad económica y su proximidad con

determinados grupos de poder, tendrán una mayor responsabilidad social en función de los intereses de la sociedad en general. (Raufflet et al., 2012)

Con lo anterior, debido a que, si los hoteles emplean prácticas sostenibles y responsables, el resultado final es algo así como un “ganar-ganar”. Por un lado, a los hoteles no solo les queda bien, sino que también un desempeño más fuerte en términos de retención y satisfacción de los clientes. De hecho, los consumidores, en general, aprecian más que nunca los esfuerzos sociales y ambientales de los hoteles con las que eligen hospedarse.

Estos argumentos se enfocan en los conceptos propuestos por Porter y Kramer que comenzaron a considerar a la RSE como una ventaja competitiva en relación con las acciones filantrópicas, a esto, Kotler y Lee reafirman este argumento desplegándolo desde dos puntos de vista: mercadológico y mejora de imagen corporativa. (Fernández Alles y Cuadrado Marqués, 2012) Desde el punto de vista del cliente, la percepción del cliente de que un hotel tiene un compromiso con asuntos tales como sostenibilidad y responsabilidad social crea un vínculo más fuerte y lleva a una experiencia positiva y la preferencia por el establecimiento a largo plazo.

A finales de los años 90, la creciente preocupación por la degradación ambiental y las crisis ecológicas, en su mayor parte causadas por la actividad humana y empresarial, provocó la inclusión del discurso ambiental en la teoría administrativa. “Frente a los desafíos ambientales globales, el avance tecnológico y la estrategia empresarial son necesarios, pero hay que integrarlos en un concepto de sustentabilidad desarrollado por la ONU en 1986”, escribe Hart. Así, no solo se atenderían los problemas antes mencionados, sino que se presentaría una oportunidad para el desarrollo de una ventaja competitiva por parte de las empresas, lo cual directamente alinearía los objetivos ambientales a largo plazo con el éxito financiero. Es a partir de este momento que Elkington diseña su modelo conocido como Triple Bottom line (TBL) o la triple cuenta de resultados, el cual, como se mencionó anteriormente, incluye los aspectos económicos y sociales, junto con el ambiental. (Raufflet et al., 2012)

En cuanto a la **justificación práctica** de esta investigación se justifica por su potencial para generar información valiosa que puede conducir a mejoras significativas en el sector hotelero del malecón de Salinas, la comunidad local y las empresas involucradas. El estudio busca identificar las prácticas actuales de RSE en los hoteles de la zona, así como los desafíos

y beneficios percibidos en su implementación. Toda esta información es vital para la creación de las estrategias de gestión hotelera más efectiva y sostenible a nivel local.

En términos de relevancia práctica, la investigación se puede manifestar de la siguiente manera:

- **Competitividad:** Al proporcionar a los hoteles un análisis sobre sus prácticas de RSE, se proporciona información crucial en las posibles áreas de mejora, lo que les ayuda a alinearse con las tendencias globales hacia el turismo sostenible y, por lo tanto, atraen turistas conscientes del medio ambiente.
- **Desarrollo sostenible local:** las prácticas de RSE mejoradas pueden contribuir en gran medida al crecimiento económico, social y ambiental de Salinas, creando una sinergia positiva entre el hotel y su entorno.
- **Sensibilización y educación:** La investigación también puede ayudar a aumentar la conciencia de los propietarios y gestores de hoteles sobre la importancia de la RSE, así como de los principales stakeholders locales, lo que también puede contribuir a una cultura de responsabilidad empresarial más arraigada.
- **Apoyo a la toma de decisiones:** Por último, la información producida se puede utilizar para apoyar a las autoridades locales y a los gremios turísticos para tomar decisiones basadas en la evidencia sobre políticas y regulaciones que fomenten la adopción de prácticas más sostenibles en el sector hotelero.

La **idea por defender** es que la implementación de prácticas de RSE no solo es moralmente correcta, sino también vital para el crecimiento a largo plazo de la industria hotelera y el bienestar de las comunidades locales en lugares turísticos como Salinas. Esto se debe a la necesidad urgente de armonizar las actividades hoteleras con valores éticos, sociales y sostenibles, particularmente en lugares de turismo costero.

La no implementación de prácticas de RSE no solo daña la percepción turística del destino, sino también el nivel de relación con la comunidad local y, finalmente, la imagen proyectada a través de los turistas de los hoteles. Este problema es relevante no solo para el desarrollo sostenible de Salinas, sino que también puede resultar en aprendizajes pertinentes y útiles para otras comunidades turísticas que enfrentan desafíos similares.

Por lo tanto, el propósito de esta investigación es no solo identificar y reconocer las raíces de la no realización de RSE en hoteles del malecón de Salinas, sino proponer soluciones prácticas y aplicables. La idea principal que se quiere defender es que la efectiva implementación de prácticas de RSE no solo es éticamente correcta, sino esencial para la sostenibilidad a largo plazo de la industria turística y el bienestar de la comunidad en destinos turísticos como Salinas.

El **mapeo** del siguiente trabajo de investigación está estructurado de la siguiente manera: una introducción y tres capítulos permitirán analizar la responsabilidad social empresarial de los hoteles del malecón cantón Salinas, el cual se detallará a continuación:

La **introducción**, abarca desde la evolución del concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y su aplicación crítica en el sector hotelero del malecón de Salinas, Ecuador. A medida que continuamos, desentrañamos la evolución del término desde sus raíces históricas hasta su actualidad en importancia, como base fundamental de la estrategia empresarial moderna, en particular en el sector de la hospitalidad.

La introducción presenta cuidadosamente el problema al revelar una brecha significativa entre la teoría y la práctica, un desafío que se convertirá en catalizador a lo largo de esta investigación. Este contraste entre el potencial de la RSE y su implementación actual en Salinas no solo justifica este estudio, sino que también promete descubrimientos intrigantes. Estableciendo un objetivo que se desglosa, Desde la identificación de prácticas actuales hasta la propuesta de implementar nuevas prácticas responsables y sostenibles efectivas a los hoteles, cada paso de esta investigación se diseñó para construir un entendimiento completo y aplicable de la RSE en este contexto único.

En el **capítulo I**, titulado como Marco Referencial, abarca desde la revisión literaria sobre la Responsabilidad Social Empresarial aplicada en el sector hotelero como prácticas responsables y sostenibles que fundamenta nuestra investigación, desde un nivel internacional al nacional para una mejor comprensión. Además, se desarrolla el marco teórico, tejido con los hilos de diversas voces académicas. A través de un análisis meticuloso de libros, artículos y revistas científicas, desglosamos las variables, dimensiones e indicadores clave sobre la RSE. Esta sección no solo proporciona definiciones, sino que también ofrece un diálogo entre diferentes perspectivas teóricas, enriqueciendo nuestra comprensión sobre la RSE en el sector hotelero.

Cerramos este capítulo con un marco legal robusto, que no solo fundamenta esta investigación, sino que también demuestra la viabilidad y relevancia en el contexto regulatorio actual en el país.

Continuando con el **capítulo II**, sirve como brújula metodológica, trazando el camino que seguiremos en la búsqueda de conocimiento. Aquí, desentrañamos el diseño de la investigación, revelando los métodos, técnicas e instrumentos que emplearemos para recopilar información valiosa.

Se presenta con precisión la población de estudio y la muestra seleccionada, justificando cada elección metodológica. Esta sección no solo describe el enfoque, sino que también proporciona una hoja de ruta clara para futuros investigadores que deseen replicar o expandir este estudio.

Para finalizar con el **capítulo III**, en este capítulo final se presenta los resultados obtenidos a través de los instrumentos de recolección de datos, analizándolos con rigor y claridad. Estos hallazgos no son meros datos, sino la base sólida sobre la que cumplimos los objetivos de investigación.

Los descubrimientos obtenidos se someten a un diálogo más amplio a través de una discusión que los contextualiza con la literatura existente. Se compara y contrasta los resultados con estudios previos, artículos y tesis relacionadas, tejiendo los hallazgos en la trama más amplia del conocimiento sobre RSE en hotelería.

Se culmina con conclusiones incisivas y recomendaciones prácticas, cada una cuidadosamente alineada con los objetivos de la investigación. Que será de utilidad para futuras investigaciones y aplicaciones prácticas en el sector hotelero de Salinas.

Capítulo I

Marco Referencial

Revisión de la literatura

La investigación titulada "Responsabilidad social empresarial en los hoteles del malecón cantón Salinas, provincia de Santa Elena año 2024". El tema elegido es cada vez más importante en la industria turística. Ha habido una cantidad significativa de trabajos previos diseñados para explorar la relación entre las prácticas de gestión e instalaciones hoteleras y su responsabilidad social.

Diferentes organizaciones en los ámbitos local, nacional e internacional han dedicado recursos considerables a esta área de estudio. En particular, la revisión de la literatura relevante se basa en los siguientes estudios:

En el artículo científico de Mejía y Ortiz (2020), **sobre *Reflections on Responsible Tourism in the Framework of Social Responsibility (Reflexiones hacia el Turismo Responsable en el Marco de la Responsabilidad Social)***, realizado en Cali/Colombia en el mes de abril, se investigan los elementos fundamentales de la RSE en la industria hotelera, se analiza la relación entre la RSE y la actividad hotelera, se identifican las variables relevantes en el desarrollo de prácticas responsables (económicas, sociales, ambientales) y se exploraron oportunidades para mejorar las prácticas de RSE en la industria hotelera.

El enfoque empleado en esta investigación implicó examinar la literatura pertinente para investigar la relación entre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y la industria hotelera, junto con los factores clave en la adopción de prácticas responsables en dicho sector.

El estudio indica que las acciones de RSE en hotelería influyen en varios aspectos de manera importante. En términos económicos, es importante considerar la generación de puestos de trabajo y los diferentes tipos de contratación disponibles. En la sociedad, se destaca la importancia de aplicar políticas antidiscriminación, el efecto en las comunidades locales y la lucha contra la explotación y el turismo sexual. En lo que respecta al medio ambiente, se nota una prioridad en disminuir la huella ecológica a través de mejoras en la eficiencia operativa.

No obstante, el estudio también muestra obstáculos importantes. Los directivos hoteleros suelen confundir los conceptos de RSE y turismo sostenible. Además, se ha notado que la RSE en el sector hotelero prioriza el aspecto ambiental, especialmente en estrategias de

conservación de recursos como agua e insumos. Esta tendencia es más pronunciada en hoteles de alta gama a nivel internacional.

Una preocupación encontrada es la falta de atención de aparente al impacto en las comunidades locales y los empleados del sector hotelero. Al preferir incorporar por prácticas “ecoeficientes”, llegando así a ofrecer servicios competitivos mientras que reducen poco a poco su impacto ambiental. Sin embargo, esta situación hacia la sostenibilidad ambiental descuida los otros aspectos importantes de la RSE.

Además, señala que si se incorpora acciones de Responsabilidad Social Empresarial en el área hotelera se releva un impacto positivo beneficiando en la lealtad de los consumidores. Aspectos como la imagen y la reputación son clave para la sostenibilidad de la industria, sobre todo en un entorno de fuertes inversiones en el turismo a nivel nacional y regional.

Los últimos resultados, se identifica áreas que para el investigador requieren de una mayor atención que son, el valor de la RSE para provocar decisiones de compra de los clientes, planes de inversión hotelera que tengan impacto positivo en medio ambiente y conciencia de diferentes prácticas sostenibles. Asimismo, se subraya la necesidad de tratar temas tales como la licencia social para operar, la contratación y retención de empleados locales y comunicación efectiva de ese tipo de prácticas RSE.

Llegando a la próxima conclusión: El turismo, en particular la industria de hoteles es un tema complejo que involucra aspectos sociales, culturales y económicos. La RSC en la industria hotelera está relacionada de cerca con la capacidad de desarrollo sostenible.

Señala que la RSE puede ser una tanto una herramienta importante para generar valor en la industria hotelera por que los hoteles tienen un impacto significativo en los ámbitos económico, social y medioambiental de las comunidades locales. A pesar de esto, los hoteles en esta investigación se centran principalmente en la sostenibilidad medioambiental y han prestado menos atención a los impactos en la comunidad local y los empleados. Por lo tanto, destaca que la industria hotelera tiene que pasar de una noción de turismo sostenible a medidas a uno más responsables, prestando así mayor atención a los problemas y prioridades locales, además comunicando claramente sus esfuerzos al respecto. Y concluye señalando que existe una brecha entre el estado actual de la industria y el ideal del turismo responsable.

Según Ruiz et al (2016), en su artículo titulado *Responsabilidad social en el sector hotelero. Análisis de caso en Córdoba (Argentina)*, lo realizo con el objetivo para analizar el grado de aplicación del concepto de responsabilidad social corporativa (RSC) en el sector hotelero, además de poder describir el grado de aplicación de la RSE en la industria hotelera demostrando que su hipótesis de diferencias en la aplicación de la RSE por categoría y por dimensión de la sostenibilidad es correcta.

La metodología que utilizo fue mediante una revisión de literatura en el que describe el estado del arte sobre la aplicación de la responsabilidad social empresarial (RSE) en la industria hotelera, además de la aplicación de una encuesta estructurada en el que analizo el caso específico en la ciudad de Córdoba, Argentina, para así demostrar diferencias en la aplicación de la RSE por categorías y dimensiones.

Para facilitar las comparaciones se agruparon en tres categorías a los hoteles: en inferior (1 y 2 estrellas), en media (3 estrellas) y en superior (4 y 5 estrellas) de los cuales solo respondieron el 50% del total de hoteles, justificándose por falta de tiempo, desconocimiento del tema y poco de interés por parte de los encargados. Se evidencio que en donde se implementan mayormente estrategias o buenas prácticas de RSE, son en los hoteles de categoría media y superior, corroborando así lo dicho en el marco teórico que los hoteles de categoría inferior no aplican estas prácticas por insuficiencia de recursos como: escasez de tiempo para responder o formarse, también de insuficiente recurso financiero para inversiones, entre otros.

Los resultados arrojados demuestran que, si hay diferencias significativas en la implementación de la RSE entre hoteles de diferentes categorías, contradiciendo su hipótesis nula de igualdad entre grupos. A través de diversas variables dependientes como: educación medio ambiental, proyectos sociales, formación a los trabajadores, grado de implementación, comunicación, impactos medioambientales, entre otros. Siendo la variable “grado de implementación” la variable en la que se establecen diferencias significativas en hoteles de categoría superior, mientras “conocimiento de la RSE” no existe una diferencia significativa entre grupos.

Se agrupa las variables en cuatro dimensiones (medioambiental, institucional, social y económica), arrojando que los hoteles de categoría superior son quienes lideran en estas cuatro dimensiones con valores de significación menores a 0,05 reforzando que integran más prácticas de RSE en su gestión. Entre las dimensiones, la medioambiental es la más

implementada con una puntuación media de 1,7, mientras que la social tiene un bajo grado de implementación con un puntaje de 1.

En donde las prácticas de RSE más comunes en la dimensión medioambiental están orientadas hacia el cuidado del medio ambiente, incluyendo acciones como el ahorro de energía, reciclaje, reforestación, zonas libres de humo y cambio de tecnología para reducir consumo. Buscando así, al mismo tiempo, generar beneficios económicos, siendo estas las más atractivas. Por el contrario, se muestra una baja en el desarrollo en la dimensión social e institucional en la implementación de políticas públicas relacionadas con la RSE, con un puntaje de 55,6 % de los hoteles no realizan actuaciones en esta área, lo que pone hace necesario implementar un programa de concientización, información y formación sobre RSE en los hoteles de todas las categorías.

Se evidencia una brecha entre el conocimiento de la RSE y su implementación, donde el 71,9% de los hoteles conocen el concepto y solo un 9,4% lo implementa en su totalidad en sus hoteles, mientras que un 56,3% lo hace de una manera parcial. Evidenciando que, si el concepto de RSE está ganando relevancia en el sector hotelero su aplicación integral en estos aún se encuentra en sus primeras etapas. Pero también se demostró, que, a pesar de la limitada implementación integral de la RSE, un 66,7%, es decir, dos tercios de los hoteles consideran que las prácticas de RSE contribuye a una mejora en la sostenibilidad y competitividad de sus hoteles. Resaltado el nivel de concientización en los beneficios potenciales de la RSE, incluso cuando su aplicación es parcial.

Las conclusiones a las que llego, es que, se muestra diferencias importantes en la implementación de la RSE entre los hoteles de Córdoba, en los hoteles de mayor categoría (4 y 5 estrellas) son los que adoptan más prácticas en diversas dimensiones siendo la dimensión medioambiental la que tiene mayor aplicabilidad debido por los beneficios económicos que trae consigo. A pesar del conocimiento del concepto es conocido, su aplicación sigue siendo aun parcial, sobre todo en hoteles de menor categoría ya sea por falta de recursos financieros para su inversión como por falta de interés. Por lo tanto, los autores resaltan la necesidad de implementar programas de concientización, formación y capacitación con respecto a la responsabilidad social empresarial, también el de promover una adopción más amplia y sistemática, en particular en la dimensión social e institucional en la aplicación de mayores prácticas públicas, ya que hace que los hoteles tomen una concientización del impacto que se realiza hacia su comunidad.

Un artículo científico que se realizó en el año (2022), en Ecuador, por Lazo, con el título: *Responsabilidad social empresarial en alojamientos turísticos en el Ecuador*, de la Universidad técnica de Machala. En el cual se analizó la responsabilidad social empresarial en los alojamientos turísticos de Ecuador. En donde el autor evaluó el nivel de conocimiento, comprensión y aplicación de la RSE en los alojamientos turísticos del país. Además de identificar las principales limitaciones y desafíos que enfrentan las empresas hoteleras en Ecuador para implementar estrategias de RSE, analizando casos específicos de alojamientos turísticos en Ecuador en los cuales se implementan prácticas de RSE, identificando cuáles son esas buenas prácticas y lecciones aprendidas.

En cuanto a su metodología aplicada, se realizó una investigación descriptiva con un enfoque cualitativo. El cual a través de una revisión exhaustiva de literatura especializada en RSE y turismo, con métodos hermenéuticos, analítico-sintético y de revisión bibliográfica. Donde se analizaron fuentes secundarias como artículos científicos, tesis y otros documentos académicos, principalmente de los últimos 5 años.

Los hallazgos indican que la implementación de prácticas y políticas de RSE en el sector hotelero ecuatoriano aún se encuentra, en sus primeros pasos. La investigación muestra que algunas empresas hoteleras en Ecuador están comenzando a aplicar iniciativas de prácticas de RSE, aunque estas son todavía limitadas y se centran mayormente en cuestiones ambientales. Se identifico varios obstáculos o limitaciones, como la escasa interacción entre empresas con sus comunidades, así como la débil participación del gobierno en la promoción de estas iniciativas, el reducido número de empleados en el sector, y la insuficiencia de comprensión sobre los beneficios de la RSE. Sin embargo, en la investigación se mencionaron algunos casos exitosos de hoteles que han implementado prácticas de RSE, como es el caso del hotel Ambato, que ha implementado prácticas adecuadas en el manejo de desechos sólidos como parte de su estrategia de RSE, lo que le llevo a obtener beneficios en términos de sostenibilidad y competitividad.

La investigación llega a la conclusión de que es necesario aumentar la conciencia sobre la importancia de adoptar prácticas de RSE en el sector de alojamiento turístico en Ecuador. En el cual, para alcanzar una implementación efectiva de la RSE en este ámbito, se requieren esfuerzos coordinados. Los autores indicaron que se necesitan más estudios que investigan a fondo el impacto de la RSE en la gestión empresarial y su potencial para impulsar el desarrollo

comunitario y el medio ambiente. Finalmente, se destacó que la aplicación de estrategias de RSE puede beneficiar tanto en términos económicos como de bienestar común.

Para concluir esta revisión literaria, el autor Gómez et al (2024), en su investigación de la gestión, titulado: *La gestión ambiental y su incidencia en la competitividad del sector hotelero del destino turístico Salinas, Santa Elena*, publicada en la revista Sapiencial Technological, tiene como objetivo: analizar como la gestión ambiental incide en la competitividad del sector hotelero del cantón Salinas, provincia de Santa Elena.

En su metodología empleo una variedad de herramientas de gestión estratégica, entre las cuales se aplicaron la Matriz de Perfil Competitivo, la Matriz de Evaluación de Factores Internos, el análisis PEST y la Matriz de Evaluación de Factores Externos. Estos instrumentos se utilizaron de forma integrada, en el cual se apoyó en información recopilada tanto de fuentes primarias como secundarias de información documental.

Los resultados de la Matriz de evaluación de factores internos (MEFI) destaco que las fortalezas superan a las debilidades con una puntuación de 1.15, lo cual refleja que en las pequeñas y medianas empresas hoteleras de Salinas se prioriza la satisfacción del huésped y la rentabilidad, sobre el cuidado y educación ambiental. Debido al incremento de competencia de hoteles informales que operan a unas tarifas más bajas, que complican la situación de los negocios que están formalizados.

Se analizo este contenido en tres factores determinantes en la gestión ambiental de los hoteles en Salinas: desde la perspectiva política tanto la Constitución como el Código orgánico del ambiente, promueve un turismo sostenible que respete el medio ambiente, con leyes que incentivan prácticas de conservación en el sector hotelero. Sin embargo, estas acciones son limitadas, por lo cual se debe fortalecer la capacitación ambiental de la comunidad local para consolidar a salinas como un destino turístico sostenible. En el ámbito económico, revelo que el turismo es el motor para la economía nacional, como cuarto generador de divisas y ofreciendo empleo. Pero debido a la pandemia en 2020 se dejó sin empleo a un 95% de personal en los hoteles. Tras la recuperación post pandemia se abre una oportunidad de impulsar practicas sostenibles, como uso eficiente de recursos y una adecuada gestión de residuos.

Desde la perspectiva social, se tomó al turismo como factor clave en la creación de empleo y reducción de la pobreza. A pesar de esto, se evidenció que la involucración de la comunidad y del sector público en temas de sostenibilidad ambiental es limitado en Salinas,

lo que hace necesario una mayor colaboración de las entidades públicas y privadas en fomentar prácticas ambientales sostenibles. Finalmente, en el ámbito tecnológico, se identificó esfuerzos innovadores como la aplicación de ReciVeci, lo que permite a la población conectarse con recicladores entregando sus residuos, además de campañas de concientización promovidas por el Ministerio de Telecomunicaciones fomentando la protección ambiental en Ecuador.

Con respecto a la evaluación de factores externos (MEFE) se puede denotar que las oportunidades superan a las amenazas con una ponderación de 1.73, en el que se destacan dos oportunidades claves: la disposición de la comunidad para participar en actividades de cuidado ambiental y el creciente interés en hoteles ecológicos. Entre las amenazas que se resaltan en este análisis son las ventas de drogas en las cercanías de los hoteles, que afecta en la percepción de los turistas. Por el cual se propone la creación de gremios ecológicos que promuevan la conservación y preservación del entorno. Lo anteriormente analizado permitió la identificación de 12 factores críticos de éxito, entre los cuales son: realización de buenas prácticas ambientales, uso de luz natural, formación de gremios que impulsen el cuidado ambiental, personal no calificado, carencia de áreas verdes, construcciones hoteleras poco amigables con el ambiente, interés en hoteles ecológicos, reconocimiento para eventos internacionales, capacitaciones de las entidades públicas y deficiencia en la aplicación de ordenanzas; de los cuales fueron ponderados en la matriz del perfil de competitividad, en donde la competitividad del sector hotelero de Salinas denoto una valoración de 1.2, siendo una desventaja frente a destinos como Puerto viejo de Talamanca (3,5) y viña del mar (2,55) con calificaciones superiores.

En conclusión, se determinó que la gestión ambiental está estrechamente relacionada al nivel de competitividad de los pequeños y medianos hoteles en el cantón Salinas. Esta relación no solo se debe por el riesgo de enfrentar sanciones por el incumplimiento de normas legales, que son en si limitadas, sino también por el efecto en sus costos operacionales y en la imagen de estos establecimientos en un mercado turístico costero que depende de la preservación de los recursos naturales. Al usar herramientas como la Matriz de Perfil Competitivo, la Matriz de Evaluación de Factores Internos, el análisis PEST y la Matriz de Evaluación de Factores Externos permite a los tomadores de decisiones en estos hoteles detectar las deficiencias en la gestión ambiental en comparación con su competencia. El cual sirve como base para diseñar un plan estratégico que no solo mejora la competitividad, sino que también refuerza la gobernabilidad de las instituciones públicas a nivel local.

Desarrollo de teorías y conceptos

Responsabilidad social empresarial (RSE)

En la época moderna Howard Bowen, reconocido como “el padre de la Responsabilidad Social Empresarial” (RSE) en el año (1953), inicio los fundamentos de esta práctica de gestión. Fue el pionero en él explorar la interacción entre empresa y la sociedad, y el primero en conceptualizar la RSE, fomentando así su adopción voluntaria entre los empresarios. Su enfoque se orientaba a mitigar problemas económicos a largo plazo, lo cual aumentaba las posibilidades de que la empresa alcanzara sus objetivo o metas. En este sentido, Bowen trazó una guía clara para las organizaciones, proponiendo que los principios de la RSE sirvieran como una herramienta clave para lograr un crecimiento económico sostenible.

En (1979), Carroll, presenta un enfoque completo sobre la Responsabilidad Social Empresarial, señalando que las empresas deben tener en cuenta cuatro dimensiones: económica, legal, ética y el discrecional. Su modelo, frecuentemente representado en forma de pirámide, establece la dimensión económica como la base de su fundamento, dado que el objetivo principal de cualquier empresa es el de generar utilidades o beneficios. Sobre esta base se construye el cumplimiento de las leyes y regulaciones, seguido de la consideración de los aspectos éticos en la toma de decisiones, equilibrando el aspecto social fundada en valores y principios que guiaran a la protección social y ambiental. Finalmente, en la cúspide se encuentra la dimensión discrecional, que abarca las acciones voluntarias que la empresa realiza para contribuir a la sociedad, como donaciones filantrópicas que no aportan ganancias económicas, pero si ganancias competitivas.

Es en la época de 1993, que Drucker predijo que la investigación sobre los grupos de interés se convertiría en un pilar fundamental de la gestión estratégica y la responsabilidad social empresarial (RSE). Esta visión se hizo realidad cuando autores como Donaldson y Preston destacaron la importancia de las relaciones con estos grupos y la necesidad de reconocer su valor intrínseco. De esta manera, la RSE evolucionó hacia una perspectiva que integraba la gestión de las relaciones con los grupos de interés tanto a nivel normativo como operativo. Esta nueva visión fue respaldada por diversas normas y herramientas de gestión que otorgaban un valor igualitario a los grupos de interés internos y externos. (Raufflet et al., 2012)

A finales de la década de los 90, se incorporó relevancia al tema de la crisis ambiental que realizaban especialmente las empresas en sus operaciones hacia el medio ambiente, es en este contexto que se agrega una nueva dimensión a la RSE, que, en conjunto con los aspectos

económico y social mencionado en el concepto anterior vinculados con los grupos de interés, se considera el aspecto ambiental. En este contexto, se introduce el modelo Triple Bottom Line (TBL) propuesto por Elkington en (1999), quien argumenta que: “la justicia social, la prosperidad económica y la calidad ambiental, que constituyen los tres elementos clave de este enfoque, serán los criterios para evaluar el rendimiento corporativo”. (Aragundi et al., 2022) Al implementar este modelo en el ámbito empresarial, se reconoció la necesidad de generar beneficios económicos, en donde al mismo tiempo se buscaba mejorar las relaciones con los grupos de interés (como empleados, clientes, proveedores) y minimizar el impacto ambiental negativo.

En las etapas iniciales de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), el enfoque se limitaba principalmente a las actividades internas de la empresa, tales como las relaciones con empleados y accionistas. No obstante, desde el año 2000, la RSE ha ampliado su alcance para incluir a actores externos, como clientes y proveedores, así como para evaluar los impactos ambientales derivados de las actividades empresariales.

Fernández (2010) describe la Responsabilidad Social corporativa de la siguiente manera:

La responsabilidad social corporativa es fundamentalmente una noción según la cual las empresas deciden voluntariamente contribuir a crear una sociedad mejor y un medioambiente más limpio. Se basa en la idea de que el desempeño global de una compañía debe evaluarse considerando su aportación combinada a la prosperidad económica, la calidad del entorno y el bienestar social de la comunidad en la que se inserta. (p. 17)

De acuerdo con lo anterior, Martínez (2010) conceptualiza en conjunto como:

La habilidad moral y ética que tienen las compañías y sus dirigentes para dar respuesta a los retos que plantea la nueva sociedad globalizada del conocimiento, caracterizada por grandes desequilibrios económicos y sociales, así como por verse amenazada por el calentamiento global. (p. 30)

El Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa presenta una definición ampliamente reconocida de la RSE:

Una visión integral de los negocios que va más allá de la mera búsqueda de beneficios económicos. Las empresas que lo adoptan consideran cuidadosamente el impacto de todas sus actividades en un amplio espectro de partes interesadas: clientes, empleados,

accionistas, comunidades locales, medio ambiente y sociedad en general. Este modelo no solo implica el cumplimiento obligatorio de las leyes nacionales e internacionales en ámbitos sociales, laborales, ambientales y de derechos humanos, sino que también abarca iniciativas voluntarias adicionales. Estas acciones voluntarias están diseñadas para mejorar la calidad de vida de los empleados, beneficiar a las comunidades donde la empresa opera y contribuir positivamente a la sociedad en su conjunto, reflejando un compromiso más profundo con la responsabilidad corporativa y el desarrollo sostenible. (Molina, 2011)

Esta perspectiva, ampliamente aceptada, subraya la importancia de que las empresas asuman un papel activo en la mejora de la calidad de vida de todos los involucrados.

Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial

La industria hotelera, cada vez más atenta a su huella socioambiental, ha empezado a incorporar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el núcleo de sus operaciones. No se está limitando únicamente a ofrecer hospedaje y servicios, sino que los hoteles están adoptando un papel protagónico en la creación de un futuro más sostenible. En este contexto, la RSE en el sector hotelero se expresa a través de diversas dimensiones, que abarca desde la gestión ambiental y la relación con los empleados, hasta el compromiso con la comunidad local y el desarrollo de prácticas éticas en los negocios.

A continuación, se abordarán en detalle estas dimensiones y su relevancia en el contexto actual.

Dimensión económica

La teoría de Friedman (1970) sostiene que “ la única responsabilidad de la empresa consiste en utilizar sus recursos en actividades encaminadas a incrementar los beneficios de los accionistas”. (2014) Sin embargo, Freeman (2004) criticaba esta perspectiva, argumentando que priorizaba la maximización de ganancias para los accionistas y se limitaba a aceptar la responsabilidad legal como el único marco de referencia, lo cual permitió la intervención de otros grupos. Esta visión ignoraba los costos sociales asociados y el valor que los consumidores otorgan a las prácticas responsables.

De acuerdo con Freeman (2004), se puede argumentar “que el objetivo fundamental de las empresas no es la obtención de beneficios para el principal, sino el de alcanzar un equilibrio en el impacto de sus actuaciones con todos sus grupos de interés. Este equilibrio impulsaría

condiciones de perdurabilidad para la empresa en el mediano y largo plazo”. (2014) A partir de esta nueva visión de la responsabilidad social en el ámbito económico que este autor coloca a todos los grupos afectados en el centro de la toma de decisiones empresariales, buscando así un equilibrio que garantice su sostenibilidad a largo plazo.

Por su parte (Muñoz y Zambrano, 2022) nos dice lo siguiente: “la responsabilidad económica obtiene rentabilidad a través de operaciones sostenibles” (p. 16) Esto explica cómo la RSE y la rentabilidad se refuerzan mutuamente. Por ejemplo, al invertir en sostenibilidad, los hoteles pueden mejorar su reputación, lo que a su vez atrae a más clientes dispuestos a pagar un precio premium por servicios responsables.

Rentabilidad. Para De la Hoz et al, (2008) La rentabilidad es un indicador clave que las empresas utilizan para evaluar la eficacia de sus inversiones en un periodo específico. Este concepto mide el beneficio obtenido en relación con los recursos empleados en diversas operaciones comerciales. Además, la rentabilidad puede considerarse como el fruto de las estrategias y decisiones implementadas por el equipo directivo de la organización.

A manera de Santiesteban et al, (2020) la rentabilidad es un concepto que se extiende a cualquier actividad económica donde se invierten recursos, ya sean estos materiales, humanos o financieros, con el propósito de lograr resultados. Este concepto cumple dos funciones principales: Primero, medir la eficiencia, la rentabilidad actúa como un indicador que muestra qué tan eficazmente se está utilizando el capital invertido para generar beneficios en un periodo determinado. En segunda instancia para evaluar la productividad, sirve como una métrica para determinar cuán productivamente se han empleado los recursos financieros durante un intervalo de tiempo específico.

Posicionamiento. Lo planteado por Munuera y Rodríguez (2020) “el posicionamiento centrado en la competencia radica en poner importancia sobre las ventajas que tiene el producto al respecto de sus competidores directos que le proporcionen un punto de referencia que sirva como factor diferenciador para la marca” (p. 7). Este concepto resalta que estas estrategias de posicionamiento no son solo de carácter exclusivo, sino que se presenta en determinadas situaciones competitivas donde un enfoque predomina sobre otro.

El posicionamiento explicado por Ries y Trout (2019) empieza con un producto sea una mercancía o producto o incluso uno mismo, estos autores aclaran que el “posicionamiento no es lo que usted hace con un producto, sino lo que hace con la mente del cliente prospecto” (p. 10), es decir, es la forma que las empresas buscan diferenciarse de su competencia

resaltando sus fortalezas o debilidades y las de sus competidores para así tener un puesto en la mente de sus consumidores restableciendo las conexiones que ya existen en el cliente prospecto.

Competitividad. Ramírez et al. (2020) se refiere a la competitividad como “la habilidad de una entidad para mantener una posición destacada en determinados mercados, que le permita un crecimiento y desarrollo económico y social elevado y sostenido” (p. 47). Además, infieren que una entidad es competitiva cuando sus actividades productivas junto con sus habitantes y organizaciones son innovadoras, emprendedoras eficientes y eficaces teniendo al estado como generador de condiciones óptimas para que las empresas compitan entre sí.

Para referirse a competitividad Díaz et al (2021) en su investigación define a este término como:

La competitividad se muestra como producto de la rivalidad constante entre las empresas del medio y se consigue mediante un proceso de gestión dinámico entre la industria y sus grupos de interés (clientes, proveedores, directivos, acreedores, competidores del mercado) a fin de mostrarse ante la sociedad como un ente capaz de satisfacer las necesidades de sus consumidores mejor que la competencia. (Díaz et al., 2021, p. 147)

Dimensión Social

Desde la década de 1960, ha emergido una mayor conciencia social sobre temas como los derechos civiles, la igualdad de género, la protección ambiental y los derechos del consumidor, lo que ha llevado a una transformación en la percepción del papel que las empresas desempeñan en la sociedad. Esta nueva perspectiva no solo limita la actividad empresarial a sus operaciones internas, sino que también exige que las organizaciones tomen un papel activo en abordar los desafíos sociales más urgentes.

Peter Drucker (2000) destacó “que las empresas deben asumir la responsabilidad por los problemas sociales, convirtiéndose en defensores de la conciencia colectiva y desempeñando un papel crucial en la resolución de estos desafíos”. Esta nueva visión de la responsabilidad social empresarial trasciende las obligaciones tradicionales hacia los empleados y accionistas. Drucker sugirió que las compañías se convirtieran en guardianes de la conciencia colectiva, tomando la iniciativa en la búsqueda de soluciones a los problemas sociales.

Según Prudente (2022), la responsabilidad social empresarial (RSE) se manifiesta principalmente en la forma en que una organización interactúa con la sociedad. Mediante una variedad de programas e iniciativas, las empresas demuestran su compromiso con el bienestar de las comunidades en las que operan, así como al de sus propios empleados, estableciendo lo social como un indicador esencial de su responsabilidad.

Relaciones sociales. Moyano (2014), considera que “una relación social implica la interacción frecuente de dos o más personas a través de la cual se intercambian recursos, habilidades y afectos, que en la que cada miembro encuentra refuerzos para adaptarse al entorno en el que se desenvuelve”. (p. 8) Dentro de la perspectiva social la autora plantea que las relaciones sociales buscan lograr un patrón de interacción que pueda satisfacer tanto las necesidades propias de la empresa y que tengan en a sus grupos de interés.

Hay un aspecto que no se toma relevancia en las empresas y estas son las relaciones sociales:

Al plantar conexiones sólidas con clientes, proveedores y otros empresarios, puedes ganar acceso a nuevas oportunidades, mejorar la visibilidad de tu marca y establecer relaciones perdurables que pueden ser inestimables en momentos de dificultad. Para construir relaciones sociales efectivas, es importante ser auténtico, escuchar activamente y crear valor para los demás. Además, habilidades como la comunicación, la empatía y la confianza son esenciales para construir relaciones duraderas.

(Daza, 2023)

Desarrollo personal. Chappaz (2016) en su investigación define al desarrollo personal como un “proceso que, mediante el conocimiento de sí mismo, conduce a una optimización de las potencialidades y a un aumento de las capacidades, orientado a un objetivo deseado”. En pocas palabras, es el avance potencial que se presenta en el ámbito ya sea personal o laboral de una persona, con el propósito de mejorar sus conocimientos o habilidades e incluso su calidad de vida.

Para Suarez et al (2021) en su informe sobre desarrollo personal y profesional en las organizaciones expone lo siguiente:

El desarrollo personal se efectúa en nosotros mismos o en el equipo de trabajo en el cual se esté desarrollando las capacidades y las decisiones que se tomaran para un óptimo crecimiento y superación personal, esto lo llevan a cabo las empresas para así

sacar el mejor potencial de sus trabajadores para que su organización crezca al igual que sus trabajadores. (p. 2)

Participación. Enciclopedia significados (2024) define a la participación como: “la acción de involucrarse en cualquier tipo de actividad de forma intuitiva o cognitiva”. Donde la participación intuitiva es impulsiva, inmediata y emocional, al contrario, de una participación cognitiva es premeditada y resultante de un proceso de conocimiento previo.

Según Martínez (2022) una definición nodal del concepto de “participación, es el término que describe el proceso de transición de las orientaciones, los intereses y las acciones del ámbito individual al ámbito colectivo”. Es decir, se toma desde un enfoque de participación social, los hoteles ya no solo ven por su beneficio el de generar ingresos para estos, ahora ven desde un panorama más amplio el de velar por el beneficio mutuo hotel-comunidad, que a largo plazo genera grandes ingresos y beneficios para los hoteles.

Dimensión ambiental

En su libro “Cannibals with forks - The triple bottom line of the 21st century”, Elkington aboga por un modelo que permite a las empresas lograr un desarrollo sostenible. El concepto de Triple Resultado (TBL) mide la sostenibilidad empresarial a través de tres dimensiones: la económica, la social y la ambiental. Según Elkintong, la dimensión ambiental “abarca elementos como el uso de los recursos hídricos, materiales y energéticos, la protección a la biodiversidad y a los hábitats naturales, las producciones limpias, entre otros aspectos”. (2018)

De acuerdo con Poveda y Parrales (2018), la responsabilidad ambiental requiere que las empresas reconozcan y asuman las repercusiones de sus actos sobre el medio ambiente. Esto implica en el adoptar medidas preventivas para reducir la contaminación y el consumo de recursos, el desarrollo y la adopción de tecnologías limpias, así como la participación en iniciativas que promuevan la sostenibilidad ambiental.

Para reforzar esta visión, (Puentes et al., 2008) añaden que la responsabilidad medioambiental implica que las empresas eviten cualquier impacto ambiental de su actividad a nivel global. Considerando sus impactos desde la prestación del servicio y posterior a este. En este sentido la dimensión ambiental se enfocará en proteger el medio ambiente y su misión será garantizar la sostenibilidad ambiental del desarrollo.

Prácticas sostenibles. Bajo el criterio de Duarte (2019) “las practicas sostenibles son acciones que pretenden reducir el impacto ambiental negativo que causan las empresas a través de cambios en la administración con prácticas sencillas, de bajo costo y de fácil aplicación involucrando la participación de todos los empleados”. (p. 39) Permitiendo así a los hoteles a reducir sus impactos negativos por la naturaleza de su actividad , y de la necesidad de estas de involucrar factores de sostenibilidad en sus actividades asumiendo su papel activo en el desarrollo más responsable.

Corroborando con lo anterior Argentiero et al (2023) nos aclara lo siguiente: “Las prácticas sostenibles son acciones que pretenden minimizar el impacto negativo hacia el medio ambiente, la sociedad, economía, promoviendo así la conservación de los recursos naturales y equidad social”

Gestión de residuos. Considera Lucena (2024) “La gestión de residuos trata de toda una serie de actividades que incluyen la recogida, el transporte, el reciclaje, la utilización y la reutilización de los residuos y el control de todos estos procesos”. Se habla de gestión como un sistema completo que cumple parcialmente con la mitigación de generación de residuos sólidos contaminantes perjudiciales para la salud de los habitantes a través de su eliminación o reaprovechamiento, el más utilizado hoy en día se ha desarrollado procesos de clasificación y reciclaje.

Otro autor como Gudiña (2023) considera a la gestión de residuos como “un proceso que abarca acciones y estrategias ordenadas para minimizar la cantidad de basura generada por el ser humano, reducir el porcentaje de desperdicios y reutilizar todo lo posible para extender o reformular la vida útil de diversos elementos”. Resalta que ocuparse eficientemente de los desechos es necesario y de gran importancia para contribuir al mejoramiento de estado del medio ambiente ya que trae consigo beneficios en la salud de los habitantes en el entorno cercano.

Contaminación. Para Roldán (2020) La contaminación “es la presencia de elementos o sustancias que son nocivas para la salud humana o para la vida en general. Puede afectar al agua, la tierra, el aire u otros componentes del medio que viven seres humanos u otros organismos”. Es decir, es una degradación del ambiente en el que se rodea, que provoca efectos negativos tanto en la salud o biodiversidad, causando graves enfermedades en los humanos y extinción de especies.

Cuando se menciona de contaminación Ortega (2023) opina lo siguiente: “contaminación cuando en un entorno ingresan elementos/sustancias... pueden ser físicos, químicos o biológicos... que normalmente no deberían estar en él y que afectan el equilibrio del ecosistema...perjudican medios como el agua, suelo, aire cuando se presentan en concentraciones elevadas”. Estos compuestos invierten en las condiciones de los involucrados que viven en ellos, ocasionando problemas de salud, malestar e incluso la muerte.

Dimensión ética

Según Carrol (1979), la ética empresarial se basa en un conjunto de normas y valores que guíen la conducta humana, desempeñando una función esencial en el mundo empresarial. Es fundamental que las empresas actúen de manera ética, teniendo en cuenta como sus decisiones afectan a la sociedad y priorizando el bienestar común sobre los beneficios individuales. (Lazo Serrano, 2022)

En un artículo de la (CEUPE, 2024) la dimensión ética de una empresa se manifiesta en los valores y principios que guían sus decisiones y acciones. Estos valores deben reflejarse tanto en la forma en que se trata a los empleados como en las interacciones con clientes, proveedores y la comunidad en general. Esto implica que la ética abarca no solo el trato hacia sus empleados (condiciones laborales, respeto, etc.), sino también la manera en que la empresa interactúa con su entorno (clientes, proveedores, comunidad, medio ambiente).

Transparencia. Teixidó (2024) sostiene que “Ser transparente es dar información clara, comprensible, sin adornos innecesarios que puedan generar duda, es hablar claro con nuestros interlocutores, expresar la verdad, siendo objetivos, es no ocultar nada a nuestro equipo, es no sucumbir a prácticas corruptas” Es esencia, es un valor fundamental que debe poseer cualquier individuo, profesional o empresa, y se fundamenta en la claridad, veracidad y la honestidad en la comunicación sobre sus actividades o labores, creando una relación saludable, fortaleciendo la confianza y construyendo un mundo más justo y equitativo.

La UNESCO (2024) considera este término como una “Cualidad de ser claro, honesto y sincero. Como principio, que servidores públicos, gerentes y administradores tienen el deber de actuar de forma visible, predecible y comprensiblemente. Suficiente información debe estar disponible para que otras agencias y el público en general”. Se considera un elemento esencial para los responsables, que mejora en la asignación de recursos y aumentar la eficiencia de estas.

Valores. Considera Villaescusa (2024) “son principios subyacentes que reflejan las creencias compartidas y las normas éticas dentro de la organización que sirven como guías que influyen en el comportamiento de los empleados y en la toma de decisiones a todos los niveles jerárquicos”.

Según Vicente (2024) “Los valores son los principios, virtudes o cualidades que caracterizan a una persona u organización, y que se consideran positivos o de gran importancia para un grupo social”. Desde un enfoque ético hace alusión a que son pautas de comportamiento que buscan regular la conducta de las personas y su manera de decidir, que se adquieren durante el desarrollo individual de cada una,

Compromiso. Se define al compromiso como “más que una simple promesa: es parte de la identidad social de la organización. El compromiso empresarial refleja el sentido de la responsabilidad que la organización posee”. Se constituye al compromiso como un núcleo para las organizaciones, al cumplir con la palabra que ha dado ya sea a sus empleados o comunidad para no mirar hacia otro lugar. (meetwork, 2022)

La palabra compromiso significa una obligación o compromiso con el que dos o más personas están de acuerdo. Este término se utiliza para describir una obligación, un acuerdo verbal, un deber, etc. Se ve como un valor fundamental en cualquier organización, reflejando la integridad y la credibilidad de sus acciones o palabras que integra en sus operaciones. (ConceptoDefinición, 2024)

Dimensión cultural

Para Diez (2007), la cultura organizacional incluye los valores, creencias y actitudes que los empleados de una empresa incorporan. Cuando los miembros de una organización comprenden el efecto social que pueden ejercer en su comunidad a través de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), concentran sus esfuerzos en satisfacer las necesidades más urgentes de su entorno. Esto demuestra cómo las empresas pueden crear un valor significativo no solo económico, sino también social y cultural. Los hoteles, al adoptar programas de RSE enfocados en las prioridades locales, no solo fortalecen su imagen ante los clientes, sino que también contribuyen al bienestar de las comunidades en las que operan, promoviendo un impacto positivo y sostenible en el entorno donde se desarrolla.

De acuerdo con el Instituto de Gestión cultural y artística (2023), la dimensión cultural de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se refiere al papel que las empresas desempeñan en el fomento y apoyo de la vida cultural en las comunidades donde están

presentes. A través de la Responsabilidad Cultural Corporativa (RCC), las organizaciones no solo patrocinan y financian proyectos culturales, sino que también promueven la participación activa en la creación y difusión de la cultura mediante actividades propias, concursos, premios y marketing cultural.

La dimensión cultural de la RSE resalta el considerable impacto que las empresas pueden generar al contribuir activamente al desarrollo cultural de sus comunidades. Por un lado, el primer concepto resalta cómo los valores y creencias que prevalecen en una organización influyen en el enfoque social de la RSE. Por otro lado, el segundo aspecto enfatiza las diversas formas en que las empresas pueden materializar ese compromiso a través del apoyo y la promoción de actividades culturales

Costumbres. Se define como una “Norma, habitualmente no expresada por escrito, que resulta de prácticas reiteradas y generalmente asumidas por la mayoría de los que están en un lugar o participan en una determinada situación. Es requisito necesario la reiteración de la práctica y su permanencia en el tiempo”. (DEJPANHISPÁNICO, 2024)

Las costumbres son “prácticas compartidas que definen y enriquecen la vida de una comunidad. Son parte esencial de la cultura y desempeñan un papel importante en la formación de la identidad de un grupo, en la transmisión de valores y creencias a lo largo del tiempo”. (EnciclopediaSigificados, 2023) Es crucial que los hoteles reconozcan y respeten las costumbres locales, integrándolas en sus servicios y actividades. Lo cual no solo fomenta un ambiente de respeto y aprecio hacia la cultura local, sino que también contribuye a la sostenibilidad y al desarrollo de la comunidad.

Cultura organizacional. De acuerdo con Purseli (2019) “La cultura organizacional es el conjunto de creencias, valores y prácticas compartidas que permite a un grupo de personas enfocar todas sus actividades hacia una misma meta. Representa una ayuda para el cumplimiento de los objetivos de las entidades correspondientes”. Nos indica que además la cultura organizacional fortalece las relaciones de identidad corporativa entre tres actores clave: la marca, la fuerza laboral y los clientes. También garantiza la coherencia y aumenta el nivel de calidad de cada trabajo.

La opinión de Yopan et al (2020) denota en su definición lo siguiente:

La cultura organizacional en tanto conjunto de supuestos, convicciones, valores y normas compartidas por los miembros de la organización pueden ser

creado conscientemente por sus miembros principales, o tal vez simplemente haber evolucionado en el curso del tiempo. Representa un elemento clave del entorno de trabajo en el que los empleados desempeñan sus labores. El concepto de cultura organizacional es un constructo intangible, porque no podemos verla ni tocarla, pero está presente. (Yopan Fajardo et al., 2020)

Capacitación. Para Pérez et al (2014) “Es una actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa u organización orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador” (p. 36) Donde el objetivo es el de promover un cambio que sea beneficioso al crecimiento de la organización, además de otorgar conocimientos y valores que la empresa espera de sus colaboradores.

Así mismo Jaureguiberry (2024) nos dice que “La Capacitación es un proceso que posibilita al capacitando la apropiación de ciertos conocimientos, capaces de modificar los comportamientos propios de las personas y de la organización a la que pertenecen”. Bajo estas concepciones la capacitación se implementa mediante programas que promueven la sensibilización sobre algún aspecto que se quiere concientizar o tomar relevancia en las organizaciones, en este caso sobre la importancia y aprecio hacia la cultura local de sus costumbres y tradiciones, fortaleciendo la conexión entre hotel y la comunidad como -agentes de cambio en su entorno local.

Fundamentos legales

En las últimas décadas, se ha observado una creciente conciencia en el sector hotelero orientada hacia conductas socialmente responsables. Sin embargo, aún existe un camino por recorrer en este ámbito. En respuesta a esta situación, organizaciones internacionales y gobiernos han desarrollado normas y certificaciones que promueven el bienestar de las comunidades locales donde operan los hoteles. Estos estándares globales y nacionales son aplicables a la responsabilidad social hotelera y constituyen el marco legal y normativo de esta investigación.

Pacto Mundial de Naciones (2000)

El Pacto Mundial de las Naciones Unidas, lanzado en 2000, representa una iniciativa fundamental en este contexto. Según el Global Compact (2009), este pacto

"provee una plataforma y directrices prácticas a empresas comprometidas con la sostenibilidad y la responsabilidad social corporativa" (Oficina del Pacto Mundial, 2009, p. 2).

Este marco de referencia tiene como objetivo conectar las estrategias y operaciones empresariales con diez principios de derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción que son reconocidos a nivel mundial.

Se ha establecido como una guía en el sector privado para fomentar políticas y actividades de sostenibilidad en términos de prácticas socialmente responsables y la disminución del impacto ambiental negativo, de acuerdo con estándares éticos globales consensuados.

Objetivos de Desarrollo Sostenible (2015)

En concordancia con lo mencionado, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos en 2015 especifican y profundizan esta perspectiva. Como señala las Naciones Unidas (2018).

"La Agenda 2030 de la ONU presenta una visión ambiciosa para el desarrollo sostenible a 2030, con 17 Objetivos globales y 169 metas que integran de manera equilibrada las dimensiones económica, social y ambiental" (Naciones Unidas, 2018, p. 4).

Entre estos objetivos, cabe destacar aquellos que guardan mayor relación con la responsabilidad social en el sector hotelero:

ODS 7 – Energía Asequible y no Contaminante: Garantizar el acceso a una energía asequible, fiable, sostenible y moderna para todos.

7.2 De aquí a 2030, aumentar considerablemente la proporción de energía renovable en el conjunto de fuentes energéticas.

ODS 8 - Trabajo Decente y Crecimiento Económico: Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el trabajo pleno y productivo, y el trabajo decente para todos.

8.9. De aquí a 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que genere puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.

ODS 12 - Producción y Consumo Responsables: Garantizar modalidades de consumo y producciones sostenibles a través de buenas prácticas ambientales y sociales en las empresas.

12.2 De aquí a 2030, lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales.

12.5 De aquí a 2030, reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización.

12.8.b. Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.

ODS 17 – Alianzas para lograr los objetivos: Promover alianzas entre los sectores público, privado y la sociedad civil para facilitar actividades de desarrollo sostenible compartidas.

17.16 Mejorar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible, complementada por alianzas entre múltiples interesados que movilicen e intercambien conocimientos, especialización, tecnología y recursos financieros, a fin de apoyar el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en todos los países, especialmente los países en desarrollo. (Naciones Unidas, 2018)

ISO 26000

En el ámbito de las normas internacionales, cabe destacar la ISO 26000 y la ISO 14001. La ISO (2010) señala que la norma ISO 26000 "pretende ayudar a las organizaciones a ayudar al desarrollo sostenible" , "tiene como propósito fomentar que las organizaciones vayan más allá del acatamiento legal" y "se pretende promover un "entendimiento común en el ámbito de la responsabilidad social y complementar otros" instrumentos e iniciativas relacionados con la responsabilidad social, sin reemplazarlos" (Norma ISO 26000, 2010).

ISO 14001

Por su parte, la norma ISO 14001, según la FAO (2018), "exige a la empresa crear un plan de manejo ambiental que contenga: objetivos y metas ambientales, políticas y procedimientos para lograr esas metas, responsabilidades definidas, actividades de capacitación del personal, documentos y un sistema para controlar cualquier cambio y avance realizado" (Norma ISO 14001, 2018).

Criterios GSTC

En relación con el sector turístico específicamente, los Criterios del Consejo Global de Turismo Sostenible (GSTC) ofrecen un marco de referencia importante. El GSTC (2017) afirma que estos criterios "se crearon para proporcionar un entendimiento común en todo el

mundo del «turismo sostenible», y son el mínimo que cualquier empresa turística debería aspirar a alcanzar" además, "se organizan en torno a cuatro temas principales: la planificación eficaz de la sostenibilidad, la maximización de los beneficios sociales y económicos para la comunidad local, la mejora del patrimonio cultural y la reducción de los impactos negativos sobre el medio ambiente. Son aplicables a todo el sector turístico" (Global Sustainable Tourism Council, GSTC, 2017).

Constitución de la República del Ecuador

En el contexto ecuatoriano, la Constitución de la República del Ecuador (2008) establece el marco fundamental para la promoción del desarrollo sostenible y la responsabilidad social. Los artículos:

Art. 14.- "Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equitativo, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*". (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

Art. 15.- "El Estado promoverá, en el sector público y privado, el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternas no contaminantes y de bajo impacto. La soberanía energética no se alcanzará en detrimento de la soberanía alimenticia, ni afectará el derecho al agua". (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

Art. 395.- "La Constitución reconoce los siguientes principios ambientales:

1. El Estado garantizará un modelo sustentable de desarrollo, ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras.
2. Las políticas de gestión ambiental se aplicarán de manera transversal y serán de obligatorio cumplimiento por parte del Estado en todos sus niveles y por todas las personas naturales o jurídicas en el territorio nacional.
3. El Estado garantizará la participación activa y permanente de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades afectadas, en la planificación, ejecución y control de toda actividad que genere impactos ambientales.
4. En caso de duda sobre el alcance de las disposiciones legales en materia ambiental, éstas se aplicarán en el sentido más favorable a la protección de la naturaleza". (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

Si bien es cierto que la Constitución establece el marco general, otras normativas específicas desarrollan estos principios.

El Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones (COPCI)

El Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones, 2019 busca garantizar que las organizaciones, empresas y personas que realicen alguna actividad económica lo hagan de forma socialmente responsable. Los artículos 233 y 235 son particularmente relevantes en este sentido, promoviendo el desarrollo sustentable y la producción más limpia.

Art. 233.- “Desarrollo sustentable. - Las personas naturales y jurídicas, así como las demás formas asociativas regidas por el presente Código deberán desarrollar todos sus procesos productivos conforme a los postulados del desarrollo sustentable en los términos permanentes en la Constitución y en los convenios internacionales de los que es parte el Ecuador”. (Codigo Organico de la Producción, Comercio e Inversiones, COPCI, 2019)

Art. 235.- “Incentivo a producción más limpia. - Para promover la producción limpia y la eficiencia energética, el Estado establecerá los siguientes incentivos:

- a. Los beneficios tributarios que se crean en este Código; y,
- b. Beneficios de índole económico que se adquieran de las transferencias como "Permisos Negociables de Descarga". (Codigo Organico de la Producción, Comercio e Inversiones, COPCI, 2019)

La Ley de Turismo

En lo que respecta al ámbito turístico, la Ley de Turismo de (2014) define en sus artículos:

Art. 2.- “Turismo es el ejercicio de todas las actividades relacionadas con el deslizamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos”. (Ley de Turismo, 2014)

Art. 4.- “La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- b) Garantizar el uso razonado de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación.
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes practican legalmente la actividad turística”. (Ley de Turismo, 2014)

El Código Orgánico del Ambiente

Finalmente, el Código Orgánico del Ambiente (2017) complementa este marco normativo, definiendo en sus artículos:

Art. 28.- Facultades de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales Rurales. En el cuadro de sus competencias ambientales exclusivas y concurrentes, corresponde a los Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales Rurales el ejercicio de las siguientes facultades, en correlación con las políticas y normas expresadas por la Autoridad Ambiental Nacional, así como las dictadas por los Gobiernos Autónomos Descentralizados Provinciales, Metropolitanos y Municipales:

1. Elaborar planes, programas y proyectos para la protección, manejo, restauración, fomento, investigación, industrialización y comercialización del recurso forestal y vida silvestre;
5. Promover la educación ambiental, organización y vigilancia ciudadana de los derechos ambientales y de la naturaleza.

(Código Organico del Ambiente, 2017)

Art. 29.- “Regulación de la biodiversidad. El presente título regula la conservación de la biodiversidad, el uso sostenible de sus componentes. Asimismo, regula la identificación, el acceso y la valoración de los bienes y los servicios ambientales”. (Código Organico del Ambiente, 2017).

Art. 38.- Objetivos. Las áreas naturales incorporadas al Sistema Nacional de Áreas protegidas cumplirán con los siguientes objetivos:

4. Establecer valores de conservación sobre los cuales se priorizará su gestión;
5. Mantener la dinámica hidrológica de las cuencas hidrográficas y proteger los cuerpos de aguas superficiales y subterráneas;
6. Proteger las bellezas escénicas y paisajísticas, sitios de importancia histórica, arqueológica o paleontológica, así como las formaciones geológicas;
8. Respetar, promover y mantener las manifestaciones culturales, el conocimiento tradicional, colectivo y saber ancestral de las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades e integrarlas al manejo de las áreas protegidas...

(Código Organico del Ambiente, 2017)

El deber de las instituciones públicas y privadas de prevenir impactos ambientales negativos e incorporar buenas prácticas que promuevan la sostenibilidad y la resiliencia.

Capítulo II

Metodología

Diseño de la investigación

El diseño de investigación utilizado en este trabajo fue de tipo **no experimental**. En este enfoque las variables no son manipuladas directamente. La información se recolectó a partir de diversas fuentes secundarias, tales como: artículos científicos, libros, revistas especializadas, entre otras fuentes de confianza. Con el objetivo de aplicar un **alcance descriptivo** que permita analizar y comprender la incidencia de las actividades de Responsabilidad Social Empresarial en los hoteles de malecón del cantón Salinas, provincia de Santa Elena, durante el año 2024.

El alcance de la investigación se centra en la **descripción** de las prácticas de la RSE actualmente implementadas por los hoteles del malecón y la influencia que ejercen estas en el entorno económico, social, ambiental, ético y cultural de esta área. Se identifican las variables claves relacionadas con la RSE en el sector hotelero como: la sostenibilidad, el bienestar comunitario, estrategias de gestión responsable, etc. Este diseño se optó con la finalidad de seleccionar datos útiles para profundizar en la problemática planteada.

Enfoque de la investigación

El enfoque de la investigación fue **mixto**, combinando tanto datos **cualitativos** como **cuantitativos**. Donde el enfoque cualitativo, permitió conocer el desarrollo y percepciones con respecto a las prácticas de responsabilidad social empresarial en los hoteles. Donde se emplearon entrevistas semiestructuradas a los directivos o administradores de los hoteles que permitieron obtener información detallada sobre el conocimiento, percepciones y los desafíos de aplicar prácticas de RSE en los hoteles cercanos al malecón de Salinas que es un atractivo turístico representativo del cantón y para la provincia de Santa Elena.

De acuerdo con el enfoque cuantitativo, se analiza los datos conseguidos a través de encuestas estructuradas aplicadas a los empleados de los hoteles, puesto que estos son quienes están más empapados del tema sobre el cual se plantea nuestra problemática, estos datos numéricos recolectados permitieron medir la percepción general de la RSE, que practicas son las más aplicadas y cuál es la más relevante en los hoteles, en relación con los beneficios y desafíos asociados a su implementación. Esto permitió identificar tendencias, patrones y relaciones entre las variables estudiadas.

Métodos de la investigación

La investigación se orientó en el **método inductivo**, impulsado por la observación directa y análisis de las prácticas actuales de RSE en los hoteles del malecón de Salinas, Donde parte de la recopilación y análisis de los datos obtenidos, donde se encontró patrones comunes (particular) para desarrollar conclusiones aplicadas a mejorar la implementación de prácticas sostenibles y responsables en la gestión de los hoteles.

Además, se aplicó el **método analítico** que permitió examinar cada una de las dimensiones de RSE: económica, social, ambiental, ética y cultural. Permitiendo separar cada dimensión en sus componentes principales facilitando así la identificación de los factores que influyen en la implementación de la RSE en los hoteles y su impacto con la comunidad local. Los resultados que se obtuvieron de las encuestas y entrevistas, permitió desarrollar conclusiones claras y coherentes con los objetivos planteados en esta investigación.

Población y muestra

Esta investigación se centró en una **población** conformada por 8 hoteles ubicados en la Av. Malecón información proporcionada por el departamento de turismo de la municipalidad del cantón Salinas, con la aprobación del Sr. Dennis Córdoba alcalde de Salinas:

Tabla 1 *Lista de hoteles ubicados en el Malecón Salinas*

Nombre comercial	Actividad	Clasificación	Categoría	Dirección
Rivera del sol	Alojamiento	Hotel	3 estrellas	Malecón, Q2VP+HJ7, Salinas, Ecuador.
Blue Bay	Alojamiento	Hotel	4 estrellas	Q2VJ+MGR, Av. Malecón, Salinas, Ecuador
Francisco III	Alojamiento	Hotel	3 estrellas	Av. Malecón &, Salinas, Ecuador
Salibreeze	Alojamiento	Hotel	2 estrellas	Avenida Malecón entre la calle 17.
Kinova	Alojamiento	Hotel	3 estrellas	Av. Malecón entre Rafael de la Cuadra y José Alberto Estrella Trujillo

Malecón	Alojamiento	Hotel	3 estrellas	Av. Malecón, Salinas, Ecuador
El Carruaje	Alojamiento	Hotel	2 estrellas	Malecón, Rumiñahui junto al edificio el Alcázar.
Colón Salinas	Alojamiento	Hotel	5 estrellas	Malecón entre la 38 y la 40, Salinas 241550, Ecuador.

Nota: Debido a la inseguridad los hoteles Malecón, El carruaje y el Colón Salinas no colaboraron con su intervención en la recolección de datos para esta investigación.

Para realizar esta investigación, se seleccionó a través de **un muestro no probabilístico** por **conveniencia** una muestra representativa de 5 hoteles que estuvieron dispuestos a colaborar con la investigación y se encontraban disponibles en el momento de la recolección de datos además de empleados que estaban familiarizados con el funcionamiento del hotel y ciudadanos del malecón de Salinas seleccionados con el fin de recolectar información o datos sobre la aplicación de la responsabilidad social empresarial de los hoteles ubicados en el Malecón de Salinas.

Bajo estas premisas, se escogieron a un total de 50 empleados de los hoteles seleccionados dispuestos a responder la encuesta y 50 personas que residen en el malecón cantón Salinas, donde a través de la técnica **bola de nieve** se incorporaron progresivamente participantes para cumplir con el número de encuestas establecidas.

Tabla 2 Muestra de hoteles y empleados

Hoteles	Empleados	Administradores
Riviera del Sol	9	1
Salibreeze	5	1
Francisco III	5	1
Kinova	15	1
Blue Bay	16	1
Total	50	5

Autora 1 Denisse Yagual Espinoza

Tabla 3 Muestra total

Muestra	Cantidad	Técnica
Administradores	5	Entrevista
Empleados de hoteles	50	Encuesta
Ciudadanos	50	Encuesta

Total	105
--------------	-----

Autora 2 Denisse Yagual Espinoza

Recolección y procesamiento de datos

Para la recolección de datos en esta investigación, se llevaron a cabo **entrevistas y encuestas** que proporcionaron información detallada y representativa sobre la aplicación de prácticas de Responsabilidad Social empresarial que sean sustentables y responsables para las dimensiones analizadas: económica, social, ambiental, ética y cultural. Las entrevistas, a través de un **análisis metódico y la sistematización de las respuestas** de los administradores de los hoteles colaboradores, se buscó comprender sus opiniones y conocimiento acerca de la RSE, así como los desafíos que enfrentan en su aplicación y las prácticas que aplican en sus hoteles. Este análisis facilitó la identificación de las perspectivas relevantes relacionadas con los objetivos que se plantearon en esta investigación.

Además, se utilizó **Google Forms** como herramienta principal para las encuestas. Esto facilitó la distribución de los cuestionarios y la recopilación de las respuestas de una manera organizada y accesible. Esta plataforma no solo agilizó la recolección de los datos, sino que también permitió procesarlos automáticamente, lo que simplificó el análisis posterior de los datos numéricos. En conjunto, estas herramientas proporcionaron una base de información que fue fundamental para obtener conclusiones precisas y bien fundamentadas en esta investigación.

Técnicas de investigación

Para la adecuada recopilación y procesamiento de datos se realizó un análisis previo para elegir las técnicas correctas e instrumentos para identificar las prácticas de RSE que se aplican en los hoteles ubicados en el malecón de Salinas. Ante lo mencionado, se seleccionaron las siguientes técnicas de investigación:

Entrevista

Los datos cualitativos se recolectaron a través de entrevistas, a través de 11 preguntas de respuestas abiertas que fueron respondidas en pensar de los administradores o representantes de los hoteles respecto al tema de Responsabilidad Social Empresarial que aplica el hotel, donde se indagó algunos puntos de vista, acerca de su percepción y aplicación de la RSE en los hoteles que tiene un impacto sobre la comunidad local.

Las guías de entrevistas desarrolladas permitieron tener un panorama más claro acerca de la realidad en este tema, lo cual aportó en gran medida a la investigación. Recabando la información de una manera más adecuada y en orden facilitando el posterior análisis de las respuestas dadas por los administradores.

Encuesta

Para la recolección de datos cuantitativos se le oriento a los empleados de los hoteles y los habitantes del malecón del catón Salinas. La inclusión de los empleados de los hoteles se justifica por su profundo conocimiento sobre el funcionamiento y gestión de los hoteles en los cuales trabajan, por otro lado, la participación de los habitantes del malecón del cantón Salinas es crucial, ya que ellos son los miembros de la comunidad que se encuentran directamente impactados por las operaciones de los hoteles, con el fin de recopilar información relacionada con la implementación de prácticas sostenibles y responsables en la naturaleza de su trabajo por parte de los administradores de los hoteles y como están pueden impactar en la comunidad de las cuales se encuentra ofreciendo sus servicios de alojamiento.

El cuestionario de encuestas estuvo conformado por dos estratos, el primer estrato estuvo conformado de tres preguntas demográficas que incluyeron: edad, género y nivel de educación. En el segundo estrato se conformó de 15 preguntas cerradas de fácil comprensión, orientadas e las 5 dimensiones más relevantes a medir en las Responsabilidad Social Empresarial y cada pregunta se formula en dirección a los tres indicadores de cada dimensión en la gestión de los hoteles tomando en cuenta a sus grupos de interés como son sus empleados y habitantes de la comunidad en el que reside el hotel. Mediante este instrumento se puedo recopilar las respuestas que fueron dadas desde una escala de Likert, para cuantificar la variable de estudio en esta investigación.

Validación de instrumentos

Los instrumentos utilizados en esta investigación fueron previamente revisados y corregidos por un experto especialista encargado de evaluar el cumplimiento de los parámetros establecidos para una buena guía de entrevistas y cuestionario de encuestas sobre el tema en Responsabilidad Social Empresarial. Por lo tanto, al cumplir con este proceso, el especialista calificó los instrumentos según los lineamientos y criterios establecidos y decidió que estaban listos para hacer aplicados.

Para evaluar cual fue la confiabilidad de los instrumentos realizados para este estudio, se empleó una tabla de aspectos de validación, para que los instrumentos sean aplicados a través de correcciones de expertos. La evaluación del experto informante, el docente en carrera Ing. Divar Castro Loo. MSc, estableció que los instrumentos debían ser corregidos en algunas preguntas y luego fueron validados para la aplicación. Esta ficha se anexa en el apartado de apéndices de esta investigación.

Capítulo III

Resultados y Discusión

Análisis de los resultados de las entrevistas

1. ¿Qué conocimiento tiene sobre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?

Los administradores de los hoteles entrevistados indicaron que tienen un conocimiento básico de la RSE. Algunos de ellos la perciben como una reciprocidad en el negocio, donde deben contribuir al bienestar de sus empleados y la comunidad, la consideran un concepto difuso, poco prioritario y secundario al objetivo principal de maximizar los ingresos. Sin embargo, manifestaron que también reconocen que no tienen una comprensión profunda ni una iniciativa para implementar estas prácticas de manera efectiva, en sus operaciones, los administradores entienden que la RSE solo tiene un impacto social y ambiental, pero carecen de capacitación para la aplicación en demás ámbitos como son el cultural y ético e incluso económico.

2. ¿Cuáles cree que son los principales obstáculos para implementar prácticas de RSE en su hotel?

Desde la perspectiva de los administradores el más común y mayor obstáculo es la limitación de recursos sobre todo el financiero, y el conocimiento limitado como los principales impedimentos para implementar prácticas de RSE. La pandemia dejó al sector hotelero con graves limitaciones económicas y aumento el costo de servicios básicos, limitando aún más la capacidad de los hoteles para financiar iniciativas sociales y ambientales.

Además, señalaron que los costos asociados a la RSE pueden percibirse como “gastos extras”, que, al no contar con el apoyo de políticas gubernamentales de incentivos fiscales, son difíciles de justificar dentro del presupuesto. Ya que, como hotel, tienen que pagar impuestos, excesivo pago de consumo de servicios básicos entre ellos la energía eléctrica y la carencia de capacitación específica en RSE también es un obstáculo, pues los administradores sienten que no poseen el conocimiento suficiente para implementar estas prácticas de manera eficaz y sostenible.

3. ¿Cómo su hotel promueve la participación de la comunidad local en actividades relacionadas con la RSE?

En este aspecto, los administradores dieron a conocer su interés por colaborar con la comunidad a través de eventos culturales y sociales, como actividades teatrales en caso del

hotel Salibreeze, prestando su sala de eventos, jornadas de limpieza y patrocinios de eventos municipales en caso de los hoteles San Francisco III, Blue Bay en donaciones de caramelos para este Halloween. Algunos hoteles como el Kinova y Riviera del Mar ofrecen su infraestructura como apoyo logístico al municipio y consideran estas colaboraciones una forma de mejorar la imagen del hotel y cultural de Salinas, además de promover el turismo.

Aunque la mayoría de los hoteles reconocen el valor de involucrarse en actividades comunitarias, sus esfuerzos suelen ser ocasionales y reactivos en lugar de estratégicos y planificados, los administradores admiten que podrían hacer más por incentivar una participación activa y continua de la comunidad local.

4. ¿Cómo describiría las relaciones sociales entre los empleados de su hotel y la comunidad del malecón de Salinas?

Los administradores destacan que las relaciones entre sus empleados y la comunidad local son cordial, respetuosa y positiva. En donde se fomenta la participación en actividades que reflejan un apoyo mutuo, como la limpieza del área y la atención a las demandas de la comunidad en cuanto al manejo de residuos. Este tipo de interacción no solo contribuye a la imagen de los hoteles, sino que mejora la percepción de la comunidad sobre los establecimientos de alojamiento junto con el buen trato de su personal.

5. ¿Qué tipo de oportunidades de desarrollo personal y profesional ofrece su hotel a los empleados?

Los hoteles del malecón del cantón Salinas entre los programas y actividades de desarrollo de personal y profesional que ofrece a sus empleados están:

- Brindan capacitaciones en atención al cliente y habilidades específicas como el manejo de usos de productos e implementos en la limpieza.
- Fomentan el crecimiento profesional de sus empleados mediante programas de formación, en el caso de los chefs, aunque en general, las oportunidades son limitadas debido a las restricciones presupuestarias de algunos hoteles.

No obstante, se valora la iniciativa de apoyar a su personal que busca con continuar sus estudios o mejorar sus competencias.

6. ¿Cómo contribuyen las prácticas de RSE al posicionamiento de su hotel en el mercado local y turístico?

La mayoría de los hoteles consideran que las prácticas de RSE, aunque en una fase inicial, ayudan a mejorar su reputación. Estas prácticas como donaciones durante la pandemia y actividades que promueven la sostenibilidad son valoradas por los huéspedes y los habitantes locales. Algunos administradores creen que implementar prácticas más estructuradas en RSE podrían atraer a turistas extranjeros, que son aquellos quienes aprecian un enfoque responsable y ético en los servicios que consumen, los administradores supieron a dar a conocer que los ecuatorianos no tienen una cultura de sostenibilidad y ético en sus cimientos.

7. ¿Por qué considera que la implementación de RSE ha mejorado la competitividad de su hotel frente a otros en el sector?

Los administradores consideran que la implementación de la RSE mejora la competitividad, principalmente porque refuerza la imagen del hotel y ayuda a atraer turistas conscientes de la sostenibilidad. Aunque algunos reconocen que sus prácticas de RSE son limitadas, creen que estas han tenido un efecto positivo al diferenciar su establecimiento de otros en la región.

8. ¿Qué medidas ha tomado su hotel para garantizar la transparencia y ética en sus operaciones?

Los hoteles implementan políticas de ética y transparencia que incluyen auditorías periódicas, buzones de sugerencias y códigos de conducta. Estas medidas están orientadas a mantener la honestidad en el servicio al cliente y asegurar la confiabilidad del personal. Algunos administradores recalcan la importancia de la ética en el servicio que ofrecen y toman medidas para resolver problemas relacionados con la pérdida de pertenencias, asegurando así la confianza de sus huéspedes que es el pilar fundamental en el funcionamiento de sus hoteles.

9. ¿Cuáles son los valores éticos fundamentales dentro de la cultura empresarial de su hotel, y cómo se reflejan en las acciones diarias?

Entre los valores éticos que destacan en los hoteles del malecón de Salinas incluyen la honestidad, respeto y responsabilidad. Estos valores se reflejan en el trato diario hacia los huéspedes y en el trabajo en equipo de los empleados. Los administradores fomentan un ambiente laboral basado en la colaboración, lo cual refuerza el compromiso del personal y

mejora la calidad del servicio. Fomentar una cultura ética podría contribuir a reducir problemas de rotación de personal y mejorar la percepción de los huéspedes sobre el servicio.

10. ¿ El proceso de comunicación interna en su hotel afecta al ambiente laboral y al clima organizacional?

En términos de comunicación, los hoteles destacan la importancia de mantener canales abiertos y efectivos para fomentar un ambiente de trabajo armonioso. Algunos hoteles utilizan memos y reuniones periódicas para asegurar que todos los empleados comprendan sus responsabilidades y objetivos, lo cual ha contribuido a una mayor cohesión entre el personal. Sin embargo, algunos hoteles podrían beneficiarse de una comunicación más abierta y bidireccional, que facilite la retroalimentación del personal y promueva una cultura organizacional de colaboración y compromiso.

11. ¿Qué acciones concretas realiza su hotel para promover el desarrollo sostenible y reducir su impacto ambiental?

Los hoteles del malecón de Salinas para minimizar su impacto ambiental y promover el desarrollo sostenible a través de estas estrategias en sus operaciones:

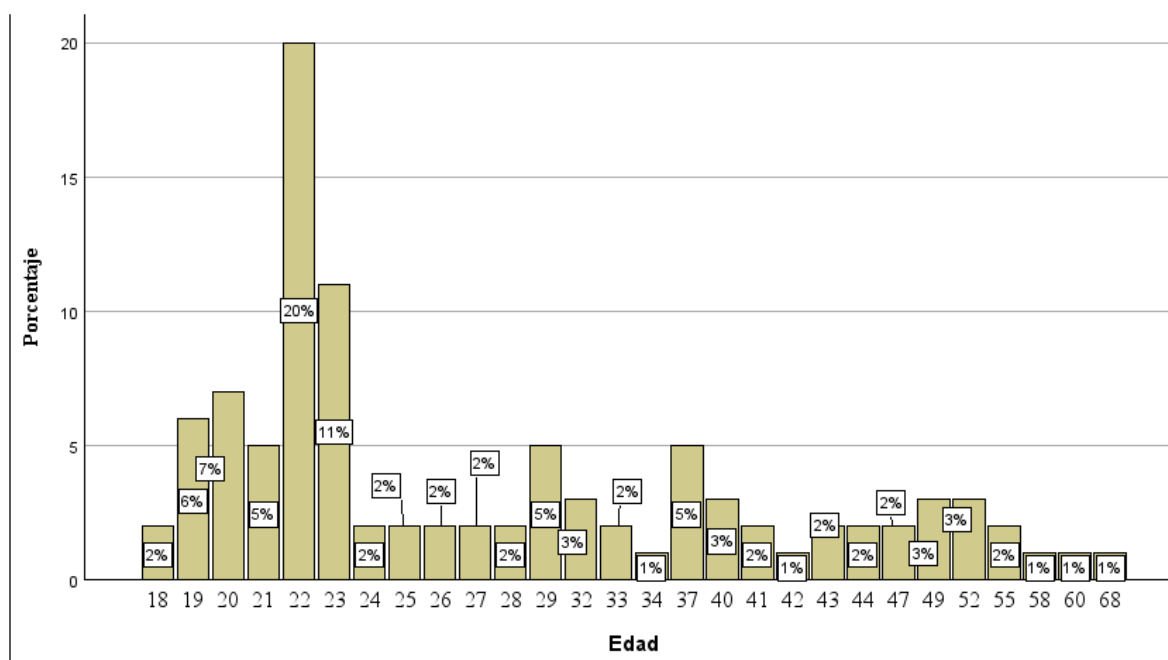
- Medidas de ahorro de agua y energía, como el uso de bombillas ahorradoras de energía, implementación de tecnología sostenible como aires que consumen poca energía eléctrica y son amigables con el ambiente.
- La generación de residuos, son clasificados y tratados a través de un sistema de clasificación de residuos orgánicos y no orgánicos, los orgánicos son reutilizados en compostaje para las áreas verdes de los hoteles, mientras que los plásticos y otros derivados son entregados a los recicladores de la comunidad, y los que no pueden ser tratados ni reciclados son desechados en el horario correspondiente de recolección de residuos impuesto por el municipio.
- Promueven prácticas de sostenibilidad entre sus empleados en la realización de sus trabajos y en sus huéspedes a través de calcomanías y stickers colocados alrededor de los hoteles o se les comunica de estas prácticas, con el fin de minimizar su impacto ambiental y apoyar a los objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en la región.

Análisis de los resultados de la encuesta

Análisis de Edad

Tabla 4 Edad de los encuestados

	Edad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	18	2	2,0%	2,0%	2,0%
	19	6	6,0%	6,0%	8,0%
	20	7	7,0%	7,0%	15,0%
	21	5	5,0%	5,0%	20,0%
	22	20	20,0%	20,0%	40,0%
	23	11	11,0%	11,0%	51,0%
	24	2	2,0%	2,0%	53,0%
	25	2	2,0%	2,0%	55,0%
	26	2	2,0%	2,0%	57,0%
	27	2	2,0%	2,0%	59,0%
	28	2	2,0%	2,0%	61,0%
	29	5	5,0%	5,0%	66,0%
	32	3	3,0%	3,0%	69,0%
	33	2	2,0%	2,0%	71,0%
Válido	34	1	1,0%	1,0%	72,0%
	37	5	5,0%	5,0%	77,0%
	40	3	3,0%	3,0%	80,0
	41	2	2,0%	2,0%	82,0%
	42	1	1,0%	1,0%	83,0%
	43	2	2,0%	2,0%	85,0%
	44	2	2,0%	2,0%	87,0%
	47	2	2,0%	2,0%	89,0%
	49	3	3,0%	3,0%	92,0%
	52	3	3,0%	3,0%	95,0%
	55	2	2,0%	2,0%	97,0%
	58	1	1,0%	1,0%	98,0%
	60	1	1,0%	1,0%	99,0%
	68	1	1,0%	1,0%	100,0%
	Total	100	100,0%	100,0%	

Figura 1 Porcentaje de edad

Análisis: Al observar la gráfica de edades de la encuesta realizada, se pudo evidenciar que la mayoría de los encuestados se encuentra en el rango de 19 a 33 años, representando el 63% del total. Lo cual indica que la mayoría de los trabajadores de los hoteles y ciudadanos son relativamente jóvenes. Dentro de este grupo, el segmento de 21 a 29 años, que concentra el 38% de las respuestas. Esto indica que hay una importante participación de adultos jóvenes, quienes tienen un mayor interés y preocupación por lo que es responsabilidad social empresarial en los hoteles de la zona. Por otro lado, se observa una menor presencia de los grupos de mayor edad, a partir de los 30 años en adelante, en donde desde la edad de 47 años suman apenas un 12% de las respuestas. Esto indica que los trabajadores y ciudadanos de mayor edad tienen un menor conocimiento, percepciones y prioridades sobre la responsabilidad social empresarial en los hoteles.

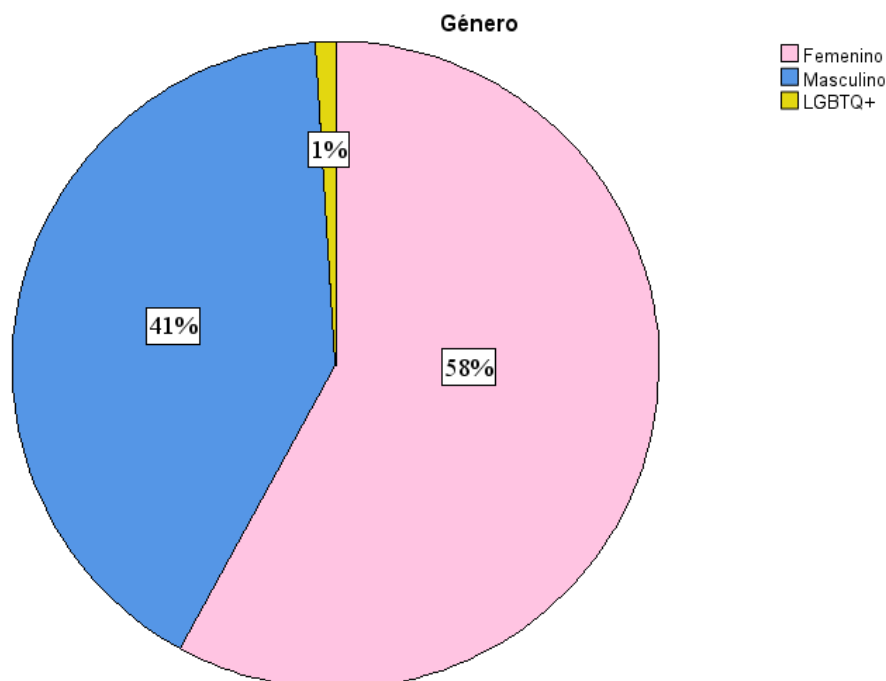
Análisis de Género

Tabla 5 Género de los encuestados

Género					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	58	58%	58%	58%
	Masculino	41	41%	41%	99%
	LGBTQ+	1	1%	1%	100%

Total	100	100%	100%
-------	-----	------	------

Figura 2 Porcentaje de género



Análisis: El gráfico de la distribución por género muestra que hubo una mayor participación del género femenino, representando el 58% del total de las personas que respondieron la encuesta sobre la RSE en los hoteles ubicados en el malecón de Salinas. El género masculino, por su parte, tuvo una participación de 41% de los encuestados, mientras que un 1% se identificó dentro de la comunidad LGBTQ+. Esta distribución es interesante ya que refleja una mayor presencia de mujeres, pero no es tanto la diferencia, con un 17% entre la femenina y masculina, lo cual indica que si existe un interés en compartir sus perspectivas sobre la RSE en el sector hotelero. Se puede reflejar un esfuerzo en considerar la diversidad de género en el estudio, aunque su participación es minoritaria debería existir un mayor interés en este sector como parte de la inclusión en lo social de este grupo.

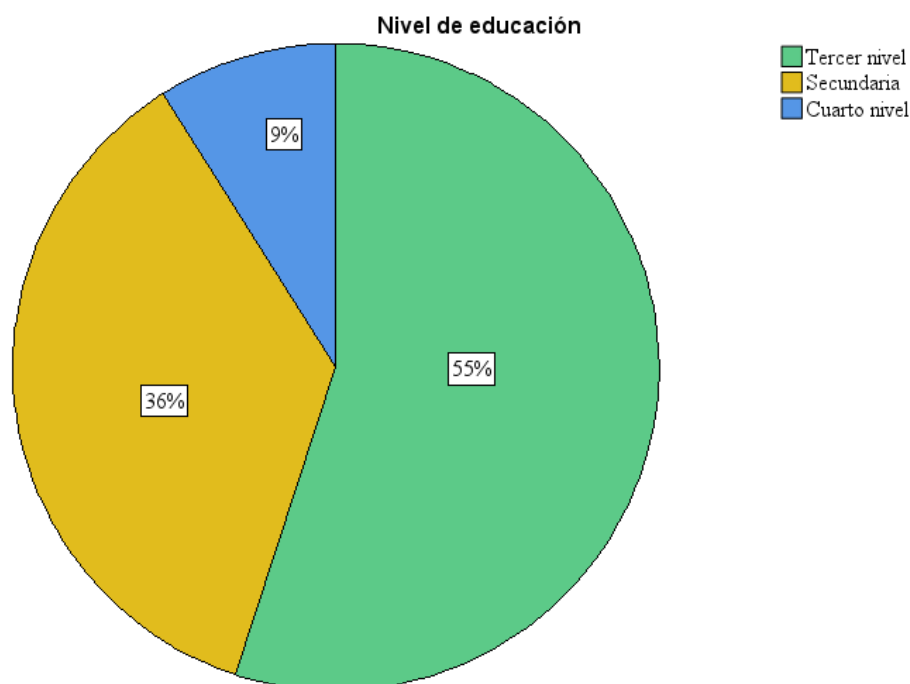
Análisis de Nivel de educación de los encuestados

Tabla 6 Nivel de educación

		Nivel de educación			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<u>Válido</u>	Tercer nivel	55	55%	55%	55%

Secundaria	36	36%	36%	91%
Cuarto nivel	9	9%	9%	100%
Total	100	100%	100%	

Figura 3 Nivel de educación de los encuestados



Análisis: La distribución del nivel de educación, se puede notar que la mitad de los encuestados termino o culminaron sus estudios de la universidad, el 36% solo culminaron el bachiller, que es común entre los encuestados y solo un 9% tiene un posgrado. De estos resultados se puede inferir que la mayoría de los trabajadores de los hoteles y ciudadanos del malecón de Salinas tienen un nivel educativo parcialmente alto, con un 55% habiendo completado estudios universitarios. Lo cual significa que el personal de los hoteles y la población local tiene una buena formación y preparación académica, que es un factor de intriga sobre su conocimiento y percepción sobre la RSE que se aplica en los hoteles.

Análisis de Rentabilidad de los hoteles

Tabla 7 Rentabilidad de los hoteles

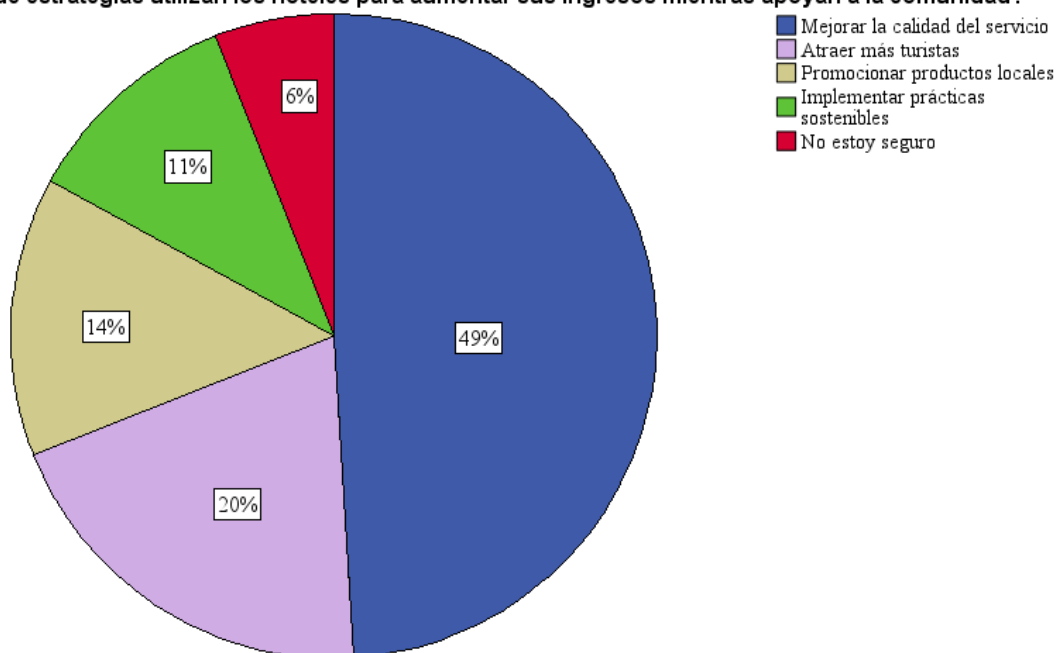
1.- ¿Qué estrategias utilizan los hoteles para aumentar sus ingresos mientras apoyan a la comunidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mejorar la calidad del servicio	49	49%	49%	49%

Atraer más turistas	20	20%	20%	69%
Promocionar productos locales	14	14%	14%	83%
Implementar prácticas sostenibles	11	11%	11%	94%
No estoy seguro	6	6%	6%	100%
Total	100	100%	100%	

Figura 4 Porcentaje de rentabilidad de los hoteles

1.- ¿Qué estrategias utilizan los hoteles para aumentar sus ingresos mientras apoyan a la comunidad?



Análisis: El gráfico circular muestra las estrategias que los hoteles del Malecón de Salinas aplican para aumentar sus ingresos mientras apoyan a la comunidad. Según los resultados, casi la mitad de los encuestados (49%) considero que mejorar la calidad del servicio fue la estrategia principal. Con un 20% se llegó que atraer más turistas es clave, mientras que un 14% opino que los hoteles promocionan productos locales consideran relevante. Por otro lado, solo un 11% pensó que los hoteles optaron por implementar prácticas sostenibles , y un 6% se mostró indeciso.

Este comportamiento puede deberse a que mejorar la calidad del servicio siempre ha sido la prioridad para los hoteles, porque al final es lo que atrae más clientes a sus hoteles y se aseguran de que vuelvan. Sin embargo, es interesante ver que prácticas como promocionar productos locales y sostenibilidad no fueron percibidas como tan relevantes, lo que podría ser una señal de que estas estrategias aún no son bien comunicadas o aplicadas de manera tan perceptible en los hoteles. Por último, el porcentaje bajo de "no estoy seguro" muestra que la

mayoría de los encuestados sí tuvieron una idea clara de lo que los hoteles estaban haciendo, lo cual es positivo para conocer la percepción sobre las prácticas de responsabilidad social.

Análisis de Posicionamiento de los hoteles aplicando la RSE

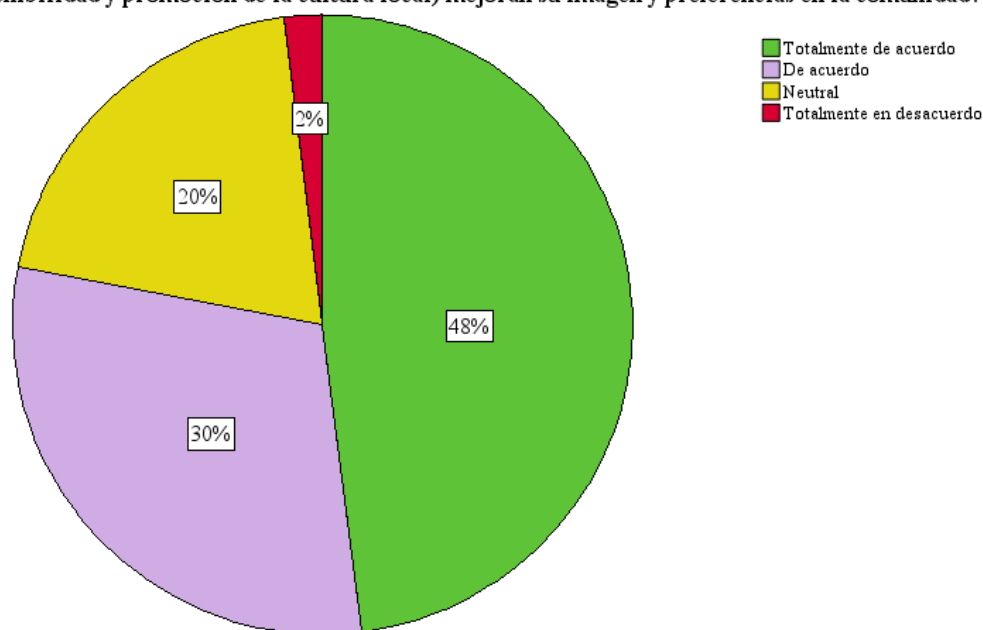
Tabla 8 Posicionamiento de los hoteles si aplican RSE

2.- ¿Consideras que las prácticas de responsabilidad social de los hoteles (como apoyo a la comunidad, sostenibilidad y promoción de la cultura local) mejoran su imagen y preferencias en la comunidad?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	48	48%	48%
	De acuerdo	30	30%	78%
	Neutral	20	20%	98%
	Totalmente en desacuerdo	2	2%	100%
	Total	100	100%	100%

Figura 5 Porcentaje del posicionamiento de los hoteles que aplican RSE.

2.- ¿Consideras que las prácticas de responsabilidad social de los hoteles (como apoyo a la comunidad, sostenibilidad y promoción de la cultura local) mejoran su imagen y preferencias en la comunidad?



Análisis: Se puede observar en el gráfico que la percepción de los encuestados sobre si las prácticas de responsabilidad social de los hoteles mejoraron su imagen y preferencias en la comunidad. Un 48% de los participantes estuvo totalmente de acuerdo, mientras que un 30% indicó estar de acuerdo. Esto significa que una gran mayoría (78% en total) reconoce que estas acciones tienen un impacto positivo. Un 20% de los encuestados se

mantuvo neutral , mientras que solo una pequeña fracción del 2% estuvo en “total desacuerdo”. Esto muestra que la mayoría de las personas encuestadas valoraron los esfuerzos de los hoteles para implementar estas prácticas, pero también muestra que una minoría no son conscientes o no percibir los beneficios de estas prácticas. El porcentaje neutral podría ser porque algunos no han visto un cambio claro o porque no se sienten directamente afectados por las iniciativas.

Creo que estos resultados pueden deberse a que los hoteles están comenzado a adoptar prácticas más responsables, pero quizás todavía no han podido conectarlas completamente con todos ni comunicar estas prácticas de manera efectiva. A pesar de las percepciones positivas, es posible mejorar la influencia social y la comunicación.

Análisis de Competitividad de los hoteles si aplican prácticas de RSE

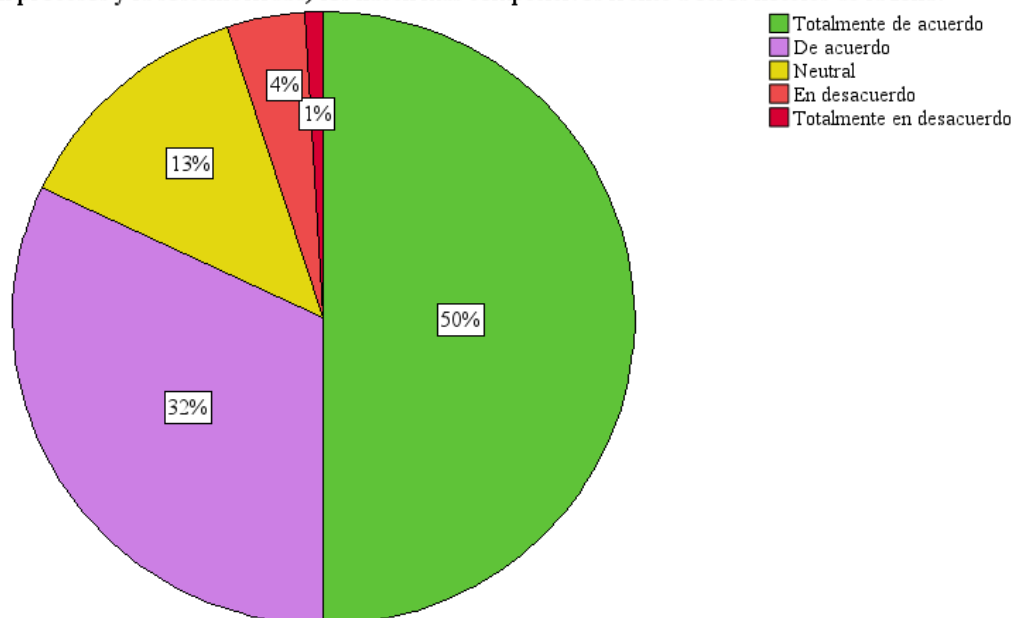
Tabla 9 Competitividad en los hoteles si aplican RSE

3.- ¿Crees que las prácticas de responsabilidad social de los hoteles (como la calidad en el servicio, la innovación en procesos y la sostenibilidad) los hacen más competitivos frente a otros hoteles de la zona?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	50	50%	50%	50%
De acuerdo	32	32%	32%	82%
Neutral	13	13%	13%	95%
Válido En desacuerdo	4	4%	4%	99%
Totalmente en desacuerdo	1	1%	1%	100%
Total	100	100%	100%	

Figura 6 *Porcentaje de la competitividad de los hoteles si aplican prácticas de RSE.*

3.- ¿Crees que las prácticas de responsabilidad social de los hoteles (como la calidad en el servicio, la innovación en procesos y la sostenibilidad) los hacen más competitivos frente a otros hoteles de la zona?



Análisis: El 50% de los participantes coincide en que las iniciativas de responsabilidad social empresarial como la preservación del medio ambiente y la excelencia en el servicio contribuyen significativamente al aumento de la competitividad de los hoteles. Estos resultados reflejan una comprensión más amplia por parte de los encuestados: no se trata solo de obtener beneficios económicos; también es crucial para los hoteles mejorar continuamente sus prácticas y estándares. Una porción, con un 32%, está de acuerdo, pero no del todo convencido, quizás porque falta algo más o que se podrían hacer las cosas mejor. Por otro lado, un 13% se mantiene neutral. Es posible que algunas personas no estén bien informadas sobre el tema o simplemente en no le den tanta importancia a esto. Además, existe un reducido grupo, representando un 4 %, que discrepa o está totalmente en desacuerdo debido a que no creen en este tipo de acciones.

Está claro que la mayoría de los encuestados cree que es importante que los hoteles asuman su responsabilidad. Esto es una buena señal, porque significa que se están tomando en serio la responsabilidad social corporativa y que los consumidores y empleados exigen un comportamiento más ético y sostenible de las empresas. Si bien la mayoría está de acuerdo, hay un número importante que no está del todo convencido o no está de acuerdo. Esto nos dice que aún queda mucho trabajo por hacer para que la responsabilidad social sea una práctica común en todos los hoteles. Es posible que muchas personas no comprendan completamente las prácticas socialmente responsables de los hoteles o los beneficios que estas prácticas pueden brindar. Por este motivo es que los hoteles deben comunicar sus iniciativas de forma clara y eficaz.

Análisis de Relaciones sociales de los hoteles con la comunidad

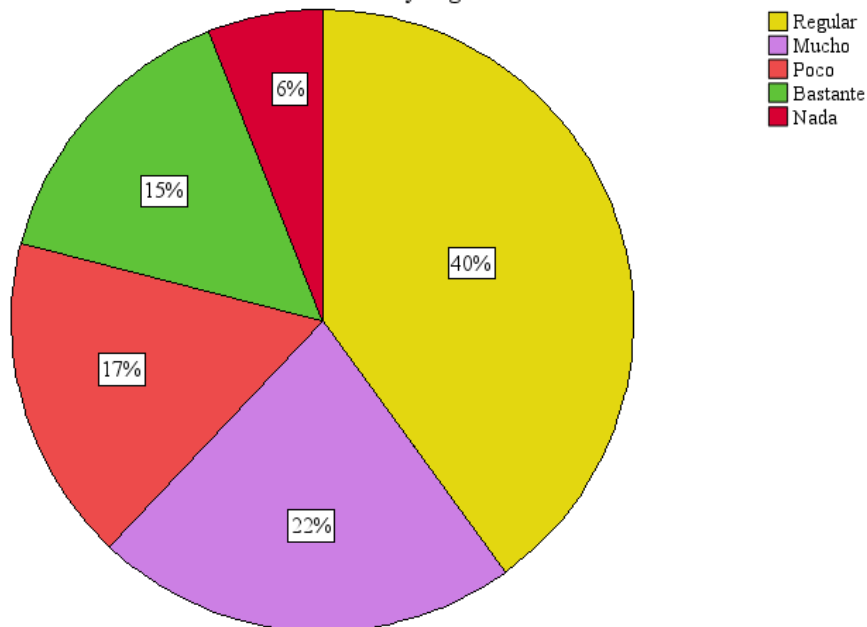
Tabla 10 Relaciones sociales con la comunidad

4.- ¿En qué medida considera que los hoteles involucran a la comunidad de Salinas en las decisiones que afectan al desarrollo y la gestión de la zona?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	40	40%	40%
	Mucho	22	22%	62%
	Poco	17	17%	79%
	Bastante	15	15%	94%
	Nada	6	6%	100%
	Total	100	100%	100%

Figura 7 Porcentaje de la relación social de los hoteles con la comunidad

4.- ¿En qué medida considera que los hoteles involucran a la comunidad de Salinas en las decisiones que afectan al desarrollo y la gestión de la zona?



Análisis: El gráfico de pastel muestra que un porcentaje significativo (40%) opina que la participación de la comunidad en las decisiones de los hoteles es "regular". Esto sugiere que hay una discrepancia entre las expectativas de la comunidad y la realidad de su implicación en los procesos de toma de decisiones. Un 22 % de los encuestados consideran que la participación de la comunidad es "de mucho", lo que sugiere que en ciertos casos se están implementando acciones para involucrar a la comunidad, aunque no de manera generalizada. Un 17% cree que la participación es "poca", lo que indica un nivel moderado de participación pero que podría mejorarse. También un 15 por ciento piensa que la participación es "bastante", lo cual sugiere que en ocasiones la comunidad percibe que sus opiniones son tenidas en cuenta y valoradas en las decisiones de los hoteles. Solo un 6% opina que la participación es "nada", lo que indica que, a pesar de ser minoritaria, hay una percepción de que en ciertas situaciones la comunidad no ejerce ningún impacto en las decisiones.

Los resultados obtenidos muestran que existe una opinión generalizada de que la comunidad de Salinas no está suficientemente involucrada en la toma de decisiones que afectan el desarrollo y la gestión de la zona por parte de los hoteles. Esto puede deberse a la falta de canales claros y efectivos para que las comunidades locales expresen su opinión y participen en el proceso de toma de decisiones, la priorización de los intereses económicos

sobre las necesidades y deseos de la comunidad, así como como el desconocimiento sobre los procesos de toma de decisiones.

Análisis de Desarrollo del personal de los hoteles

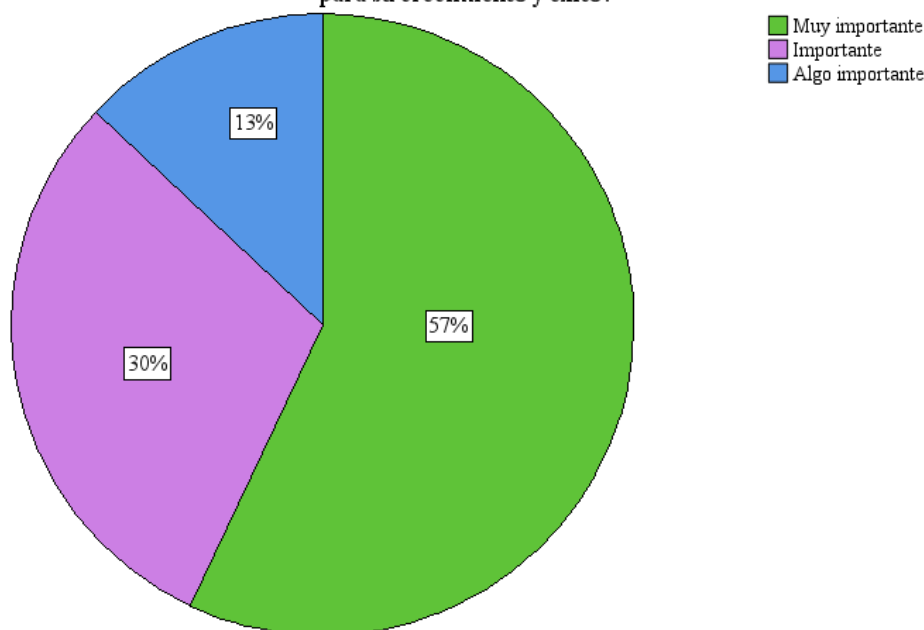
Tabla 11 Desarrollo personal en los hoteles

5.- ¿Cree que es importante que los hoteles promuevan el desarrollo y capacitación profesional en sus empleados para su crecimiento y éxito?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy importante	57	57%	57%
	Importante	30	30%	87%
	Algo importante	13	13%	100%
	Poco importante	0	0%	100%
	No es importante	0	0%	100%
	Total	100	100%	100%

Figura 8 Porcentaje del desarrollo del personal que ofrecen los hoteles a sus empleados.

5.- ¿Cree que es importante que los hoteles promuevan el desarrollo y capacitación profesional en sus empleados para su crecimiento y éxito?



Análisis: El 57% de los encuestados de los encuestados considera que es muy importante que los hoteles inviertan en la formación y capacitación de sus empleados. Esto sugiere una alta valoración de las habilidades y conocimientos de los trabajadores como un factor clave para el éxito de los negocios hoteleros. Un 30% considera que es importante, pero no de manera tan crucial. Esto podría indicar que reconocen el valor del desarrollo profesional, pero quizás lo ven como un factor complementario a otros aspectos de la gestión empresarial. Y un 13% porcentaje menor considera que el desarrollo profesional es solo

"algo importante", esto podría deberse a diversas razones, como la percepción de que otras prioridades son más urgentes o que la formación no es tan relevante en ciertos roles dentro de la industria hotelera.

Los resultados de la encuesta reflejan que existe una opinión mayoritaria sobre la importancia de invertir en el desarrollo profesional de los empleados en el sector hotelero. Esta percepción positiva se puede ver influenciada por la relación entre capacitación y calidad del servicio, ya que los empleados capacitados suelen ofrecer un mejor servicio al cliente, lo que a su vez puede aumentar la satisfacción del cliente y la reputación del hotel. Además de que la inversión en desarrollo profesional ayuda a los administradores a retener empleados talentosos, reduciendo los costos de contratación y capacitación de nuevos empleados.

Análisis de Participación de los hoteles con la comunidad

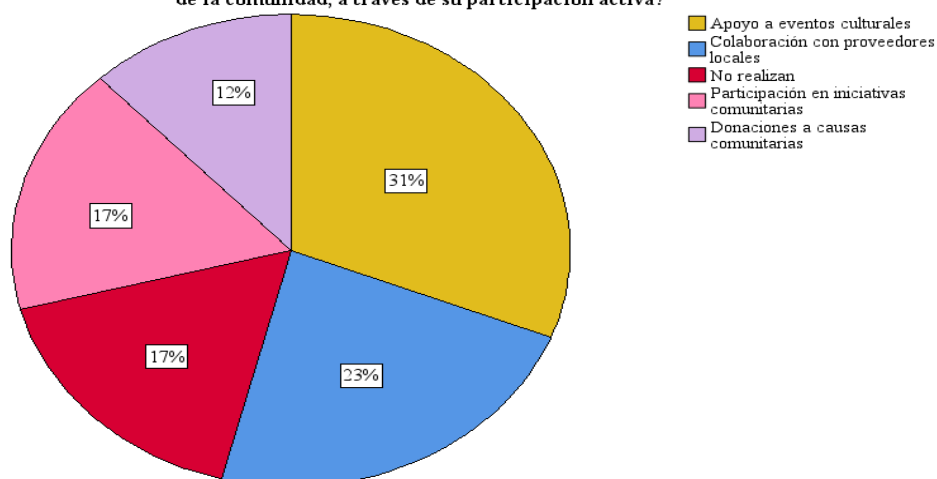
Tabla 12 Participación hotelera

6.- ¿Cuál de las siguientes acciones sociales considera que realizan los hoteles con mayor frecuencia en beneficio de la comunidad, a través de su participación activa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Apoyo a eventos culturales	31	31%	31%	31%
Colaboración con proveedores locales	23	23%	23%	54%
No realizan	17	17%	17%	71%
Participación en iniciativas comunitarias	17	17%	17%	88%
Donaciones a causas comunitarias	12	12%	12%	100%
Total	100	100%	100%	

Figura 9 Porcentaje de la participación de los hoteles con su comunidad

6.- ¿Cuál de las siguientes acciones sociales considera que realizan los hoteles con mayor frecuencia en beneficio de la comunidad, a través de su participación activa?



Análisis: Se puede ver que un 31% de los encuestados respondieron que la acción que mayormente se involucran los hoteles es en el apoyo a eventos culturales, esto indica un alto compromiso de los hoteles con el enriquecimiento cultural de la comunidad. Un 23% optó que los hoteles realizan colaboraciones con proveedores locales, reforzando así la economía local. Con un doble porcentaje de 17%, lo cual es un resultado muy interesante, que los hoteles realizan iniciativas comunitarias y otros dicen que no se realizan estas acciones por parte de los hoteles, ambas sugieren que los encuestados perciben que los hoteles no participan en acciones directas. El 12% escogieron que los hoteles realizan donaciones comunitarias a organizaciones sociales, lo cual es la práctica común entre los hoteles.

Esta distribución refleja el alto porcentaje de apoyo a eventos culturales y colaboración con proveedores, indica que los hoteles se esfuerzan por conectarse con las comunidades locales a través de actividades que enriquecen la vida de las personas, la diferencia entre la participación en iniciativas comunitarias y la falta de realización de acciones sociales por parte de algunos hoteles quiere decir que existe una incertidumbre en el compromiso de los hoteles con la comunidad y el hecho de que un 12% de los encuestados considere que los hoteles realizan donaciones comunitarias refleja que aún deben de realizar un margen de mejora en cuanto al compromiso social del sector.

Análisis de Prácticas sostenibles que realizan los hoteles

Tabla 13 practicas sostenibles que se aplican

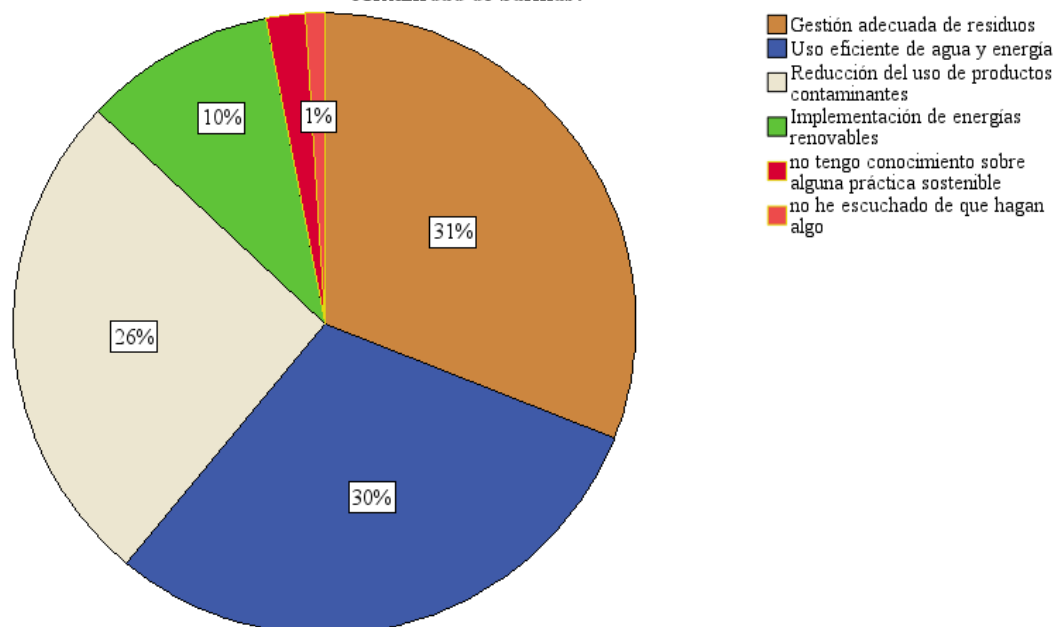
7.- ¿Qué prácticas sostenibles considera que los hoteles implementan para reducir su impacto ambiental en la comunidad de Salinas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Gestión adecuada de residuos	31	31%	31%	31%
Uso eficiente de agua y energía	30	30%	30%	61%
Reducción del uso de productos contaminantes	26	26%	26%	87%
Implementación de energías renovables	10	10%	10%	97%
no tengo conocimiento sobre alguna práctica sostenible	2	2%	2%	99%

no he escuchado de que hagan algo	1	1%	1%	100%
Total	100	100%	100%	

Figura 10 Porcentaje de prácticas sostenibles y responsables que aplican los hoteles

7.- ¿Qué prácticas sostenibles considera que los hoteles implementan para reducir su impacto ambiental en la comunidad de Salinas?



Análisis: Las distribuciones de la gráfica detalla una tendencia positiva hacia la adopción de prácticas sostenibles en los hoteles de Salinas, aunque con algunas áreas de oportunidad. El 31% de los encuestados consideran que los hoteles realizan una gestión adecuada de residuos, lo que indica un compromiso de los hoteles con la reducción y manejo adecuado de desechos. Seguido por un 30%, con poca diferencia de lo anterior, el uso eficiente de agua y energía, lo cual muestra un esfuerzo por optimizar el consumo de recursos básicos en los hoteles. La reducción del uso de productos contaminantes representa un 26% de los encuestados reflejando una creciente conciencia sobre la importancia de utilizar productos más amigables con el medio ambiente. Si bien es un porcentaje bajo del 10%, el aumento en la implementación de energías renovables es una señal positiva de la evolución hacia prácticas sostenibles. Y un porcentaje de los encuestados indicaron que no tienen conocimiento o han escuchado sobre alguna práctica sostenible, lo que sugiere un alto conocimiento sobre iniciativas sostenibles de los hoteles entre los encuestados.

Estos resultados muestran que la gestión de residuos y la eficiencia energética son las prácticas más comunes, lo que indica que los hoteles están empezando a abordar los aspectos fundamentales de la sostenibilidad. El bajo porcentaje de encuestados que desconocen las prácticas sostenibles sugiere una creciente conciencia sobre la importancia de la

sostenibilidad en el sector hotelero. Aunque se ha visto que los hoteles están haciendo avances, aún se puede ver un margen significativo en mejorar estas áreas como la implementación de energías renovables y la reducción del uso de productos contaminantes.

Análisis de Efectividad en la gestión de residuos de los hoteles

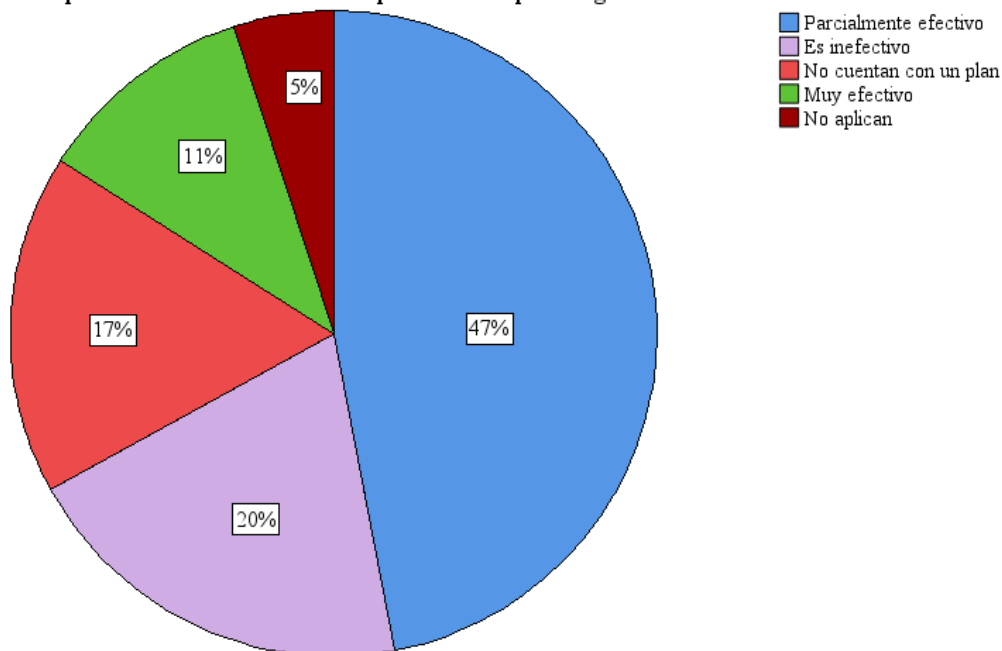
Tabla 14 Efectividad de gestión en residuos

8.- ¿Considera que los hoteles cuentan con un plan efectivo para la gestión de residuos sólidos en la comunidad?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Parcialmente efectivo	47	47%	47%	47%
Es inefectivo	20	20%	20%	67%
No cuentan con un plan	17	17%	17%	84%
Muy efectivo	11	11%	11%	95%
No aplican	5	5%	5%	100%
Total	100	100%	100%	

Figura 11 Porcentaje de la efectividad de la gestión de residuos en los hoteles

8.- ¿Considera que los hoteles cuentan con un plan efectivo para la gestión de residuos sólidos en la comunidad?



Análisis: La figura muestra diferentes escenarios de efectividad de los programas de gestión de residuos sólidos de los hoteles. La mayoría con un 47% considera que estos planes son parcialmente efectivos, lo que sugiere que, a pesar de las iniciativas, todavía los hoteles deben mejorar. Por otro lado, el 20% cree que estos programas son ineficaces, lo que indica la necesidad de estrategias más sólidas. Un sorprendente 17% de los encuestados cree que

los hoteles no tienen un programa formal, lo que revela una importante brecha en la gestión de residuos por parte de los hoteles.

En el lado positivo, el 11 % consideró que estos programas eran muy eficaces, lo que indica que algunos hoteles están liderando el camino en la gestión sostenible de residuos. Sin embargo, el 5% dijo que el programa no era aplicable, lo que podría deberse a diversos factores como el tamaño o la ubicación del hotel. De estas distribuciones se indica que el panorama es mixto, con avances en algunos casos, pero con la necesidad de fortalecer las estrategias de gestión de residuos en la mayoría de los hoteles para así alcanzar un mayor impacto positivo en el medio ambiente.

Análisis de reducción de contaminación de los hoteles

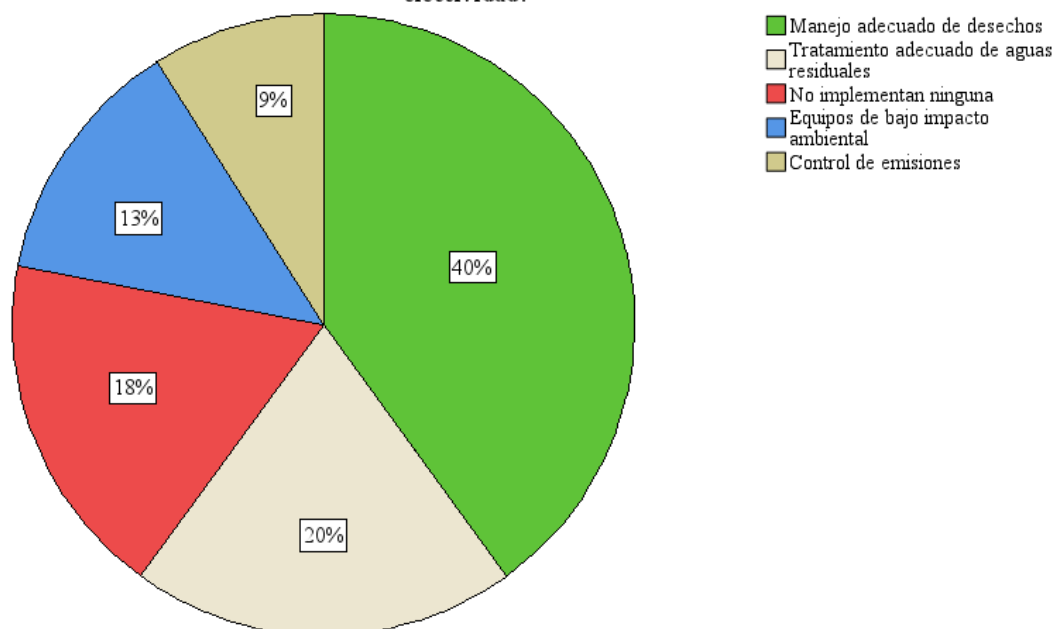
Tabla 15 Reducción de contaminación

9.- ¿Qué medidas para reducir la contaminación considera que implementa los hoteles del malecón con mayor efectividad?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Manejo adecuado de desechos	40	40%	40%	40%
Tratamiento adecuado de aguas residuales	20	20%	20%	60%
Válido No implementan ninguna	18	18%	18%	78%
Equipos de bajo impacto ambiental	13	13%	13%	91%
Control de emisiones	9	9%	9%	100%
Total	100	100%	100%	

Figura 12 *Porcentaje de reducción de contaminación por parte de los hoteles*

9.- ¿Qué medidas para reducir la contaminación considera que implementa los hoteles del malecón con mayor efectividad?



Análisis: La figura 14 revela que los hoteles del malecón para reducir la contaminación muestran un panorama compuesto. Por un lado, es alentador observar que un 40% de los encuestados percibe que los hoteles gestionan adecuadamente sus desechos, lo que indica un compromiso con la reducción de residuos y su manejo responsable. Asimismo, un 20% menciona el tratamiento adecuado de aguas residuales, lo que sugiere un esfuerzo por evitar la contaminación de los cuerpos de agua, que es lo que afecta las playas. Sin embargo, es preocupante que un 18% de los encuestados considere que los hoteles no implementan ninguna medida para reducir la contaminación, lo cual nos indica que existe una brecha importante en materia de sostenibilidad en algunos establecimientos.

Por otro lado, el 13% de los encuestados señala el uso de equipos de bajo impacto ambiental y un 9% menciona el control de emisiones como medidas implementadas por los hoteles. Estos datos muestran que, aunque en menor medida, algunos hoteles están adoptando tecnologías más limpias y controlando sus emisiones, lo que contribuye a reducir su huella ambiental. En conclusión, si bien se ha logrado avances en algunas áreas, aun se necesitan más esfuerzos para garantizar que todos los hoteles del malecón implementen prácticas sostenibles y minimicen su impacto ambiental.

Análisis de transparencia de los hoteles con la comunidad o el ambiente

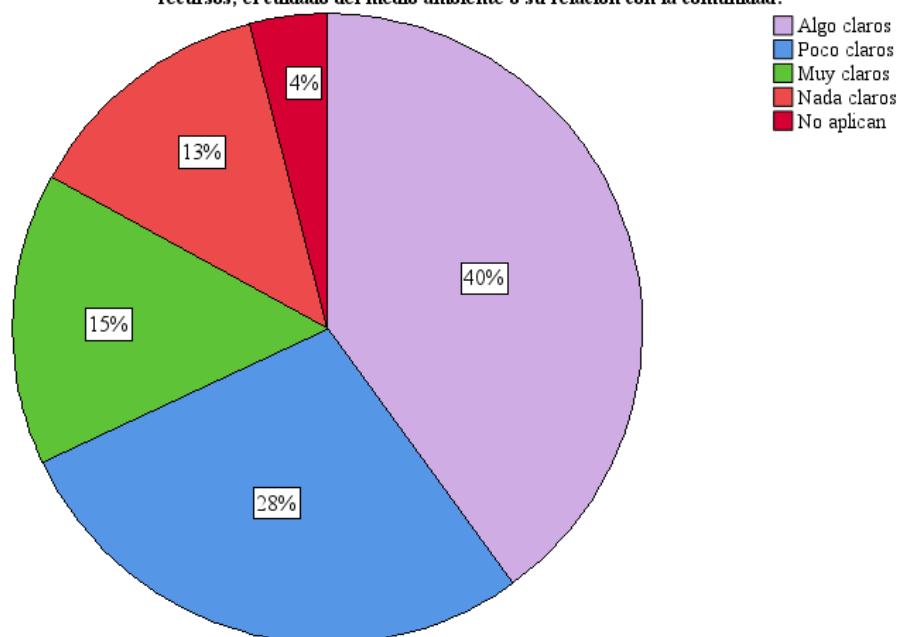
Tabla 16 Transparencia en los hoteles

10.- ¿Qué tan claros y accesibles cree que son los hoteles con la comunidad sobre sus prácticas y políticas de gestión, como el manejo de recursos, el cuidado del medio ambiente o su relación con la comunidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algo claros	40	40%	40%	40%
	Poco claros	28	28%	28%	68%
	Muy claros	15	15%	15%	83%
	Nada claros	13	13%	13%	96%
	No aplican	4	4%	4%	100%
	Total	100	100%	100%	

Figura 13 Porcentaje de transparencia de los hoteles en sus acciones

10.- ¿Qué tan claros y accesibles cree que son los hoteles con la comunidad sobre sus prácticas y políticas de gestión, como el manejo de recursos, el cuidado del medio ambiente o su relación con la comunidad?



Análisis: Un porcentaje considerable de los encuestados, el 40%, considera que la información es algo clara, lo cual indica que existe una base, pero podría mejorarse. Sin embargo, un 28% de los encuestados opina que la información es poco clara, lo que sugiere que hay una falta de detalle o de accesibilidad en la comunicación. Por otro lado, un 15% considera que la información es muy clara, lo cual es positivo y destaca la transparencia de algunos hoteles. Como resultado, es alarmante que el 13% de los encuestados opinen que la información no es clara en absoluto, lo que indica la falta de transparencia de estos establecimientos. Por último, el 4% de las personas no considera que esta información sea útil y, en algunos casos, esto se puede deber al tamaño del hotel o su ubicación.

A partir de la lectura del gráfico, se desprende que si bien hay un grupo de hoteles que son especialmente transparentes sobre sus prácticas, la mayoría aún tiene posibilidad de abrir su comunicación a la comunidad. En ese sentido, es necesario que los hoteles entiendan lo crucial que es comunicar de manera clara y accesible sus actos a la comunidad, puesto que no sólo es un acto que construye confianza, sino que también aporta a una percepción positiva de la marca y a la promoción de prácticas sostenibles.

Análisis de percepción de los valores en los hoteles

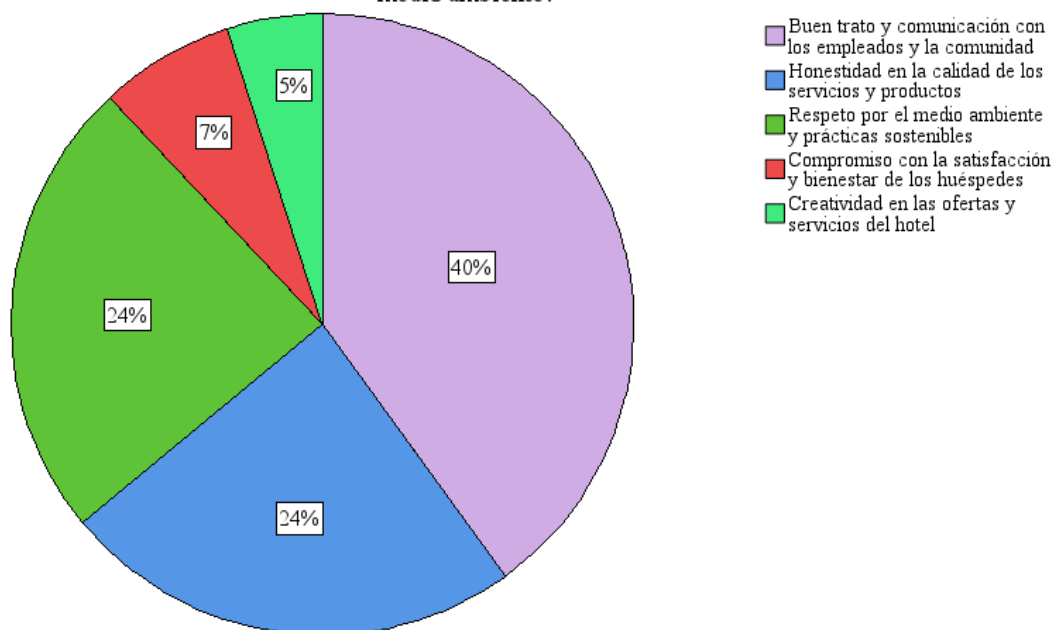
Tabla 17 Percepción de valores en los hoteles

11.- ¿Qué valores o principios considera que deben promoverse en los hoteles para beneficiar a la comunidad y al medio ambiente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Buen trato y comunicación con los empleados y la comunidad	40	40%	40%	40%
Honestidad en la calidad de los servicios y productos	24	24%	24%	64%
Respeto por el medio ambiente y prácticas sostenibles	24	24%	24%	88%
Compromiso con la satisfacción y bienestar de los huéspedes	7	7%	7%	95%
Creatividad en las ofertas y servicios del hotel	5	5%	5%	100%
Total	100	100%	100%	

Figura 14 Porcentaje de los valores que deben implementar los hoteles

11.- ¿Qué valores o principios considera que deben promoverse en los hoteles para beneficiar a la comunidad y al medio ambiente?



Análisis: Considerando la información de la figura 16 indica que el valor más destacado por los encuestados es el buen trato y comunicación con los empleados y la comunidad, representado con el 40% de las respuestas. Esto da a conocer que los hoteles deben valorar altamente las relaciones humanas y la comunicación abierta tanto con el personal como con la comunidad local. Con un 24% se encuentran los valores de la honestidad en la calidad de los servicios y el respeto por el medio ambiente y prácticas sostenibles. Esto demuestra que los encuestados están conscientes de la importancia de ofrecer servicios de calidad y de cuidar el medio ambiente.

Por el contrario, aunque en menor medida, dos valores más son el compromiso con la satisfacción y el bienestar del cliente y la creatividad en las ofertas y servicios del hotel, ambos representados por 7% y 5%, respectivamente. Estos valores demuestran que los encuestados aprecian la experiencia del cliente y la innovación en el sector hotelero. En conclusión, el análisis del gráfico demuestra que, en lo que concierne a los hoteles, los encuestados creen que sus valores deben girar en torno a la combinación de la relación humana, la sostenibilidad ecológica y la sostenibilidad de los servicios de calidad. La promoción de estas ideas conducirá a relaciones más fuertes con los empleados, las comunidades locales y los clientes y un futuro más sostenible.

Análisis de compromiso de los hoteles en sus operaciones

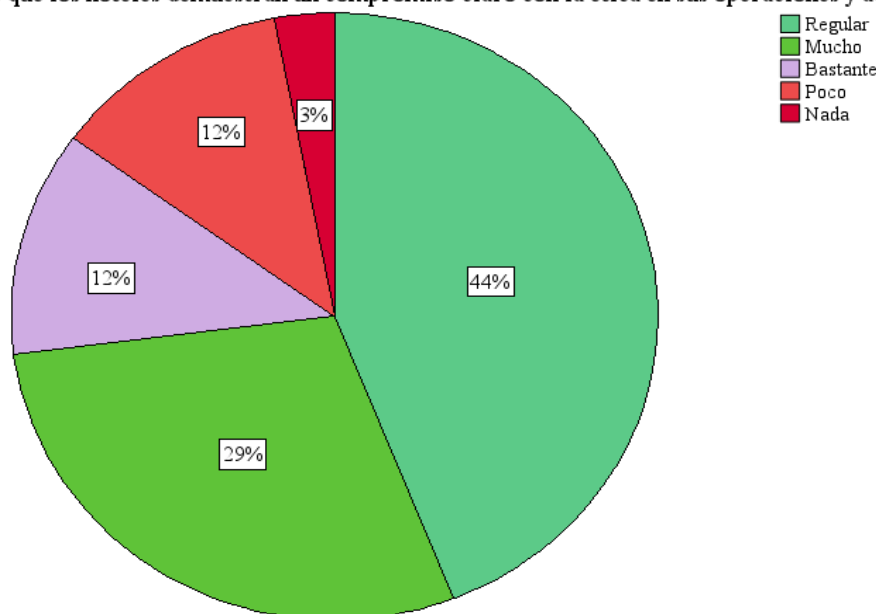
Tabla 18 Compromiso de los hoteles

12.- ¿Cree que los hoteles demuestran un compromiso claro con la ética en sus operaciones y actividades diarias?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	44	44%	44%	44%
	Mucho	29	29%	29%	73%
	Bastante	12	12%	12%	85%
	Poco	12	12%	12%	97%
	Nada	3	3%	3%	100%
	Total	100	100%	100%	

Figura 15 Porcentaje del compromiso en las operaciones de los hoteles

12.- ¿Cree que los hoteles demuestran un compromiso claro con la ética en sus operaciones y actividades diarias?



Análisis: Al analizar la figura 18 se refleja una percepción positiva de los encuestados sobre el compromiso ético de los hoteles. Un porcentaje significativo del 44%, piensan que dicho compromiso es “regular”, lo que significa que los hoteles están tomando algunas medidas para operar de manera éticamente aceptable, aunque podría haber margen para mejorar en algunos aspectos. El 29%, considera que el compromiso ético de los hoteles es “mucho”, lo cual es una buena señal. Indica que, para gran parte de los encuestados, los hoteles hacen todos los esfuerzos para incorporar la ética en todas las esferas relacionadas con sus operaciones. El empate entre quienes pensaban que el compromiso era “bastante” y quienes lo veían como “poco” con un porcentaje del 12% en ambos casos. Esta división tan marcada me sugirió que probablemente había una gran diferencia entre cómo operaban distintos hoteles - mientras algunos priorizaban la ética, otros la dejaban en segundo plano. Además, que es preocupante que un porcentaje, del 3%, considera que el compromiso ético es “nada”, dando a conocer que algunos hoteles definitivamente necesitan mejorar sus imagen y prácticas éticas.

De estos resultados es relevante que ese 44% que calificó el compromiso ético como “regular” podría estar reflejando una brecha entre lo que los hoteles decían hacer y lo que realmente implementaban en su día a día. Esta situación pudo deberse a que muchos hoteles veían la ética como un requisito formal más que como una parte integral en sus operaciones. Además, la industria hotelera, al ser parte fundamental del sector turístico, tiene una responsabilidad especial en la construcción de confianza con sus diferentes grupos de interés.

Por eso, que los hoteles deben ver el compromiso ético no solo como una obligación, sino como una oportunidad para diferenciarse y construir relaciones más sólidas con sus clientes, empleados y comunidades locales.

Análisis de percepción de las costumbres que promueven los hoteles

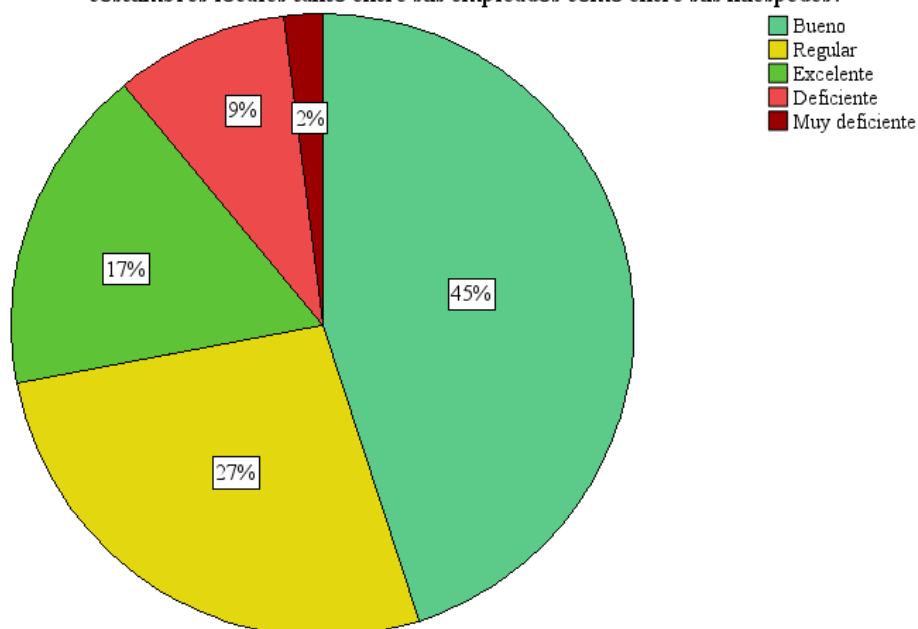
Tabla 19 Costumbres o cultura que promueven los hoteles

13.- ¿Cómo evaluaría el esfuerzo de los hoteles por promover el respeto y la inclusión de las tradiciones y costumbres locales tanto entre sus empleados como entre sus huéspedes?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	45	45%	45%
	Regular	27	27%	72%
	Excelente	17	17%	89%
	Deficiente	9	9%	98%
	Muy deficiente	2	2%	100%
	Total	100	100%	100%

Figura 16 Porcentaje de la percepción de los hoteles sobre las costumbres en sus huéspedes y empleados

13.- ¿Cómo evaluaría el esfuerzo de los hoteles por promover el respeto y la inclusión de las tradiciones y costumbres locales tanto entre sus empleados como entre sus huéspedes?



Análisis: Un porcentaje significativo, el 45%, considera que el esfuerzo de los hoteles es “bueno”, Esto indica que una gran parte de los encuestados valora las iniciativas de los hoteles para conectar con las comunidades locales y ofrecer experiencias más auténticas. En segundo lugar, un 27% califica el esfuerzo como “regular”, esto pudo deberse a que notaban intentos por parte de los hoteles, pero quizás estos esfuerzos no eran lo

suficientemente consistentes o profundos como para ser realmente significativos. Es interesante que un 17% de los encuestados consideró estos esfuerzos como “excelentes”. Este grupo probablemente tuvo experiencias muy positivas con hoteles que realmente se destacaban en su compromiso con la comunidad local, tal vez participando activamente en eventos culturales o trabajando de cerca con artesanos de la zona.

Por otro lado, me preocupó que un 9% calificara el esfuerzo como “deficiente”. Este resultado posiblemente reflejaba casos donde los hoteles operaban como burbujas aisladas, sin considerar el entorno cultural y social que los rodeaba. Peor aún, un 2% demostró que es “muy deficiente”, lo que sugiere que algunos hoteles prácticamente ignoraban por completo su rol en la comunidad local. Esta situación da a pensar que, aunque había avances positivos, los hoteles todavía necesitan trabajar más en crear conexiones genuinas con sus comunidades, no solo por cumplir con una responsabilidad social, sino porque esto podría enriquecer significativamente la experiencia de sus huéspedes y contribuir al desarrollo sostenible del turismo local.

Análisis de percepción de la cultura organizacional de los hoteles

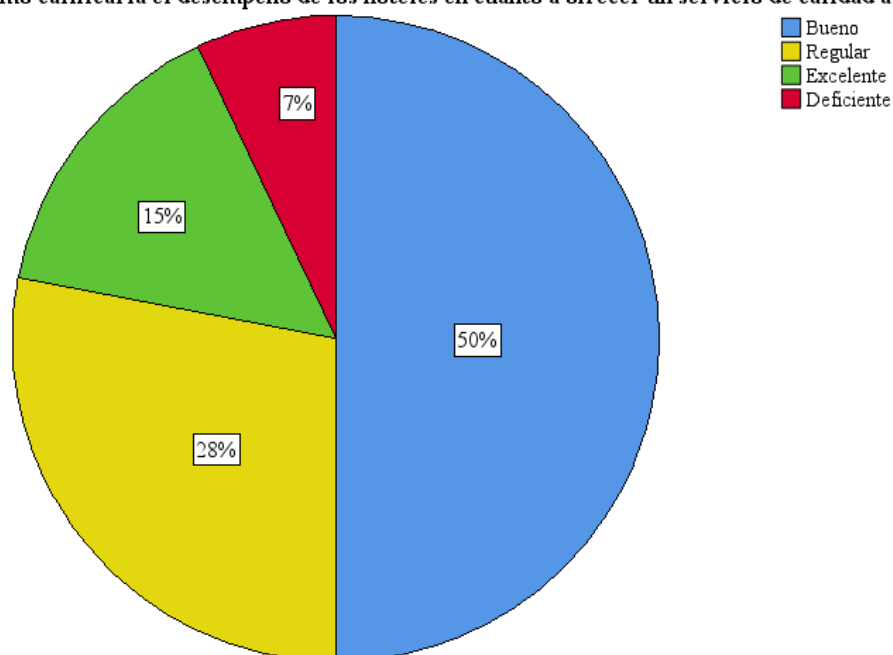
Tabla 20 Cultura Organizacional

14.- ¿Cómo calificaría el desempeño de los hoteles en cuanto a ofrecer un servicio de calidad a sus huéspedes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	50	50%	50%	50%
	Regular	28	28%	28%	78%
	Excelente	15	15%	15%	93%
	Deficiente	7	7%	7%	100%
	Muy deficiente	0	0%	0%	
	Total	100	100%	100%	

Figura 17 Porcentaje de la percepción de la cultura organizacional de los hoteles

14.- ¿Cómo calificaría el desempeño de los hoteles en cuanto a ofrecer un servicio de calidad a sus huéspedes?



Análisis: Al examinar la figura 20 se observa que la mitad de los encuestados (50%) calificó que el servicio ofrecido que arraiga la cultura organizacional de los hoteles en su servicio es “bueno”, lo que indica que los hoteles, en general, están realizando un buen trabajo en mantener una buena cultura organizacional. Sin embargo, llama la atención que un 28% de los encuestados calificara el servicio como “regular”. Esto se debe a que los encuestados esperan algo más que solo lo básico – quizás notaron que faltaba ese toque extra de compromiso con prácticas más responsables y sostenibles. Es sorprendente que un 15% encontró el servicio “excelente”. Probablemente experimentaron un servicio que fue más allá de sus expectativas, con personal atento, instalaciones impecables y experiencias memorables. Por otro lado, un 7% calificó el servicio como “deficiente”. Aunque era un porcentaje menor, no deja de ser importante pues indicaba que algunos hoteles tenían problemas serios que necesitaban atención. Probablemente se toparon con situaciones desagradables como personal poco capacitado, instalaciones mal mantenidas o falta de respuesta a sus necesidades.

Es especialmente relevante que estos resultados mostraran una clara oportunidad para que los hoteles mejoren su cultura organizacional incorporando prácticas de responsabilidad social. Por ejemplo, podrían capacitar mejor a su personal no solo en el desenvolvimiento de sus tareas, sino también en prácticas sostenibles, implementar programas de reducción de

desperdicios, o crear experiencias que se conecten mejor con la cultura local. Estas mejoras no solo ayudarían a aumentar la satisfacción, sino que también contribuirían a un turismo más responsable.

Análisis de capacitaciones sobre la cultura local de los hoteles

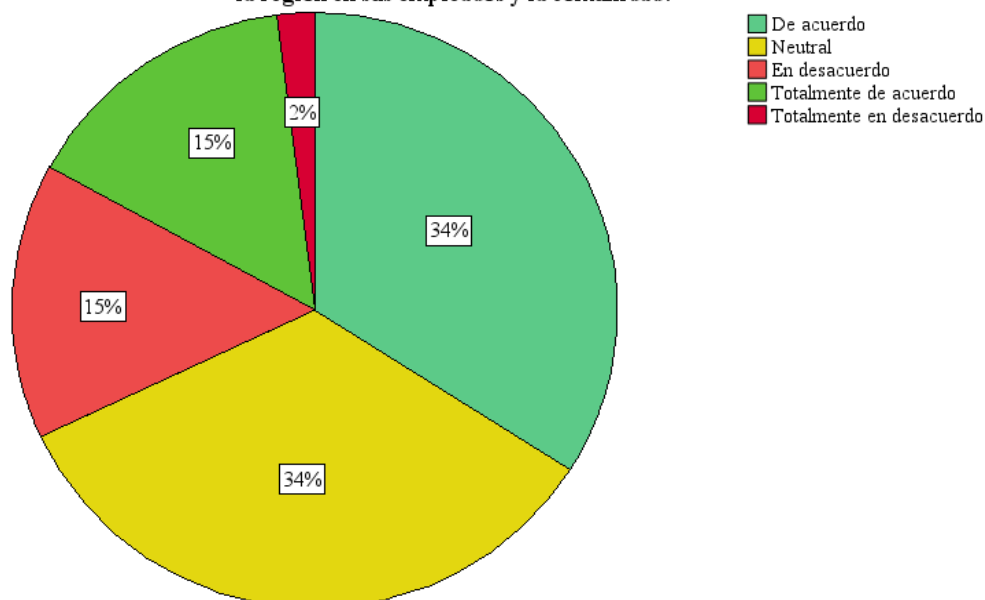
Tabla 21 Capacitaciones sobre la cultura local

15.- ¿Cree que los hoteles implementan iniciativas efectivas para proteger y promover el patrimonio cultural de la región en sus empleados y la comunidad?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	34	34%	34%	34%
Neutral	34	34%	34%	68%
En desacuerdo	15	15%	15%	83%
Válido Totalmente de acuerdo	15	15%	15%	98%
Totalmente en desacuerdo	2	2%	2%	100%
Total	100	100%	100%	

Figura 18 Porcentaje de la percepción de los hoteles sobre el patrimonio cultural local

15.- ¿Cree que los hoteles implementan iniciativas efectivas para proteger y promover el patrimonio cultural de la región en sus empleados y la comunidad?



Análisis: Al analizar las respuestas sobre el compromiso de los hoteles con lo cultural de la región, se encontró una situación de patrimonio bastante dividida que es interesante. Un 34% de las personas estuvo de acuerdo con que los hoteles estaban haciendo un buen trabajo en este aspecto. Esto sugirió que algunos hoteles sí estaban tomando en serio

su papel en la preservación cultural local. Lo particular fue que otro 34% se mantuvo neutral, lo cual llevó a varios cuestionamientos. ¿Por qué tanta gente no tenía una opinión clara? Era posible que los hoteles no estuvieran comunicando bien sus iniciativas culturales, o que estas no fueran lo suficientemente visibles para el público. También existía la posibilidad de que las personas no supieran exactamente qué esperar de un hotel en términos de preservación cultural. Resultó positivo que un 15% estaba totalmente de acuerdo, señalando que algunos hoteles realmente se estaban destacando en este aspecto. Esto se debe a que algunos establecimientos de hospedaje tenían programas bien estructurados de promoción cultural como exposiciones de arte local o colaboraciones con artesanos de la región. No obstante, era preocupante observar que otro 15% estén en desacuerdo, y seguido más aún de un porcentaje del 2% estuviera en desacuerdo.

Los resultados dejaron claro que existía una brecha importante entre lo que algunos hoteles estaban haciendo bien y lo que otros apenas consideraban. La situación resultó especialmente relevante porque el patrimonio cultural no solo enriquece la experiencia del turista, sino que es fundamental para mantener la identidad y autenticidad de un destino turístico. Esta división en las opiniones sugiere que los hoteles necesitaban repensar su aproximación al patrimonio cultural. No era suficiente tener algunas artesanías en el lobby o música tradicional de fondo; se requeriría un compromiso más profundo y significativo con la cultura local. Por ejemplo, se podían organizar talleres con artesanos locales, crear espacios para exhibiciones culturales permanentes, o incluso desarrollar programas de capacitación para el personal sobre la historia y tradiciones locales.

Discusión

En esta investigación, se busca analizar el impacto de la RSE en los hoteles del malecón cantón Salinas, los resultados mostraron varios aspectos interesantes que merecen ser analizados en profundidad. Para empezar, con la dimensión económica, se encontró que los hoteles de categoría media e inferior entre los cuales se realizaron las entrevistas y encuestas para esta investigación aplican prácticas en menor proporción y algunos ni aplican. Esto coincide con lo expuesto por Ruiz et al (2016), en su artículo titulado “*Responsabilidad social en el sector hotelero. Análisis de caso en Córdoba (Argentina)*”, donde noto que los hoteles más pequeños tenían problemas en sus recursos financieros para inversiones y escasez de tiempo para formarse, lo cual se puede corroborar con lo que nos indicaron los administradores, que era el dinero el problema más grande para poner en marcha las prácticas de RSE. Además, que en las entrevistas se evidencia que el 49% de trabajadores de hoteles y ciudadanos de la comunidad, que los hoteles estaban más preocupados por mejorar la calidad de servicio y atraer más turistas (20%) que por otros factores como promoción de productos locales (14%) o ser más sostenibles (11%).

Por el lado positivo, los resultados de las encuestas demostraron una actitud favorable hacia la RSE, con un 78% que reconoció su importancia para la imagen de los hoteles y un 82% que tiene más relación mayor con la competitividad, Estos hacen que los hoteles puedan generar beneficios económicos a largo plazo como mencionan los autores, Mejía y Ortiz (2020), Ruiz et al (2016) y Gómez et al. (2024), Sin embargo, al profundizar en las entrevistas con los administradores, detecté que esta valoración positiva no se traducían necesariamente en acciones concretas debido a varias limitaciones. Uno de los hallazgos más reveladores en la dimensión social fue que, mientras los administradores expresaban interés en desarrollar iniciativas de RSE, sus acciones se limitaban principalmente a eventos culturales (31%) y colaboraciones con proveedores locales (23%). Esta brecha entre intención y acción se explica en gran parte por lo que me comentaron los administradores. Además, que la participación comunitaria surgió como otro punto crítico en mi investigación, ya que el 40% de los encuestados calificaron que los hoteles involucran de manera “regular” a la comunidad en la toma de decisiones. Cuando se conversó con los administradores, se pudo confirmar esto, señalaron que sus actividades con la comunidad suelen ser improvisadas y surgen más como respuestas a situaciones específicas que como parte de un plan bien estructurado, algo que Lazo (2022) en su investigación sobre “*Responsabilidad social empresarial en alojamientos turísticos en el Ecuador*” también había visto en otros hoteles ecuatorianos y sus

comunidades. Ruiz et al (2016) encontraron que los hoteles más grandes solían ser mejores en el aspecto social porque podían invertir más en proyectos comunitarios y en capacitar a sus empleados. En Salinas, aunque más de la mitad de los encuestados (57%) indicaron que es “muy importante” la capacitación, pero vi que en las encuestas los administradores no ofrecen muchos programas de desarrollo profesional en su personal en temas a parte de la función de sus tareas. Pienso que aquí hay una oportunidad clara para que los hoteles mejoren.

En el tema ambiental se encontró similitudes importantes con lo que plantean Mejía y Ortiz (2020) en su estudio *“Reflections on Responsible Tourism in the Framework of Social Responsibility” (Reflexiones hacia el Turismo Responsable en el Marco de la Responsabilidad Social)*, en donde se analizó la relación entre la RSE y la actividad hotelera a través de un enfoque bibliográfico de literatura, entre sus resultados destacaron la confusión que existe entre RSE y sostenibilidad lo que hace que se haga una tendencia sobre priorizar aspectos ambientales, sobre sociales y culturales. Esto se reflejó claramente en mis resultados, donde los hoteles se enfocan principalmente en la gestión de residuos (31%) y el uso eficiente de recursos (30%) fueron las prácticas más reconocidas. Sin embargo, me llamó la atención que las tecnologías renovables alcanzan apenas un 10% de implementación, evidenciando un rezago significativo en inversiones de mayor impacto.

Siguiendo estos análisis, Gómez et al (2024), en su investigación de la gestión, titulado: *“La gestión ambiental y su incidencia en la competitividad del sector hotelero del destino turístico Salinas, Santa Elena”*, que aunque la gestión ambiental es clave en la competitividad, en salinas hay aun brechas importantes en la implementación de prácticas sostenibles, lo cual se puede evidenciar con la percepción de los encuestados, los cuales consideran que los planes de gestión de residuos son solo “parcialmente efectivos” (47%), además que los hoteles para reducir su contaminación implementan un manejo adecuado de desechos (40%) y el tratamiento adecuado de aguas residuales (20%), que Gómez et al (2024) entre sus 12 factores críticos de éxitos identificados en los hoteles entre los principales se encuentra la realización de buenas prácticas ambientales, formaciones de gremios para el cuidado ambiental, hoteles ecológicos, etc.

El cuanto el aspecto ético mostró resultados interesantes el 44% de los encuestados calificó como "regular" el compromiso ético de los hoteles del malecón de Salinas, mientras que solo un 32% lo demostró "bueno". Estos resultados se alinearon con lo que Mejía y Ortiz (2020) ya habían identificado sobre los problemas de comunicación en el sector hotelero. En

las entrevistas, cuando se preguntó por las medidas que implementan los administradores para garantizar la transparencia y ética en sus operaciones, supieron resaltar que solo se rigen por las políticas del estado y no realizaban algo más para mejorar esto, solo auditorias periódicas y buzones de sugerencias, no presentaban un código de ética formalizado.

Los resultados de las encuestas, se puede observar que la gente valoraba mucho el buen trato (40%), la honestidad y que los hoteles sean sostenibles (24%). Esto me hizo pensar en el estudio de Ruiz et al (2016) en los hoteles de Córdoba, Argentina. Ellos habían encontrado algo parecido: aunque los hoteles decían que estos valores eran importantes, les costaba ponerlos en práctica, especialmente a los hoteles más pequeños. También me pareció importante mencionar lo que Lazo (2022) había descubierto en Ecuador. Él descubrió que tener valores éticos claros y ser transparentes era súper importante para que los hoteles se llevaran bien con sus comunidades. Sin embargo, se puede notar que en Salinas pasaba algo similar a lo que el autor encontró: muchos no entendían bien qué era la RSE, y por eso les costaba integrarla en su día a día, los encuestados calificaron que el compromiso de los hoteles con la ética era “regular” (44%), seguido de “mucho” (29%). Se llegó a que, aunque los hoteles tenían valores éticos, no los aplicaban de manera organizada y la gente no podía ver claramente sus esfuerzos.

En cuanto al aspecto cultural, el 45% de los encuestados pensó que los esfuerzos por incluir tradiciones locales eran "bueno", pero un 27% los parecía "regulares". Se puede observar que estas iniciativas eran más bien ocasionales y poco planificadas. Esto coincidió con lo que Gómez et al (2024) mencionaron sobre la necesidad de hacer de Salinas un destino que realmente valore su cultura. Con respecto a su cultura organizacional, se calificó como “bueno” con un 50% y regular con un “28”, lo que infiere en que los hoteles deben conquistar esa minoría y mantener ese 50% con un toque extra de prácticas responsables en su cultura organizacional. Y por último los encuestados están de acuerdo que los hoteles implementan una concientización para proteger y promover el patrimonio cultural regional en sus empleados y la comunidad. Para concluir, esta investigación mostró que los hoteles del malecón de Salinas están intentando implementar prácticas de RSE, pero todavía les falta mucho camino por recorrer. Se concentran más en lo ambiental, pero necesitan trabajar más en lo social, ético y cultural, especialmente en cómo se relacionan con la comunidad y cómo promueven la cultura local. Creo que, si fortalecen estos aspectos, no solo podrían volverse más competitivos, sino también ayudar a que toda la región se desarrolle de manera más sostenible.

Propuesta

Plan de acción de implementación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en los hoteles del Malecón cantón Salinas, año 2024.

Antecedentes

Durante esta investigación se evidencia que, si bien los hoteles del malecón de Salinas han comenzado a implementar ciertas prácticas de RSE, estas iniciativas todavía son limitadas y les falta estructura para realmente impactar a la comunidad y al ambiente. En esta investigación se reveló tres grandes retos: que los hoteles no cuentan con suficientes recursos económicos para invertir en prácticas, el personal tanto como administradores necesitan capacitaciones en temas de RSE y la falta de apoyo por parte del gobierno local.

Pero a pesar de estos obstáculos que presentan los hoteles, se puede evidenciar que invertir en prácticas de RSE, esto valdría la pena por los beneficios que se perciben: los hoteles, se vuelven más competitivos en comparación con otros hoteles, mejorarían su imagen y en su conjunto ayudaría al desarrollo de Salinas. Es por este motivo para ayudar a los hoteles a poder superar estos desafíos, se desarrolló un plan de acción que se enfoca en mejorar y comunicar mejor sus prácticas de RSE. El plan de acción se compone de los siguientes pasos:

Análisis situacional

Se realizó este análisis FODA de los hoteles del malecón cantón Salinas a través de la información obtenida de las encuestas realizadas a los empleados de los hoteles y ciudadanos de la comunidad y de las entrevistas realizadas a los administradores de los hoteles, las cuales permitieron obtener un enfoque más claro y detallado de la situación actual de los hoteles en cuanto al impacto de la RSE, identificando así las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que enfrentan los hoteles. Y es en base a estos resultados que se desarrollaran prácticas presentadas en el plan de acción, con el propósito de mejorar la rentabilidad, imagen y competitividad de los hoteles sostenibles y responsables ubicados en el malecón cantón Salinas.

Análisis del entorno

Oportunidades

10. Creciente interés de turistas extranjeros en prácticas de RSE.
20. Potencial de posicionarse como un destino turístico sostenible.
30. Posibilidad de fortalecer alianzas con proveedores y actores locales.
40. Mayor interés de la comunidad joven en la RSE.
50. Disponibilidad de programas de capacitación en sostenibilidad.
60. Oportunidad de alinearse con las ODS.
70. Implementación de programas de formación ética para fortalecer la confianza de la comunidad y huéspedes.
80. Promoción de talleres y eventos que integran la identidad cultural local como parte del atractivo turístico.

Amenazas

- 1A. Falta de incentivos fiscales para proyectos de RSE.
- 2A. Percepción de los costos asociados a la RSE como gastos innecesarios.
- 3A. Posible apatía de ciertos segmentos de la comunidad hacia iniciativas de RSE.
- 4A. Falta de regulaciones gubernamentales estrictas en sostenibilidad para el sector hotelero.
- 5A. Falta de uniformidad en las prácticas éticas entre hoteles genera una percepción mixta en la comunidad.
- 6A. Desconocimiento de la importancia de preservar el patrimonio cultural por parte de algunos hoteles.

Fortalezas

- 1F. Reconocimiento positivo de la RSE en la competitividad y posicionamiento del hotel.
- 2F. Alta valoración de los encuestados sobre capacitación profesional.
- 3F. Relaciones cordiales y respetuosas entre empleados y la comunidad local.
- 4F. Participación en eventos comunitarios.
- 5F. Adopción inicial de medidas sostenibles como la gestión de residuos.
- 6F. Conciencia sobre reducir el impacto ambiental.
- 7F. Implementación de auditorías internas para garantizar transparencia.
- 8F. Valores éticos clave como honestidad y respeto en el trato a los clientes.
- 9F. Iniciativas para promover eventos culturales y apoyo al turismo.

Debilidades

Ofensivas

- 2F+50+7D. Incorporar programas de formación en RSE para empleados, destacando la conexión entre estos conocimientos y la mejora de la calidad del servicio.
- 3F+30. Utilizar las relaciones existentes con la comunidad para formalizar acuerdos estratégicos con actores locales, fomentando una cadena de valor sostenible.
- 9F+80. Fortalecer la organización de eventos culturales en colaboración con la comunidad, resaltando tradiciones locales para aumentar el atractivo turístico y cultural de los hoteles.
- 5F+60. Utilizar la gestión de residuos y el ahorro energético como base para ampliar la adopción de prácticas alineadas con los ODS, como el uso de energías renovables.
- 8F+70. Reforzar la comunicación sobre prácticas éticas y transparencia en las operaciones, resaltando el respeto y la honestidad como pilares de la cultura empresarial.

Adaptivas

Defensivas

- 3F+5A. Comunicar y visibilizar las acciones positivas de los hoteles hacia la comunidad local, fortaleciendo la confianza y reduciendo la percepción de falta de uniformidad ética.
- 8F+4A. Implementar estándares éticos internos que sirvan como modelo en la industria hotelera, destacando prácticas transparentes y sostenibles, incluso en ausencia de normativas estrictas.
- 5F+1A. Promover prácticas sostenibles como el manejo de residuos y el ahorro energético como un valor agregado para atraer clientes conscientes, compensando la falta de incentivos fiscales.

Supervivencia

1D. Limitaciones presupuestarias a causa de la pandemia y costos elevados.

2D. Falta de incentivos fiscales para implementar prácticas.

3D. Participación comunitaria no estratégica ni constante.

4D. Prácticas sostenibles parciales no estructurados en algunos hoteles.

5D. Brechas en la implementación de energías renovables y manejo de aguas residuales.

6D. Percepción de compromiso ético como “regular”.

7D. Iniciativas culturales poco visibles.

8D. Brecha significativa en la promoción del patrimonio cultural entre hoteles.

1D+5O+7O. Implementar talleres para empleados y administradores que refuercen su conocimiento en RSE, alineando las prácticas del hotel con las expectativas del mercado y las comunidades.

3D+4O+8O. Diseñar actividades recurrentes que incluyan a la comunidad joven y promuevan la identidad cultural local, integrándolas como parte de la estrategia de RSE de los hoteles.

4D+3O. Colaborar con empresas de reciclaje, proveedores de energías renovables y municipios para estructurar prácticas sostenibles más efectivas, optimizando recursos y creando impacto positivo.

1D+2A. Dividir las iniciativas de RSE en etapas alcanzables que prioricen acciones de bajo costo, mostrando progresos tangibles y resultados medibles.

8D+6A. Incorporar elementos culturales visibles en los hoteles, como decoración temática de actividades o culturales frecuentes, para destacar su compromiso con la preservación del patrimonio local.

Plan de acción

El plan de acción que se propuso está centrado en abarcar los problemas críticos encontrados en las dimensiones ambiental, social, ética y cultural sobre la implementación de prácticas sostenibles y responsables en los hoteles del malecón cantón salinas, como son la poca participación de la comunidad en la toma de decisiones de los hoteles en el tema social, en el tema ético, los empleados y habitantes perciben que los hoteles no son transparentes, en sus operaciones, son algo claros a la hora de comunicarlos, en el tema cultural que existe una brecha entre lo que los hoteles perciben como muy bueno y los encuestados no alcanzan a percibir esa influencia de priorizar la culturalización del cató en los hoteles. En cuanto al tema ambiental los hoteles implementan prácticas básicas nos tan especializadas para reducir significativamente su impacto ambiental, como el uso de energías renovables y la tecnología eco amigable, todo esto en consecuencia a los limitantes recursos financieros para adoptar practicas efectivas y el desconocimiento del término de RSE en este sector.

En correlación con el cronograma de plan de acción, se ha supuesto un marco temporal detallado de cuándo y cuánto tiempo podrían empezar a implementar estas prácticas que se las clasificaron en 6 fases, desde la capacitación hasta la comunicación de estas a la comunidad. Dando a conocer la ruta que se debe seguir para poder implementarlas, su efectividad se basara en el esfuerzo que todos los involucrados tengan para que estas se implementen y entreguen un impacto positivo a las dos partes involucradas (hoteles y comunidad).

De igual manera se planteó una tabla de control de practicas la cual al definir los implicados y que es lo que se va a controlar más adelantes, como se va a controlar, cada que tiempo y quienes va a control esto, establece un seguimiento autónomo que permitirá a los administradores o dueños de hotel en identificar cualquier anomalía respecto a lo que se planteó en esta investigación. Asegurando su transparencia y la toma de decisiones informada en lo largo de procesos de implementación.

Plan de acción para implementar prácticas de responsabilidad social empresarial en los hoteles del malecón cantón Salinas, año 2024				
Problema Principal: Escasa implementación de prácticas de RSE en los hoteles del Malecón de Salinas, lo que afecta la sostenibilidad y la percepción de la comunidad.				
Fin del Proyecto: Implementar practicas sostenibles y responsables en las operaciones de los hoteles ubicados en el malecón cantón Salinas.			Indicadores: - Aumento en el número de reseñas positivas sobre prácticas sostenibles en plataformas de turismo.	
Propósito del Proyecto: Mejorar la imagen de los hoteles mediante la adopción de prácticas de RSE que beneficien a la comunidad y al medio ambiente.			Indicador: - Incremento del 15% en la satisfacción del cliente en encuestas relacionadas con prácticas sostenibles. - Crecimiento del 20% en las reservas de turistas interesados en turismo responsable.	
Coordinador del Proyecto:				
Objetivos Específicos	Indicadores	Estrategias	Coordinador del Objetivo	Prácticas
Fortalecer la capacitación en RSE para empleados y administradores.	Índice de empleados capacitados sobre Responsabilidad social empresarial.	Incorporar programas de formación y talleres de sensibilización sobre la importancia de la RSE para empleados y administradores destacando la conexión entre estos conocimientos y la mejora de la calidad del servicio.	Recursos humanos	<p>1.1. Talleres sobre sostenibilidad: Sesiones interactivas donde se enseñan conceptos de sostenibilidad y su aplicación en el hotel.</p> <p>1.2. Cursos de ética empresarial: Formación sobre la importancia de la ética en los negocios, enfocándose en la RSE.</p> <p>1.3 Capacitación en atención al cliente responsable: Entrenamiento para ofrecer un servicio que respete la diversidad y la cultura local.</p> <p>1.4 Seminarios sobre gestión de residuos: Capacitación sobre cómo reducir, reutilizar y reciclar en el hotel.</p>
Promover la adopción de prácticas sostenibles.	Reducción del porcentaje de residuos generados en un año.	Utilizar la gestión de residuos y el ahorro energético y de agua como base para ampliar la adopción de prácticas alineadas con los ODS.	Operadores	<p>2.1 Implementación de reciclaje: Establecer puntos de reciclaje en el hotel para papel, cartón, plástico y vidrio. Establecer programas de compostaje de residuos orgánicos fomentando la participación de los huéspedes.</p> <p>2.2 Uso de productos biodegradables: Cambiar productos de limpieza y amenidades a opciones biodegradables. Desinfección de piscinas a través de la hidrólisis, sin la utilización de productos químicos dañinos.</p> <p>2.3 Monitoreo del consumo de agua: Utilizar tecnología para rastrear y reducir el uso de agua en el hotel, como grifos ecológicos o regaderas de bajo flujo.</p> <p>2.4 Iluminación eficiente: Utilización de bombillas de bajo consumo, luces reguladas mediante detectores de presencia en los pasillos a fin de conseguir una máxima eficiencia.</p> <p>2.5 Política de reducción de plástico: Prohibir el uso de plásticos de un solo uso en el hotel e incentivar a reciclar. Como servir las aguas y refrescos de los hoteles en formato cartón reciclado o cristal retornable, utilizar pajitas de cartón o bolsas de tela, implementar formato rellenable en productos de aseo como el shampoo.</p>
Establecer alianzas estratégicas con proveedores locales.	Número de alianzas establecidas con proveedores locales.	<p>Formalizar acuerdos estratégicos con actores locales, fomentando una cadena de valor sostenible.</p> <p>Realizar ferias de proveedores locales para fomentar el uso de productos autóctonos.</p>	Administrador	<p>3.1 Contratación de proveedores locales: Priorizar la compra de productos y servicios de empresas locales.</p> <p>3.2 Compra de productos orgánicos: Seleccionar alimentos y productos que sean orgánicos y de producción local.</p> <p>3.3 Colaboración con artesanos locales: Incluir productos artesanales en la oferta del hotel, como decoraciones o souvenirs.</p>

				3.3 Ferias de proveedores locales: Organizar eventos para que los proveedores locales presenten sus productos a los hoteles.
Establecer un código de ética y conducta.	Porcentaje de empleados que firman y entienden el código de ética.	Desarrollar un documento que establezca las expectativas de comportamiento ético en todas las operaciones del hotel. Realizar sesiones informativas sobre el código de ética para todos los empleados.	Recursos humanos	4.1. Código de ética: Establecer un código de ética en la cultura organizacional de los hoteles. 4.2. Talleres de ética empresarial: Realizar sesiones de formación sobre el código de ética y su aplicación práctica. 4.3. Canales de denuncia anónimos: Establecer un sistema seguro para que los empleados puedan reportar violaciones al código de ética. 4.4. Evaluaciones de cumplimiento: Realizar revisiones periódicas para asegurar que se cumpla el código de ética en todas las operaciones.
Integrar la identidad cultural local en las actividades del hotel.	Número de eventos culturales organizados anualmente.	Fortalecer la organización de eventos culturales en colaboración con la comunidad, resaltando tradiciones locales para aumentar el atractivo turístico y cultural de los hoteles	Administrador	5.1. Colaboración con grupos culturales: Trabajar con grupos comunitarios para presentar danzas o música local en el hotel. 5.2. Talleres de cocina tradicional: Ofrecer clases de cocina donde los huéspedes puedan aprender a preparar platos típicos. 5.4. Mercados de productos locales: Organizar ferias donde los productores locales puedan vender sus productos a los huéspedes. 5.4. Celebración de festivales locales: Organizar eventos que celebren festividades y tradiciones locales.
Comunicar las acciones de RSE a la comunidad.	Aumento del 30% en la percepción positiva de la comunidad sobre los hoteles a través de encuestas.	Reforzar la comunicación sobre prácticas sostenibles, ética, responsables y transparencia en las operaciones, resaltando el respeto y la honestidad como pilares de la cultura empresarial.	Comunicador	6.1. Organización de foros comunitarios: Realizar reuniones abiertas donde se discutan las acciones de RSE y se escuchen las opiniones de la comunidad. 6.2. Recreación de un boletín informativo: Enviar un boletín mensual a la comunidad destacando las iniciativas de RSE. 6.3. Campañas en redes sociales: Utilizar plataformas digitales para informar sobre las acciones de RSE y su impacto. 6.4. Publicación de informes de RSE: Crear y distribuir informes anuales sobre las prácticas de RSE del hotel.

Tabla 23 Plan de acción

Cronograma de plan de acción

Tabla 24 Cronograma

CRONOGRAMA DEL PLAN DE ACCIÓN			
Prácticas	Duración	Fecha de Inicio	Fecha de Terminación
Fase 1: Formación y Concientización / enero - marzo 2025			
1.1. Talleres sobre sostenibilidad: Sesiones interactivas donde se enseñan conceptos de sostenibilidad y su aplicación en el hotel.	2 meses	01/01/2025	28/02/2025
1.2. Cursos de ética empresarial: Formación sobre la importancia de la ética en los negocios, enfocándose en la RSE.	2 meses	15/01/2025	15/01/2025
1.3. Capacitación en atención al cliente responsable: Entrenamiento para ofrecer un servicio que respete la diversidad y la cultura local.	2 meses	01/02/2025	31/03/2025
1.4. Seminarios sobre gestión de residuos: Capacitación sobre cómo reducir, reutilizar y reciclar en el hotel.	1-2 meses	15/02/2024	31/03/2025
1.5. Código de ética: Establecer un código de ética en la cultura organizacional de los hoteles.	2 mes	01/01/2024	28/02/2025
1.6. Talleres de ética empresarial: Realizar sesiones de formación sobre el código de ética y su aplicación práctica.	1-2 meses	15/02/2025	31/03/2025
Fase 2: Implementación de Prácticas Sostenibles - abril - junio 2025			
2.1. Implementación de reciclaje: Establecer puntos de reciclaje en el hotel para papel, cartón, plástico y vidrio. Establecer programas de compostaje de residuos orgánicos fomentando la participación de los huéspedes.	3 mese	01/04/2025	30/06/2025
2.2. Uso de productos biodegradables: Cambiar productos de limpieza y amenidades a opciones biodegradables. Desinfección de piscinas a través de la hidrólisis, sin la utilización de productos químicos dañinos.	2 meses	01/04/2025	31/05/2025
2.3. Política de reducción de plástico: Prohibir el uso de plásticos de un solo uso en el hotel e incentivar a reciclar. Como servir las aguas y refrescos de los hoteles en formato cartón reciclado o cristal retornable, utilizar pajitas de cartón o bolsas de tela, implementar formato rellenable en productos de aseo como el shampoo.	3 meses	01/04/2025	30/06/2025
2.4. Monitoreo del consumo de agua: Utilizar tecnología para rastrear y reducir el uso de agua en el hotel, como grifos ecológicos o regaderas de bajo flujo.	2 meses	15/04/2025	15/06/2025
2.5. Iluminación eficiente: Utilización de bombillas de bajo consumo, luces reguladas mediante detectores de presencia en los pasillos a fin de conseguir una máxima eficiencia.	2- 3 meses	01/05/2025	5/07/2025
2.6. Canales de denuncia anónimos: Establecer un sistema seguro para que los empleados puedan reportar violaciones al código de ética.	2 meses	01/05/2025	30/06/2025
Fase 3: Integración Comunitaria - julio - septiembre 2025			
3.1. Contratación de proveedores locales: Priorizar la compra de productos y servicios de empresas locales.	3 meses	01/07/2025	30/09/2025
3.2. Colaboración con artesanos locales: Incluir productos artesanales en la oferta del hotel, como decoraciones o souvenirs.	2 meses	15/07/2025	15/09/2025
3.3. Compra de productos orgánicos: Seleccionar alimentos y productos que sean orgánicos y de producción local.	2,5 meses	01/08/2025	15/10/2025
3.4. Ferias de proveedores locales: Organizar eventos para que los proveedores locales presenten sus productos a los hoteles.	2 meses	15/08/2025	15/10/2025
3.5. Mercados de productos locales: Organizar ferias donde los productores locales puedan vender sus productos a los huéspedes.	2 meses	01/09/2025	31/10/2025
Fase 4: Programas Culturales - octubre - diciembre 2025			
4.1. Celebración de festivales locales: Organizar eventos que celebren festividades y tradiciones locales.	3 meses	01/10/2025	31/12/2025
4.2. Talleres de cocina tradicional: Ofrecer clases de cocina donde los huéspedes puedan aprender a preparar platos típicos	2 meses	15/10/2025	15/12/2025
4.3. Colaboración con grupos culturales: Trabajar con grupos comunitarios para presentar danzas o música local en el hotel.	3 meses	01/10/2025	31/12/2025
Fase 5: Comunicación y transparencia- enero - marzo 2026			
5.1. Organización de foros comunitarios: Realizar reuniones abiertas donde se discutan las acciones de RSE y se escuchen las opiniones de la comunidad.	3 meses	01/01/2026	31/03/2026
5.2. Recreación de un boletín informativo: Enviar un boletín mensual a la comunidad destacando las iniciativas de RSE.	2 meses	15/01/2026	15/03/2026
5.3. Campañas en redes sociales: Utilizar plataformas digitales para informar sobre las acciones de RSE y su impacto.	3 meses	01/01/2026	31/03/2026
5.4. Organización de foros comunitarios: Realizar reuniones abiertas donde se discutan las acciones de RSE y se escuchen las opiniones de la comunidad.	2 meses	01/02/2026	31/03/2026

Control de desempeño de prácticas de RSE

Tabla 26 Control de desempeño

CONTROL DEL DESEMPEÑO DE LAS ACTIVIDADES				
Actividades	¿Qué se controla?	¿Cuándo se controla?	¿Por medio de qué se controla?	¿Quiénes participan en el control?
1.1. Talleres sobre sostenibilidad: Sesiones interactivas donde se enseñan conceptos de sostenibilidad y su aplicación en el hotel.	Nivel de comprensión y aplicación práctica de conceptos.	Mensualmente	Informes de implementación práctica	Gerente de RRHH
1.2. Cursos de ética empresarial: Formación sobre la importancia de la ética en los negocios, enfocándose en la RSE.	Comprensión de principios éticos	Trimestralmente	Informes de conducta ética	Gerencia
1.3. Capacitación en atención al cliente responsable: Entrenamiento para ofrecer un servicio que respete la diversidad y la cultura local.	Habilidades de servicio	Mensualmente	Feedback de huéspedes	RRHH
1.4. Seminarios sobre gestión de residuos: Capacitación sobre cómo reducir, reutilizar y reciclar en el hotel.	Reducción de residuos	Trimestralmente	Informes de cumplimiento	Gestor ambiental
1.5. Código de ética: Establecer un código de ética en la cultura organizacional de los hoteles.	Cumplimiento de normas	Semestralmente	Informes de incidencias	Gerentes de área
1.6. Talleres de ética empresarial: Realizar sesiones de formación sobre el código de ética y su aplicación práctica.	Comprensión del contenido	Durante las actividades	Simulaciones de casos	Comité de ética
2.1. Implementación de reciclaje: Establecer puntos de reciclaje en el hotel para papel, cartón, plástico y vidrio. Establecer programas de compostaje de residuos orgánicos fomentando la participación de los huéspedes.	Separación correcta	Diariamente	Inspecciones visuales	Gestor ambiental
2.2. Uso de productos biodegradables: Cambiar productos de limpieza y amenidades a opciones biodegradables. Desinfección de piscinas a través de la hidrólisis, sin la utilización de productos químicos dañinos.	Inventario eco-amigable	Al realizar compras	Registros de compras	Jefe de compras
2.3. Política de reducción de plástico: Prohibir el uso de plásticos de un solo uso en el hotel e incentivar a reciclar. Como servir las aguas y refrescos de los hoteles en formato cartón reciclado o cristal retornable, utilizar pajitas de cartón o bolsas de tela, implementar formato rellenable en productos de aseo como el shampoo.	Adopción de nuevas prácticas	Trimestralmente	Informes de cumplimiento	Coordinador ambiental

2.4 Monitoreo del consumo de agua: Utilizar tecnología para rastrear y reducir el uso de agua en el hotel, como grifos ecológicos o regaderas de bajo flujo.	Eficiencia de dispositivos	Mensualmente	Informes comparativos	Gerente de operaciones
2.5 Iluminación eficiente: Utilización de bombillas de bajo consumo, luces reguladas mediante detectores de presencia en los pasillos a fin de conseguir una máxima eficiencia.	Consumo energético	Diariamente	Medidores inteligentes	Jefe de mantenimiento
2.6. Canales de denuncia anónimos: Establecer un sistema seguro para que los empleados puedan reportar violaciones al código de ética.	Funcionamiento del sistema	Diariamente	Sistema de tickets	Oficial de cumplimiento
3.1. Contratación de proveedores locales: Priorizar la compra de productos y servicios de empresas locales.	Porcentaje de proveedores locales	En cada compra	Base de datos de proveedores	Jefe de compras
3.2. Colaboración con artesanos locales: Incluir productos artesanales en la oferta del hotel, como decoraciones o souvenirs.	Ventas realizadas	Mensualmente	Encuestas a clientes	Coordinador cultural
3.3. Compra de productos orgánicos: Seleccionar alimentos y productos que sean orgánicos y de producción local.	Certificación de productos	En cada compra	Certificados orgánicos	Chef ejecutivo
3.4. Ferias de proveedores locales: Organizar eventos para que los proveedores locales presenten sus productos a los hoteles.	Impacto en las relaciones comerciales	Post evento	Acuerdos establecidos	Gerentes de compras
3.5. Mercados de productos locales: Organizar ferias donde los productores locales puedan vender sus productos a los huéspedes.	Participación de vendedores	Semanalmente	Encuestas de satisfacción	Coordinador de eventos
4.1. Celebración de festivales locales: Organizar eventos que celebren festividades y tradiciones locales.	Impacto cultural	Post-evento	Encuestas de satisfacción	Coordinador cultural
4.2. Talleres de cocina tradicional: Ofrecer clases de cocina donde los huéspedes puedan aprender a preparar platos típicos.	Participación de huéspedes	En cada taller	Registros de asistencia	Chef ejecutivo

4.3. Colaboración con grupos culturales: Trabajar con grupos comunitarios para presentar danzas o música local en el hotel.	Impacto en la promoción cultural	Post evento	Análisis de asistencia y participación en eventos	Equipo de RSE y gerentes de marketing
5.2. Recreación de un boletín informativo: Enviar un boletín mensual a la comunidad destacando las iniciativas de RSE.	Alcance de distribución	mensualmente	Registros de distribución	Coordinador de RSE
5.3. Campañas en redes sociales: Utilizar plataformas digitales para informar sobre las acciones de RSE y su impacto.	Compromiso	Semanalmente	Análisis de comentarios	Gerente de marketing
5.4. Organización de foros comunitarios: Realizar reuniones abiertas donde se discutan las acciones de RSE y se escuchen las opiniones de la comunidad.	Participación comunitaria	Durante eventos	Listas de asistencia	Coordinador comunitario

Conclusiones

En el análisis de la investigación que se llevó a cabo sobre la Responsabilidad Social Empresarial RSE en los hoteles del malecón cantón Salinas provincia de Santa Elena da respuesta al objetivo general, se puede notar que, aunque el concepto de RSE viene tomando una importante creciente en el sector hotelero, su aplicación sigue siendo bastante incipiente. En las entrevistas realizadas a los administradores de los hoteles mencionaron que tienen un conocimiento básico sobre la RSE uno de los factores más relevantes que mencionaron fue el desconocimiento de que se trata, sin embargo, de manera definitiva mostraron claramente que no saben cómo introducirla efectivamente en sus operaciones. Esto produjo que los hoteles realizaran acciones limitadas donde estas se centraban principalmente en las áreas ambientales sin incluir las otras dimensiones involucradas como la social y cultural.

Esto se debió principalmente a que los hoteles solo buscan generar beneficios económicos sobre lo socialmente responsables, puesto que los empleados y ciudadanos perciben que los hoteles solo se preocupan en mejorar su servicio y así atraer más turistas. Se identificó que es debido a que los hoteles enfrentan desafíos significativos al implementar prácticas responsables y sustentables, como la escasez de recursos financieros y la falta de capacitación específica en RSE. La escasez de este tipo de apoyo comprometió su capacidad para alcanzar prácticas que beneficiaran a la comunidad local y al medio ambiente. Sin embargo, al mismo tiempo, se evidenció que hay demanda de parte del cuerpo directivo y de los empleados para llevar en acción prácticas más sostenibles y responsables, lo que es un indicador muy positivo para el futuro de la RSE en la región.

Los resultados de las encuestas infieren en que la comunidad percibe de una manera positiva las iniciativas de RSE que los hoteles están llevando actualmente, las cuales son mayormente ambientales, en la gestión adecuada de residuos sólidos, el uso eficiente de agua y energía y la reducción del uso de productos contaminantes, un aspecto que se dio a conocer también que la participación de la comunidad en la toma de decisiones era insuficiente. No se sienten parte del diálogo con los hoteles que residen en este lugar turístico, aunque los hoteles se están involucrando con la comunidad a través de su apoyo a eventos culturales o en actividades comunitarias, es necesario que se preocupen en enfocarse de manera estructurada y estratégica en fomentar una relación más sólida y colaborativa con los implicados en sus operaciones, como son sus empleados y residentes del malecón de Salinas.

En respuesta a estos interesantes resultados encontrados, se propuso un plan de acción que busque implementar prácticas más efectivas de Responsabilidad Social Empresarial en los hoteles del malecón cantón Salinas. Este plan incluye prácticas o actividades desde la dimensión ambiental, social y cultural siendo los dos últimos los aspectos menos relevantes para los administradores y dueños de los hoteles. Que van desde capacitación sobre RSE tanto para los administradores como sus empleados, implementación de reciclaje, uso de productos biodegradables, iluminación eficiente, contratación de proveedores locales, el establecimiento de un código ético, talleres de ética empresarial y mecanismos que permitan una participación activa de la comunidad en las decisiones que les afecta entre ellas está la organización de foros comunitarios. Siguiendo este aspecto en las entrevistas se encontró también que los empleados y habitantes de la comunidad consideran que estas prácticas no son visibles para ellos, es por este motivo, que se incluyó canales de comunicación como el de realizar campañas en redes sociales, utilizando plataformas digitales para informar sobre las acciones de RSE y su impacto.

En cuanto al ámbito cultural los hoteles se encuentran en una participación activa, pero esta es espontánea, se presenta cuando se ve la oportunidad, no es como si estuviera arraigada en su cultura organizacional, ya que las encuestas demostraron este aspecto como “bueno” o “regular” que los hoteles promueven el conocer el patrimonio cultural de la zona. Pero aún les falta aspectos por mejorar es por este motivo que se incluyeron prácticas como: talleres de cocina tradicional, colaboración con grupos culturales como son la danza o teatro local y celebración de festividades locales. Al integrar estas prácticas, se espera que los hoteles no solo mejoren su imagen (posicionamiento) y competitividad, sino que estos contribuyan al desarrollo sostenible de la región, beneficiando a la comunidad como a su entorno natural en el que operan.

Respondiendo a la pregunta de investigación general formulada, se puede afirmar que, aunque RSE aparezca presente entre los hoteles del malecón cantón Salinas, sus esfuerzos están todavía en sus primeras etapas y requieren una estrategia más profunda y un enfoque mucho más estratégico y colaborativo. Asimismo, respondiendo a las cuestiones específicas, se puede decir que la falta de formación especializada y escasez de recursos son obstáculos obvios que los hoteles deberían paliar para lograr una integración efectiva de la RSE. Desde luego, esta investigación demuestra la necesidad de un compromiso más intenso por parte del sector hotelero para abordar un enfoque mucho más profundo de responsabilidad social y asegurarse de que las prácticas impactan positivamente en la comunidad y el medio ambiente.

Recomendaciones

Con base en los hallazgos de esta investigación, se recomienda a los hoteles del malecón cantón Salinas establecer un sistema integral de gestión de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que incluya la creación de programas formales de capacitación tanto para administradores como empleados, enfocándose en metodologías prácticas para su implementación efectiva. Es fundamental que los establecimientos hoteleros desarrollen políticas y procedimientos documentados, acompañados de indicadores de medición que permitan evaluar el impacto de sus iniciativas en las dimensiones ambiental, social y cultural. Asimismo, se sugiere la designación de personal específico para la gestión de programas de RSE y el establecimiento de mecanismos formales de diálogo con la comunidad local, incluyendo sistemas de consulta regular para la toma de decisiones que afecten a los residentes del sector.

Se recomienda además que los hoteles fortalezcan sus estrategias de comunicación y transparencia mediante la implementación de reportes periódicos sobre sus iniciativas de RSE, utilizando canales digitales y estableciendo mecanismos de retroalimentación con todos los grupos de interés. Es crucial que se desarrollen alianzas estratégicas con organizaciones especializadas en RSE y se exploren opciones de financiamiento específico para proyectos sostenibles. En el ámbito cultural, se sugiere la creación de un calendario anual de actividades y el establecimiento de alianzas formales con grupos culturales locales. Por último, se recomienda la formación de una red colaborativa entre los hoteles del sector para compartir mejores prácticas y desarrollar iniciativas conjuntas que beneficien a la comunidad, priorizando la integración de proveedores locales mediante políticas de compra que incluyan criterios de sostenibilidad.

Finalmente, se insta en los hoteles del malecón cantón Salinas a considerar la RSE no solo como una iniciativa adicional, sino como un componente estratégico fundamental para su desarrollo sostenible y competitividad a largo plazo. La implementación efectiva de estas recomendaciones no solo beneficiará a los establecimientos hoteleros en términos de posicionamiento y eficiencia operativa, sino que también contribuirá significativamente al desarrollo socioeconómico de la comunidad local y a la preservación del patrimonio cultural y ambiental de la región.

Referencias

- Alemán, J. L., y Escudero, A. I. (2020). *Estrategias de marketing. Un enfoque basado en el proceso de dirección*. ESIC .
https://doi.org/https://www.google.com.ec/books/edition/Estrategias_de_marketing_Un_enfoque_basa/tgneDwAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&kptab=getbook
- Aragundi, J. A., Herrera, L. J., Muñoz, V. E., y Guale, L. A. (2022). El Triple Bottom Line en las acciones de responsabilidad social Universitaria: Caso Universidad Técnica de Machala. *Telos: revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 24(2), 430-444. <https://doi.org/https://doi.org/10.36390/telos242.14>
- Argentiero, A., Chiarini, B., y Marzano, E. (2023). ¿El capital social y la calidad de las instituciones afectan el reciclaje de residuos? *Gestión de residuos*, 155, 240-251. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.wasman.2022.11.005>
- Artística, I. d. (22 de septiembre de 2023). *Qué es la responsabilidad social corporativa y cómo se aplica en el ámbito cultural*. Instituto de gestión Cultural y Artística: <https://igeca.net/blog/530-que-es-la-responsabilidad-social-corporativa-y-como-se-aplica-en-el-ambito-cultural>
- Bowen, H. R. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. . Harper & Row.
- Carroll, A. (1979). *A Three-dimensional Conceptual Model of Corporate Performance*. <http://www.iniciativajovem.org.br/pub/biblioteca/A%20three%20Dimensional%20Conceptual%20Model%20of%20Corporate%20Performance.pdf>
- CEUPE. (2024). *La ética y la responsabilidad social empresarial*. CEUPE (European Business School): <https://www.ceupe.com/blog/la-etica-y-la-responsabilidad-social-empresarial.html#:~:text=La%20dimensi%C3%B3n%20de%20la%20%C3%A9tica,ser%20responsable%20con%20la%20sociedad.>
- Chappaz, M. A. (2016). *“La motivación en el desarrollo personal y profesional*. Universidad de Buenos aires, Escuela de Posgrado : http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tpos/1502-1002_ChappazMA.pdf
- Codigo Organico de la Producción, Comercio e Inversiones, COPCI*. (2019). Artículo 233 y 235: <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020->

04/CODIGO%20ORGANICO%20DE%20LA%20PRODUCCION%2C%20COMER
CIO%20E%20INVERSIONES%20COPCI.pdf

Código Organico del Ambiente. (2017). Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica: https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/01/CODIGO_ORGANICO_AMBIENTE.pdf

ConceptoDefinición. (2024). *Compromiso*. [conceptodefinicion.de:](https://conceptodefinicion.de/)
<https://conceptodefinicion.de/compromiso/>

Constitución de la República del Ecuador. (2008). Registro Oficial 449 de 20-oct.-2008, Estado: Reformado, Última modificación: 25-ene.-2021: https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf

DAVID DANIEL PEÑA MIRANDA; ANTONIO GUEVARA PLAZA; JOSE ANTONIO FRAIZ BREA. (2024). *MODELO DE GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA COMPETITIVIDAD Y SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA. UNA PROPUESTA PARA EL SECTOR HOTELERO.* <file:///C:/Users/user/Downloads/427.pdf>

Daza, N. (2023). *"La clave del éxito empresarial: Cómo las relaciones sociales impulsan el crecimiento de los negocios"*. LinkedIn: <https://es.linkedin.com/pulse/la-clave-del-%C3%A9xito-empresarial-c%C3%B3mo-las-relaciones-sociales-nabu-daza>

De La Hoz Suárez, B., Ferrer, M. A., y De La Hoz Suárez, A. (2008). Indicadores de rentabilidad: herramientas para la toma decisiones financieras en hoteles de categoría media ubicados en Maracaibo. *Revista de Ciencias Sociales*, 14(1). https://doi.org/https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182008000100008

DEJPAÑHISPÁNICO. (2024). *Costumbre*. Diccionario panhispánico del español jurídico: <https://dpej.rae.es/lema/costumbre#:~:text=Norma%2C%20habitualmente%20no%20expresada%20por,su%20permanencia%20en%20el%20tiempo.>

Díaz, G. A., Quintana, M. D., y Fierro, D. G. (2021). La Competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*, 6(1), 145-161. <https://doi.org/https://doi.org/10.33890/innova.v6.n1.2021.1465>

- Diez, E. (2007). La cultura y la responsabilidad social: binomio estratégico en las organizaciones. *Visión Gerencial*(2), 231-244.
<https://doi.org/http://plataforma.responsable.net/sites/default/files/articulo5.pdf>
- Drucker, P. (2000). *La Gerencia*. Ateneo.
https://doi.org/https://www.academia.edu/31002142/Drucker_peter_la_gerencia_de_empresas
- Duarte Hernández, J. S. (2019). *Prácticas de sostenibilidad y su relación con la productividad en las medianas empresas de actividad industrial de Santiago de Cali Colombia*. Universidad Autónoma de Occidente, Facultad de Ciencias Administrativas:
<https://red.uao.edu.co/server/api/core/bitstreams/e83e3666-4aa0-495f-aff2-386a9c04b18b/content>
- EnciclopediaSigificados. (2023). *Costumbres*. ENCICLOPEDIA Sigificados:
<https://www.significados.com/costumbre/>
- Fernández Alles, M. T., y Cuadrado Marqués, R. (2012). LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL SECTOR HOTELERO: REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA. *Cuadernos de Turismo*(28), 47-57.
<https://doi.org/https://www.redalyc.org/pdf/398/39821278003.pdf>
- Fernández García, R. (2010). *Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial*. San vicente: ECU.
- Flórez, A. K. (2020). Responsabilidad social empresarial: evolución e importancia. *Revista Colombiana de Contabilidad (RCC)*, 8(15), 75-85.
- Global Sustainable Tourism Council, GSTC*. (2017). Criterios GSTC para la Industria (Hoteles y Operadores Turísticos): <https://www.gstcouncil.org/criterios-gstc/criterios-para-la-industria-turistica-hoteles-operadores-turisticos/?lang=es>
- Gudiña, V. (20 de Octubre de 2023). *Gestión de residuos - Qué es, definición, métodos y clases*. Definición.De: <https://definicion.de/gestion-de-residuos/>
- Iteramericano, I. (2023). *¿Qué entendemos por participación?* Instituto Iteramericano del Niño, la Niña y Adolescentes: <https://www.iin.oea.org/iin/cad/participacion/pdf/f3-120.pdf>

- Jaureguiberry, I. M. (2024). *¿Qué es la capacitación?* FACULTAD DE INGENIERÍA, INGENIERIA INDUSTRIAL, SEGURIDAD E HIGIENE: <https://www.fio.unicen.edu.ar/usuario/segumar/Laura/material/Que%20es%20la%20Capacitaci%F3n.pdf>
- Lazo Serrano, C. A. (Noviembre de 2022). Responsabilidad social empresarial en alojamientos turísticos en el Ecuador. *Sociedad & Tecnología. Revista del Instituto Tecnológico Superior Jubones*, 5(S2), 378-389. <https://doi.org/https://doi.org/10.51247/st.v5iS2.276>
- León, B. E., Barba, D. F., y Galeas, R. M. (2024). Responsabilidad social en hoteles de las Zonas Especiales Turísticas de Quito. *Revista multidisciplinaria arbitrada de investigación científica*, 8(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.56048/MQR20225.8.3.2024.338-360>
- Ley de Turismo*. (2014). www.turismo.gob.ec : <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Lorenzelli, M. (2020). Mercado de trabajo local: hacia la construcción de un concepto. *Prisma*(23), 93-106. <https://doi.org/file:///C:/Users/user/Downloads/a6-93-106.pdf>
- Lozano, F. D., y Galicia, J. D. (2020). *“La responsabilidad social empresarial de los hoteles de la ciudad de Girardot” (Tesis de grado)*. Corporación Universitaria Minuto de Dios, SEDE GIRARDOT: <https://repository.uniminuto.edu/server/api/core/bitstreams/f7fd78b4-7865-4f64-8303-23355ea3d9f8/content>
- Lucena, P. (2024). *¿De qué trata la gestión de residuos?* CESUMA: <https://www.cesuma.mx/blog/de-que-trata-la-gestion-de-residuos.html>
- Martínez Espinoza, M. I. (2022). La participación: sus trayectorias analíticas y una propuesta de modelo para su investigación en los estudios políticos. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 67(244). <https://doi.org/https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2022.244.77584>
- Martínez Herrera, H. (2010). *Responsabilidad social y ética empresarial*. Bogota, Colombia. Ecoe Ediciones.

- meetwork. (2022). *Compromiso empresarial en 2024: ¿Qué es y cómo afecta a tu empresa?*
[https://www.meetwork.es:](https://www.meetwork.es) <https://www.meetwork.es/compromiso-empresarial-2024/#:~:text=El%20compromiso%20empresarial%20es%20mucho,a%20trav%C3%A9s%20de%20sus%20proyectos.>
- Méndez-Beltrán, J. A., y Peralta-Borray, D. A. (2014). Reflexiones respecto a la responsabilidad social empresarial y la creación de valor económico desde la perspectiva de los proveedores. *Cuadernos de Contabilidad*, 15(38), 625-645.
[https://doi.org/http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-14722014000200011#:~:text=Milton%20Friedman%20\(1970\)%20indica%20que,los%20beneficios%20de%20los%20accionistas.](https://doi.org/http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-14722014000200011#:~:text=Milton%20Friedman%20(1970)%20indica%20que,los%20beneficios%20de%20los%20accionistas.)
- Mogollón, J. O., Andrade, J. M., y Duque, P. (2022). Responsabilidad social empresarial y América Latina: una revisión de literatura. *Equidad & Desarrollo*, 43-64.
<https://doi.org/https://www.redalyc.org/journal/957/95776116009/95776116009.pdf>
- Molina, M. M. (29 de agosto de 2011). *LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN LA GESTIÓN HOTELERA**. <https://revistas.uexternado.edu.co:https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/3122/3504>
- Moyano, A. M. (2014). *Relaciones sociales en las organizaciones*. Escuela de Medicina y Ciencias de la Salud, Universidad del Rosario, Trabajo de grado para optar al título de psicóloga: <https://repository.urosario.edu.co/server/api/core/bitstreams/1bbb1a9-b3c9-43a8-bc86-c85dfa836cd0/content>
- Muñoz, K. E., y Zambrano, O. A. (marzo de 2022). *Evaluación de la responsabilidad social empresarial y su contribución a la situación económica del hotel oro verde de Manta*. Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López. Proyecto de investigación previo a la obtención del título de ingeniera comercial.: file:///C:/Users/user/Downloads/TIC_AE01DHOTEL.pdf
- Naciones Unidas. (2018). *La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe (LC/G.2681-P/Rev.3)*, Santiago: <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/cb30a4de-7d87-4e79-8e7a-ad5279038718/content>
- Norma ISO 14001. (2018). ¿Qué es la certificación ISO 14001? : <https://www.fao.org/3/ad818s/ad818s08.htm>

- Norma ISO 26000*. (2010). Guía de responsabilidad social, ISO 26000: 2010, www.iso.org:
<https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>
- Oficina del Pacto Mundial*. (2009). United Nations, DC2-612, New York City, NY 10017, EE.UU. : https://www.unido.org/sites/default/files/2010-11/GC_Brochure_Spanish_0.PDF
- Ortega, C. (2023). *Qué es el clima organizacional. Características e importancia*. QuestionPro: <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-el-clima-organizacional/>
- Ortega, S. A. (2023). *¿Qué es la contaminación?* Universidad EAFIT: <https://www.eafit.edu.co/ninos/reddelaspreguntas/Paginas/que-es-la-contaminacion.aspx>
- Panchana, E. E., Morán, J. M., y Chiquito., M. M. (2024). Percepción y práctica de la responsabilidad social empresarial: el caso de las pyme de Salinas, Santa Elena. *Estudios de la Gestión: revista internacional de administración*, 5(1), 20. <https://doi.org/https://doi.org/10.58515/016RSPT>
- Pérez, N. A., Amador, R. V., y Rodríguez, C. G. (2014). La capacitación: un proceso prioritario en las empresas. *RUDICS*, 5(9), 32-54. <https://doi.org/https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/wp-content/uploads/2014/11/artic2.pdf>
- Pérez, P. E., y Persia, J. (2014). *Actividad, empleo y desempleo : conceptos y definiciones*. CEIL. https://doi.org/https://biblioteca.clacso.edu.ar/Argentina/ceil-conicet/20171027042035/pdf_461.pdf
- Plasencia-Sole, J. A., Marrero-Delgado, F., Bajo-Sanjuán, A. M., y Nicado-García, M. (2018). Modelos para evaluar la sostenibilidad de las organizaciones. *Estudios Gerenciales. Universidad Icesi*, 34(146), 63-73. <https://doi.org/https://doi.org/10.18046/j.estger.2018.146.2662>
- Poveda, G. B., y Parrales, J. V. (2018). Una visión a la Responsabilidad Social Ambiental en el Ecuador. *Revista DELOS Desarrollo Local Sostenible*(31). <https://doi.org/https://www.eumed.net/rev/delos/31/guido-poveda4.html>
- Prudente Clemente, G. E. (2022). *Responsabilidad social empresarial y competitividad en la empresa Korea Blue Fish del cantón Salinas, año 2021*. La Libertad: Universidad

Estatal Península de Santa Elena, 2022. Tesis Administración de Empresas:
<https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/8714>

Puentes, R. P., Antequera, J. S., y Velasco, M. G. (2008). *La responsabilidad social corporativa y su importancia en el espacio Europeo de educación superior*. Dialnet:
[file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet-LaResponsabilidadSocialCorporativaYSuImportanciaEn-2740076%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet-LaResponsabilidadSocialCorporativaYSuImportanciaEn-2740076%20(3).pdf)

Pursell, S. (2019). *Cultura organizacional: qué es, tipos, elementos y ejemplos*.
<https://blog.hubspot.es/> <https://blog.hubspot.es/marketing/cultura-organizacional#que-es>

Ramírez, E. A., Posada, L. M., y Alviz, M. P. (2020). *Gestión de la competitividad empresarial*. ECOE Ediciones.
<https://doi.org/file:///C:/Users/user/Downloads/46.%20Gesti%C3%B3n%20de%20la%20competitividad%20empresarial.pdf>

Raufflet, E., Aguilar, J. f., Duque, E. B., y Torre, C. G. (2012). *Responsabilidad Social Empresarial*. Pearson.
<https://doi.org/file:///C:/Users/user/Downloads/Responsabilidad%20social%20empresarial%20LIBRO.pdf>

Reátiga, C. M., y Torres, M. O. (2020). Reflections on Responsible Tourism in the Framework of Social Responsibility. Reflexiones hacia el Turismo Responsable en el Marco de la Responsabilidad Social. *Journal of Management, Cuadernos de Administración, Faculty of Administration Sciences / Universidad del Valle* , 36(66), 148-160.
<https://doi.org/https://doi.org/10.25100/cdea.v36i66.7196>

Ries, A., y Trout, J. (2019). *Posicionamiento: la batalla por su mente*. McGrawHill.
<https://doi.org/https://www.uv.mx/cendhiu/files/2018/02/posicionamiento-la-batalla-por-su-mente.pdf>

Roldán, P. N. (2020). *Contaminación*. economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/contaminacion.html>

RONALD WILLIAM CAMPOVERDE ROGEL; ANDREA PIEDAD ONOFRE MUÑOZ. (2016). *“COMPORTAMIENTO DEL CLIENTE FRENTE A INICIATIVAS VERDES*

EN ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTOS DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.
file:///C:/Users/user/Downloads/D-101069.pdf

- Ruiz, D. F., Raya, R. E., y González, M. d. (2016). Responsabilidad social en el sector hotelero. Análisis de caso en Córdoba (Argentina). *GCG GEORGETOWN UNIVERSITY - UNIVERSIA. Revista Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, 10(3), 116-135. <https://doi.org/10.3232/GCG.2016.V10.N3.04>
- Santiesteban-Zaldívar, E., Frías, V. G., y Cardeñosa, E. L. (2020). *Análisis de la Rentabilidad Económica. Tecnología propuesta para incrementar la eficiencia empresarial.* Editorial Universitaria.
<https://doi.org/https://es.scribd.com/document/608156089/ANALISIS-DE-LA-RENTABILIDAD-ECONOMICA-TECNOLOGIA-PROPUESTA-PARA-INCREMENTAR-LA-EFICIENCIA-EMPRESARIAL-taller-universidadexponer>
- Significados, E. (2024). *Participación (Qué es, Concepto y Tipos).* iclopedia Significados: <https://www.significados.com/participacion/>
- Suárez, A. G., Suárez, L. P., Silva, M. M., y Rodríguez, G. V. (2021). *Desarrollo personal y profesional en las organizaciones.* Universidad Técnica de Cotopaxi, facultad de ciencias administrativas. Gestión del talento humano, epistemología: <https://es.scribd.com/document/504253835/Desarrollo-personal-y-profesional-en-las-organizaciones>
- Teixidó, S. L. (2024). *La importancia de la transparencia en las organizaciones, la visión de SEIT S.A.* <https://www.pactomundial.org/tribuna:https://www.pactomundial.org/tribuna/la-importancia-de-la-transparencia-en-las-organizaciones-la-vision-de-seit-s-a/>
- UNESCO. (2024). *Transparencia.* <https://etico.iiep.unesco.org:https://etico.iiep.unesco.org/es/transparencia>
- Vera, D. L. (2023). *"Responsabilidad social en las empresas de hospedaje del cantón La Libertad".(Tema de ensayo)* . Universidad Estatal Península de Santa Elena: <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/9051/1/UPSE-TDT-2023-0010.pdf>
- Vicente, E. A. (2024). *Valores.* ENCICLOPEDIA SIGNIFICADOS: <https://www.significados.com/valores/>

- Vilar, D. M. (2016). *LA vertiente interna de la rsponsabilidad social empresarial: un estudio sobre los hoteles de lujo de las islas Baleares*. Universitat de les Illes Balears. Programa de Doctorado En Economía de la Empresa: https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/4355/Trias_Vilar_Miguel_Tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Villaescusa, P. M. (2024). *Valores de una empresa: Creando una cultura empresarial sólida*. Inforges: <https://inforges.es/blog/valores-de-una-empresa-creando-una-cultura-empresarial-solida/>
- Yopan Fajardo, J. L., Palmero Gómez, N., y Santos Mejía, J. R. (2020). Cultura Organizacional. *Controversias y Concurrencias Latinoamericanas*, 11(20), 263-281. <https://doi.org/https://www.redalyc.org/journal/5886/588663787016/588663787016.pdf>

Apéndice

Apéndice 1 Matriz de consistencia

Título	Problema	Objetivos	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LOS HOTELES DEL MALECÓN, CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2024.	<p>Problema general</p> <p>¿Cuál es el impacto de la RSE en hoteles del malecón de Salinas?</p> <p>Delimitación del problema</p> <p>¿Qué practicas sostenibles y responsables aplican actualmente los hoteles del malecón de Salinas?</p> <p>¿Cuáles son los beneficios y obstáculos percibidos por los hoteleros del Malecón de Salinas con relación a la incorporación de prácticas sostenibles y responsables?</p> <p>¿Cuáles son las practicas sostenibles y responsables que pueden implementar los hoteles en el malecón de Salinas?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Analizar el impacto de la RSE en los hoteles del malecón de Salinas.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>Identificar que practicas sostenibles y responsables aplican actualmente los hoteles en el malecón de Salinas.</p> <p>Determinar los principales beneficios y obstáculos percibidos por los hoteleros del Malecón de Salinas con relación al establecimiento de prácticas sostenibles y responsables.</p> <p>Establecer las prácticas de sostenibilidad y responsabilidad que pueden implementar los hoteles en el malecón de Salinas.</p>	<p>Variable 1</p> <p>Responsabilidad Social Empresarial (RSE)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Económico ● Social ● Ambiental ● Ética ● Cultural 	<p>1.1 Rentabilidad</p> <p>1.2 Posicionamiento</p> <p>1.3 Competitividad</p> <p>2.1 Relaciones sociales</p> <p>2.2 Desarrollo del personal</p> <p>2.3 Participación ciudadana</p> <p>3.1 Practicas sostenibles</p> <p>3.2 Gestión de recursos</p> <p>3.3 Contaminación</p> <p>4.1. Transparencia</p> <p>4.2 Valores</p> <p>4.3. Compromiso</p> <p>5.1 Costumbres</p> <p>5.2 Clima organizacional</p> <p>5.3 Capacitación</p>	<p>Enfoque: Investigación mixta. (cuantitativo y cualitativo)</p> <p>Alcance: Descriptivo</p> <p>Método de investigación: Inductivo-Analítico</p> <p>Población de estudio: 8 establecimientos de hospedaje.</p> <p>Técnicas: Entrevistas, encuestas,</p> <p>Instrumentos: cuestionarios, entrevistas</p>

Tabla 27 Matriz de consistencia

Apéndice 2 *Guía de entrevista*



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



Guía de entrevista

Objetivo: Recopilar información sobre la responsabilidad social empresarial en los hoteles del malecón, cantón Salinas.

Entrevista dirigida para los administradores de los hoteles del malecón cantón salinas.

PREGUNTAS

1. ¿Qué conocimiento tiene sobre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?

Explique su comprensión de la RSE.

2. ¿Cuáles cree que son los principales obstáculos para implementar prácticas de RSE en su hotel?

¿Dificultades financieras, falta de conocimiento, resistencia al cambio, etc.?

3. ¿Cómo su hotel promueve la participación de la comunidad local en actividades relacionadas con la RSE?

¿Apoyo a proyectos comunitarios, eventos locales, turismo responsable, etc.?

4. ¿Cómo describiría las relaciones sociales entre los empleados de su hotel y la comunidad del malecón de Salinas?

¿Qué impacto tiene esto en la percepción del hotel dentro de la comunidad?

5. ¿Qué tipo de oportunidades de desarrollo personal y profesional ofrece su hotel a los empleados?

¿Capacitaciones, becas, programas de desarrollo de carrera, etc.?

6. ¿Cómo contribuyen las prácticas de RSE al posicionamiento de su hotel en el mercado local y turístico?

¿Atrae más turistas responsables, mejora la reputación, etc.?

7. ¿Por qué considera que la implementación de RSE ha mejorado la competitividad de su hotel frente a otros en el sector?

¿Comparación con hoteles que no aplican RSE?

8. ¿Qué medidas ha tomado su hotel para garantizar la transparencia y ética en sus operaciones?

¿Cómo se asegura de que las políticas y procedimientos del hotel sean transparentes para los empleados y clientes?

9. ¿Cuáles son los valores éticos fundamentales dentro de la cultura empresarial de su hotel, y cómo se reflejan en las acciones diarias?

¿Respeto, integridad, trabajo en equipo, responsabilidad social, etc.?



10. ¿ El proceso de comunicación interna en su hotel afecta al ambiente laboral y al clima organizacional?

¿Existe una comunicación abierta, fluida, y cómo impacta la moral del equipo?

11. ¿Qué acciones concretas realiza su hotel para promover el desarrollo sostenible y reducir su impacto ambiental? (ODS)

¿Uso de energías renovables, reducción de consumo de agua y energía, gestión de residuos, etc.?

Apéndice 3 Encuesta

 UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS 				
Tema: Responsabilidad social empresarial en los hoteles del malecón cantón Salinas, provincia de Santa Elena, año 2024.				
Objetivo: Analizar la implementación y el impacto de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en los hoteles del malecón cantón Salinas, año 2024.				
Instrucciones:				
<ul style="list-style-type: none"> • La información proporcionada será netamente confidencial y será utilizada con fines académicos y de investigación. • Responda con honestidad y según su criterio personal, ya que sus respuestas serán cuantificadas. • A continuación, lea cada pregunta atentamente, y escoja la respuesta que considere adecuada para cada pregunta. 				
Datos demográficos				
Edad:	18-28 años	29-39 años	40-49 años	Mas de 50 años
Genero:	Femenino	Masculino	LBGTQ+	Otro
Nivel de educación:	Primaria	Secundaria	Tercer nivel	Cuarto nivel
Preguntas				
Dimensión: Económica			Indicador: Rentabilidad	
1.- ¿Qué estrategias utilizan los hoteles para aumentar sus ingresos mientras apoyan a la comunidad?				
Mejorar la calidad del servicio <input type="checkbox"/>				
Promocionar productos locales <input type="checkbox"/>				
Implementar prácticas sostenibles <input type="checkbox"/>				
Atraer más turistas <input type="checkbox"/>				
No estoy seguro <input type="checkbox"/>				
Dimensión: Económica			Indicador: Posicionamiento	
2.- ¿Consideras que las prácticas de responsabilidad social de los hoteles (como apoyo a la comunidad, sostenibilidad y promoción de la cultura local) mejoran su imagen y preferencias en la comunidad?				
5. Totalmente de acuerdo <input type="checkbox"/>				
4. De acuerdo <input type="checkbox"/>				
3. Neutral <input type="checkbox"/>				
2. En desacuerdo <input type="checkbox"/>				
1. Totalmente en desacuerdo <input type="checkbox"/>				
Dimensión: Económica			Indicador: Competitividad	

3.- ¿Crees que las prácticas de responsabilidad social de los hoteles (como la calidad en el servicio, la innovación en procesos y la sostenibilidad) los hacen más competitivos frente a otros hoteles de la zona?

5. Totalmente de acuerdo
4. De acuerdo
3. Neutral
2. En desacuerdo
1. Totalmente en desacuerdo

Dimensión: Social

Indicador: Relaciones sociales

4.- ¿En qué medida considera que los hoteles involucran a la comunidad de Salinas en las decisiones que afectan al desarrollo y la gestión de la zona?

5. Bastante
4. Mucho
3. Regular
2. Poco
1. Nada

Dimensión: Social

Indicador: Desarrollo del personal

5.- ¿Cree que es importante que los hoteles promuevan el desarrollo y capacitación profesional en sus empleados para su crecimiento y éxito?

5. Muy importante
4. Importante
3. Algo importante
2. Poco importante
1. No es importante

Dimensión: Social

Indicador: Participación

6.- ¿Cuál de las siguientes acciones sociales considera que realizan los hoteles con mayor frecuencia en beneficio de la comunidad, a través de su participación activa?

- Apoyo a eventos culturales
- Colaboración con proveedores locales
- Donaciones a causas comunitarias
- Participación en iniciativas comunitarias
- No realizan

Dimensión: ambiental

Indicador: Prácticas sostenibles

7.- ¿Qué prácticas sostenibles considera que los hoteles implementan para reducir su impacto ambiental en la comunidad de Salinas?

Gestión adecuada de residuos	<input type="checkbox"/>
Uso eficiente de agua y energía	<input type="checkbox"/>
Reducción del uso de productos contaminantes	<input type="checkbox"/>
Implementación de energías renovables	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>
Dimensión: ambiental	Indicador: Gestión de residuos
8.- ¿Considera que los hoteles cuentan con un plan efectivo para la gestión de residuos sólidos en la comunidad?	
5. Muy efectivo	<input type="checkbox"/>
4. Parcialmente efectivo	<input type="checkbox"/>
3. Es inefectivo	<input type="checkbox"/>
2. No cuentan con un plan	<input type="checkbox"/>
1. No aplicable	<input type="checkbox"/>
Dimensión: ambiental	Indicador: Contaminación
9.- ¿Qué medidas para reducir la contaminación considera que implementa los hoteles del malecón con mayor efectividad?	
Manejo adecuado de desechos	<input type="checkbox"/>
Tratamiento adecuado de aguas residuales	<input type="checkbox"/>
Equipos de bajo impacto ambiental	<input type="checkbox"/>
Control de emisiones	<input type="checkbox"/>
No implementan ninguna	<input type="checkbox"/>
Dimensión: Ética	Indicador: Transparencia
10.- ¿Qué tan claros y accesibles cree que son los hoteles con la comunidad sobre sus prácticas y políticas de gestión, como el manejo de recursos, el cuidado del medio ambiente o su relación con la comunidad?	
5. Muy claros	<input type="checkbox"/>
4. Algo claros	<input type="checkbox"/>
3. Pocos claros	<input type="checkbox"/>
2. Nada claros	<input type="checkbox"/>
1. No aplican	<input type="checkbox"/>
Dimensión: Ética	Indicador: Valores
11.- ¿Qué valores o principios considera que deben promoverse en los hoteles para beneficiar a la comunidad y al medio ambiente?	
Honestidad en la calidad de los servicios y productos	<input type="checkbox"/>
Buen trato y comunicación con los empleados y la comunidad	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>

Creatividad en las ofertas y servicios del hotel	
Respeto por el medio ambiente y prácticas sostenibles	<input type="checkbox"/>
Compromiso con la satisfacción y bienestar de los huéspedes	<input type="checkbox"/>
Dimensión: Ética	Indicador: Compromiso
12.- ¿Cree que los hoteles demuestran un compromiso claro con la ética en sus operaciones y actividades diarias?	
5. Bastante	<input type="checkbox"/>
4. Mucho	<input type="checkbox"/>
3. Regular	<input type="checkbox"/>
2. Poco	<input type="checkbox"/>
1. Nada	<input type="checkbox"/>
Dimensión cultural	Indicador: Costumbres
13.- ¿Cómo evaluaría el esfuerzo de los hoteles por promover el respeto y la inclusión de las tradiciones y costumbres locales tanto entre sus empleados como entre sus huéspedes?	
5. Excelente	<input type="checkbox"/>
4. Bueno	<input type="checkbox"/>
3. Regular	<input type="checkbox"/>
2. Deficiente	<input type="checkbox"/>
1. Muy deficiente	<input type="checkbox"/>
Dimensión cultural	Indicador: Cultura organizacional
14.- ¿Cómo calificaría el desempeño de los hoteles en cuanto a ofrecer un servicio de calidad a sus huéspedes?	
5. Excelente	<input type="checkbox"/>
4. Bueno	<input type="checkbox"/>
3. Regular	<input type="checkbox"/>
2. Deficiente	<input type="checkbox"/>
1. Muy deficiente	<input type="checkbox"/>
Dimensión cultural	Indicador: Capacitación
15.- ¿Cree que los hoteles implementan iniciativas efectivas para proteger y promover el patrimonio cultural de la región en sus empleados y la comunidad?	
5. Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
4. De acuerdo	<input type="checkbox"/>
3. Neutral	<input type="checkbox"/>
2. En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
1. Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

Apéndice 4 Certificado de plagio



CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

DENNISSE YAGUAL

5%

Textos sospechosos

5%

Similitudes

3% similitudes entre comillas
0% entre las fuentes mencionadas

< 1% Idiomas no reconocidos (ignorado)

23% Textos potencialmente generados por la IA (ignorado)

Nombre del documento: DENNISSE YAGUAL.docx

ID del documento: f0cf15a2917437c84983277ecd76c5f8f178f08

Tamaño del documento original: 621,83 kB

Autores: []

Depositante: LIBI CAROL CAAMAÑO LOPEZ

Fecha de depósito: 25/11/2024

Tipo de carga: interface

fecha de fin de análisis: 25/11/2024




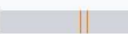

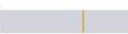

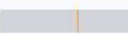


Número de palabras: 21.133

Número de caracteres: 137.188


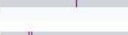
Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 Documento de otro usuario #02465f El documento proviene de otro grupo 5 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (138 palabras)
2	 www.ambiente.gob.ec https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/plugins/download-monitor/download.php?id=166948f... 6 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (100 palabras)
3	 www.gob.ec https://www.gob.ec/sites/default/files/regulaciones/2020-04/CODIGO_ORGANICO_DE_LA_PRODUCU... 4 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (85 palabras)
4	 Documento de otro usuario #0d8ff El documento proviene de otro grupo 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (76 palabras)
5	 www.redalyc.org https://www.redalyc.org/journal/5885/588561542009/588561542009.pdf 5 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (66 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 Documento de otro usuario #9d51aa El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (40 palabras)
2	 www.scielo.org.co Reflections on Responsible Tourism in the Framework of Social ... http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-46452020000100148	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (32 palabras)
3	 Documento de otro usuario #7a68d El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (31 palabras)
4	 Documento de otro usuario #03ab76 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (30 palabras)
5	 www.redalyc.org https://www.redalyc.org/pdf/5118/511854477002.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (29 palabras)

Fuentes ignoradas Estas fuentes han sido retiradas del cálculo del porcentaje de similitud por el propietario del documento.

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 www.ambiente.gob.ec https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/01/CODIGO_ORGANICO_AM...	2%		Palabras idénticas: 2% (397 palabras)
2	 vlex.ec location-globe-view https://vlex.ec/vid/codigo-organico-ambiente-879613056	1%		Palabras idénticas: 1% (214 palabras)
3	 www.ambiente.gob.ec https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/constitucion_de_bolsillo_...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (188 palabras)
4	 www.ambiente.gob.ec https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/constitucion_de_bolsillo_...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (188 palabras)
5	 www.gob.ec https://www.gob.ec/sites/default/files/regulaciones/2018-09/DOCUMENTO_RESOLUCIÓN_CNC_GES...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (116 palabras)
6	 esacc.corteconstitucional.gob.ec http://esacc.corteconstitucional.gob.ec/storage/api/v1/10_DWL_FU/eyJYjwZkR8ljoicm8lCj1dWk...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (100 palabras)

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
7	 Documento de otro usuario #1c4e0 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (73 palabras)
8	 sapientiatechnological.aitec.edu.ec https://sapientiatechnological.aitec.edu.ec/index.php/rst/article/download/58/153	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (66 palabras)
9	 sapientiatechnological.aitec.edu.ec https://sapientiatechnological.aitec.edu.ec/index.php/rst/article/view/58	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (65 palabras)
10	 dialnet.unirioja.es https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7501313.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (31 palabras)
11	 www.doi.org https://www.doi.org/10.4067/50718-5200201600200012	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (25 palabras)

Apéndice 5 Cronograma

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

MODALIDAD DE TITULACIÓN: TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

		PERÍODO ACADÉMICO 2024-2																		
		2023																		
		AGOSTO			SEPTIEMBRE					OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
No.	Actividades planificadas																			
	Presentación de Anteproyecto																			
	Designación de tutores y especialistas																			
	Aprobación de temas																			
1	<i>Desarrollo de los Trabajos de Integración Curricular:</i>																			
2	Introducción																			
3	Capítulo I Marco Referencial																			
4	Capítulo II Metodología																			
5	Capítulo III Resultados y Discusión																			
6	Conclusiones, Recomendaciones y Resumen																			
7	Certificado Anti-plagio																			
8	Entrega de informe por parte de los tutores																			
9	Entrega de archivo digital del TIC a profesor guía																			

Apéndice 7 Base de datos de la población

Ilustración 1 Lista de hoteles proporcionada por el departamento de Turismo.

NÚMERO	TIPO	NOMBRE	PROPIETARIO	REPRESENTANTE LEGAL	SECTOR	DIRECCION	CATEGORIA	CONTACTO	CORREO
1	HOTEL	COLON SALINAS	MAGNETOCORP. S.A.	LLUMIQUINGA SALAZAR EDUARDO JAWER	CARBO VITERI	MALECON SUR MARCIAL ROMERO	ESTRELLA	042774610-0993269887	sanabillid41@salinasalinas.com
2	HOTEL	SALINAS	EMPRESA DE TURISMO SALINAS S.A. EMTU	EMPRESA DE TURISMO SALINAS S.A. EMTU	SALINAS	GRAL ENRIQUEZ Y AV. JOSE ESTRELLA	ESTRELLA	2772493-2771700	hatekalin@hatekalinarc.com
3	HOTEL	SUITE SALINAS	SOTOMAYOR ZAMBRANO JORGE	SOTOMAYOR ZAMBRANO JORGE	SALINAS	GRAL ENRIQUE GALLO Y JOSE A. ESTRELLA	ESTRELLA	0998340221-042771808	zalinahotel@gmail.com
4	HOTEL	HOTEL CARIDI DE CHIPIPE	VEINTIMILLA CELI JORGE	VEINTIMILLA CELI JORGE	CHIPIPE	AV. RAFAEL SERRANO Y CALLE LOS ALMENDROS	PRIMERA	2770593-2770566-988814015	casosiem_caridichipe@hotmail.com
5	HOTEL	MALECON	BUSTOS LARA HECTOR ANIBAL	BUSTOS LARA HECTOR ANIBAL	ESTERO DE SALINAS	AV. MALECON ENTRE LAS CALLES LUOERCIO BAZAN Y RAFAEL DE LA CUADRA	ESTRELLA	42770675	haimarcaralin@hatekalinarc.com
6	HOTEL	AG CASA BLANCA CHIPIPE	GONZALEZ LOPEZ ADRIANA	GONZALEZ LOPEZ ADRIANA	MALECON CHIPIPE	AVENIDA MALECON CHIPIPE ENTRE LAS CALLES JACINTO BENITEZ CRUZ Y ROBERTO PASOS MATA	ESTRELLA	997606121-46600464	carablanca@salinas.com
7	HOTEL	SALIBREEZE HOTEL & PLAZA S.A	COMPAÑIA DE TURISMO SALIBREEZE	COLON DIAZ GLORIA	MALECON SALINAS	AVENIDA MALECON ENTRE LA CALLE 17	ESTRELLA	991991500	salibreeze@sm.com
8	HOTEL	BLUE BAY	TELLO URGILES EDGAR HUGO	TELLO URGILES EDGAR HUGO	CARBO VITERI	MALECON DE SALINAS	ESTRELLA	2771483-2772307-0994354012	info@bluebayhotelesalinas.com
9	HOTEL	CASA BLANCA - GO EXPEDITION ECUADOR SUITE APARTH	GONZALEZ LOPEZ ADRIANA	GONZALEZ LOPEZ ADRIANA	ESTERO DE SALINAS	SALINAS AV. MALECON, E/CALLE FIDON TOMALA Y LAS PALMERAS	ESTRELLA	042772069-0993223873	carablanca@salinas.com
10	HOTEL	J.C. CAMPAÑA MARINA	CARRIÓN AYMAR JOHN OMAR	CARRIÓN AYMAR JOHN OMAR	ESTERO DE SALINAS	AV. GRAL ENRIQUEZ GALLO Y RUMIÑAHUI	ESTRELLA	42771758-0995400948	hatekcampi@marina@hatekalinarc.com
11	HOTEL	EL CARRUAJE	MORA ROSSI LUOECIA ENEIDA	MORA ROSSI LUOECIA ENEIDA	SALINAS	MALECON, RUMIÑAHUI JUNTO AL EDIFICIO EL ALCAZAR	ESTRELLA	2774282	hatek.elcarruaje@live.com
12	HOTEL	KINOVA	HINOJOSA DIAZ NANCY SARITA	HINOJOSA DIAZ NANCY SARITA	ESTERO DE SALINAS	AV. MALECON ENTRE RAFAEL DE LA CUADRA Y JOSE ALBERTO ESTRELLA TRUJILLO	ESTRELLA	993972406	casakino@uamadaa.fr
13	HOTEL	FRANCISCO I	FIERRO MONCAYO JORGE ELIAS	FIERRO MONCAYO JORGE ELIAS	ESTERO DE SALINAS	AV. GENERAL ENRIQUE GALLO Y RUMIÑAHUI	PRIMERA	2773544-2774106	reservahotel@francisco@gmail.com
14	HOTEL	FRANCISCO II	FIERRO MONCAYO JORGE ELIAS	FIERRO MONCAYO JORGE ELIAS	SALINAS	MALECON Y LAS PALMERAS	SEGUNDA	2774133-2773751-2774833	hatekfrca_ii@hatekalinarc.com

Apéndice 8 Captura de base de datos recolectados en Google forms

Ilustración 2 Formato de encuesta aplicada

The screenshot shows a Google Forms interface for a survey titled "Encuesta dirigida a los trabajadores de los hoteles y ciudadanos del Malecón cantón Salinas." The survey is currently in edit mode, as indicated by the "Preguntas" (Questions) tab being active and the "Enviar" (Send) button being disabled. The survey content includes a header image of a waterfront city at night, followed by the title and a subtitle. The theme is "RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LOS HOTELES DEL MALECÓN CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2024." The objective is "Analizar la implementación y el impacto de las prácticas de Responsabilidad Social." The interface also shows navigation options like "Preguntas", "Respuestas" (100), and "Configuración".

Ilustración 3 Evidencia de que se completó la encuesta

The screenshot shows the "Respuestas" (Responses) page of the same Google Form. The page displays "100 respuestas" (100 responses) and a red banner indicating "No se aceptan más respuestas" (No more responses accepted). Below the banner, there is a message for respondents: "Mensaje para los encuestados: Ya no se aceptan respuestas en este formulario." The interface also shows navigation options like "Preguntas", "Respuestas" (100), and "Configuración". At the bottom, there is a section for "Usuarios que han respondido" (Users who have responded) with the email address "nelson.velez.sancan@gmail.com" listed.

Apéndice 9 Fotos de entrevistas

Ilustración 6 Entrevista a la administrada Catalina Silva



Ilustración 7 Entrevista al dueño y administrador Juan Francisco Fierro



Ilustración 5 Entrevista realizada al administrador del hotel Blue Bay Sr. Nelson Velez



Ilustración 4 Entrevista realizada a la administradora del hotel Riviera del Sol



Apéndice 10 Fotos de tutorías

Ilustración 9 Tutoría del día 16/09/24, revisión del anteproyecto de tesis.



Ilustración 8 Tutoría del día 12/09/24 para aprobación del tema de tesis.



Ilustración 11 Ilustración 8 Tutoría del día 19/09/24, Revisión y corrección de matriz de consistencia.

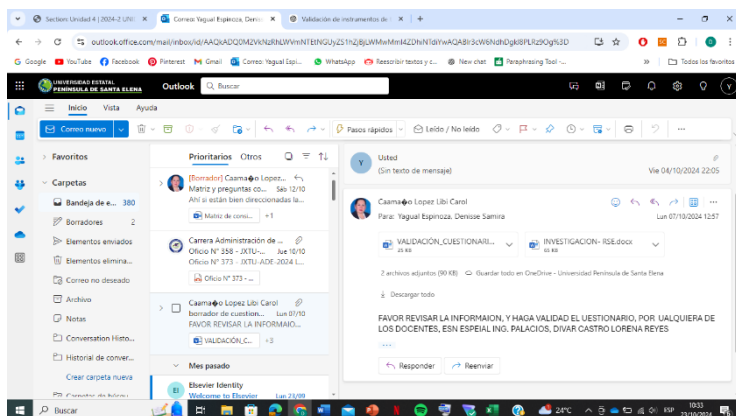


Ilustración 10 Tutoría del día 23/09/24, Revisión del capítulo uno y corrección de revisión de literatura.

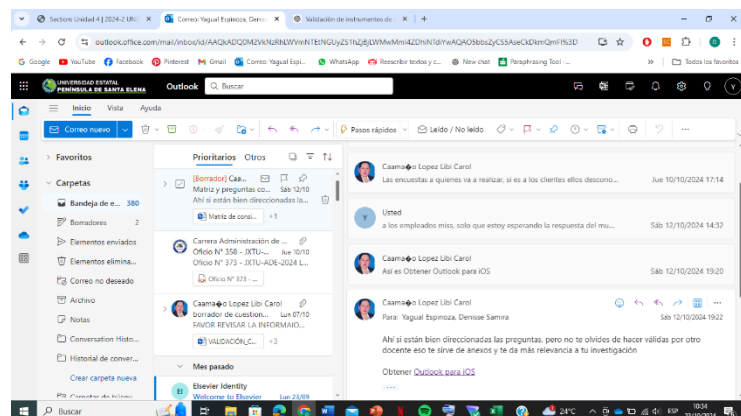


Ilustración 13 Tutoría del día 14/10/24, Revisión y validación de instrumentos de la muestra seleccionada.



Ilustración 12 Tutoría del día 24/10/24, Revisión de la muestra de datos seleccionados en la realización de entrevistas y encuestas.



Ilustración 16 Tutoría del día 11/11/24, Revisión de análisis de entrevista realizada a los administradores de los hoteles seleccionados.



Ilustración 15 Tutoría del día 18/11/24, Revisión de análisis de encuestas realizada a los empleados y ciudadanos de los hoteles ubicados en el malecón de Salinas



Ilustración 14 Tutoría del día 25/11/24, Socialización sobre el plan de acción a implementar como propuesta para las prácticas de RSE.

