



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
DOCTORADO EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

TESIS

RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL SECTOR HOTELERO DE LAS
ZONAS ESPECIALES TURÍSTICAS DE QUITO

Trabajo final para optar al título de
Doctor en Ciencias de la Administración

Autor: AVILÉS LEÓN BYRON EDUARDO

Director: DR. JUAN JOSÉ GILLI

Codirectora: MG. LUCILA SALESSI

LA PLATA – 2019

Dedicatoria y agradecimiento

Dedico mi tesis de doctorado a mi esposa y a mis hijos, por su amor, paciencia y apoyo incondicional durante todo el proceso de perfeccionamiento profesional que permitió llegar a alcanzar este objetivo.

Agradezco a Dios por permitirme alcanzar este sueño, a la Universidad Nacional de la Plata por los conocimientos adquiridos en esta prestigiosa Institución, a los representantes de las diferentes organizaciones que trabajan en el desarrollo de la responsabilidad social empresarial en Ecuador, a todos los colegas y amigos que me alentaron en el desarrollo de la investigación y en especial al Dr. Juan José Gilli y a la Mg. Lucila Salessi, por su valioso aporte en la dirección y codirección de la tesis, al compartir sus valiosos conocimientos, criterios y su experiencia.

Resumen

La responsabilidad social empresarial (RSE) es una tendencia global que las organizaciones deben asumir de manera voluntaria y busca el mejoramiento de las empresas en aspectos cruciales para las empresas como son lo económico, social y lo ambiental. Bajo esta premisa, los negocios pretenden con su aplicación la obtención de una ventaja competitiva que le permita un reconocimiento en el mercado y que la sociedad en su conjunto valore su contribución al desarrollo de los países basado en la sostenibilidad. En el contexto ecuatoriano, la correspondencia existente entre las partes interesadas (PI) y la gestión del sector hotelero de dos y tres estrellas de los alrededores de las zonas especiales turísticas de la ciudad de Quito (ZETQ) basada en la RSE son desconocidas por una gran cantidad de administradores y/o propietarios, descuidando la importancia estratégica que éstas tienen en la filosofía organizacional. Por lo que, la presente investigación enfrenta los problemas de entender cuáles son las principales PI y cuál es la importancia atribuida a la RSE expresada a través de la norma ISO 26000 por este sector empresarial y sus huéspedes. Por ello, el objetivo general de la investigación fue analizar los factores que dificultan a los establecimientos hoteleros de categoría dos y tres estrellas de las ZETQ la adopción de la RSE a efectos de proponer pautas que faciliten su implementación. La investigación fue de tipo descriptiva, iniciando con la determinación de las PI participantes en la gestión de las organizaciones por sus atributos de poder, legitimidad urgencia, a través del modelo de Mitchell, Agle y Wood (1997). Las PI definitivas permitieron el establecimiento de la concordancia de sus criterios, respecto a la importancia atribuida a los siete macro factores de la norma ISO 26000, se usó el análisis de componentes principales e identificó los elementos más importantes en la gestión de las organizaciones empleando un modelo de regresión lineal múltiple, esto permitió la determinación de la brecha de criterios existente. Por último, se determinó las limitaciones más comunes presentes en los hoteles que influyen en la decisión de la aplicación formal de los principios de la RSE. La investigación empírica permitió la identificación de las PI definitivas conformadas por los gerentes, sus propietarios y los clientes, cuyos criterios coinciden con la norma ISO 26000. Para el sector empresarial los factores más importantes fueron la gobernanza y las prácticas laborales, considerando a las restantes como de menor impacto para las organizaciones. Para el caso de los huéspedes todos los factores de la norma ISO 26000 son de interés, considerando al factor prácticas justas de operaciones como de

menor importancia, existiendo una brecha de criterios entre ambas posiciones. Finalmente, se identificó que las limitaciones más comunes por las cuales no se implementa de manera formal la RSE en los hoteles fueron el tiempo disponible, el número de empleados que disponen y la motivación para su aplicación.

Palabras Clave:

Partes interesadas, responsabilidad social empresarial, turismo, hotelería, limitaciones.

Clasificación JEL: L83 Turismo, M14 Responsabilidad social corporativa.

Índice de Contenidos

Contenido

Dedicatoria y agradecimiento	ii
Resumen	iii
Índice de Contenidos.....	v
Índice de Tablas.....	ix
Índice de Figuras	xi
CAPÍTULO I	1
PROBLEMA Y ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1. Problemática	1
1.2. Justificación de la investigación	4
1.3. Objetivos de la investigación	6
1.3.1. Objetivo General.....	6
1.3.2. Objetivos Específicos	6
1.4. Hipótesis.....	7
1.5. Alcance de la investigación.....	7
1.6. Estructura de la tesis	10
CAPÍTULO II	11
LA ACTIVIDAD TURÍSTICA Y SU SIGNIFICACIÓN	11
2.1. Panorama turístico mundial	11
2.2. Panorama turístico regional	13
2.3. Situación turística de Ecuador en la región.....	15
2.4. Importancia del turismo para la ciudad de Quito	19
2.5. Importancia de la RSE para la ciudad de Quito	25
CAPÍTULO III	27
MARCO TEÓRICO.....	27
3.1. Introducción a la Responsabilidad social empresarial	27
3.2. Origen y evolución de la RSE	29
3.3. Teorías que afianzan la RSE	31
3.4. Teoría que articula la RSE - La teoría de las partes interesadas.....	34
3.5. Definición de RSE.....	37
3.6. La norma ISO 26000	40
3.7. Pasos que seguir para la implementación de la RSE	51
3.8. Reflexiones sobre la aplicación de la RSE	51

CAPÍTULO IV	56
METODOLOGÍA E INSTRUMENTOS.....	56
4.1. Metodología Propuesta	56
4.1.1 Metodología para la determinación de las Partes Interesadas.....	59
4.1.2 Metodología para la determinación de la importancia atribuida a los macro factores de la norma ISO 26000 por parte de los empresarios y los huéspedes	59
4.1.3 Metodología para la determinación de la brecha entre los criterios del sector empresarial y los consumidores	64
4.1.4 Metodología para la determinación de las limitaciones que enfrentan los hoteles ante la decisión de la implementación de la RSE.....	64
4.2. Instrumentos	67
4.2.1. Encuesta para identificar las PI y su valoración por los empresarios.....	67
4.2.2. Las encuestas a administradores, gerentes y/o propietarios acerca de la importancia de la norma ISO 26000	69
4.2.3. Encuestas a huéspedes acerca de la importancia de la norma ISO 26000.....	70
4.2.4. La entrevista a profundidad.....	72
CAPÍTULO V	73
PARTES INTERESADAS DE LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DE LAS ZONAS ESPECIALES TURÍSTICAS DE QUITO	73
5.1. Principales PI	73
5.2. Caracterización de las organizaciones relevadas	74
5.3. Orientación estratégica de las PI identificadas	77
5.4. Objetivos del participante respecto a la organización	80
5.5. Relación de la organización con las PI	81
5.5.1. Tipo de responsabilidad de la organización por cada PI	81
5.5.2. Dependencia de la organización respecto a las PI	82
5.6. Aplicación del Modelo de Mitchell, Agle y Wood	83
5.6.1. Poder	83
5.6.2. Legitimidad	85
5.6.3. Urgencia	86
5.7. Clasificación de las PI.....	87
5.8. Consideraciones finales sobre las PI	90
CAPÍTULO VI	92
IMPORTANCIA DE LA RSE PARA EMPRESARIOS Y HÚSPEDES	92
6.1. Introducción	92

6.2.	Opinión de la importancia de la RSE desde la perspectiva de los gerentes, administradores y/o propietarios de los hoteles.....	95
6.3.	Opinión de la importancia de la RSE desde la perspectiva de los huéspedes	99
6.4.	Brecha de criterio entre las dos perspectivas	103
6.5.	Limitaciones presentes en el sector empresarial para la implementación formal de la RSE en las organizaciones	111
6.5.1.	Limitaciones identificadas por los informantes claves que influyen en los hoteles de dos y tres estrellas de las ZETQ sobre la implementación formal de la RSE	112
6.5.2.	Criterio del sector hotelero sobre las limitaciones que experimentan ante la decisión de la implementación de la RSE	118
6.6.	Consideraciones finales	121
CAPÍTULO VII		123
CONCLUSIÓN Y PROPUESTA		123
7.1.	Conclusiones.....	123
7.1.1	Referente a las PI.....	123
7.1.2	Referente a la importancia atribuida por el sector hotelero a los estándares de la norma ISO 26000.....	125
7.1.3	Referente a la importancia atribuida por los huéspedes al cumplimiento de los estándares de la norma ISO 26000 por parte del sector hotelero.....	126
7.1.4	Referente a las limitaciones que enfrenta el sector empresarial en los procesos de implementación de la RSE	128
7.2.	Propuesta	129
7.2.1.	Programa integral de capacitación en el marco de la RSE	130
7.2.2.	Fortalecimiento de la gestión hotelera basada en las PI.....	130
7.2.3.	Diálogo con las PI.....	131
7.2.4.	Orientación hacia la sociedad sustentable	132
7.2.5.	Programa de cooperación público-privada Fomento para la aplicación de la RSE	133
7.3.	Futuras líneas de investigación que pueden encararse a partir de la investigación realizada. 134	
LISTA DE REFERENCIAS		136
Anexos.....		151
Anexo 1		152
Opinión de la importancia de la RSE desde la perspectiva de los gerentes, administradores y/o propietarios de los hoteles		152
Modelo de Análisis de componentes principales		152
Anexo 2		157

Opinión de la importancia de la RSE desde la perspectiva de los gerentes, administradores y/o propietarios de los hoteles	158
Análisis de regresión lineal múltiple	158
Anexo 3	163
Opinión de la importancia de la RSE desde la perspectiva de los huéspedes	163
Análisis de componentes principales.....	163
Anexo 4	170
Opinión de la importancia de la RSE desde la perspectiva de los gerentes, administradores y/o propietarios de los hoteles	170
Análisis de regresión lineal múltiple	170

Índice de Tablas

Tabla 1. Número de arribos, salidas, gastos de turismo recetor y emisor por continente – año 2017.	14
Tabla 2. Número de arribos, salidas, gastos de turismo recetor y emisor de América del Sur - año 2017	17
Tabla 3. Hoteles de dos y tres estrellas en las ZETQ.....	24
Tabla 4. Información general de los establecimientos de alojamiento en las ZETQ	24
<i>Tabla 5. Principales teorías asociadas a la RSE.....</i>	<i>31</i>
Tabla 6. Diferentes definiciones sobre la RSE.....	38
Tabla 7. Factor fundamental: Gobernanza	41
Tabla 8. Factor fundamental: Derechos humanos.....	43
Tabla 9. Factor fundamental: Prácticas laborales.....	44
Tabla 10. Factor fundamental: Medio ambiente	45
Tabla 11. Factor fundamental: Prácticas justas de operación	47
Tabla 12. Factor fundamental: Asunto de consumidores.....	48
Tabla 13. Factor fundamental: Participación activa y desarrollo de la comunidad	50
Tabla 14. Hoteles de dos y tres estrellas en las ZETQ.....	75
Tabla 15. Unidad responsable de la gestión de las PI	76
Tabla 16. Importancia atribuida a las PI	77
Tabla 17. Objetivos de la organización respecto a las PI	78
Tabla 18. Tipo de responsabilidad de la organización respecto a las PI	81
Tabla 19. Clasificación de las PI según el grado de dependencia de la organización respecto a las PI ..	82
Tabla 20. Recursos de poder de las PI	84
Tabla 21. Legitimidad de las PI	85
Tabla 22. Urgencia de las PI.....	87
Tabla 23. Clasificación de las PI según el modelo de Mitchell, Agle y Wood	88
Tabla 24. Cumplimiento del sector hotelero a los estándares de la norma ISO 26000	95
Tabla 25. Percepción de cumplimiento del sector hotelero a los estándares de la norma ISO 26000 por los huéspedes	99
Tabla 26. Brecha existente en el macro factor gobernanza	103
Tabla 27. Brecha existente en el macro factor derechos humanos.....	104
Tabla 28. Brecha existente en el macro factor prácticas laborales.....	105
Tabla 29. Brecha existente en el macro factor medio ambiente	106
Tabla 30. Brecha existente en el macro factor prácticas justas de operaciones	107
Tabla 31. Brecha existente en el macro factor asunto de consumidores	108

Tabla 32. Brecha existente en el macro factor participación activa y desarrollo de la comunidad	110
Tabla 33. Estadísticos descriptivos de las limitaciones que atraviesa el sector hotelero	118
Tabla 34. Resumen de las brechas existente por macro factores de la norma ISO 26000.....	121
Tabla 35. Alpha de Cronbach del modelo aplicado a los hoteles.....	152
Tabla 36. Estadísticos descriptivos	153
Tabla 37. Matriz de correlaciones	153
Tabla 38. Prueba de KMO y Bartlett	154
Tabla 39. Comunalidades	155
Tabla 40. Varianza total explicada.....	156
Tabla 41. Matriz de coeficiente de puntuación de componentes	157
Tabla 42. Resumen del modelo de ARLM	158
Tabla 43. Análisis de la varianza (ANOVA) del modelo de ARLM.....	159
Tabla 44. Coeficientes β	159
Tabla 45. Variables excluidas.....	160
Tabla 46. Diagnóstico de colinealidad	161
Tabla 47. Estadísticas de residuos	162
Tabla 48. Alpha de Cronbach del modelo aplicado a los huéspedes	163
Tabla 49. Estadísticos descriptivos	164
Tabla 50. Matriz de correlaciones	165
Tabla 51. Prueba de KMO y Bartlett	166
Tabla 52. Comunalidades	166
Tabla 53. Varianza total explicada.....	167
Tabla 54. Matriz de coeficiente de puntuación de componentes	168
Tabla 55. Resumen del modelo de ARLM	170
Tabla 56. Análisis de la varianza (ANOVA) del modelo de ARLM.....	171
Tabla 57. Coeficientes β	172
Tabla 58. Variables excluidas.....	173
Tabla 59. Diagnóstico de colinealidad	174
Tabla 60. Estadísticas de residuos	176

Índice de Figuras

Figura 1. Participación de Ecuador en el PG	2
Figura 2. Contribución total de viajes y turismo al empleo en el mundo	12
Figura 3. Tendencias reales vs Previsiones 2030 - Mundo.....	13
Figura 4. Número de arribos por zonas geográficas desde 1995 hasta 2017	15
Figura 5. Número de arribos en América Latina y el Caribe y Ecuador desde 1995 hasta 2017	16
Figura 6. Número de arribos en los países de América del Sur desde 1995 hasta 2017	18
Figura 7. Mapa de América del Sur con el número de arribos a Ecuador al año 2017	19
Figura 8. Mapa de la ZET “Centro Histórico”	21
Figura 9. Mapa de la ZET “La Mariscal”	23
Figura 10. Participantes del PGNU por continentes	28
Figura 11. Principales Teorías asociadas a la RSE	32
Figura 12. Ubicación de los hoteles de dos y tres estrellas de las ZETQ	57
Figura 13. Identificación de las PI	74
Figura 15. PI para hoteles de dos y tres estrellas en las ZETQ según el modelo de Mitchell, et al. (1997)	89
Figura 16. Cumplimiento de los hoteles a los estándares de la norma ISO 26000	96
Figura 17. Percepción del cumplimiento del sector hotelero a los estándares de la norma ISO 26000 por los huéspedes	99
Figura 18. Brecha de criterios por cada macro factor de la norma ISO 26000	111
Figura 19. Relaciones e interacciones identificadas	113
Figura 20. Limitaciones para la implementación de la RSE.....	114
Figura 21. Menciones por cada limitación para la implementación de la RSE.....	114
Figura 22. Limitación para la implementación de la RSE presente en el sector hotelero	120
Figura 23. Gráfico de sedimentación.....	156
Figura 24. Gráfico de sedimentación	162
Figura 25. Gráfico de sedimentación	167
Figura 26. Gráfico de sedimentación	176

CAPÍTULO I:

PROBLEMA Y ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

El establecimiento claro del problema empresarial que se va a someter a estudio permite la determinación exacta del alcance y la orientación que va a tener la investigación. De esta manera, resulta importante su entendimiento al momento del diseño de la estrategia de investigación, ya que de éste dependerán los procedimientos de la recolección y depuración de la información y la forma de interpretación de los hallazgos más significativos. Además, el alcance que se fije en una investigación dependerá del nivel de conocimiento que se tenga de la problemática y de la orientación que el investigador quiera dar al mismo.

El presente capítulo contiene la problemática que sustenta el desarrollo de la investigación, la justificación que permitió su desarrollo; así como los objetivos tanto general como específicos planteados en el estudio. Además, se encuentran en el mismo las hipótesis sobre las cuales se trabajó, el alcance establecido para la investigación que orientó la tesis y la estructura del documento con el cual se alcanzaron los objetivos planteados.

1.1. Problemática

Los trabajos en Latinoamérica en temas relacionados con el desarrollo sostenible, la responsabilidad social empresarial (RSE) y/o las partes interesadas (PI) han sido limitados, siendo países como Brasil, México y Chile los que más han trabajado en esta temática, seguido por Argentina y Uruguay (Alonso, Marimon, & Llach, 2015). Ecuador se encuentra inmerso en esta corriente, pero se ha observado que las prácticas de respeto al ambiente por parte de las empresas y organizaciones y la optimización de recursos no han sido adecuadamente registradas. Existe una carencia de estudios rigurosos sobre las actividades desarrolladas con fundamentos de responsabilidad social y sobre los aportes que las empresas obtienen por su comportamiento responsable (Cajiga, S.F.).

Para la implementación y divulgación de la RSE hay diferentes caminos, pero se requiere asumir diferentes fundamentos teóricos de acuerdo con las características de la actividad económica, presentando variaciones de un sector productivo a otro. Lamentablemente, las empresas ecuatorianas que han emprendido en RSE son bastantes escasas y de naturaleza heterogénea, encontrando organizaciones pertenecientes tanto al sector público como municipalidades, hasta el privado como asociaciones empresariales grandes o pequeñas e incluso organizaciones no gubernamentales que buscan beneficios relativos a la responsabilidad social; mientras que la participación del sector turístico y hotelero es prácticamente nula.

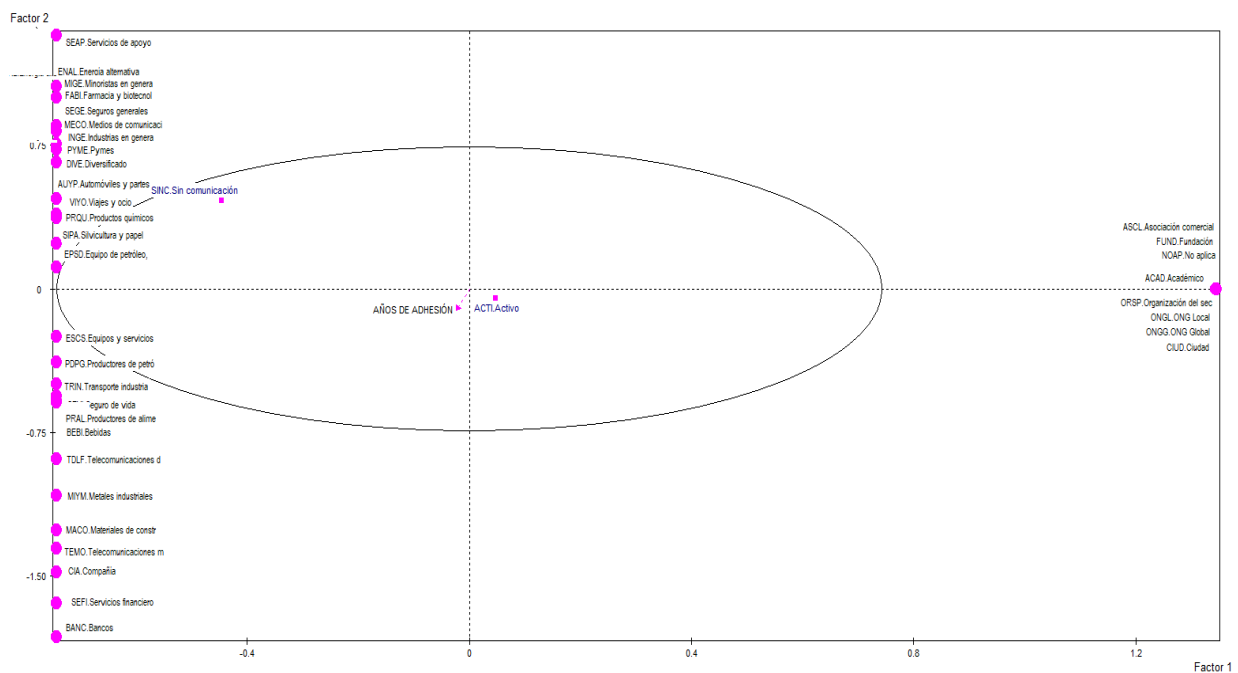
La responsabilidad social se ha convertido en un elemento clave en la búsqueda de la competitividad y la sostenibilidad apreciado sobre todo por los huéspedes, autores como Bowen (1953), Friedman (1962), Carroll (1979), Freeman (1984), Melé (2007), Dahlsrud (2006), Brundtland (1987), citado en Keeble (1988), Elkington (1998) entre otros, han explicado desde su óptica la RSE y la manera de cómo alcanzarla. A pesar de ello, a criterio del público en general la mayoría de las definiciones son difíciles de entender y aplicar, muchas de las veces opuestos y contradictorios, criterios que han evolucionado hasta nuestros días (García & Rodríguez, 2012, págs. 147-148; Alvarado & Schlesinger, 2008, pág. 39). Pero ¿Cuál es la importancia que dan los establecimientos hoteleros en su gestión a los factores fundamentales de la norma ISO 26000 dentro de sus organizaciones? y ¿cuáles son los factores que dificultan al sector hotelero de categoría dos y tres estrellas la adopción de la RSE?

Por ello, para una comprensión más profunda de la problemática se debe analizar las cifras que maneja el Ministerio de Turismo (2015), ya que ubica a la actividad turística como la tercera en importancia en la economía dentro de las exportaciones no petroleras, este sector generó durante el año 2014 USD \$1.487,1 millones de dólares a la economía. Adicionalmente, el saldo de la balanza turística ecuatoriana para el año 2014 fue de \$ 466.8 millones de dólares, mientras que el peso del consumo turístico de 1.50% de la participación en el producto interno bruto (PIB). Así mismo, la recaudación tributaria por parte de hoteles y restaurantes ascendió a los \$ 150'547.760,00 millones de dólares y la generación de puestos de trabajo en establecimientos turísticos fue de 125.495 personas (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2015).

Además, al momento de analizar los avances en RSE a nivel internacional se encuentra que existen 12.897 organizaciones registradas en el Pacto Global de las Naciones Unidas (PGNU), institución que hace un llamado a las empresas a nivel mundial para abordar la responsabilidad compartida en la búsqueda de un mundo más justo, que luche contra la corrupción y preocupado por una gestión basada en las personas y el medio ambiente, pero apenas 10.701 se encuentran en estado activo. Ecuador no es la excepción, ya que de las 146 organizaciones registradas 132 están activas y trabajando con principios de RSE (United Nations Global Compact, 2018).

De la participación de las organizaciones ecuatorianas en el PGNU, se determinó que 94 entidades (64,38%) son privadas compuestas por compañías y pymes, mientras que son públicas 52 instituciones (35,62%), provenientes del sector académico y aquellas sin fines de lucro. Dentro de las compañías y pymes, los sectores que más participan son el de servicios de apoyo con el 10,96%, los medios de comunicación y las dedicadas a los servicios financieros cada una con el 6,16%. A éstas les siguen aquellas con bienes y/o servicios diversificados, los bancos, los materiales de construcción, los productores de alimentos y el de viajes y ocio con el 5,48%, 4,79%, 4,11%, 4,11% y 3,42% respectivamente, como se observa en la figura 1 (United Nations Global Compact, 2018).

Figura 1. Participación de Ecuador en el PG



Fuente: (United Nations Global Compact, 2018)

Particularmente, es el sector de viajes y ocio el que llama la atención, ya que según el PGNU se identificaron apenas cinco empresas relacionadas con el turismo. Asimismo, cuatro de ellas se encuentran activas y con actividades muy variadas, una es agencia de viajes, una empresa de transporte, una operadora y un hotel; mientras que un hotel es la organización que figura con el estatus de “sin comunicación”. Este reducido número de participantes denota una baja contribución del sector en trabajar bajo los postulados de sostenibilidad y de RSE. Esta realidad es contraria a la creencia que “la responsabilidad social practicada por las organizaciones que actúan en el sector contribuye al desarrollo del turismo sustentable y responsable al considerar los intereses de las personas y el medioambiente en la localidad receptora” (Reinert & Barbosa, 2015, pág. 265).

La presente investigación tiene la finalidad de identificar los factores que dificultan al sector hotelero ecuatoriano de categoría dos y tres estrellas de las zonas especiales turísticas del Distrito Metropolitano de Quito (ZETQ) con capital nacional en el proceso de implementación de la RSE como una decisión estratégica en las organizaciones. Además, el conocimiento de las dificultades presentes al momento de decidir su adopción motivará a otras empresas a incursionar en estos temas, pues minimiza la posibilidad de fracaso y potencializa los beneficios que generan, pues “contar con buenos cimientos racionales resulta especialmente importante cuando la RSE se presenta no como una mera hipótesis para explicar lo que se está haciendo, sino como una teoría normativa” (Melé, Responsabilidad social de la empresa: una revisión crítica a las principales teorías, 2007, pág. 51).

1.2. Justificación de la investigación

Basado en el paradigma teórico de la sostenibilidad, el presente trabajo de investigación considera a la RSE como un proceso social y medioambiental que busca su implementación al interior de las empresas. Por otra parte, se considera que la humanidad se encuentra en un grado de decadencia producto del deterioro y desequilibrio de los diferentes ecosistemas a nivel mundial que han afectado cada una de las regiones y países, por el uso sin control de sus recursos que a su vez han devastado el medio ambiente y que influyen directa y significativamente a los sistemas sociales (Antequera, 2012, pág. 16).

El contexto en que se realizará la investigación está definido primeramente por los lineamientos emanados por la Organización de las Naciones Unidas a través de la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible. Este documento contempla 17 objetivos y 169 metas que se pretenden sean alcanzadas por las organizaciones en los entornos económico, ambiental y social; los cuales están integrados y son interdependientes unos de otros, en su afán de erradicar la pobreza y el hambre, procurando sociedades más justas, pacíficas e igualitarias entre sus miembros (Pacto Mundial, 2016).

Adicionalmente, en su objetivo 12, referente al consumo responsable y producción busca llegar a todos los estratos económicos de la sociedad para el fomento de una conciencia ecológica aplicada en los diferentes métodos y técnicas de fabricación del empleo y consumo responsable de los recursos naturales, como elemento básico requerido en la búsqueda del desarrollo, contribuyendo con la meta 12b que consiste en “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” (Organización de las Naciones Unidas, 2015).

La investigación se fundamenta por el beneficio que traerá al sector turístico en general y de alojamiento en particular sobre la identificación de los factores que influyen en los diferentes negocios de la industria hotelera de categoría dos y tres estrellas en las ZETQ ante la decisión de incursionar en la RSE (Pacto Mundial de las Naciones Unidas, 2015). Por otra parte, resulta necesario que ante esta decisión de asumir la RSE como parte de la filosofía empresarial, se conozcan claramente las posibles dificultades que tendrían que enfrentar las organizaciones al tomar la decisión de integrarla a la visión estratégica del negocio, a efectos de que los establecimientos cuenten con información necesaria para el diseño de estrategias que garanticen su adopción (Oliva & Oliver, 2004).

Por otra parte, el presente estudio resulta de interés para la determinación de la importancia dada por estos establecimientos a través de sus gerentes, administradores y/o propietarios a los estándares definidos en las normas ISO 26000, dentro de la gestión de los propietarios y administradores de las empresas. Resulta necesario que estas organizaciones, ajusten sus actividades cotidianas en la búsqueda de la sostenibilidad, tanto en lo económico,

Adicionalmente, para el completo análisis y entendimiento de la aplicación de la RSE en las organizaciones, resulta necesaria la comprensión de los criterios presentes en los huéspedes como partes interesadas definitivas sobre la importancia que le atribuyen éstos a la RSE que realizan las organizaciones, al momento de decidir la compra de un bien o servicio. Por lo que, estas diferentes maneras de pensar definen para las empresas perfiles de consumidores con los cuales pueden trabajar, así como este conocimiento permitirá a los negocios diseñar estrategias que les permitan garantizar la supervivencia y desarrollo de las organizaciones, pudiendo influenciar sobre la decisión de su implementación.

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo General

Analizar los factores que dificultan a los establecimientos hoteleros de categoría dos y tres estrellas de las ZETQ la adopción de la RSE, a efectos de proponer pautas que faciliten su implementación.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Identificar las partes interesadas de los hoteles de categoría dos y tres estrellas en las ZETQ, con el fin de determinar la significación que tienen para los empresarios.
- Determinar la importancia de los estándares de la norma ISO 26000 para los empresarios, con la finalidad de identificar los factores que más contribuyen a la implementación de la RSE en los establecimientos hoteleros.
- Conocer la importancia que presenta para los huéspedes la adopción e implementación de los estándares de la norma ISO 26000.
- Establecer las limitaciones que enfrenta el sector empresarial en los procesos de implementación de la RSE, con el propósito de proponer pautas que faciliten la implementación de programas de RSE en los hoteles de categoría dos y tres estrellas de las ZETQ.

1.4. Hipótesis

Por ello, el presente trabajo de investigación presenta las siguientes hipótesis:

- La gestión de los establecimientos hoteleros de dos y tres estrellas ubicados en los alrededores de las ZETQ está orientada a satisfacer los requerimientos, exigencias y necesidades de las PI catalogadas como responsabilidad primaria en el giro del negocio.
- Los establecimientos de alojamiento perciben que todos los factores fundamentales de la norma ISO 26000 son considerados como importantes en el desarrollo de su gestión.
- Existen factores que dificultan la adopción de la RSE en los establecimientos de alojamiento de categoría dos y tres estrellas en las ZETQ, como la dotación de personal del negocio y la escasa motivación en su implementación.

1.5. Alcance de la investigación

La presente investigación es de tipo exploratoria porque dará un panorama amplio, general y aproximado respecto a la situación que viven los hoteles de dos y tres estrellas de las ZETQ frente a la aplicación de principios de RSE. Además, este tema ha sido poco desarrollado y analizado en el Ecuador y toda la información proviene de otros países; asimismo, los estudios referentes a su aplicación en los diferentes sectores de la economía son escasos y no profundizan la realidad de su actividad económica. Esto permitirá al sector turístico la identificación de patrones de desempeño y tendencias que podrían tomarse como referencia en el diseño de estrategias o actividades que incentiven la aplicación de la RSE formal en los negocios.

Además, la investigación será de tipo descriptiva al momento de identificar las dificultades que atraviesa los hoteles de dos y tres estrellas con capital nacional de las ZETQ al momento de decidir la implementación formal de la RSE en sus organizaciones. Asimismo, se describen las percepciones de las partes interesadas definitivas frente a la aplicación de los diferentes estándares de la norma ISO 26000 en estos establecimientos de alojamiento, tendientes a la identificación de las condiciones y posibles relaciones entre las variables estudiadas.

Por otra parte, la investigación tiene un enfoque cualitativo al momento de buscar la comprensión de diferentes elementos y características que rodean la determinación de las

partes interesadas de los hoteles dos y tres estrellas con capital nacional de las ZETQ. Además, se la empleó al momento del establecimiento de los factores que dificultan la implementación de la RSE en los establecimientos de alojamiento, como mecanismo de acercamiento a la realidad que viven estos negocios. La información de fuentes primarias se obtuvo a través de entrevistas a seis principales actores que trabajan en temas de RSE en la ciudad de Quito.

Asimismo, tiene un enfoque cuantitativo debido al interés dado a las variables contenidas en la norma ISO 26000, mediante encuestas aplicadas a las partes interesadas definitivas de los establecimientos de alojamiento de categoría dos y tres estrellas de las diferentes ZETQ. Además, permite la comprensión de las dificultades que experimentan estos establecimientos ante la decisión de la implementación de la RSE formalmente en estas organizaciones. Para cumplir con este fin, se identificaron inicialmente 28 establecimientos ubicados en las ZETQ, a los que se les preguntó si habían realizado al menos alguna actividad relacionada con la RSE, este criterio sirvió de filtro y permitió el establecimiento de 21 hoteles que cumplen con esta característica (Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, Quito Turismo, 2017).

Complementariamente, para la comprensión del criterio de los huéspedes sobre la importancia que han dado los propietarios, gerentes y/o administradores de los diferentes hoteles de dos y tres estrellas con capital nacional a la RSE en su gestión, como referencia se consideró 872.708 pernотaciones en la ciudad de Quito en el período de marzo 2016 a febrero 2017 (Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, Quito Turismo, 2018). Por ello, por la imposibilidad de disponer cifras exactas de los clientes exclusivamente en las ZETQ se les consideró como una población infinita, obteniéndose para el efecto una muestra de 385 huéspedes de los establecimientos de alojamiento en esta zona.

Con la información así recopilada, el presente trabajo tiene como finalidad proponer pautas que motiven el fomento del desarrollo del sector hotelero de dos y tres estrellas ubicadas en los alrededores de las ZETQ basado en la sostenibilidad de las actividades, a través la importancia atribuida a la aplicación de la RSE mediante los 7 factores fundamentales de la norma ISO 26000 en su gestión. Esto se debe a que se requiere una transformación en la manera de actuar de los integrantes del nivel jerárquico superior de estas empresas y una concienciación en los beneficios que trae consigo la RSE, hecho posible por un cambio de

actitud sobre esta temática e incluirla en las diferentes actividades (Fernández & Cuadrado, 2011, pág. 52).

Para ello, se requiere inicialmente la comprensión de la situación turística y su significación para Ecuador, partiendo desde la comprensión de realidad internacional mundial, hasta llegar a la importancia que tiene para el país y principalmente para el Distrito Metropolitano de Quito. Posteriormente, se realiza el abordaje teórico de la RSE, desde sus orígenes hasta llegar a la norma ISO 26000, el análisis de las PI y las repercusiones para las diferentes organizaciones, para contar con la fundamentación de los contenidos desarrollados a lo largo del presente trabajo.

Más adelante, se desarrolló la identificación de las características fundamentales del sector hotelero de dos y tres estrellas con capital nacional de las ZETQ y la determinación de las principales PI asociados a la toma de decisiones de los negocios, para la identificación de los aspectos en los que la administración de estas empresas presta atención en su gestión. Además, se procede a la identificación de las diferentes dificultades que pueden experimentar las organizaciones de alojamiento con capital nacional en las ZETQ al momento de decidir la implementación de la RSE. Con esta información, se puso en consideración de las partes interesadas definitivas la importancia que tienen los estándares de la norma ISO 26000 en la gestión de estos establecimientos.

Al finalizar, el presente trabajo tiene como intención la de proponer pautas para los diferentes sectores empresariales, específicamente a la industria hotelera de Quito con capital ecuatoriano, la adopción de la RSE en su filosofía organizacional, como una herramienta que permite el crecimiento y desarrollo de los negocios. Este fenómeno es motivado gracias a que la RSE es vista como uno de los principales instrumentos organizacionales en la búsqueda del desarrollo económico, ambiental y social, basado en su desempeño moral y ético (Peña & Serra, 2012, pág. 1465). Por ende, este conocimiento permitirá a los organismos de control del sector Turismo a la implementación de estrategias que motiven a las diferentes organizaciones en el proceso de implementación de la RSE, en la búsqueda de un incremento significativo en la competitividad del Ecuador en el mercado turístico internacional (Castro, Hernández, & Bedoya, 2016).

1.6. Estructura de la tesis

A lo largo del trabajo de investigación se busca la identificación la importancia relativa que tienen los diferentes factores que la integran la RSE en la gestión de los hoteles de dos y tres estrellas en las diferentes ZETQ. Para cumplir con este fin, la tesis se estructuró con siete capítulos como se detalla a continuación: en el capítulo I se presenta el problema y el alcance de la investigación, contempla además la justificación del trabajo, los objetivos, la hipótesis, hasta llegar a la determinación de las características generales en las que se desarrolló el trabajo.

En el capítulo II se describe la actividad turística y su significación, desde una concepción mundial hasta llegar a la particularización de la situación turística del Ecuador y de la ciudad de Quito. Mientras que en el capítulo III se indica el marco teórico tomado como referencia para el trabajo, en el que se identifican las principales teorías relacionadas con la RSE y se adopta la teoría de las partes interesadas como base de la investigación. Continuando, en el capítulo IV se identifica plantea la metodología seguida en la investigación y se presenta los diferentes instrumentos de recolección de información.

Posteriormente, en el capítulo V se identifican las partes interesadas de los hoteles de dos y tres estrellas en las zonas especiales turísticas del Distrito Metropolitano de Quito, aplicando para ello el modelo propuesto por Mitchell, Agle y Wood (1997). Más adelante, en el capítulo VI se presenta la importancia que tienen los diferentes factores que integran la RSE tanto desde la perspectiva de los gerentes, administradores y/o propietarios de los hoteles, como de los huéspedes, hasta la determinación de la brecha existente entre estos dos criterios. Por último, en el capítulo VI se establecen las principales conclusiones a las que se llegó como resultado de la investigación, verificando además las hipótesis planteadas al inicio del trabajo y se llega a la propuesta de pautas que faciliten la implementación de la RSE en las organizaciones.

CAPÍTULO II:

LA ACTIVIDAD TURÍSTICA Y SU SIGNIFICACIÓN

A nivel mundial, el sector turístico se ha caracterizado por ser uno de los más importantes en el desarrollo de los pueblos, por su gran dinamismo y su gran capacidad de generación de puestos de trabajo. En Ecuador, es considerado como uno de los sectores estratégicos de gran importancia en la búsqueda de una mejor calidad de vida para la población que se dedica a esta actividad. Por esta razón, resulta necesario la identificación de la manera en que es concebida la actividad turística a nivel mundial, regional como nacional hasta la determinación de la significancia para la ciudad de Quito.

Este capítulo aborda la comprensión del panorama turístico mundial y regional, hasta la identificación de la posición del Ecuador en el contexto internacional, a efectos de contemplar su importancia de la actividad turística para la economía local. Posteriormente, se determinó el interés que presenta el turismo para el desarrollo del Distrito Metropolitano de Quito, así como la trascendencia atribuida a la responsabilidad social en el crecimiento y desarrollo de la capital. Además, se establecieron la ubicación de las zonas especiales turísticas creadas en la ciudad de Quito para el manejo y control de la actividad turística. Específicamente para la actividad hotelera, se establecieron los principales indicadores que mostraron la capacidad productiva del sector de alojamiento.

2.1. Panorama turístico mundial

Desde hace aproximadamente 20 años, el turismo se ha convertido en un factor estratégico de aquellas economías que decidieron basar su desarrollo en esta actividad, basada fundamentalmente en la prestación de servicios y en la captación de clientes principalmente extranjeros para atraer recursos frescos y mejorar la calidad de vida de las personas. Esto permite a los diferentes países que reciben a los turistas un intercambio de pensamientos,

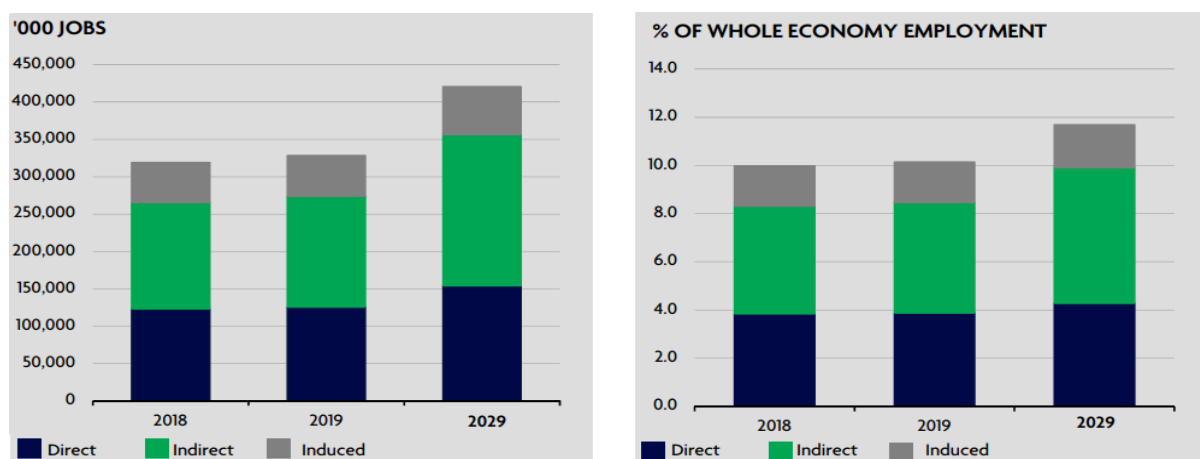
creencias, valores, etc. con las personas nativas, generando fusiones y manifestaciones culturales que enriquecen a los pueblos (Organización Mundial de Turismo, 2019).

Por otra parte, la actividad turística fomenta la generación de riqueza, el mejoramiento del servicio prestado en los diferentes establecimientos, el incremento de una oferta de bienes y servicios propias del sector, mejoramiento de la infraestructura, entre otros. Por esta razón, más y más países han decidido incursionar en esta actividad, ya que se vislumbra un panorama prometedor para el sector turístico mundial, ya que para el año 2015 se generaron exportaciones por alrededor de 1.5 trillones de dólares y se prevé que se alcanzará 1.8 billones de turistas para el año 2030 (Organización Mundial de Turismo, 2015).

Cabe recalcar que, para el caso de las economías emergentes en las que se encuentra el Ecuador se espera que crezcan a 1.07 billones de turistas, mientras que para las economías desarrolladas esta cifra se estima que lleguen a 772 millones de turistas para el mismo año (Organización Mundial de Turismo, 2015). Mientras que para el año 2017 representa aproximadamente el 10% del Producto Interno Bruto directo, indirecto y de impacto inducido a nivel global y el 10 % de los trabajos en el mundo se asocian a la actividad turística (Figura 2) (World Tourism Organization, 2017).

Figura 2. Contribución total de viajes y turismo al empleo en el mundo

WORLD: TOTAL CONTRIBUTION OF TRAVEL & TOURISM TO EMPLOYMENT

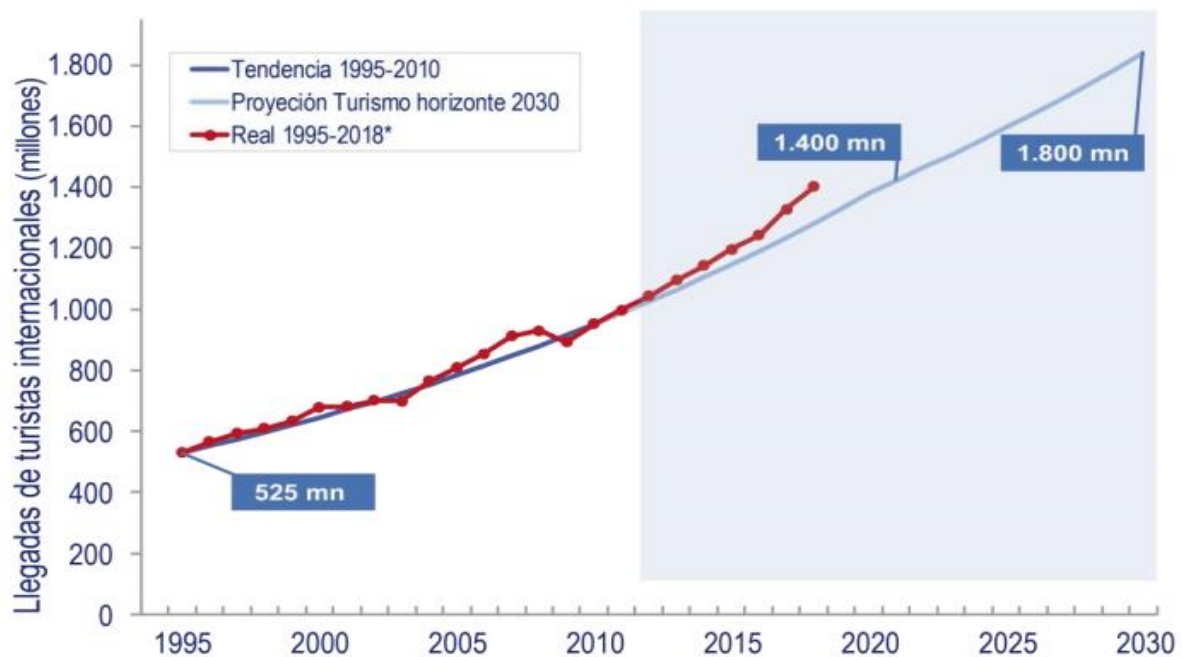


Fuente: (World Travel Tourism Council, 2019, pág. 4)

Estas proyecciones de la Organización Mundial de Turismo (OMT) resultan alcanzables, toda vez que para el año 2018 se registraron 1.400 millones de visitantes que pernoctaron en los

diferentes destinos a nivel mundial, dos años antes de lo previsto por esta entidad (Figura 3). Esto representa el 7% de incremento al compararlo con el año anterior, consolidando de esta manera al sector como uno de los más importantes a nivel internacional. Oriente Medio se convirtió en la zona de mayor crecimiento con un 10% respecto al 2017, en contraposición con las Américas que experimentaron apenas un crecimiento del 3% la menor a nivel mundial (World Tourism Organization, 2019).

Figura 3. Tendencias reales vs Previsiones 2030 - Mundo



Fuente: (Organización Mundial de Turismo, 2019)

2.2. Panorama turístico regional

El desarrollo producto de la actividad turística no se presenta igualitariamente forma en todos los continentes que depende de su patrimonio natural y su legado cultural. Este escenario positivo para la actividad turística se ve representado en la economía de un país a través de los arribos y salidas de los viajeros no residentes. Este movimiento migratorio se ve reflejado en los egresos de dinero producto de su visita o retorno de esos destinos, lo que repercute directamente en la balanza de pagos de la nación donde se realiza la actividad. Por esta razón, en la tabla 1 se expone la información del mundo; así como, de los diferentes continentes para la comprensión del dinamismo del sector (Agudelo-Rivera et al., 2019, pág. 7).

Tabla 1. Número de arribos, salidas, gastos de turismo receptor y emisor por continente – año 2017

Zona Geográfica	Turistas internacionales		Gastos de turismo receptor		Gastos turísticos emisor	
	Entrante	Saliente	\$ millones	% de exportaciones	\$ millones	% de importaciones
	Miles	Miles				
	2017	2017	2017	2017	2017	2017
Mundo	1.341.457	1.566.927	1.525.677	6,7	1.449.151	6,5
Asia Oriental y Pacífico	300.572	397.925	372.954	5,2	480.274	7,4
Europa y Asia Central	669.544	635.517	594.539	6,3	516.382	6,0
América Latina y el Caribe	112.443	70.008	101.817	7,8	79.66	6,3
Oriente Medio y Norte de África	89.185	..	112.457	10,9	108.272	9,8
Norteamérica	98.009	120.786	272.278	9,5	206.104	6,0
Asia del Sur	22.845	32.865	37.902	6,5	30.053	4,1
África Subsahariana	42.365	..	34.409	9,2	27.405	6,6

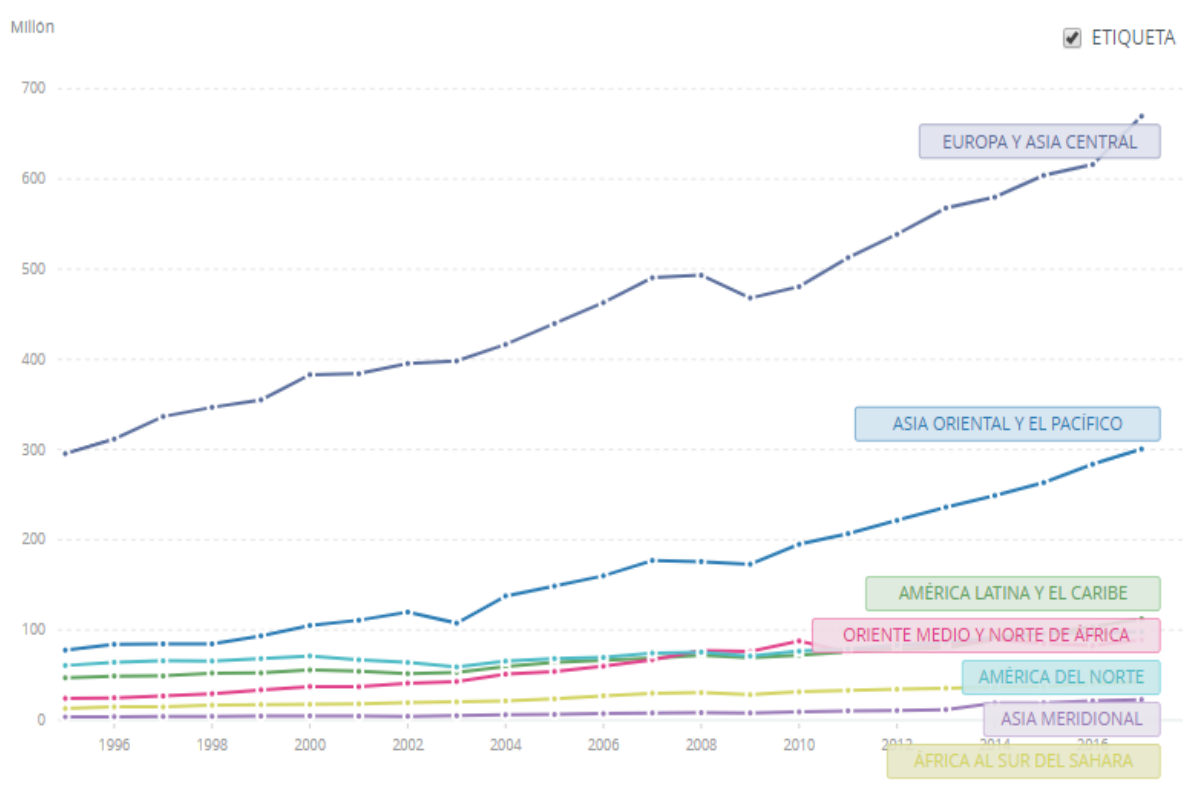
Fuente: (Banco Mundial, 2019)

Por esta razón, al momento del análisis de los lugares en el mundo con mayor llegada de turistas se identifica que Europa y Asia Central son las zonas geográficas con mayor movimiento turístico a nivel mundial con cerca de 669 millones de arribos al año 2017 que representa el 49,91% del total mundial. Al anterior sector le sigue Asia Oriental y Pacífico con el 22,41% del total de turistas entrantes, que de manera conjunta representan el 72,32% de total mundial, convirtiéndose en las zonas con más desarrollo en la actividad turística a nivel internacional (Tabla 1).

Por otra parte, se encuentran América Latina y el Caribe, Norteamérica, Oriente Medio y Norte de África, África Subsahariana y Asia del Sur, que en conjunto alcanza el 27,68% de arribos internacionales. Si bien es cierto los resultados parecen desfavorables, hay que considerar que como se muestra en la figura 4, América Latina y el Caribe por sí solas tienen el 8,38% del

interés de los turistas en el mundo que son aproximadamente 112 millones de personas, cifra muy importante para el desarrollo de los diferentes países de la región; además, presentan un gasto de turismo receptor del 7,8 % de las exportaciones y un gasto del turismo emisor del 6,3% de las importaciones de esta zona geográfica, dejando un saldo a favor significativo (Tabla 1).

Figura 4. Número de arribos por zonas geográficas desde 1995 hasta 2017



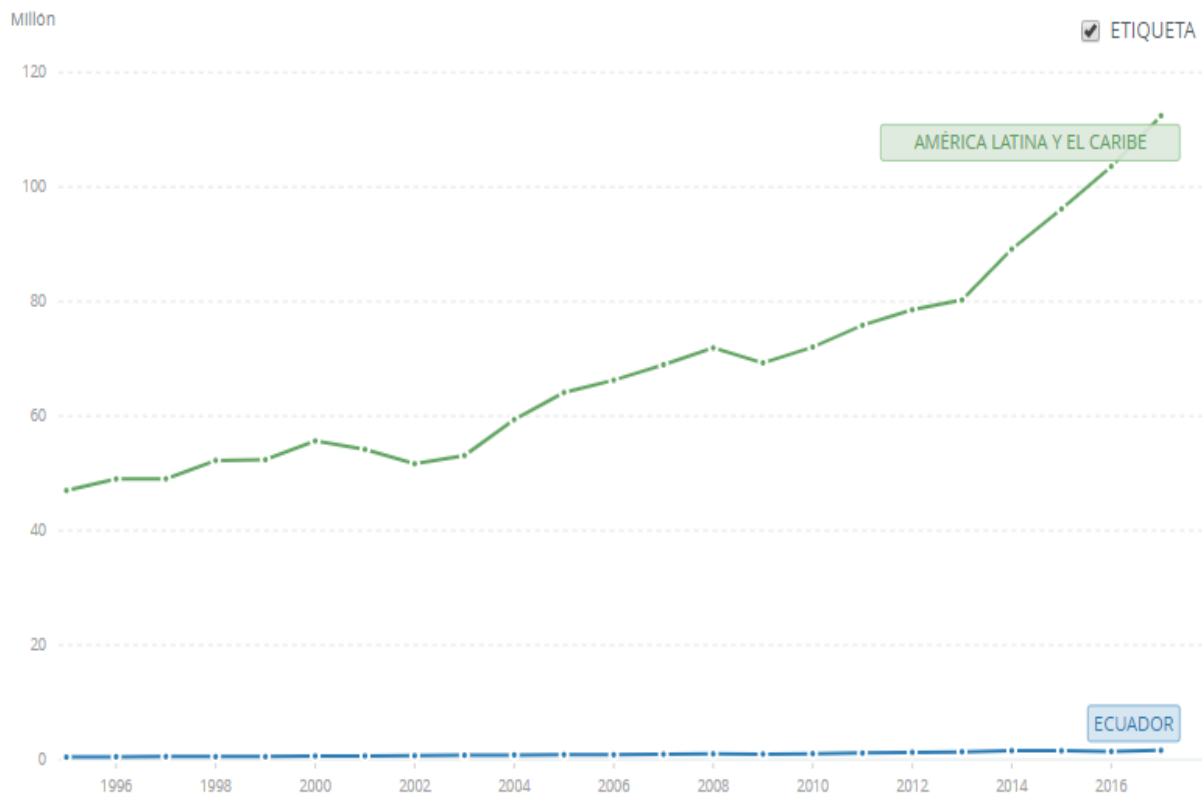
Fuente: (Banco Mundial, 2019)

2.3. Situación turística de Ecuador en la región

Al momento de comprender el desempeño de Ecuador frente al turismo de la región, éste representa apenas el 1,43% de arribos del total, por lo que su contribución es marginal para esta zona, tendencia que se ha mantenido por casi veinte años (Figura 5). Por otra parte, al hablar en términos de arribos a la zona presento, para el año 2017 el país alcanzó la cifra de 1'608.000 personas según el Banco Mundial, cifra récord desde que declaró al turismo como sector estratégico. Además, el mismo año alcanzó una tasa de crecimiento respecto al año

anterior del 8,5%, segundo en importancia en los últimos 30 años, desde que llegó a un incremento del 11,06% en el año 2014.

Figura 5. Número de arribos en América Latina y el Caribe y Ecuador desde 1995 hasta 2017



Fuente: (Banco Mundial, 2019)

De igual manera que para el caso internacional, resulta necesario la comprensión de las entradas y salidas de los visitantes y la cantidad de dinero que contribuyen en las diferentes economías sudamericanas. Por la importancia relativa que tiene esta zona geográfica en la actividad turística resulta de interés la identificación la competitividad de sus miembros, siendo integrada por 12 naciones, lo que se incluye en la tabla 2. Esta participación en el mercado turístico representará su grado de desarrollo y el aporte a sus economías, por lo que esta comparación permitirá la identificación de la posición del Ecuador frente a sus más cercanos competidores en la actividad de viajes y ocio.

Tabla 2. Número de arribos, salidas, gastos de turismo receptor y emisor de América del Sur - año 2017

Zona Geográfica	Turistas internacionales		Gastos de turismo receptor		Gastos turísticos emisor	
	Entrante	Saliente	\$ millones	% de exportaciones	\$ millones	% de importaciones
	Miles	Miles				
	2017	2017	2017	2017	2017	2017
Argentina	6.720	12.258	5.514	7,6	13.516	15,3
Bolivia	1.134	1.105	919	10,0	1.017	8,7
Brasil	6.589	9.458	6.175	2,5	22.991	10,4
Chile	6.450	3.62	4.604	5,8	2.982	4,0
Colombia	4.113	4.017	5.801	12,1	5.136	9,0
Ecuador	1.608	1.547	1.663	7,6	1.087	4,8
Guyana	247
Paraguay	1.584	1.548	399	2,8	545	4,4
Perú	4.032	2.875	4.573	8,8	2.916	6,2
Surinam	278	..	61	2,8	99	5,5
Uruguay	3.674	1.789	2.666	16,3	1.356	11,1
Venezuela, RB	427	1.079

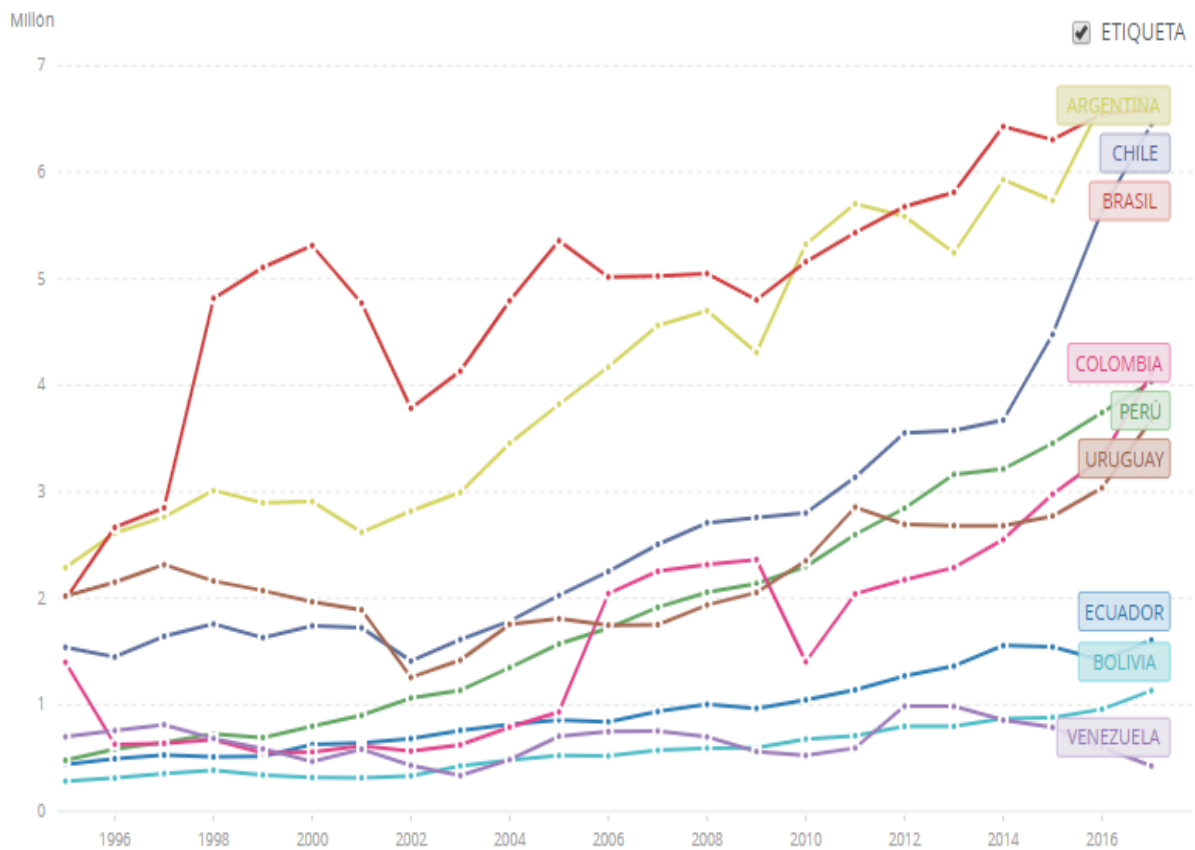
Fuente: (Banco Mundial, 2019)

Más específicamente, en la tabla 2 se muestra los arribos internacionales a los diferentes países de América del Sur, en la cual se identifica a Ecuador en la séptima posición de interés de los turistas de los 12 países existentes. Asimismo, los visitantes generaron un gasto dentro del turismo receptor equivalente al 7,6% de las exportaciones, mientras que para el caso del turismo emisor se realizó un gasto que alcanzó el 4,8% de las importaciones, dejando un saldo positivo para de país de alrededor de los 576 millones de dólares (Ministerio de Turismo, 2017, pág. 96).

Por esta razón, la actividad turística se ha convertido en el tercer rubro de ingresos para el país dentro de los productos no petroleros. Esto lo que respalda la posición oficial de la intensión de conseguir un desarrollo sostenido a través de las actividades conexas al turismo, la hotelería y la gastronomía, en su afán de atraer inversión extranjera, la generación de

recursos y la mejora de la calidad de vida de sus pobladores (Ministerio de Turismo, 2017, pág. 96). De la misma manera, al momento de realizar la comparación de Ecuador con los otros países de la región se denota que las metas alcanzadas están muy por debajo de los principales destinos y visitas, como lo son Argentina, Brasil y Chile con 6,7 millones, 6,6 millones y 6,5 millones de arribos respectivamente, como se demuestra en la figura 6.

Figura 6. Número de arribos en los países de América del Sur desde 1995 hasta 2017



Fuente: (Banco Mundial, 2019)

En contraposición, al compararlo con los países vecinos como son Colombia y Perú, los dos alcanzan cifras de alrededor de 4 millones de arribos, lo que influye significativamente en los resultados que quiere lograr Ecuador a futuro, por tratarse de competencia directa en el mercado turístico internacional. Únicamente, se encuentra ligeramente por encima de Paraguay que registró 1,58 millones de arribos y significativamente arriba de Bolivia, Venezuela, Surinam y Guyana con 1,1 millones, 427.000, 278.000 y 247.000 arribos respectivamente en el año 2017, que constituyen las naciones con menos desarrollo turístico de la zona (Figura 7).

Figura 7. Mapa de América del Sur con el número de arribos a Ecuador al año 2017



Fuente: (Banco Mundial, 2019)

2.4. Importancia del turismo para la ciudad de Quito

Para una mejor comprensión de la situación turística de la ciudad de Quito, se requiere la identificación del sitio de ingreso de los arribos internacionales al Ecuador. De esta manera, se determinó que para el año 2016 el 43,12% lo hicieron por Quito, alcanzando un total de 611.509 personas, denotando la importancia que tiene el sector hotelero en la ciudad (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2017). Para el año 2018 la llegada de turistas a Quito fue de 692.492 con una tasa de crecimiento del 6,1% y se prevé que para el año 2019 sea de 712.849 personas, la razón principal de la elección de esta puerta de ingreso es la conectividad que tiene la ciudad con el resto del país y sus diferentes ciudades, tanto para negocios como para la realización de turismo (Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico - Quito Turismo, 2019).

Este panorama favorable a nivel internacional hace posible la inversión hotelera en los países ubicado en los polos de desarrollo, bajo ciertas condiciones como estabilidad económica, política y jurídica. Además, se requiere una normativa tributaria coherente que dinamice el emprendimiento y bajo un esquema gubernamental que apoye el desarrollo del sector, como

inversión en infraestructura y gasto público para la promoción de los diferentes destinos turísticos. Todo esto trae consigo condiciones de estabilidad en el corto, mediano y largo plazo que garantiza la inversión y fomenta el desarrollo del sector (Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2018, pág. 29).

Lamentablemente, Ecuador no ha captado la suficiente inversión extranjera para impulsar un desarrollo significativo llegando al 2017 a 606 millones de dólares, muy por debajo de los países vecinos como Colombia y Perú que alcanzaron los 13.924 y 6.769 millones de dólares respectivamente y solo por encima de Paraguay y Uruguay con 356 y 27 millones de dólares, los más bajos de la región. Esto muestra una desventaja competitiva entre los principales competidores de la región que presentan una oferta turística similar a la del país (Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2018, pág. 30).

A pesar de lo anterior, el sector de alojamiento se ha mantenido relativamente constante en los últimos años, registrando para el año 2016 un total 726 establecimientos hoteleros a nivel nacional en todas sus categorías, con 27.504 habitaciones y 62.665 plazas. Específicamente, el Distrito Metropolitano de Quito (DMQ) cuenta con 77 negocios con 4.501 habitaciones disponibles y 10.009 plazas de hospedaje ubicados a lo largo de la ciudad. Cabe señalar que, los hoteles de capital nacional básicamente lo constituyen los de dos y tres estrellas que cuentan con 45 establecimientos, 1.333 habitaciones y 2.734 plazas, oferta limitada si se quiere atender de manera eficiente a los turistas y visitantes que arriban a la capital ecuatoriana (Ministerio de Turismo, 2017, pág. 141).

Además, en el DMQ la tasa de ocupación hotelera (TOH) para el año 2016 fue de 46,5% y para el año 2018 llegó, según estimaciones, al 50,20% convirtiéndose en un indicador significativo para medir la competitividad del sector (Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico - Quito Turismo, 2019). La ciudad de Quito se encuentra dividida en diferentes zonas, siendo las más representativas por la importancia que tiene para la capital las ubicadas en el Centro Histórico y la Mariscal, identificados como polos de desarrollo de la actividad turística, estas demarcaciones geográficas presentan una TOH de 34,4% y 48,4 % respectivamente (Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico - Quito Turismo, 2019).

Complementariamente, en el DMQ para el año 2018 se presentó una tarifa por habitación ocupada estimada de \$ 73,87 dólares, mientras que para el año 2019 se espera llegar a niveles de los \$ 74,48 dólares. Cabe recalcar que, la estancia promedio en hoteles fue de 1,58 noches con un gasto medio que asciende a los \$ 690,00 dólares para el año 2018 y para el año 2019 se espera que la estancia promedio sea de 1,57 noches con un gasto medio durante estancia en la ciudad de \$ 596,62 dólares, niveles similares que determinan un nivel aceptable de uso de la infraestructura hotelera existente con niveles de ingreso que resulta de interés para los inversionistas (Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico - Quito Turismo, 2019).

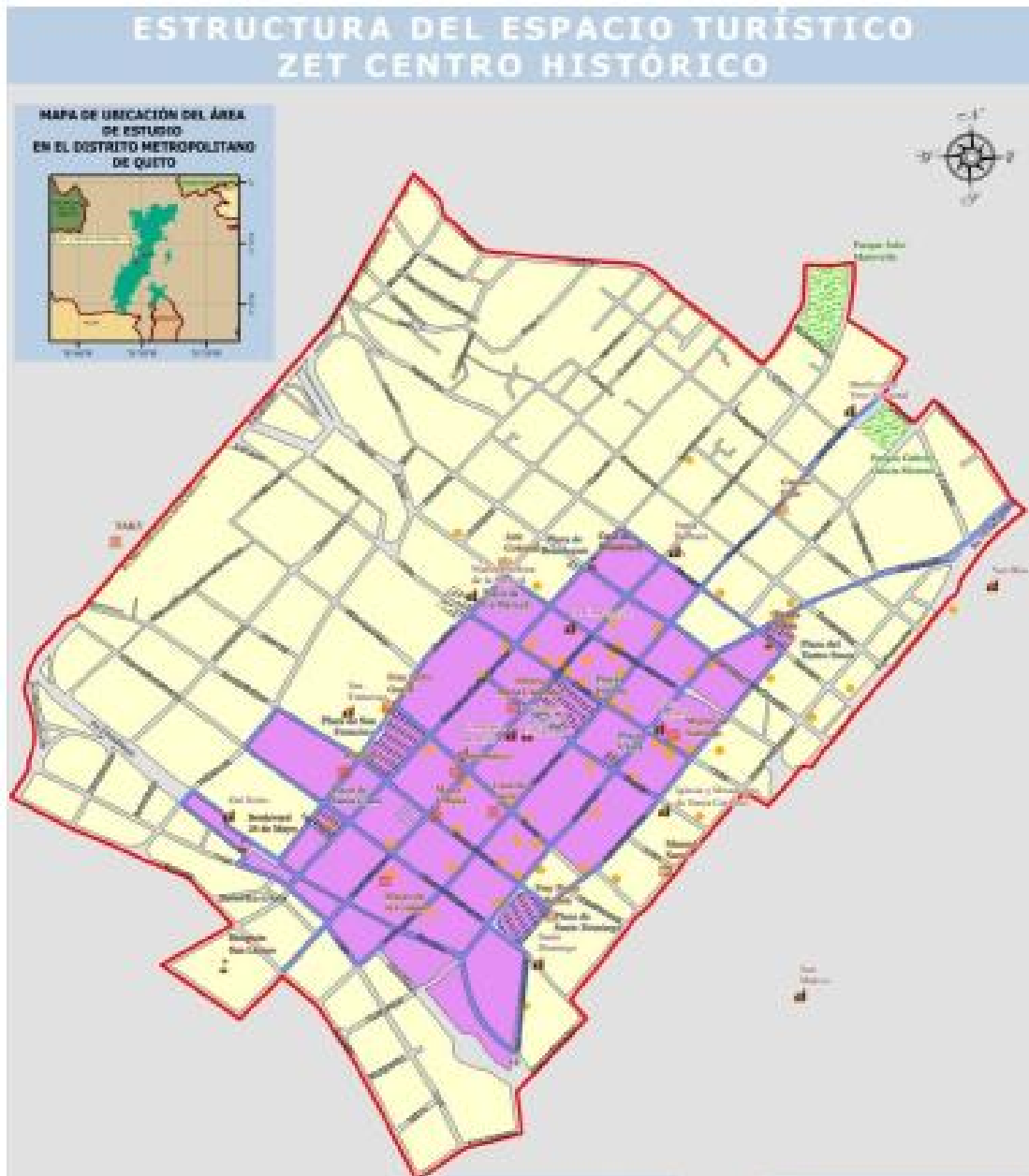
Sin embargo, un indicador sensible para la industria hotelera es el ingreso promedio por habitación disponible conocido como RevPAR por sus siglas en inglés (*revenue per available room*). Este índice resulta de la comparación de la tarifa promedio con la tasa de ocupación permite la determinación del rendimiento financiero de un establecimiento del sector de alojamiento. Este medidor del desempeño hotelero llegó a \$ 35,20 para el año 2017, convirtiéndose en un factor crítico que determina lo difícil y competitivo de la industria (Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico - Quito Turismo, 2017).

Por lo anteriormente citado, el estado ecuatoriano declaró al turismo como sector estratégico ajustando toda la normativa legal y la planificación gubernamental de todas las organizaciones públicas para cumplir con este fin. Adicionalmente, Quito es considerado como la ciudad con el centro histórico más grande del mundo, lo que le ha permitido alcanzar varios galardones en el turismo y en potencializarlo como un destino importante en Latinoamérica por sus atributos históricos – culturales, ya que 67% de turistas que llegan a la ciudad lo visitan. Otra zona que llama la atención a los turistas es La Mariscal como parte de la ciudad moderna, con numerosos atractivos para el público joven que busca principalmente entretenimiento y diversión, con el 12% de visitas (Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico - Quito Turismo, 2019).

Por la importancia que tiene la actividad turística para la ciudad, mediante las disposiciones generales primera y segunda de la Ordenanza Metropolitana No. 0236 del 24 de abril del 2012 se declaran a las zonas del “Centro Histórico” y “La Mariscal” como Zonas Especiales Turísticas del DMQ (ZETQ), con la finalidad de trabajar por el impulso de la actividad turística y su promoción en la capital. Por otra parte, esta ordenación territorial busca una mejora de la calidad de vida de los pobladores, basado en el desarrollo sostenible de la ciudad y fundamentado en la calidad de los servicios turísticos.

La Ordenanza Metropolitana No. 0236 del DMQ establece la circunscripción geográfica de la ZET “Centro Histórico”, cuyo perímetro esta señalado al norte por la Calle Briceño, al sur por la Calle Ambato, al oriente la Calle Pichincha y al occidente por la Avenida Mariscal Sucre como se observa en la figura 8 (Distrito Metropolitano de Quito, 2012).

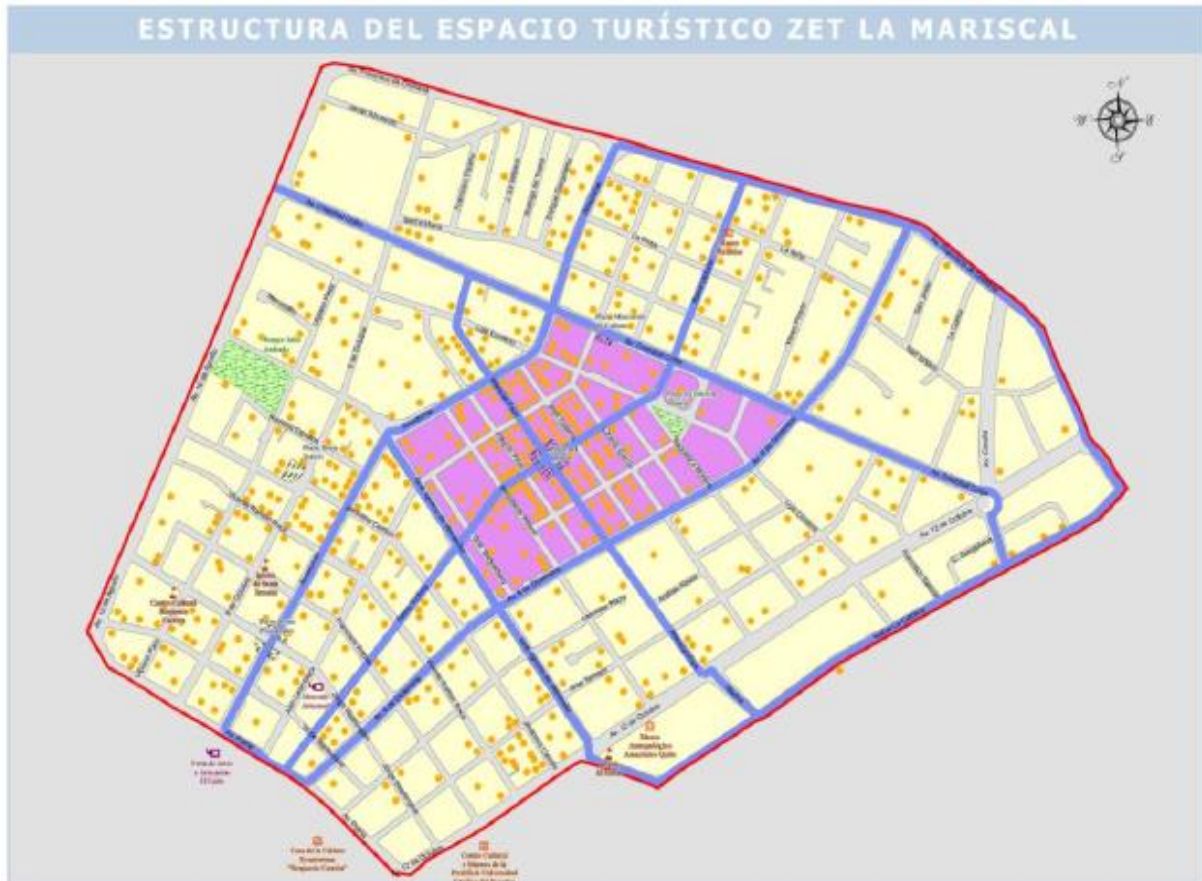
Figura 8. Mapa de la ZET “Centro Histórico”



Fuente: Plan de Gestión de la ZET “Centro Histórico” (Distrito Metropolitano de Quito, 2013, pág. 66).

Asimismo, esta ordenanza señala los límites para la ZET “La Mariscal” al norte la avenida Orellana, al sur la avenida Patria, al oriente las calles Isabel La Católica y Alfredo Mena Caamaño y la avenida 12 de octubre, mientras que al occidente la avenida 10 de agosto (Figura 9) (Distrito Metropolitano de Quito, 2012).

Figura 9. Mapa de la ZET “La Mariscal”



Fuente: Fuente: Plan de Gestión de la ZET “La Mariscal” (Distrito Metropolitano de Quito, 2013, pág. 73)

Para finalizar, en las dos ZETQ se identificaron un total de 21 hoteles de categorías dos y tres estrellas, cuyos propietarios, gerentes y/o administradores manifestaron que durante su gestión de alguna manera aplicaron ciertos principios con que se fundamenta la RSE, por los que se les consideró en la presente investigación. Por lo que, en la tabla 3 se presenta por cada ZETQ el número de hoteles por categoría, el porcentaje que representa cada una de ellas respecto del total (Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, Quito Turismo, 2017).

Tabla 3. Hoteles de dos y tres estrellas en las ZETQ

Zona Especial Turística	Categoría	Cantidad	%
Centro Histórico	2 Estrellas	4	19,05%
	3 Estrellas	5	23,81%
La Mariscal	2 Estrellas	2	9,52%
	3 Estrellas	10	47,62%
Total/Promedio ZETQ		21	100%

Fuente: (Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, Quito Turismo, 2017)

De esta manera, se identificaron 12 hoteles realizan sus actividades en los alrededores de la ZET La Mariscal lo que representa el 57,14% de negocios del total de la población objeto de estudio. De estos establecimientos, dos corresponden a categoría de dos estrellas con un 9,52% del total, mientras que diez hoteles tienen categoría de tres estrellas que constituye el 47,62%. Por otra parte, en la ZET Centro Histórico se encuentran nueve organizaciones, que alcanza el 42,86% de hoteles, de los cuales cuatro tienen categoría dos estrellas (19,05%) y cinco negocios tienen categoría tres estrellas (23,81%). Cabe recalcar el hecho que todas estas organizaciones están constituido por capital netamente ecuatoriano (Tabla 3).

Además, resulta necesario la identificación de la información general referente a la actividad de alojamiento en la ZETQ, para la comprensión de la importancia del sector. Por esta razón, en la tabla 4 se define la cantidad de habitaciones disponibles para los clientes, el número de plazas, la tasa de ocupación de los hoteles, la tarifa promedio por habitación ocupada en los diferentes establecimientos, la tarifa promedio por habitación disponible en los negocios y tiempo de permanencia promedio de los huéspedes por origen y noches por llegada.

Tabla 4. Información general de los establecimientos de alojamiento en las ZETQ

Zona Especial Turística	Habitaciones	Plazas	Tasa de Ocupación Hotelera	Tarifa promedio por habitación ocupada	Tarifa promedio por habitación disponible "revpar"	Estancia media, por origen, noches por llegada
Centro Histórico	1.106	2.369	33,9	48,1	16,2	1,33
La Mariscal	1.815	3.390	48,9	79,4	39	1,43
Total/Promedio ZETQ	2.921	5.759	41,4	63,75	27,6	1,38

Fuente: (Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico - Quito Turismo, 2019)

De esta manera, se identifica que en las ZET del Centro Histórico tiene 2.369 plazas disponibles para los clientes, con una tasa de ocupación hotelera de 33,90%, una tarifa promedio de habitación ocupada de \$ 48,10 dólares, mientras que la tarifa promedio por habitación disponible está en alrededor de los \$ 16,20 dólares, con una estancia promedio en el establecimiento de 1,33 noches. Por otra parte, la ZET La Mariscal presenta dentro de su oferta 3.390 plazas, con el 48,90% de ocupación en promedio a una tarifa media de \$79,40 dólares; además, presenta una tarifa promedio por habitación disponible de \$ 39,00 dólares y una permanencia en los hoteles de 1,43 noches en promedio. Con estos datos se establece la importancia relativa que tiene la actividad hotelera en estas zonas de la ciudad de Quito para su desarrollo.

2.5. Importancia de la RSE para la ciudad de Quito

La RSE es una tendencia que se ha desarrollado a lo largo del planeta y Ecuador no es la excepción, ya que cada vez más tanto los diferentes sectores empresariales, como los clientes y/o consumidores se preocupan por temas de sostenibilidad y el uso racional de los recursos que posee el negocio. Muchas organizaciones apoyan los procesos de adopción de la RSE, siendo la más representativa la Organización de las Naciones Unidas que promueve la sostenibilidad y la RSE alrededor del mundo, plasmado a través de los ODS. Este panorama internacional motiva a los diferentes países a unificar esfuerzos entre los diferentes actores nacionales e internacionales en la consecución del denominada Agenda 2030 para el desarrollo sostenible (Trejo A. , 2017, pág. 95).

De esta manera, el DMQ a través de la Agencia de Promoción Económica CONQUITO y el Comité Empresarial Ecuatoriano impulsan el denominado “Proyecto Ecuador 2030 Productivo y Sostenible” en sus esfuerzos de integrar una agenda para contribuir con esta iniciativa global. Este proyecto busca la construcción de una ruta hacia el desarrollo y la prosperidad basado en la innovación y la sostenibilidad, promoviendo la competitividad de las empresas. Además, pretende la transformación productiva de las organizaciones, mediante la creación de escenarios que corrijan las deficiencias estructurales existentes y que beneficien a las próximas generaciones en su camino al desarrollo. El Comité Empresarial Ecuatoriano integra alrededor de 80 gremios y asociaciones a nivel nacional, de diferentes sectores de la economía siendo uno de los más representativos el turismo.

Cabe recalcar que, el turismo es un sector con más rápido crecimiento tanto a nivel nacional como internacional, sean estas economías desarrolladas o emergentes, contribuye a la generación de riqueza y a mejorar la calidad de vida de sus pobladores. Por ello, para el DMQ la actividad turística permite la creación de nuevos y variados puestos de trabajo, aporta a la lucha contra la discriminación, la desigualdad, la erradicación de la pobreza y la protección, conservación y promoción de los recursos y el patrimonio natural y cultural. Así, el turismo tiene el potencial de contribuir directa e indirectamente con la totalidad de los ODS, convirtiéndose en una oportunidad única y trascendental para la ciudad en la búsqueda de días mejores, potencializando la interacción entre el ambiente y la sociedad.

CAPÍTULO III:

MARCO TEÓRICO

En todo proceso de investigación, para la recopilación de información y su posterior tratamiento se requiere de una guía que está definido por el marco teórico que orienta los análisis y permite el uso de las teorías y enfoques más representativos en la solución de los problemas objeto a estudio. El marco teórico resulta de utilidad al momento que se requiere la descripción y explicación de los fenómenos analizados al amparo de las teorías, enfoques y modelos tomados como referencia, que dan realce y encuadran los principales hallazgos alcanzados. De esta manera, se evita el cometimiento de errores a lo largo del proceso de investigación y da sentido a la actividad científica.

Por ello, en este capítulo se considera una introducción a la RSE para una concepción general de la investigación, se analiza su origen y evolución, hasta llegar a la determinación de las principales teorías que influenciado en la RSE. Posteriormente, se estableció que la teoría más representativa que articula a la RSE es la de las partes interesadas, llegando a presentar diversas definiciones que se ha desarrollado para el entendimiento de la RSE. A continuación, se realizó un análisis a la norma ISO 26000 junto con sus siete macro factores que la integran.

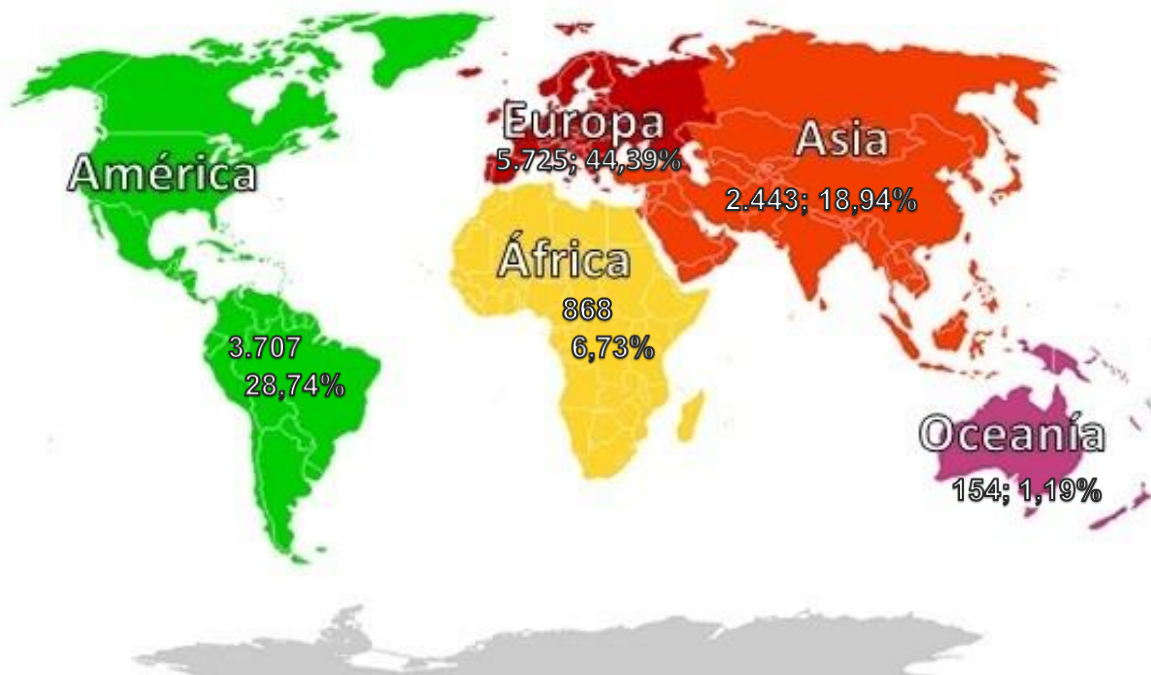
3.1. Introducción a la Responsabilidad social empresarial

La RSE es una tendencia global que busca el desarrollo de las organizaciones en los ámbitos económico, social y ambiental, la cual debe ser asumida de forma activa y voluntaria, que trae consigo una serie de ventajas para quienes lo adoptan. Para la obtención completa de sus beneficios, la industria turística en general y el sector hotelero en particular deberá sumarse a esta tendencia mundial y generar una filosofía organizacional en la que la RSE sea su centro y que esté preocupada por los derechos de las diferentes PI, cuyos esfuerzos estén orientados a erradicar toda práctica de corrupción y preocupada por el medioambiente.

El mundo contemporáneo exige organizaciones socialmente responsables que trabajen bajo los principios de sostenibilidad e integren sus expectativas de réditos monetarios con los beneficios que la comunidad espera en reciprocidad de las actividades de estas empresas. Esta particular manera de trabajo de las organizaciones es reconocida por un importante número de consumidores de los bienes y servicios, quienes permanentemente demandan productos con reducido impacto ambiental. Este hecho genera para las empresas que la asumen el reconocimiento de sus clientes de un factor diferenciador con sus principales competidores y el posicionamiento en el mercado en donde opera (Guerra & Fernández, 2011, pág. 44).

La aplicación de la RSE es fomentada por varias organizaciones, tanto a nivel nacional en los diferentes países como internacional como el PGNU. Esta última es la más representativa a nivel mundial al registrar 12.897 organizaciones socialmente responsables que trabajan por un planeta más justo, sin discriminación, en cumplimiento de los derechos de los individuos, contra la corrupción y con compromiso medioambiental. Por otra parte, los continentes con mayor participación en el PGNU son Europa con el 44,39% y América con el 28,74%, seguidos de Asia y África con el 18,94% y 6,73% respectivamente, mientras que Oceanía es donde la suscripción es mínima con un 1,19% (Figura 10) (United Nations Global Compact, 2018).

Figura 10. Participantes del PGNU por continentes



Fuente: (United Nations Global Compact, 2018)

3.2. Origen y evolución de la RSE

Hablar de RSE en las organizaciones no es un tema nuevo, se puede identificar el origen de su estudio formal en los años cincuenta cuando Howard Bowen (1953) en su obra “Responsabilidad social de los hombres de negocios” enfatiza el papel de los directores de las organizaciones y el impacto de su gestión en la comunidad, basando sus decisiones en los objetivos y valores vigentes en una sociedad con resultados deseables por la comunidad. Por ello, las empresas debían autoimponerse normas, procedimientos y actividades orientadas hacia la búsqueda de una práctica responsable (García & Rodríguez, 2012, pág. 147).

Posteriormente, en los años sesenta los aportes a la RSE giraron en torno a su desarrollo y fundamentación teórico-filosófico, considerada como el florecimiento de la RSE como se la conoce en la actualidad. Se introdujo avances en su comprensión y cambios en la manera de concebirla, llegando a determinar nuevas concepciones y orientaciones en su alcance. Éstas fueron aceptadas por numerosas organizaciones que en su implementación alcanzaron resultados interesantes, cuyo trabajo se sustentó en el compromiso social en cada una de sus actividades (De Bakker, Groenewegen, & Den, 2005, pág. 286).

Más tarde, en los años setenta se profundiza el estudio de la responsabilidad que deberían tener las organizaciones en su gestión frente a la comunidad, tomando rápidamente los Estados Unidos el liderazgo en la aplicación formal de la RSE en las organizaciones, al monitorear y evaluar la gestión de las empresas basadas en la accionar social y la ética de sus actos. Después de diversos estudios, se determinó que apenas el 19% de ejecutivos entrevistados consideraban que sus actuaciones en temas de honestidad eran catalogadas como muy alta o altas, según los estándares establecidos (Carroll, 2000, pág. 34).

Pero es en los años ochenta que se desarrolló la RSE en las organizaciones al incorporar a nivel de la dirección una visión estratégica que rija sus acciones, además de considerar el principio de voluntariedad al momento de decidir su implementación. Los cambios adoptados en esta época fueron motivados por comportamientos muy criticados por la comunidad, producto de diversos problemas de corrupción que obligaron la adopción de políticas de responsabilidad franca y abierta ante la comunidad. El objetivo fue la búsqueda de un equilibrio en las empresas entre los resultados financieros y su responsabilidad ante la comunidad, generando códigos de ética y políticas claras de comunicación corporativa (Vaca, 2012, pág. 40).

Sin embargo, la evolución más representativa en este período es un cambio de paradigma en las organizaciones ya que se considera que las empresas son fruto de la interacción de diversos participantes, considerada como una empresa plural con múltiples relaciones e interacciones en la que cada uno de sus miembros tienen intereses diferentes, que repercuten en la gestión de los negocios. Esta teoría, denominada de las “Partes Interesadas”, aporta significativamente a la concepción estratégica de la RSE, considerando como factor fundamental en la responsabilidad de las diversas organizaciones su comportamiento ético en cada actividad por ellas desarrolladas (González, 2007, págs. 208-209).

Pero es precisamente en los últimos años de la década de los noventa y los primeros del presente siglo, donde se da un progreso significativo en el manejo de la RSE al introducirse los factores económico, sociocultural y medioambiental en la gestión responsable de las empresas, aporte conocido como la triple cuenta de resultados (Triple botton line) (Elkington, 1998). Esta perspectiva considera los rendimientos tangibles e intangibles no cuantificables de la RSE en la comunidad, logrando por ello diferenciarse de la competencia e incrementar su valor en el mercado, ya que se considera que estos elementos equivalen un 60% del monto percibido por los inversionistas (Nuñez & Valarezo, 2012, pág. 63).

Complementariamente, son en los primeros años del presente siglo donde se facilita el proceso de implementación de la RSE al conjugar sus principios y fundamentos con la filosofía organizacional. Este hecho resulta fundamental en su desarrollo ya que compatibiliza las estrategias organizacionales con la generación de riqueza que esperan los negocios en el corto, mediano y largo plazo. En esta época se pone énfasis en la creación de valor junto con un posicionamiento de su imagen ante la sociedad buscando una diferenciación de la competencia a través de la RSE, la cual es promovida por diversas organizaciones públicas y privadas sin fines de lucro con la intención de que los grupos relacionados aprecien los beneficios de las acciones sociales implementadas (Toro, 2006, pág. 354).

Como resultado final del proceso evolutivo de la RSE aparece la Norma ISO 26000 como una herramienta que ayuda a las organizaciones en su implementación. Compuesta por 7 grandes grupos de acciones a ser consideradas por las empresas para ser socialmente responsables tiene la finalidad de fijar estándares en la búsqueda del desarrollo sostenible. Esta adaptación de los procesos organizacionales, parten de un análisis diagnóstico para la determinación de

una línea base sobre la cual se medirán los avances y progresos obtenidos de la adopción de estrategias de sostenibilidad en el corto, mediano y largo plazo (Hahn, 2012, pág. 442).

3.3. Teorías que afianzan la RSE

Desde sus orígenes en los años cincuenta, época que es considerada como el nacimiento de la RSE, se formularon diversas teorías para estudiarla y explicarla, cada una fundamentada desde un diferente paradigma teórico. De una gran cantidad de tratadistas que han contribuido a su desarrollo, se puede mencionar a Bowen (1953), Freeman (1984), Friedman (1962), Carroll (1979), Mitchell, Agle y Wood (1997), Brundtland (1987), Melé (2007), Elkington (1998) y otros más, por sus aportes y su influencia en las organizaciones. Esa diversidad de criterios y puntos de vista, son clasificadas desde cuatro dimensiones diferentes, desde sus aportaciones y beneficios con las organizaciones (Tabla 5).

Tabla 5. Principales teorías asociadas a la RSE

GRUPO	PRINCIPALES TEORÍAS																						
	Teoría de la Agencia	Relativismo Ético	Visión Estratégica de la Empresa	Visión de los Recursos y Capacidades	Teoría del Liderazgo Estratégico	Teoría del Servidor	Teoría Integradora del Contrato Social	Ciudadanía Corporativa	Teoría de los Grupos de Interés	Respuesta Social Corporativa	Teoría Institucional	Ética Aplicada a la Empresa	Teoría del Desempeño Social Corporativo	Principio de Responsabilidad Pública	Teoría de la Respuesta Organizativa	Teoría de la Propiedad	Teoría de la Empresa	Democracia Corporativa	Derechos Humanos	Teoría del Desarrollo Sostenible	Teoría del Bien Común	Teoría de la Virtud	
Teorías Instrumentales	X	X	X	X	X																		
Teorías Políticas						X	X	X															
Teorías Integradoras	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Teorías Éticas			X			X	X	X	X		X				X			X	X	X	X	X	X

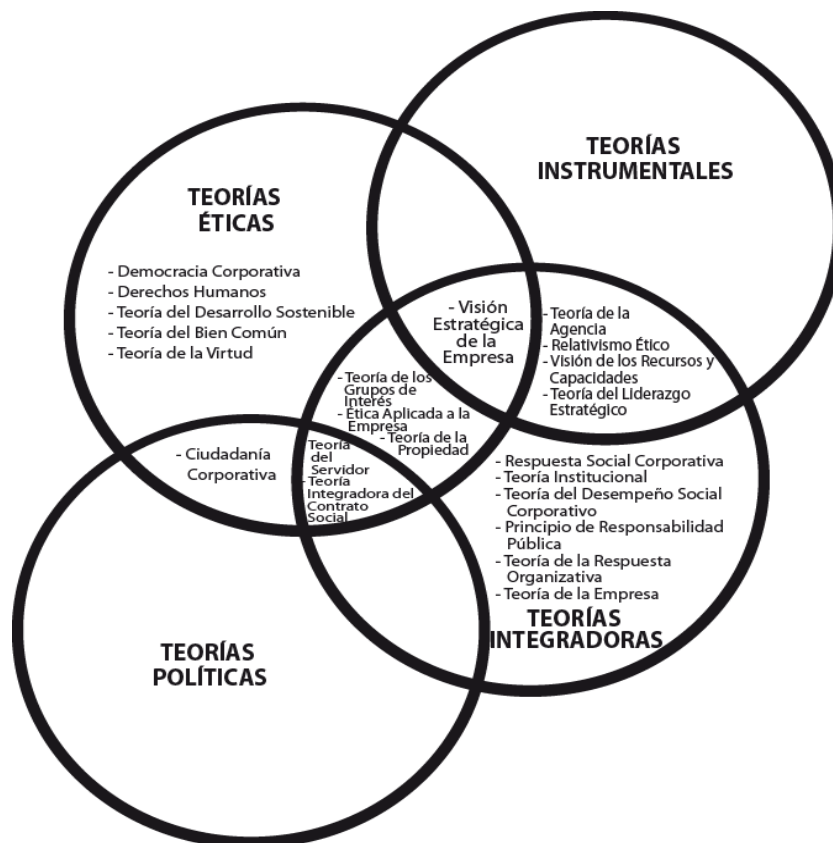
Fuente: Elaboración propia, con base en Vaca (2012) y Garriga y Melé (2004)

Estas teorías aportan a la RSE desde perspectivas y posiciones muy diferentes, como la teoría de la firma que contiene elementos instrumentales e integradoras que considera a la organización como una unidad económica de producción cuyo fin es la búsqueda de beneficios (Favaro, 2013, págs. 51-52). Otra es la teoría de las partes interesadas con contribuciones con componentes integradores y éticos, basados en las relaciones e interacciones de las empresas con las diferentes partes interesadas. En cada una de las teorías señaladas en la tabla 5 subyacen los principios de sostenibilidad y apuntalan la RSE en la filosofía empresarial.

Todas estas teorías tratan de explicar los fundamentos y los procesos intrínsecos de la aplicación de la RSE en las organizaciones, bajo estándares y normativas especialmente diseñadas para el efecto. Paradójicamente, con esta cantidad de enfoques al momento que el sector empresarial intenta su implementación se encuentra con una realidad discordante, muchas veces contradictoria, que entorpecen los procesos, generando incomodidad entre sus miembros y desmotivando a la alta dirección, que confió en la responsabilidad social como base de incrementar la competitividad organizacional (García & Rodríguez, 2012, págs. 147-148; Alvarado & Schlesinger, 2008, pág. 39).

Esta realidad define las condiciones del trabajo de Vaca (2012), quien en base a los trabajos de De Bakker et al. (2005), Garriga y Melé (2004), McWilliams et al. (2006), Alvarado y Schlesinger (2008), organiza, clasifica y sintetiza las teorías relacionadas con la RSE. Identificó cuatro grandes grupos de teorías de acuerdo con la contribución sobre su aplicación en la práctica de la responsabilidad ante la sociedad, como son las teorías: instrumentales, políticas, integradoras y éticas. Además, llegó a relacionar alrededor de 22 teorías a estas categorías, en su afán de fundamentar la RSE en la práctica (Figura 11).

Figura 11. Principales Teorías asociadas a la RSE



Fuente: Elaboración propia, con base en Vaca (2012) y Garriga y Melé (2004)

Cabe destacar que, no se ha podido identificar una teoría que integre en sus postulados elementos de los cuatro grandes grupos de teorías señalados por Garriga y Melé (2004) de manera simultánea. Sin embargo, se ha podido identificar tres teorías cuyas características y connotaciones interactúan sobre tres de las cuatro clases, contribuyendo de manera significativa al desarrollo de la RSE. Estas teorías influyen sobre el desempeño de las organizaciones, dotándolas de elementos que les permita la construcción de una visión de futuro basada en la sostenibilidad, estas son:

- **Visión estratégica de la empresa**

Esta orientación teórica tiene como elemento principal la adopción de los negocios de una dirección estratégica orientada a posicionar a la empresa en un segmento específico del mercado, buscando algún factor diferenciación frente a sus rivales empresariales que le permitan subsistir en un mercado altamente competitivo, así como conseguir su crecimiento y expansión en un mundo globalizado. Por otra parte, determina la relación entre el nivel directivo y la calidad de decisiones tomadas en la gestión de los recursos organizacionales, los que resultan restringidos para la mayor parte de los negocios (Alvarado, Bigné, & Currás, 2011, pág. 122).

Así mismo, la teoría de la visión estratégica de la empresa se identifica tanto con parte de las teorías instrumentales, de las integradoras como de las éticas. A las primeras ya que determina el direccionamiento estratégico de las empresas en su gestión, a las segundas por considerar las relaciones existentes entre una organización y la sociedad buscando beneficios mutuos; y a la última, ya que se relaciona con la RSE al relacionar una conducta moral en el accionar de todos los miembros de la sociedad. Es precisamente gracias a su interrelación en estos tres ámbitos que facilitan la implementación de la RSE en los negocios (Garriga & Melé, 2004, págs. 53-60).

- **Teoría del Servidor**

Esta teoría considera a la RSE como un equilibrio en la búsqueda del bienestar de toda la sociedad, en la cual los dueños de las empresas a través de sus administradores buscan hacer el bien en su gestión a las diversas partes interesadas, sin priorizar los resultados financieros

de las organizaciones. Además, otorga el reconocimiento a las personas que gracias a su trabajo honesto y responsable buscan ser reconocidos por sus compañeros de labores y sus jefes, fundamentado a una conducta moral de sus acciones y orientado al servicio de la sociedad (Alvarado et al., 2011, pág. 125).

Esta perspectiva teórica cuyos orígenes son la sociología y la psicología, considera los intereses encontrados presentes en los directivos de las organizaciones en la búsqueda de sus propios beneficios y los de la comunidad. Requiriendo por ello un cambio de paradigma en el cual los administradores conjuguen los intereses de las organizaciones y los de la comunidad como uno mismo y que conlleve a obtener beneficios para todos los interesados. Por lo anteriormente dicho, ésta se identifica con las teorías políticas, las integradoras y las éticas, siendo las primeras las que rigen y regulan la responsabilidad de los negocios ante una comunidad que busca el bien común (Martí, 2004, pág. 38).

- **La teoría integradora del contrato social**

Fundamentada en la sociología, esta teoría analiza el comportamiento de las personas en la intención de cumplir los deberes éticos y morales de las organizaciones en sus actividades cotidianas. Este elemento se constituye en el factor más importante en la búsqueda del desarrollo de las diferentes sociedades, para ello debe integrar las necesidades, los intereses y las directrices estratégicas de las distintas partes interesadas en su gestión. Semejante a la teoría anterior, ésta se relaciona con las teorías éticas, políticas e integradoras en su papel de implementar la RSE en el mundo empresarial (Alvarado et al., 2011, págs. 123, 127).

3.4. Teoría que articula la RSE - La teoría de las partes interesadas

Las teorías anteriores permiten a las organizaciones sinergias entre los objetivos estratégicos y los procesos llevadas a cabo en su gestión; sin embargo, el camino hacia la sostenibilidad y la RSE presenta dificultades, las cuales son subsanadas gracias a la teoría de las partes interesadas de Freeman (1984). Esta teoría constituye la base fundamental para el entendimiento de la RSE, al constituirse el enlace como parte de las teorías integradoras de la responsabilidad social y los cimientos éticos que deben tener las empresas en su trabajo. Por ello, es necesario que los negocios, cualquiera que sea su tamaño o actividad económica,

administren las relaciones e interacciones con las diferentes partes interesadas de manera activa (Midttun & Granda, 2007, pág. 16).

Las partes interesadas es un tema que se ha tratado en las organizaciones desde aproximadamente los últimos treinta años, desde que Freeman (1984) publicara su obra "Administración estratégica: una aproximación a las partes interesadas", los profesionales de la administración se esfuerzan por establecer el foco de atención del nivel directivo en su gestión y la comprensión del entorno que lleva la toma de decisiones. Este proceso lleva intrínseca la identificación de aquellos grupos o individuos que directa o indirectamente pueden verse relacionados con la organización al momento de trabajar por el cumplimiento de sus objetivos empresariales (Freeman, 1984, págs. 26-27).

Más adelante, otro aporte significativo en la comprensión y análisis de las partes interesadas lo hacen Donaldson y Preston (1995), otorgándole características descriptivas, instrumentales y normativas. Resaltan además que, para obtener los mayores beneficios de la comprensión de las PI, éstas deben ser tratadas directamente por el nivel jerárquico superior en las organizaciones, para facilitar la toma de decisiones. Sin embargo, la teoría de las PI no debe ser vista como exclusiva en la gestión de las empresas; sino por el contrario, para enriquecer el análisis, ésta debe respaldarse de otros fundamentos teóricos para completar el espectro de su aplicabilidad (Donaldson & Preston, 1995, págs. 66-67).

Tratadistas como Phillips (2003b), Friedman y Miles (2006), Jones, Felps y Bigley (2007) o Carroll y Buchholtz (2009), han contribuido al análisis y ampliación de los marcos normativos e instrumentales de las PI. No obstante, a pesar de contar con sustentos teóricos que propician su entendimiento, una gran cantidad de expertos consideran que un aporte significativo fue la propuesta de Mitchell, et al. (1997). Su modelo permite tipificar y clasificar a cada una de las PI por esas características de llamar la atención al nivel gerencial, lo que deriva en el principio de quiénes y qué realmente cuenta para las organizaciones bajo tres condiciones básicas: el poder, la legitimidad y la urgencia (Dooms, 2010, págs. 27-29).

El modelo de Mitchell, et al. (1997) considera la legitimidad como una construcción social sustentada en leyes, normas, ordenanzas, acuerdos, etc. que determinan un sistema de creencias, valores y acciones socialmente aceptadas que rigen las operaciones de una organización o una persona (Suchman, 1995, pág. 574). Por otra parte, se distingue la condición de poder bajo la premisa de que una parte interesada pueda imponer su voluntad

estando inmersa en una relación social, que lleva consigo a su vez la posibilidad de la aparición de una conducta social específica (Weiss, 1983, págs. 243-245). Por último, la categoría de urgencia hace referencia a un escenario en que alguno de los participantes debe tomar alguna acción para evitar efectos negativos (Contreras-Pacheco, Talero-Sarmiento, & Escobar-Rodríguez, 2018)

Complementariamente, investigadores como McWilliams y Siegel (2001), Eesley y Lenox (2006), Winn y Keller (2002) entre otros, han realizado investigaciones de tipo cualitativo y cuantitativo sobre la aplicación de la teoría de las PI en grandes organizaciones públicas y/o privadas en la búsqueda del entendimiento de las relaciones e interrelaciones derivadas de su análisis en la gestión de los negocios. Estudios derivados de casos exitosos han permitido la comprensión de las PI y la manera de responder ante sus expectativas y necesidades, hecho que debe ser integrada a los procesos empresariales (Dooms, 2010, págs. 25-26).

Lamentablemente, la escasa literatura académica existente sobre las PI relacionadas con el sector turístico, solamente aborda su relevancia desde una perspectiva teórica, sin considerar las particularidades de los diferentes países ni sectores de la economía. Estas investigaciones fueron realizadas principalmente en grandes compañías, conglomerados empresariales o empresas multinacionales, sin tener en cuenta su percepción que puede variar de una organización a otra por su tamaño, tipo o conformación legal (Rowley, 1997, págs. 893-895). Estas variables brindan singularidades al análisis y complementan los criterios de entendimiento sobre aspectos importantes de la gestión y toma de decisiones en los negocios (Jones, Felps, & Bigley, 2007, págs. 142-143).

En esta misma línea y en concordancia con el criterio de la Organización Mundial de Turismo (2015), el análisis de las PI cobra más trascendencia en la actualidad, por el afán de los diferentes países de contribuir con la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) asumidos por las Naciones Unidas. Corraliza (2001) afirma que para gestionar en forma sostenible y eficiente cualquier organización, se requiere de su amplia adhesión social libre y voluntaria. Esta particularidad resalta el compromiso por parte de los diferentes agentes económicos para mantener buenas relaciones con las PI y el manejo consciente de los recursos organizacionales.

Por lo anteriormente expuesto, al considerar las características del sector hotelero y el tipo de actividades que ésta realiza, los hoteles de tres y cuatro estrellas de las ZETQ están en estrecha relación y dependencia con las diferentes partes interesadas afectadas por sus actividades. Por ello, para una adecuada gestión de los establecimientos los administradores, gerentes y/o propietarios deben considerar en sus decisiones los criterios y requerimientos de cada una de las partes interesadas. Sin embargo, al momento de no considerar las necesidades de las partes interesadas, las organizaciones están sentenciadas a repercusiones que pueden hacer tambalear sus negocios, llegando inclusive a su desaparición (Francés, 2006, pág. 13).

3.5. Definición de RSE

Como se señaló anteriormente, desde la aparición formal de la RSE en la década de los cincuentas, todos los tratadistas han querido establecer una definición que englobe todas las características y sus elementos constitutivos, para que esta pueda ser aplicada por las organizaciones en su esfuerzo de implementarla. Cada autor ha tratado de plasmar en sus definiciones su manera de concebir la realidad de acuerdo con los paradigmas predominantes y el contexto de su implementación, como por ejemplo lo concebido por Bowen (1950) y la responsabilidad en los negocios hasta lo que en la actualidad se entiende a la RSE y su relación con las partes interesadas, la ética en los negocios, el desarrollo sostenible, entre otros (Mababu, 2010, págs. 101-102).

De esta manera, por la naturaleza del análisis puede que haya tantas definiciones y conceptualizaciones de la RSE como analistas e instituciones existan que trabajen por el impulso de esta temática en las diferentes organizaciones. Es por esta razón que se presenta apenas algunos ejemplos de definiciones que se han venido presentando con el tiempo, las cuales ha venido incorporando los avances y contribuciones que los diferentes tratadistas han realizado. Estas varían de acuerdo con los paradigmas teóricos que las sustentan a través del tiempo y/o por las diferentes dimensiones que integran estas definiciones, como se ve en la tabla 6.

Tabla 6. Diferentes definiciones sobre la RSE

No.	Definición	Año	Fuente
1	CSR se define como la noción de que las corporaciones tienen la obligación de formar grupos constituyentes en la sociedad que no sean accionistas y más allá de lo prescrito por ley o contrato de unión, lo que indica que una participación puede ir más allá de la mera propiedad	1980	(Jones, 1980, págs. 59-60)
2	La responsabilidad social corporativa se puede definir como un principio que establece que las corporaciones deben ser responsables de los efectos de cualquiera de sus acciones en su comunidad y entorno.	1992	(Frederick, Post, & Davis, 1992, pág. 36)
3	Una noción que abarca todo, la responsabilidad social [corporativa] se refiere tanto a la forma en que una empresa lleva a cabo sus operaciones internas, incluida la forma en que trata a su fuerza laboral, como a su impacto en el mundo que la rodea.	1994	(Reder, 1994, pág. 14)
4	La responsabilidad social corporativa se refiere al tratamiento ético o socialmente responsable de las partes interesadas de la empresa. Las partes interesadas existen tanto dentro de una empresa como fuera de ella. En consecuencia, comportarse de manera socialmente responsable aumentará el desarrollo humano de las partes interesadas dentro y fuera de la corporación.	1998	(Hopkin, 1998, pág. 12)
5	La responsabilidad social corporativa como el comportamiento ético de una empresa hacia la sociedad, tanto los accionistas como una gama más amplia de partes interesadas que tienen intereses legítimos en el negocio.	1998	(World Business Council for Sustainable Development, 1998 citado en Rondinelli y Berry, 2000, pág. 73)
6	La responsabilidad social corporativa es la relación general de la empresa con todas sus partes interesadas. Estos incluyen clientes, empleados, comunidades, propietarios / inversores, gobierno, proveedores y competidores. Los elementos de responsabilidad social incluyen la inversión en actividades comunitarias, relaciones con los empleados, creación y mantenimiento del empleo, administración ambiental y desempeño financiero.	1999	(Khoury, Rostami, & Turnbull, 1999)
7	La RSE es el grado de obligación moral que puede atribuirse a las corporaciones más allá de la simple obediencia a las leyes del estado	1999	(Kilcullen & Kooistra, 1999, pág. 158)
8	Acciones que parecen promover algún bien social, más allá de los intereses de la empresa y lo que exige la ley.	2001	(McWilliams & Siegel, 2001, págs. 118-119)

Fuente: Elaboración propia, con base en Dahlsrud (2006) y Rondinelli y Berry (2000)

Esta variedad de definiciones se debe a la diversidad de dimensiones que las integran, clasificándose y diferenciándose una de otra por aspectos como el medio ambiente, la relación empresa-sociedad, costo beneficio, coherencia entre los costos y los réditos financieros, su vinculación e interacción con las partes interesadas o simplemente su voluntaria adhesión. La

claridad con que se defina la RSE marcará la manera en que las organizaciones enfrentan el reto de su implementación, por lo que resulta menester la superación de los sesgos e intereses que llevan consigo muchas de estos conceptos, para la elección de una definición que motive al sector empresarial su adopción (Dahlsrud, 2006, págs. 1, 4).

Cabe señalar que estos conceptos sobre RSE consideran ciertos parámetros que surgen de las perspectivas exigidas por la sociedad en lo ético, legal, lo económico y de manera discrecional en el periodo de tiempo específico donde se presenta la innovación (Carroll, 1979, pág. 500). Más adelante otros tratadistas incorporaron criterios adicionales en las definiciones que ampliaron su comprensión, como los requerimientos presentes en las diferentes partes interesadas y los aspectos a considerar por las organizaciones como requisito básico si quieren proyectarse en el tiempo; es decir, en el corto, mediano y largo plazo (Whetten, Rands, & Godfrey, 2002, pág. 374).

Sin embargo, un criterio no discutido hasta el momento en la comprensión de la RSE es el hecho de que las organizaciones deben generar recursos financieros en la misma magnitud que si no hubiera sido implementada en sus negocios. Por otra parte, se debe tener presente que los recursos económicos requeridos para su implementación deben provenir del giro de la misma actividad económica y ser autosustentable (McWilliams & Siegel, 2001, págs. 118-119), buscando como prioridad estratégica para toda empresa la conservación y la fidelización de los clientes en un mercado muy dinámico y competitivo (Marin, Ruiz, & Rubio, 2008, pág. 67).

Finalmente, el aporte más significativo en la intención de establecer una definición sobre RSE más específica y que pueda ser aceptada por la comunidad en los procesos de implementación es el criterio de voluntariedad. Este aspecto es fundamental en la elección de una definición que particularice al sector hotelero, el cual es respaldado por la teoría de la visión estratégica de la empresa que la integra a la visión empresarial. Además, considera los criterios establecidos en la teoría del servidor y la teoría integradora del contrato social, ya que fusiona el desempeño empresarial con el nivel de competitividad de las organizaciones en el mercado y los efectos de su desempeño con la sociedad y el medio ambiente.

Por lo anteriormente expuesto, la definición que más se ajusta a este contexto es en la que “las empresas integran las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones

comerciales y sus relaciones con sus interlocutores de manera voluntaria” (Comisión de las Comunicaciones Europeas, 2001, pág. 6). Ésta tiene intrínseca la potencialidad para que las organizaciones del sector hotelero decidan la implementación y puesta en ejecución de la RSE de manera formal. Por ello, esta definición fue aceptada por diversas entidades que estudian y ayudan en la implementación de la RSE como el Foro para la Evaluación de la Gestión ética - FORETICA desde 1999 y la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (2004).

3.6. La norma ISO 26000

El objetivo fundamental de la norma ISO 26000 es guiar a las diferentes organizaciones en la búsqueda de la responsabilidad social y colaborar con el desarrollo sostenible de la sociedad. Hecho justificado en la medida que gran cantidad de negocios desconocen el camino hacia la sostenibilidad corporativa, ya que necesitan incorporar dentro de su planificación estratégica el enfoque de RSE para incrementar la eficiencia operativa en sus empresas. A pesar de que la norma ISO 26000 no abarca la totalidad de los procesos de gestión estratégica de un negocio, resulta beneficioso al momento de realizar el diagnóstico inicial, base para la adopción de estrategias de sostenibilidad a ser implementadas. (Hahn, 2012, pág. 442)

Por ello, la norma ISO 26000 resulta una herramienta importante en la consecución de objetivos empresariales que abarca la responsabilidad de la cadena de valor, con la sociedad y el medioambiente. La norma se basa en el empleo racional y sostenible de los recursos de la empresa, en los cuales están incluidos el personal, mediante la adopción del principio del bien común en el desempeño de sus actividades, la cual puede ser usada por entidades públicas como privadas, gobiernos seccionales, asociaciones de empresas, organizaciones no gubernamentales sin fines de lucro, etc. (Montero, 2012, págs. 110-111)

La norma ISO 26000 es integrada por 7 factores fundamentales y cuenta con alrededor de 36 variables de análisis referente a la gestión operativa en los negocios, que abarcan diferentes aspectos de la gestión de las organizaciones como son:

- **Gobernanza de la organización**

El punto de partida de la RSE es la determinación objetiva de un sistema de gobierno de las organizaciones que permitan tomar en consideración las necesidades y opiniones de las diferentes partes interesadas en la toma de decisiones. Parecería evidente comprender que la legislación ampara a los propietarios la conducción de sus empresas; sin embargo, se introduce el debate de incorporar en los consejos administrativos de las empresas no solo a los accionistas, sino también estar representados de algún modo las más importantes partes interesadas, para que rijan las actividades y acciones en beneficio de toda la comunidad (Casani & Pérez, 2009, págs. 133-134).

Este primer factor fundamental hace referencia a la manera en que se ejecuta el proceso administrativo en el interior de las organizaciones, que influye directamente en las decisiones tomadas por la alta dirección (Polanco, Ramírez, & Orozco, 2016, págs. 187-188). Además, en la tabla 7 se identifica el aspecto considerado dentro de la gobernanza, específicamente hace referencia al proceso y la estructura presente en el negocio y su orientación hacia un determinado objetivo, basado en su orientación estratégica. Esto genera una dinámica en la empresa que facilita la gestión y ayuda al desarrollo de las diferentes funciones organizacionales.

Tabla 7. Factor fundamental: Gobernanza

Factor fundamental	Definición	Aspectos considerados
Gobernanza Organizacional	El proceso que organiza la interacción de actores y define la dinámica de los procesos y las reglas del juego en la toma de decisiones (Días, Arredondo, Pelcastre, & Hufty, 2017, pág. 306)	Procesos y estructura de toma de decisiones (Funcionamiento organizacional)

Fuente: ISO 26000

Por ende, a través de este factor se establece el entorno en que la empresa trabaja, la identificación y valoración de diferentes opciones y/o caminos posibles en la solución de la problemática organizacional, se identifica los posibles cursos de acción a seguir de acuerdo con las prioridades estratégicas del negocio. Estos procesos incorporan los conceptos de sostenibilidad, responsabilidad social y/o partes interesadas en la gestión de los negocios, dotando al nivel jerárquico superior de valiosos lineamientos que permitan el crecimiento y desarrollo de la empresa. Así mismo, permite la articulación de las decisiones estratégicas en las empresas en acciones específicas que permiten el cumplimiento de su misión (Volpentesta, 2017, pág. 200).

- **Derechos humanos**

Este apartado hace relación a las diferentes directrices normativas y jurídicas de orígenes tanto nacionales como internacionales sobre los derechos humanos y laborales, con la comunidad y con el medio ambiente. Esta base debe ser aplicada por todo tipo de organización de manera generalizada en su gestión diaria, ya sea como mecanismo de protección de las personas y del medio ambiente, como la promoción de los resultados entre las diferentes partes interesadas. Esta normativa establece un compromiso de los diferentes negocios en garantizar su aplicación, no como una simple enunciación; sino por el contrario, un goce pleno de los derechos y evitar de esta manera posibles repercusiones civiles o penales por su violación (Hernández, 2009, pág. 469).

El análisis de los derechos humanos en una organización puede ser un tema muy amplio, dependiendo de las connotaciones de trabajo de las personas en el ámbito de influencia del negocio, sin ningún tipo de discriminación. Por ello, en la tabla 8 se presenta esta temática y abarca aspectos que van desde la búsqueda de información sobre la empresa y el tipo de relaciones con el personal, hasta la aplicación efectiva de los diferentes tipos de derechos de los trabajadores en sus puestos de trabajo. Estos aspectos permitirán a la organización la priorización de las acciones empresariales en pro y en defensa de las personas en los lugares de trabajo, con la finalidad de adaptar su gestión en la búsqueda de mejorar la calidad de los trabajadores, sus familias y de la sociedad en general.

Tabla 8. Factor fundamental: Derechos humanos

Factor fundamental	Definición	Aspectos considerados
Derechos humanos	Son derechos inherentes a todos los seres humanos, sin distinción alguna de raza, sexo, nacionalidad, origen étnico, lengua, religión o cualquier otra condición. Entre los derechos humanos se incluyen el derecho a la vida y a la libertad; a no estar sometido ni a esclavitud ni a torturas; a la libertad de opinión y de expresión; a la educación y al trabajo, entre otros muchos. Estos derechos corresponden a todas las personas, sin discriminación alguna (Naciones Unidas, 2017)	Debida diligencia Situaciones de riesgo para los derechos humanos Evitar la complicidad Resolución de reclamaciones Discriminación y grupos vulnerables Derechos civiles y políticos Derechos económicos, sociales y culturales Principios y derechos fundamentales en el trabajo

Fuente: ISO 26000

Este contexto implica una constante evolución de normas y directrices legales que regulan el comportamiento basados en valores éticos y morales de las empresas a las cuales deben sujetarse y rendir cuentas ante la comunidad (Hernández, 2009, págs. 679-680). Por ello, la gestión de las organizaciones debe basarse en la protección de las libertades de las personas, con pleno goce de sus derechos civiles, económicos, políticos y socioculturales, sin desigualdad ni represión, que no se aproveche de grupos vulnerables; es decir, una gestión empresarial basada que busque el desarrollo integral del ser humano en comunidad (Trejo K., 2017).

- **Prácticas laborales**

Este componente, considera el aporte del talento humano a la competitividad organizacional, basado en la motivación y en el ambiente laboral requiere de la preparación permanente de los individuos y la mejora de sus competencias laborales, debido al cambio permanente y acelerado de la tecnología y los avances de la ciencia. Este contexto hace necesario la planificación de la inversión requerida en perfeccionar a las personas en cada uno de los puestos de trabajo, dotando de un ambiente adecuado y seguro para el desempeño de sus actividades, minimizando la rotación del personal y la pérdida de productividad por su reemplazo (Barreto & Azeglio, 2013, pág. 1141).

Por otra parte, en la tabla 9 se identifica la orientación de este factor fundamental, la cual hace referencia a los esfuerzos de las organizaciones por la creación de un entorno laboral que motive a las personas al cumplimiento de los objetivos empresariales. En la búsqueda de ese ambiente digno de trabajo, se identifican las contextualizaciones de las relaciones laborales y un entorno adecuado de trabajo , salud e higiene organizacional, diálogos con la sociedad, etc. Estos aspectos al ser integrados a la gestión de las organizaciones consolidan una ventaja estratégica frente a los consumidores.

Tabla 9. Factor fundamental: Prácticas laborales

Factor fundamental	Definición	Aspectos considerados
Prácticas laborales	Las buenas prácticas identificadas en las diversas entidades federativas reflejan un esfuerzo por mejorar el entorno laboral y con ello aspirar a alcanzar de manera generalizada el trabajo decente (Ruiz & Galhardi, 2013, pág. 204)	Trabajo y relaciones laborales Condiciones de trabajo y protección laboral Diálogo social Salud y seguridad ocupacional Desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo

Fuente: ISO 26000

Finalmente, de las partes interesadas más importantes al momento de la generación de valor para las organizaciones está el desarrollo del ser humano, tanto a nivel profesional como de manera personal. Por ello, se considera que el desarrollo del talento humano responde a una relación tripartita entre la organización, el personal y el cliente, que permite a las empresas el mejoramiento del servicio en los establecimientos, la generación de una ventaja diferenciadora reconocida por los clientes, promoviendo su posicionamiento en el mercado. Por ello, el mejoramiento de este factor se convierte en la base del crecimiento sostenido del negocio, por la incorporación de políticas y prácticas laborales en la gestión de las empresas (López, Ojeda, & Ríos, 2017).

- **El medio ambiente**

El medio ambiente es considerado como una parte esencial de la RSE, este factor busca la generación de conciencia en las organizaciones y procura incentivar en las empresas la adopción de medidas para reducir los riesgos medioambientales por el desarrollo de sus actividades; y por ende, la reducción de la posibilidad de responder económicamente ante un evento fortuito que pudiera causar daños al ambiente y a la comunidad. Además, se fundamenta en una política ambiental orientada a responder por los daños causados al entorno en el giro de sus actividades económicas, ya que mantiene el criterio que quien daña algo debe pagar para su recuperación hasta la recuperación total de las afectaciones causadas (Marí, 2016, pág. 257).

Por consiguiente, este elemento se entiende como aquellas acciones que las organizaciones realizan para evitar la contaminación del entorno por sus acciones y un deterioro al ambiente. En la tabla 10 se identifica los aspectos más significativos de este factor como adopción de procesos de prevención de contaminantes, consumo responsable, lucha para evitar el cambio climático, cuidado de los diferentes hábitats y ecosistemas, educación ambiental, salud e inversión social, etc. Estos criterios incrustados en la filosofía organizacional permiten la generación de una cultura empresarial que contribuya al cumplimiento de los ODS, que promueva el uso consiente de los recursos y ajuste sus procesos para beneficios de la comunidad.

Tabla 10. Factor fundamental: Medio ambiente

Factor fundamental	Definición	Aspectos considerados
Medio ambiente	Es la integración armónica de los elementos requeridos para desarrollar una gestión enfocada en prevenir la contaminación, cumplir los requisitos y la legislación ambiental, y mejorar continuamente el desempeño ambiental (Acuña, Figueroa, & Wilches, 2017, pág. 145)	Prevención de la contaminación
		Uso sostenible de los recursos
		Mitigación del cambio climático
		Protección del medio ambiente, la biodiversidad y restauración de los hábitats naturales
		Educación y cultura
		Creación de empleo y desarrollo de habilidades
		Desarrollo y acceso a la tecnología
		Generación de riqueza e ingresos
		Salud
		Inversión social

Fuente: ISO 26000

De esta manera, al momento que las organizaciones integran en su gestión su preocupación por el medio ambiente se genera una reputación en el mercado la cual es apreciada un grupo de personas que valorar sus acciones. Este reconocimiento y diferenciación de la organización que la aplica permite la generación de un flujo de efectivo positivo que le permite el mejoramiento de sus beneficios. Esto se traduce a la generación de un equilibrio entre los ingresos y los costos que deben ser valorados por el nivel directivo, ya que repercute de manera significativa en los procesos de decisión (Martínez, 2014, pág. 154).

- **Prácticas justas de operación**

Se considera que la RSE es aplicable para todo tipo de empresas y es capaz de convertirse en un generador de competitividad en la búsqueda del desarrollo de los negocios, en contestación a las desigualdades producidas por el progreso de una sociedad. Esta filosofía debe ser integrada en la gestión estratégica y operativa de las empresas para que sus resultados sean apreciados por la competencia directa e indirecta y por la comunidad. Por ello, en la tabla 11 se hace referencia a los elementos que conforman las prácticas justas de operaciones con una amplia base ética que deben aplicar cada una de las organizaciones en su gestión. Incluye aspectos relacionados con acciones anticorrupción, política responsable, competencia justa entre las organizaciones, promoviendo la RSE entre los diferentes eslabones de la cadena de valor de los negocios, con amplio respeto a los derechos sobre la propiedad.

Tabla 11. Factor fundamental: Prácticas justas de operación

Factor fundamental	Definición	Aspectos considerados
Prácticas justas de operación	Conducta ética que aplica una empresa en todas las transacciones que lleva a cabo con sus diferentes partes interesadas (López, Ojeda, & Ríos, 2017, pág. 42)	<p>Anti-corrupción</p> <p>Participación política responsable</p> <p>Competencia justa</p> <p>Promover la responsabilidad social en la cadena de valor</p> <p>Respeto a los derechos de la propiedad</p>


Fuente: ISO 26000

Complementariamente, se identifica que a nivel gubernamental se debe adoptar los principios de la RSE en los planes de gobierno, nacional, regional y los gobiernos autónomos descentralizados municipales y parroquiales, para ayudar a las organizaciones a ser competitivos tanto a nivel nacional como internacionalmente (Gallardo-Vázquez & Sánchez-Hernández, 2013, págs. 28-29). Este factor complementa el panorama de trabajo de cada negocio, ya que establece reglas claras para un mercado ampliamente competitivo y mejora su desempeño con claros beneficios para las diferentes partes interesadas.

- **Asuntos de consumidores**

Este criterio sostiene la idea de que el consumidor demanda que el marketing se ajuste a sus intereses y necesidades en el corto, mediano y largo plazo, tomando en cuenta los requerimientos de la sociedad. Aspectos para considerar dentro de este ámbito se pueden señalar los siguientes: productos que cuiden la salud, amigables con el ambiente, precios justos, atención a sus reclamos, entre otros, que afectan directa o indirectamente las relaciones comerciales con los clientes, con los proveedores y con la competencia (Schwalb & García, 2013, págs. 437-438). Por esta razón, en la tabla 12 se identifican los criterios que hacen referencia a los diferentes consumidores, ya que las organizaciones tienen la obligación frente a sus clientes de entregar bienes o servicios sin ningún tipo de afectación al momento del consumo.

Tabla 12. Factor fundamental: Asunto de consumidores

Factor fundamental	Definición	Aspectos considerados
Asunto de consumidores	Responsabilidad que tiene la empresa con sus consumidores de atender sus necesidades sin riesgo para ellos, proporcionando información veraz de los productos y servicios que ofrece (López, Ojeda, & Ríos, 2017, pág. 42)	Prácticas justas de marketing, información objetiva e imparcial y prácticas justas de contratación
		Protección de la salud y la seguridad de los consumidores
		Consumo sostenible
		Continúa 

Servicios de atención al cliente,
apoyo y resolución de quejas y
controversias

Protección y privacidad de los
datos de los consumidores

Acceso a servicios esenciales

Educación y toma de conciencia

Fuente: ISO 26000

Este factor considera la necesidad de que los negocios informen de manera completa y precisa a sus clientes sobre la manera en que se usan los productos de forma objetiva, precautelando la integridad de los consumidores y orientados hacia lo que se conoce como consumo responsable. Requiere por otra parte, un proceso de educación a los clientes que influyen en su proceso de consumo, garantizando a los usuarios la privacidad de su información y la seguridad de que ésta no sería usado con otros fines que no sean la relación comercial con las empresas.

- **Participación activa y desarrollo de la comunidad**

Se sustenta en el hecho de que los negocios no deben perjudicar a nadie, persona o medioambiente, en el desarrollo de sus relaciones comerciales y su contacto con la comunidad producto de sus actividades económicas. Realza el espíritu de solidaridad de las organizaciones; es decir, los negocios deben preocuparse de los problemas sociales existentes y proteger a la comunidad inmersa en su campo de acción directo como empresa, ya que es parte fundamental del desarrollo sostenible de una economía (Sánchez, et al., 2012, pág. 189).

En la tabla 13 se presenta los aspectos relacionados con la participación activa y desarrollo que presenta la comunidad por la presencia de las empresas y negocios en el desempeño de sus actividades cotidianas. De esta manera, se considera que las organizaciones son parte constituyentes de un sistema social complejo y cuyas acciones repercuten de alguna manera

Tabla 13. Factor fundamental: Participación activa y desarrollo de la comunidad

Factor fundamental	Definición	Aspectos considerados
Participación activa y desarrollo de la comunidad	Consideran a la empresa como parte de un sistema social en el que ella impacta sobre ciertos grupos de la sociedad; y a su vez, esas agrupaciones impactan sobre ella (Deegan, 2002, citado en Cuadrado, García, & Martínez, 2015, págs. 21-22)	Participación activa de la comunidad Educación y cultura Creación de empleo y desarrollo de habilidades Desarrollo y acceso a la tecnología Generación de riqueza e ingresos Salud Inversión social

Fuente: ISO 26000

De esta manera, este factor identifica los mecanismos de integración de las organizaciones con la comunidad ubicada en sus zonas de influencia, la generación de nuevos puestos de trabajo que pueden ser asumidos por los habitantes de la localidad, considerando la capacitación y el fortalecimiento de las habilidades de los colaboradores. Además, se requiere de una concientización del sector empresarial sobre los requerimientos de la inversión social que toda organización debe realizar en reciprocidad con la aceptación y consumo de sus bienes o servicios. Las empresas deben tener presente que su participación en el mercado genera réditos y que esto debe reflejarse con una redistribución de la riqueza que beneficie a toda la sociedad.

3.7. Pasos que seguir para la implementación de la RSE

Para poder facilitar la implementación de la RSE en las diferentes empresas, especialmente en las de la industria de alojamiento, se han identificado los siguientes pasos que facilitarán su implementación (Ruiz, 2010, citado en Martos, 2011, pág. 173; Casani & Pérez, 2009, págs. 131-135).

- Determinación de los intereses, necesidades, criterios y opiniones de las diferentes partes interesadas a ser contemplados por la organización, los cuales deben ser analizados y priorizados de acuerdo con los lineamientos estratégicos de la empresa y a la disponibilidad de recursos, es recomendable comenzar por los de los clientes internos como externos.
- Diseño de un plan de acción, para lo cual se debe comenzar con la identificación de intereses comunes entre las partes interesadas, definiendo políticas y temas de interés para cada uno de ellos. Resulta de suma importancia la demarcación de las unidades u oficinas para la implementación de los planes de mejora de acuerdo con los objetivos propuestos.
- Control y valoración de los estándares fijados como referencia, que consiste en comparar lo planificado con los resultados reales obtenidos en el tiempo desde su adopción, a efectos de hacer un seguimiento permanente de las acciones tomadas y retroalimentar al proceso.
- Notificar los resultados alcanzados a la comunidad, con el propósito de generar una imagen de transparencia ante las diferentes interesadas, la cual debe ser sujeta a verificación y constatación para garantizar la credibilidad del proceso.

3.8. Reflexiones sobre la aplicación de la RSE

Desde su aparición en los años cincuenta la RSE ha sido objeto de un constante análisis y evolución en un esfuerzo de entender y explicar sus fundamentos, sus características y su alcance, con la finalidad de motivar e impulsar a un mayor número de organizaciones para que adopten voluntariamente el reto de ser responsables para con la comunidad en general. Este amplio soporte teórico permitirá solventar cualquier dificultad presente en su implementación en una organización del sector hotelero, considerando las características y el

contexto en que se desenvuelven estas empresas se potencializan los beneficios esperados por las diferentes partes interesadas.

Para mejorar los resultados de la adopción de la RSE en una empresa es menester conocer las características propias de cada negocio, el giro de su actividad económica y cada uno de sus procesos, sus productos-servicios a comercializar, su mercado, el perfil de los consumidores, su competencia, sus proveedores, etc. Esto permitirá definir claramente los lineamientos, las estrategias y las actividades a emprender para garantizar la integración de una filosofía basada en la responsabilidad social a las actividades directivas y operativas de una institución. Ya que las empresas de hospitalidad tienen sus propias particularidades basadas en la calidad del servicio prestado por el talento humano como parámetro fundamental en la búsqueda de incrementar la competitividad en el mercado.

Para facilitar la toma de decisiones en el nivel directivo de una organización y garantizar los resultados de cualquier medida tomada, se debe considerar las características que rodean a la empresa. La industria de alojamiento pertenece al sector de servicios reconoce las siguientes particularidades en su gestión: la intangibilidad de los servicios prestados y su alto ingrediente de información requerido para su cumplimiento, la competitividad basada en la calidad del servicio prestado por el personal, la relación entre producción-consumo en los bienes y servicios comercializados; y, capacidad de adaptación de la estructura organizacional producto de la innovación experimentada (Rivas, 2012, pág. 42).

Cabe destacar el papel fundamental de la calidad en el servicio de los diferentes subsectores de los establecimientos hoteleros, la cual debe incorporarse a la filosofía organizacional. Esto se debe a que una actitud favorable de los huéspedes y clientes en general repercute en las decisiones futuras de volver a consumir los bienes y servicios del establecimiento, así como el poder multiplicador de una referencia positiva a las demás personas, como resultado de un cliente satisfecho. Esto se debe a las características predominantes en la industria del alojamiento, que influyen en el comportamiento de consumo de los clientes, la cual es influenciada criterios y juicios de valor de otros individuos (Santomá & Costa, 2007, pág. 41).

Complementariamente, para que un establecimiento hotelero pueda dar cabida a la RSE dentro de su estructura, debe elegirse con sumo cuidado la forma organizativa para la conducción del establecimiento. Una correcta elección de la forma de organizar a un hotel se

verá reflejada en la supervivencia de la organización, promoviendo su crecimiento y desarrollo al contribuir con aumento en los resultados financieros. Por otra parte, se debe tener en cuenta al elegir un modelo de organización el propósito de minimizar las dificultades inherentes a la coordinación del personal y su motivación para alcanzar los objetivos fijados por la empresa (Fernández & González, 2008, págs. 68-69).

Otro elemento que motivará a las organizaciones y facilitará enormemente la decisión para su implementación es la comprensión clara de en qué consiste y para qué sirve la RSE, pero por la multiplicidad de criterios expuestos en las diferentes definiciones lo único que han conseguido es confundir y desorientar a los diferentes empresarios que quieren adoptarla. Por ello, a la luz del presente documento se ha adoptado la definición desarrollada por la Comisión de las Comunicaciones Europeas y expuesta en el Libro Verde, como la más adecuada al momento de emprender en el proceso de implementar la responsabilidad social en una institución.

Ecuador no está al margen de los avances realizados en otras partes del mundo en temas de RSE y ha asumido la normativa y las directrices generadas en esta Comisión y las demás aplicables para facilitar y fomentar la implementación de la RSE. Normas como la ISO 26000 que tiene como propósito fundamental brindar orientaciones sobre RSE y el desarrollo sostenible tanto económico, social como medioambiental y la SGE 21:2008 que ha sido utilizada por varias organizaciones en la intención de obtener una certificación que acredite el cumplimiento de los estándares asociados con la RSE, medidas que buscan un incremento en la competitividad y una imagen fuerte en la sociedad.

Además, para garantizar el proceso de implementación de la RSE en una organización resulta conveniente tener conciencia de las ventajas que tendrán las PI existentes. La adopción de a RSE debe ser asumida desde el nivel directivo a través de la incorporación de sus principios en la cultura organizacional, la cual guiará los planes de acción asumidos en el ámbito económico, social y ambiental. Estos resultados deben ser conocidos claramente por la sociedad para transparentar su accionar, esto permitirá generar una imagen capaz de ser posicionada en el mercado y mejorar su competitividad

Cabe recalcar que, una de las más grandes restricciones presentes en la realización de la presente investigación fue la limitada información sobre organizaciones que han emprendido

en la RSE en la industria hotelera proporcionada por fuentes independientes y externas al país. El PGNU, carece de datos de empresas del sector hotelero ecuatoriano y únicamente registra una entidad activa relacionada con el sector turístico, identificando que la RSE requiere de motivación e impulso para que las organizaciones voluntariamente asuman el reto de incursionar en estos temas de vital importancia para el desarrollo sostenible de la sociedad.

Para finalizar, resulta recomendable estimular la participación de la academia en el estudio de la RSE en los diferentes sectores de la economía ecuatoriana, especialmente en el sector turístico y hotelero, ya que el gobierno nacional lo ha determinado como sector estratégico para el desarrollo del país. Así mismo, se debe motivar a las diferentes entidades para que voluntariamente se convierta en una institución socialmente responsable para con los accionistas, los empleados y la sociedad en general, no solo a nivel de Ecuador, sino que se integre a organizaciones internacionales que fomenten la responsabilidad social y comuniquen sus aportes y avances, como ejemplo del compromiso por un mundo mejor.

Las contribuciones posteriores a la RSE realizadas por la Comisión de las Comunicaciones Europeas, pone en evidencia la intención de Europa de convertirse en el líder en su implementación a través de diversas acciones como el comunicado titulado: “Poner en práctica la asociación para el crecimiento y el empleo: hacer de Europa un polo de excelencia de la RSE”. Por otra parte, con el fin de facilitar el estudio y mejoramiento de las condiciones para divulgar las bondades de la RSE se conforma la red de negocios europeos para la RSE (2006) FORETICA creando el Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable (norma SGE 21) desde su aparición en el año 1999 evolucionando hasta su última versión en el año 2008.

Es preciso puntualizar que esta norma SGE 21 es la primera en su género en Europa, la cual establece una serie de estándares que deben cumplir las empresas en su decisión de implementar la RSE en las organizaciones. Logrando a través del uso de esta herramienta la divulgación y popularización a nivel mundial y facilitando su adopción. Así mismo, acciones incurridas por la Comisión de las Comunicaciones Europeas sobre “Estrategias de RSE” (2011) o por el Parlamento Europeo mediante la resolución relativa al “comportamiento empresarial responsable y transparente y de crecimiento sostenible” (2013) entre las más representativas, han fortalecido el direccionamiento estratégico de la RSE en los negocios (FORETICA, 2016).

Estos acontecimientos sucedidos a nivel internacional han influenciado de manera significativa a todos los países del mundo y Ecuador no se encuentra la margen de esta tendencia global. En el país se ha creado dos instituciones que promueven la implementación de la RSE en las empresas, una es el Instituto de Responsabilidad Social del Ecuador – IRSE que cuenta con una experiencia aproximada de 10 años de trabajo en la materia a través de las herramientas como las normas: ISO 26000 y la SGE 21:2008, otorgando una certificación de cumplimiento a las organizaciones que voluntariamente incursionan en RSE (IRSE, 2016).

La otra entidad creada en Ecuador para la difusión y el fortalecimiento de la RSE es el Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social – CERES fundada en el año 2005, que desde su aparición en el escenario empresarial tiene como propósito fundamental el orientar a las organizaciones en la generación de valor agregado para los negocios mediante el cumplimiento de los diferentes estándares de las herramientas identificadas con la RSE, complementada con un seguimiento exhaustivo y asesoría permanente desde el diagnóstico inicial requerido para definir su línea base hasta su plena implementación en entidades tanto públicas como privadas (CERES, 2016).

CAPÍTULO IV:

METODOLOGÍA E INSTRUMENTOS

Toda investigación posee una serie de características que establecen la adopción de mecanismos específicos de recolección de información que permitan la consecución de los objetivos propuestos. Por ello, toda investigación científica debe asumir una metodología diseñada de manera técnica y rigurosa que oriente la manera de develar y explicar los fenómenos investigados presentes en el entorno empresarial. Por esta razón, la metodología se convierte en una herramienta que define procedimientos concretos ajustados a la realidad investigada que permite la interpretación de los hallazgos al amparo de un marco teórico amplio.

Para el cumplimiento de lo señalado anteriormente, este capítulo presenta la metodología a utilizarse en la obtención de la información, tanto para la población que conforma el sector empresarial, como de los huéspedes que usan sus servicios. Considera, la metodología para el análisis de las partes interesadas, la requerida para la identificación de la importancia atribuida a los macro factores que integran la norma ISO 26000, el uso para la determinación de las brechas de criterio entre ambas poblaciones.

Además, se incluye la metodología empleada para el establecimiento de las principales limitaciones que experimenta los hoteles de dos y tres estrellas al momento de tomar la decisión de implementación de la RSE en sus organizaciones, Por último, se presentan los instrumentos diseñados para la recolección de información dentro de cada una de las etapas que conformaron la investigación.

4.1. Metodología Propuesta

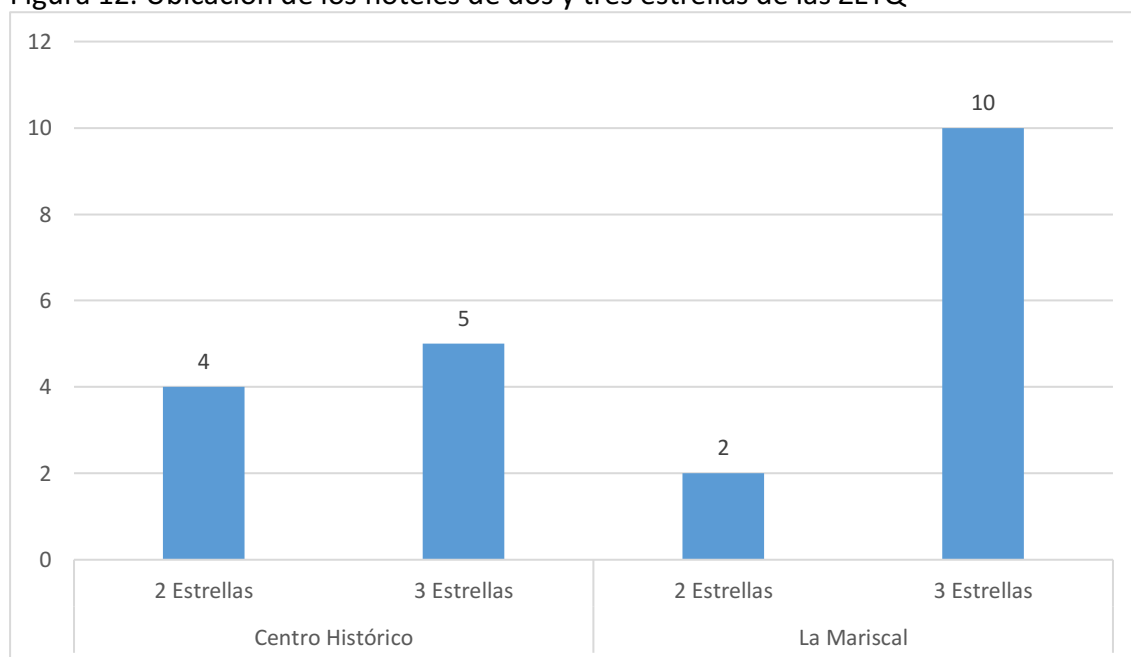
La metodología aplicada en la presente investigación tiene un enfoque cuantitativo y cualitativo para establecer el interés dado a las variables objeto de estudio, aplicada en los establecimientos de alojamiento de categoría dos y tres estrellas de las diferentes ZETQ, cuyas

fuentes de información son de naturaleza documental y de campo obtenidas directamente en estas organizaciones, siendo de tipo descriptivo por brindar una visión general de la realidad en que trabajan estos negocios y descriptivo para determinar la importancia dada a la RS en su gestión y los factores que han limitado su implementación en las diferentes organizaciones.

Por lo cual, para el estudio cuantitativo se identificó inicialmente un universo de 8 establecimientos de alojamiento de categoría dos y tres estrellas que trabajan en la ZET Centro Histórico y 20 organizaciones en la ZET La Mariscal dando una población total de 28 empresas, (Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, Quito Turismo, 2017). Además, de acuerdo con la naturaleza de la investigación se eligió como unidad de análisis aquellos hoteles de dos y tres estrellas ubicados dentro de las dos ZETQ, que manifestaron realizar al menos alguna actividad relacionada con la RSE.

Las organizaciones analizadas fueron los 21 hoteles que cumplieron las características planteadas, esto permitió identificar 9 establecimientos en los alrededores de la ZET Centro Histórico (42,86% de organizaciones), de los cuales 4 (19,05%) tienen categoría dos estrellas y 5 negocios (23,81%) - tres estrellas. Por otra parte, 12 hoteles realizan sus actividades en la ZET La Mariscal (57,14% de negocios), de las cuales el 9,52% (2 hoteles) corresponden a categoría de dos estrellas y 47,62% (10 establecimientos) de tres estrellas, todas éstas tienen capital ecuatoriano (Figura 12).

Figura 12. Ubicación de los hoteles de dos y tres estrellas de las ZETQ



Fuente: Elaboración propia

El trabajo de campo comprende tres etapas:

- La encuesta a los empresarios para la identificación de las PI, su significación y la existencia de objetivos específicos al respecto.
- Las encuestas a empresarios y a los huéspedes acerca de importancia atribuida a los macro factores de la norma ISO 26000.
- Entrevistas en profundidad a informantes clave acerca de las limitaciones presentes al momento de la implementación de la RSE bajo los estándares de la norma ISO 26000.

Para el caso de los clientes de los establecimientos de alojamiento, la investigación los consideró como población infinita al desconocer el número exacto de usuarios de los servicios proporcionados por los hoteles de categoría de dos y tres estrellas ubicados en los alrededores de las ZETQ, caracterizados por ser de capital nacional. El cálculo de la muestra de los huéspedes se lo realizó a través de la siguiente expresión:

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

Donde:

Z = Nivel de Confianza (95 %) = 1,96

p = probabilidad de éxito = 0,5

q = probabilidad de fracaso = 0,5

e = margen de error (5 %)= 0,05

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}{(0,05)^2} = 384,16$$

$$n = 384,16 \approx 385 \text{ huéspedes}$$

Se obtuvo que mínimo debían aplicarse 385 encuestas dirigidas a los huéspedes, pero para garantizar la calidad de la información y evitar pérdidas de las encuestas por errores se aplicaron 402 encuestas. Esta cantidad mantuvo las condiciones originales para garantizar el

estudio, por lo que todas las encuestas practicadas resultaron idóneas y fueron parte del análisis de la información. Para la recolección de los elementos de la muestra se empleó el método no probabilístico por conveniencia para población infinita, ya que se aplicaron las encuestas a los clientes de los establecimientos de alojamiento.

4.1.1 Metodología para la determinación de las Partes Interesadas

Para la determinación de las diferentes PI vinculadas a los hoteles de dos y tres estrellas de las ZETQ, se empleó el modelo creado por Mitchell, Agle y Wood (1997). Éste permite la identificación de los elementos de poder, legitimidad y urgencia existentes en las relaciones e interrelaciones de las organizaciones con cada uno de las PI, permitiendo su categorización y particularización. El primer elemento hace referencia a la capacidad de las PI para afectar a los hoteles, el segundo a la legalidad de los actos de acuerdo con las normas o parámetros socialmente aceptados, mientras que el último se refiere al tiempo de respuesta de las exigencias planteadas por las PI.

Para la recolección de la información requerida se empleó una encuesta diseñada exclusivamente para este fin dirigido a los hoteles, siguiendo la metodología diseñada por Gorrochategui, Casali, Frecia y Gigante (2013). Asimismo, para las PI externas se revisaron las páginas web de aquellas organizaciones o personas que la disponían sobre su relación con los establecimientos de alojamiento. Además, se utilizó el procedimiento desarrollado por Falcao y Fontes (1999) para la determinación del grado de poder, legitimidad y urgencia de cada una de las PI, que permitió la categorización de cada una de ellas de acuerdo al modelo tomado como referencia. La intersección de los tres elementos permitió el establecimiento de las PI definitivas con que trabajan los establecimientos de alojamiento en su gestión.

4.1.2 Metodología para la determinación de la importancia atribuida a los macro factores de la norma ISO 26000 por parte de los empresarios y los huéspedes

El proceso de determinación, tanto para el sector empresarial como para los huéspedes de los hoteles, de la importancia atribuida a la RSE a través de los macro factores que integran la norma ISO 26000 se realizó en dos etapas. La primera orientada a la determinación de la coincidencia entre los criterios de las dos partes usando un modelo de análisis componentes

principales (ACP). Y la segunda, en el proceso del establecimiento de los factores más importantes de la norma ISO 26000 en la gestión de los establecimientos, para lo cual se empleó un modelo de análisis de regresión lineal múltiple (ARLM).

Por otra parte, considerando que los siete factores fundamentales de la norma ISO 26000 agrupan 37 variables la integran y articulan, por su número resulta difícil la visualización de las relaciones existentes entre ellas. Por ello, con el fin facilitar su tratamiento e interpretación se procedió a la obtención de la media aritmética de los elementos constitutivos para cada uno estos macro factores, motivado por la alta correlación existente para ambas poblaciones (Thanh-Xuan & Van-Thai, 2016, págs. 61-63).

Se aplicó el ACP para el análisis de la PI definitivas de los hoteles por su relación con la RSE respaldada por la estandarización impuesta por la norma ISO 2600, cuyas especificaciones ayudan su comparación de los sistemas de gestión empresarial (Heras-Saizarbitoria, 2011, págs. 73-74). Esto permitió el conocimiento de las interrelaciones existentes entre los factores fundamentales de la norma caracterizada por su multidimensionalidad y determinaron la manera en que el sector hotelero analizado comprende a la RSE y la integra a su gestión, como resultado del análisis exploratorio realizado (Polanco, 2016, págs. 273-275). Complementariamente, el análisis busca la interpretación que los administradores, gerentes, propietarios y accionistas de los hoteles de las ZETQ y sus huéspedes tienen sobre la RSE, establecida de manera empírica de acuerdo con el contexto de su gestión.

A través de este modelo se facilita la comparación de los macro factores de la norma ISO 26000, en la determinación de cada componente, ya que supone la normalidad de los datos promedio que caracterizan la norma, tanto individual como de manera combinada, la homocedasticidad percibida por ser constante la varianza encontrada en los errores y la existencia de relaciones lineales con observaciones independientes en los componentes analizados. En esta relación, las variables objeto de estudio cuya fuente es netamente métrica, característica fundamental de un análisis multivariante, que permite la determinación la importancia dada a los aspectos de la norma en la gestión de los hoteles de las ZETQ, de acuerdo con la siguiente expresión:

$$IRSE = f(\beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_n X_n)$$

$$IRSE_k = \sum_{i=1}^p \beta_i X_{ki}$$

Donde:

IRSE = Importancia de la Responsabilidad Social Empresarial

X = Factores de la Norma ISO 26000

β = Coeficiente de los factores de la Norma ISO 26000

La interpretación resultante de la aplicación del modelo resalta la concepción que el sector empresarial y sus clientes tienen sobre el trabajo realizado bajo parámetros de la RSE y la sostenibilidad ambiental. Esta manera de comprender la RSE se traduce en el comportamiento empresarial ante las actividades cotidianas, las cuales se sustentan en la preocupación de los miembros de la comunidad que de una u otra forma se relacionan con las organizaciones, las repercusiones que sus acciones generan con el medio ambiente y el cumplimiento de la base legal y normativa en las que se circunscribe sus prácticas empresariales (Dueñas, Perdomo, & Villa, 2014, pág. 296).

Para cumplir con este fin, se inició el análisis con la verificación de la estructura de las encuestas empleadas en la recolección de la información de las dos poblaciones estudiadas, a través del cálculo del Alpha de Cronbach. Paso seguido, se determinaron los principales estadísticos descriptivos para la identificación de los elementos de acuerdo con su media aritmética y su desviación estándar. A continuación, se debe establecer la matriz de correlaciones que permite la verificación de que las diferentes variables presenten factores similares presentando correlaciones entre sí.

Posteriormente, se sometió a prueba el modelo planteado usando para el efecto la adecuación muestral de Kaise-Meyer y Olkin (KMO), la cual es uno de los indicadores que prueba su validez. Este indicador comprueba si las correlaciones parciales entre variables son bajas y su resultado alcanza valores desde 0 hasta 1. Para su interpretación, se considera que resultados mayores a 0,5 establecen que el modelo ACP es adecuado para su aplicación, para

valores inferiores se rechaza su aplicación. Además, se presenta la prueba de esfericidad de Barlett que se emplea para la comprobación de la similitud entre la matriz de correlaciones y la matriz identidad, para su aceptación debe obtener un valor de $p < 0,05$ (De la Garza, Morales, & González, 2013).

Complementariamente, se empleó las comunalidades que determinaron el aporte de cada una de las variables y su relación con la categoría asociada. Los valores obtenidos pueden alcanzar resultados que oscilan entre 0 y 1 y para su interpretación se entiende que, mientras más cercano a uno factores comunes explican adecuadamente su variabilidad. Después, se estableció el número total de componentes, mediante el uso de la varianza total explicada, bajo la premisa de que un autovalor próximo a cero es considerado como componente residual y no aportan de manera significativa a la investigación, presentando el resultado de los componentes a través del gráfico de sedimentación.

Finalmente, se identificó la matriz de coeficientes con la respectiva puntuación para cada uno de los componentes sugeridos, éstos permiten el armado de los modelos definitivos producto de la aplicación del modelo de ACP. A través de esta matriz, se establece la manera en que el sector hotelero de dos y tres estrellas de las ZETQ y sus huéspedes entienden a la RSE. Es gracias a estos resultados lo que hace posible la determinación de la expresión que se requiere para su interpretación.

Complementariamente, se empleó modelo de ARLM, con el fin de identificar la importancia relativa que tienen cada uno de los diferentes factores fundamentales en la gestión de las organizaciones basada en la RSE, asociadas a las características multidimensionales que presenta la norma ISO 26000 (Bernal, De Nieves, & Briones, 2016, pág. 79). De esta manera, se identificó los componentes más importantes en la gestión de las organizaciones de acuerdo con las características propias del sector hotelero en el contexto ecuatoriano, fundamentado de acuerdo con las bondades del modelo (Montero, 2016, pág. 5).

Para el efecto, en el proceso del establecimiento de la importancia de cada elemento que integra la norma ISO 26000 mediante la ARLM al igual que el ACP, se basa en los supuestos de normalidad de los residuos, varianza constante en los u_i (homocedasticidad), relación lineal entre la variable dependiente y cada una de las independientes (linealidad), Covarianza nula entre los u_i (Independencia de residuos) y multicolinealidad. Por ello, para que sea factible un análisis multivariante se requiere variables puramente métricas como en el presente caso

(Hair, et al., 2009), que faculta la identificación de los factores más importantes a criterio de los administradores, gerentes y/o propietarios de los hoteles de la ZETQ, de conformidad con lo siguiente:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_k X_k + \varepsilon$$

Donde:

β_0 = es el término independiente, es el valor de Y cuando X_1, \dots, X_k son cero

$\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_k$ = son los coeficientes parciales de la regresión

ε = es el error de observación debido a variables no controladas

Para el cumplimiento de este fin, se empleó para su cálculo el método denominado “hacia adelante” para el establecimiento de la viabilidad del modelo, ya que dependiendo del método seleccionado se determina la manera de introducción de las variables independientes, que para el presente caso es un único paso. Por ello, se presentó el resumen de cada uno de los modelos, presentándose los estadísticos R, R^2 , R^2 ajustado, el error estándar de estimación, los estadísticos de cambio y el coeficiente Durbin-Watson, requeridos para el entendimiento del modelo.

El siguiente paso fue el análisis de las varianzas (Anova), cuya finalidad fue posibilitar la comparación de varios conjuntos de datos en una variable netamente cuantitativa. Este examen es una generalidad de las discrepancias de similitud de las medias aritméticas para dos muestras consideradas como independientes (IBM, 2019). Además, se identifica el estadístico F del anova de un factor, en el proceso de identificación de su significancia. Esto permitió el establecimiento de los coeficientes empleados en el modelo ARLM. Además, se determinaron las variables excluidas que no formaron parte del modelo final.

Para que el modelo de ARLM fuera el adecuado de acuerdo con las características de la población, se requirió de la realización del diagnóstico de colinealidad de las distintas variables, ya que su existencia impide la aplicación del respectivo modelo (Vilá, Torrado, & Reguant, 2019, pág. 3). A continuación, se presentaron las estadísticas descriptivas de los residuos obtenidos resultantes de la aplicación del ARLM. Los residuos fueron el resultado de

la resta entre los valores de la variable dependiente observados y los predichos por la regresión. Esos resultados se presentaron usando el gráfico de sedimentación resultante del modelo de ARLM.

4.1.3 Metodología para la determinación de la brecha entre los criterios del sector empresarial y los consumidores

Para la determinación de las brechas existentes entre los criterios de los hoteles de categoría dos y tres estrellas ubicados en los alrededores de las ZETQ con capital nacional, se utilizó los promedios ponderados de cada uno de los macro factores de la norma ISO 26000. A partir de esta información, se procedió a la identificación de los estadísticos descriptivos más relevantes tanto para el criterio de los administradores, gerentes y/o propietarios de los hoteles analizados, como de sus clientes. Los datos encontrados permitieron contar con medidas de comparación entre estas dos poblaciones, a efectos de la determinación de las diferencias entre sus posiciones y la comprensión de sus diferencias.

A continuación, se procedió al cálculo de la diferencia entre las medias aritméticas de cada uno de los macro componentes de la norma ISO 26000, con el propósito de la determinación de las discrepancias más significativas entre las dos posiciones. Posteriormente, estas brechas de criterios se analizaron para la comprensión a profundidad de las diferentes posiciones encontradas entre el sector de alojamiento conformado por hoteles de dos y tres estrellas con capital nacional ubicados en los alrededores de las ZETQ y por los consumidores de los bienes y servicios que ofertan, respecto de la aplicación de la RSE manifestada a través de la norma ISO 26000.

4.1.4 Metodología para la determinación de las limitaciones que enfrentan los hoteles ante la decisión de la implementación de la RSE

Para la determinación de las limitaciones que enfrentan los hoteles de dos y tres estrellas con capital ecuatoriano ubicados en los alrededores de las ZETQ, se procedió en dos etapas. La primera orientada al análisis de la información cualitativa obtenida de informantes claves con amplios conocimientos en el sector turístico y en la aplicación de la RSE en las diferentes organizaciones obtenido a través de las entrevistas a profundidad, realizado a través del método Delphi muy utilizado en investigaciones en el sector turístico y procesado a través del

paquete ATLAS.ti 8 (Pulido, 2005, citado en Huitraleo, et al., 2019, pág. 77). La segunda, desde el punto de vista de las propias organizaciones para el entendimiento de sus criterios por los cuales no aplican formalmente la RSE en sus establecimientos, usando para el efecto el programa SPSS versión 22. (Huitraleo, Calisto, Mansilla, & Gutiérrez, 2019)

Para ello, inicialmente se identificaron siete expertos para el establecimiento de las limitaciones que a su criterio experimentan los hoteles de categoría dos y tres estrellas con capital nacional. Posteriormente, se encontró el denominado coeficiente de competencia experta que sustenta la información obtenida, de acuerdo con la calidad de las afirmaciones emanadas por las personas entrevistadas (Proaño, Ramírez, & Pérez, 2019, pág. 66). Por consiguiente, este coeficiente de competencia experta se encuentra determinado a través de la siguiente expresión:

$$K = \frac{1}{2} (K_c + K_a)$$

Donde:

- K = Coeficiente de competencia de los expertos
- K_c = Coeficiente de conocimiento
- K_a = Coeficiente de argumentación

Para la determinación del coeficiente de conocimiento del experto (K_c) se requirió del conocimiento reflejado de la problemática expuesta en la investigación por parte de los entrevistados, cuya propia valoración fue fijada entre 0 y 10 y se multiplicó por el valor de 0,10 (Cabero & Barroso, 2013, pág. 28). Para el cálculo del coeficiente de argumentación (K_a) se necesitó de la calificación de las fuentes de argumentación basados en los análisis teóricos realizados con antelación, su experiencia en el tema, trabajos analizados de origen nacional y/o extranjero, referencias sobre la problemática planteada a nivel internacional u obtenida a través de la intuición sobre el tema planteado (Gómez, et al., 2013, pág. 83).

Por el limitado desarrollo de la temática en el Distrito Metropolitano de Quito, se han elegido la participación de personas e instituciones que trabajan en el desarrollo de la RSE y de la actividad turística en la ciudad. Su participación en la investigación dependió exclusivamente de la facilidad de acceso a estos expertos que manejen la temática planteada como referencia,

los cuales presentaron dominio en el tema, la experiencia y los atributos necesarios para la consideración de los criterios emitidos. La recolección de la información se la ha realizado de manera personal y sin relación entre los entrevistados, para que expresen sus criterios de manera abierta sin ningún tipo de influencia (Cabero & Llorente, 2013, págs. 17-18).

De la participación de los expertos se obtuvo un coeficiente de competencia experta de 0,91 en promedio, el cual se entiende como el índice idóneo que refleja la calidad de la información proporcionada por el experto sobre la temática planteada para el análisis. Este indicador está compuesto por el coeficiente de conocimiento que representa el grado de dominio de la problemática o el tema sujeto a estudio; y, el coeficiente de argumentación que resulta de la manera de abordar y fundamentar el tema propuesto resultó adecuado para cada uno de los interlocutores, ya que valores superiores a 0.80 se consideran como altos de los expertos que intervinieron en la investigación (López-Gómez, 2018, pág. 25).

Una vez identificadas las diferentes restricciones que influyen en los establecimientos hoteleros al momento de la implementación formal de la RSE en las empresas, el siguiente paso fue ponerlos a consideración de los administradores, gerentes, propietarios y/o accionistas de los negocios. Para ello, se incluyó en la encuesta asociada a la RSE de la norma ISO 26000 un acápite relacionado con las diferentes limitaciones encontradas. Esto con la finalidad de que los 21 establecimientos pertenecientes a este sector empresarial ponderen según su percepción, los diversos obstáculos que enfrentan en la adopción de la RSE en la filosofía organizacional.

Una vez recopilada la información, se obtuvieron los principales indicadores estadísticos a efectos de la determinación de las limitaciones más importantes que enfrentan las organizaciones. Se empleó para ello, la media aritmética, la desviación estándar, los rangos de respuesta, entre los estadísticos más importantes que permitieron la comparación entre cada una de las restricciones que experimenta el sector de alojamiento para el establecimiento de su jerarquización por su impacto. Como paso final, se plasmó los resultados obtenidos en un gráfico para la identificación rápida de las restricciones, lo que permitió el abordaje y el entendimiento de estas restricciones.

4.2. Instrumentos

4.2.1. Encuesta para identificar las PI y su valoración por los empresarios

ENCUESTA PARA DETERMINAR LOS GRUPOS DE PARTICIPANTES (STAKEHOLDERS) DEL SECTOR HOTELERO DE 2 Y 3 ESTRELLAS EN LAS ZONAS ESPECIALES TURÍSTICAS DE QUITO

Objetivo: - Identificar a los stakeholders de los establecimientos hoteleros de las zonas especiales turísticas de Quito.

DATOS BÁSICOS DEL PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

Nombre:			
Página web:			
Forma Legal de la Organización:	Persona natural	Persona jurídica	
Número de Empleados:	Facturación Anual/Volumen de venta:		
Tipo de organización:	Empresa familiar	Nacional	Pymes
Tiempo de vida de la organización:	Número de Países donde opera:		
Productos y/o Servicios Principales:	Alojamiento	Alimentación	Otros:
Cámaras Empresarias /Asociaciones a las que pertenezcan:	Cámara de Comercio de Quito	Cámara de Microempresas de Quito	Asociación de hoteles de Quito Otros:
Mercados donde presta servicios:	Nacional	Extranjero	

DATOS BÁSICOS DE LA ESTRUCTURA RESPONSABLE DE LA GESTIÓN DE LOS PARTICIPANTES

Tipo de participante	Nombre de la unidad:	Dependencia jerárquica	Cantidad de personal:	Menciones en las estrategias de la organización	
				SI	No
Empleados					
Gerente					
Propietario					
Proveedores					
Gobierno					
Acreedores					
Clientes					
Competencia					
Cámaras/Asociaciones					
Universidades					
Habitantes de la zona					

Objetivos de la organización respecto al stakeholder

Participantes de la Organización	Califique sobre 5 la importancia que tienen cada uno de los participantes para la organización	¿Cuáles son los objetivos de la organización respecto a sus stakeholders?
Empleados		
Gerente		
Propietario		
Proveedores		
Gobierno		
Acreedores		
Clientes		
Competencia		
Cámaras/Asociaciones		
Universidades		
Habitantes de la zona		

Objetivos del stakeholder respecto a la organización	1	2	3
Señale 3 de los proveedores más importantes			
Señale 3 de los acreedores más importantes			
Señale 3 empresas de la competencia directa			
Señale las universidades con las que acepta estudiantes practicantes			

Elija una sola opción		Riesgos para la supervivencia			Intensidad de la dependencia		
Participantes de la Organización	Pone en riesgo la supervivencia de la organización (Amenaza a la supervivencia)	Puede generar turbulencia en la organización, pero ésta puede reemplazarlo (Riesgo moderado)	No implica ningún riesgo para la supervivencia de la organización (Sin riesgo)	Es cuando la organización depende más del participante (stakeholder) que lo que éste depende de la organización (Absoluta)	La dependencia es mutua entre organización y stakeholder (Moderada)	Es cuando la organización depende menos del participante (stakeholder) que lo que éste depende de la organización (Nula)	
Empleados							
Gerente							
Propietario							
Proveedores							
Gobierno							
Acreedores							
Cilientes							
Competencia							
Cámaras/Asociaciones							
Universidades							
Habitantes de la zona							

Elija una sola opción		Tipo de recurso estratégico que utiliza la organización para el tratamiento de los stakeholders				
Participantes de la Organización	Diálogo (intercambio de opiniones)	Persuasión (valores comunes más elevados)	Diversión (distracción)	Coacción (Amenaza)	Acto de fuerza (Medios propios vs medios ajenos)	
Empleados						
Gerente						
Propietario						
Proveedores						
Gobierno						
Acreedores						
Cilientes						
Competencia						
Cámaras/Asociaciones						
Universidades						
Habitantes de la zona						

RECURSOS DE PODER PARA INFLUENCIAR EN EL COMPORTAMIENTO DE LOS PARTICIPANTES							
Elija una sola opción		MEDIOS COERCITIVOS		MEDIOS UTILITARIOS			MEDIOS SIMBÓLICOS
Participantes de la Organización	Fuerza física	Armas	Materiales Físicos	Financieros	Logísticos	Tecnológicos	Reconocimiento y estima
Empleados							
Gerente							
Propietario							
Proveedores							
Gobierno							
Acreedores							
Cilientes							
Competencia							
Cámaras/Asociaciones							
Universidades							
Habitantes de la zona							

LEGITIMIDAD DE LOS PARTICIPANTES (percepción generalizada de que las acciones de una entidad son deseables o apropiadas)						
Elija una sola opción		LEGITIMIDAD ORGANIZACIONAL			LEGITIMIDAD SOCIAL	
Participantes de la Organización	Alto (reclamo a la organización en términos contractuales)	Medio (reclamo/queja por expectativas no cumplidas)	Bajo (no es habitual recibir reclamos por parte de él)	Alto (presenta reclamos legales en representación de alguien)	Medio (presenta reclamos poco articulados, un grupo ad hoc actúa ante la organización)	Bajo (reclamos a la organización de manera aislada, pudiendo generar adhesiones en otro tipo de grupos más organizados)
Empleados						
Gerente						
Propietario						
Proveedores						
Gobierno						
Acreedores						
Cilientes						
Competencia						
Cámaras/Asociaciones						
Universidades						
Habitantes de la zona						

Elija una sola opción	URGENCIA			
	La organización cuenta con un procedimiento establecido en cuanto al tiempo habitual de gestiones de los participantes y de otro para el tratamiento de situaciones extraordinarias.		Se han presentado en la organización quejas por incumplimiento de plazos o demoras de las gestiones.	
Elija una sola opción	SI	NO	SI	NO
Participantes de la Organización				
Empleados				
Gerente				
Propietario				
Proveedores				
Gobierno				
Acreedores				
Clientes				
Competencia				
Cámaras/Asociaciones				
Universidades				
Habitantes de la zona				

4.2.2. Las encuestas a administradores, gerentes y/o propietarios acerca de la importancia de la norma ISO 26000

DETERMINACIÓN DE LA IMPORTANCIA DADA A LA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) EN EL SECTOR HOTELERO DE 2 Y 3 ESTRELLAS EN LAS ZONAS ESPECIALES TURÍSTICAS DE QUITO

Objetivos: - Establecer la importancia dada por los establecimientos hoteleros de las zonas especiales turísticas de Quito a los diferentes factores y dimensiones de la Responsabilidad social empresarial a través de la norma ISO 26000.

- Identificar los principales limitaciones que experimenta los establecimientos hoteleros de las zonas especiales turísticas de Quito al momento de implementar la RSE en sus organizaciones.

Considerando que la responsabilidad social "hace referencia al buen gobierno de la empresa, a una gestión ética y sostenible y, más ampliamente al conjunto de compromiso de carácter voluntario que una empresa adquiere para gestionar su impacto en el ámbito laboral, social, ambiental y económico, tratando de hacer compatibles el objetivo financiero tradicional de máximo rendimiento con la generación de beneficios para el conjunto de la sociedad", califique sobre 5 cuál es la importancia que la ha dado su gestión en los siguientes aspectos:

Variables consideradas para el estudio	Calificación
Materia fundamental: Gobernanza de la organización	
Asunto 1: Procesos y estructura de toma de decisiones (Funcionamiento organizacional con principios de RSE)	
Materia fundamental: Derechos humanos	
Asunto 1: Debida diligencia	
Asunto 2: Situaciones de riesgo para los derechos humanos	
Asunto 3: Evitar la complicidad	
Asunto 4: Resolución de reclamaciones	
Asunto 5: Discriminación y grupos vulnerables	
Asunto 6: Derechos civiles y políticos	
Asunto 7: Derechos económicos, sociales y culturales	
Asunto 8: Principios y derechos fundamentales en el trabajo	
Materia fundamental: Prácticas laborales	
Asunto 1: Trabajo y relaciones laborales	
Asunto 2: Condiciones de trabajo y protección social	
Asunto 3: Diálogo social	
Asunto 4: Salud y seguridad en el trabajo	
Asunto 5: Desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo	
Materia fundamental: El medio ambiente	
Asunto 1: Prevención de la contaminación	
Asunto 2: Uso sostenible de los recursos	
Asunto 3: Mitigación y adaptación al cambio climático	
Asunto 4: Protección del medio ambiente, la biodiversidad y restauración de hábitats naturales	
Materia fundamental: Prácticas justas de operación	
Asunto 1: Anti-corrupción	
Asunto 2: Participación política responsable	
Asunto 3: Competencia justa	
Asunto 4: Promover la responsabilidad social en la cadena de valor	
Asunto 5: Respeto a los derechos de la propiedad	

Materia fundamental: Asuntos de consumidores	
Asunto 1: Prácticas justas de marketing, información objetiva e imparcial y prácticas justas de contratación	
Asunto 2: Protección de la salud y la seguridad de los consumidores	
Asunto 3: Consumo sostenible	
Asunto 4: Servicios de atención al cliente, apoyo y resolución de quejas y controversias	
Asunto 5: Protección y privacidad de los datos de los consumidores	
Asunto 6: Acceso a servicios esenciales	
Asunto 7: Educación y toma de conciencia	
Materia fundamental: Participación activa y desarrollo de la comunidad	
Asunto 1: Participación activa de la comunidad	
Asunto 2: Educación y cultura	
Asunto 3: Creación de empleo y desarrollo de habilidades	
Asunto 4: Desarrollo y acceso a la tecnología	
Asunto 5: Generación de riqueza e ingresos	
Asunto 6: Salud	
Asunto 7: Inversión social	
APRECIACIÓN GLOBAL: Importancia general dada a la RSE en la gestión de su organización	
De los siguientes limitantes considerados para la implementación de RSE califique sobre 5 las razones por las cuales no las ha aplicado.	
Factores que limitan la implementación de la RSE	Calificación
Limitación 1: Conocimiento del tema de RSE	
Limitación 2: Dificultad en el proceso de implementación de la RSE	
Limitación 3: Disponibilidad de Recursos económicos	
Limitación 4: Disponibilidad de tiempo para dedicarlo a la RSE	
Limitación 5: Restricción por el tamaño del negocio	
Limitación 6: Número de empleados existentes en el negocio	
Limitación 7: Conocimiento de los beneficios de la responsabilidad social	
Limitación 8: Motivación en la implementación de la RSE.	
Limitación 9: Nivel de formación del personal a cargo	
Limitación 10: Participación de aliados y cooperación	
Limitación 11: Nivel de compromiso de la directiva	

Gracias por su colaboración

4.2.3. Encuestas a huéspedes acerca de la importancia de la norma ISO 26000



DETERMINACIÓN DE LA IMPORTANCIA DE LOS HUESPEDES A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) APLICADA POR EL SECTOR HOTELERO DE 2 Y 3 ESTRELLAS EN LAS ZONAS ESPECIALES TURÍSTICAS DE QUITO

Objetivo: - Establecer la importancia dada por los huéspedes de los establecimientos hoteleros de las zonas especiales turísticas de Quito a la aplicación de la Responsabilidad social empresarial a través de la norma ISO 26000.

Importancia sobre la aplicación de políticas de Responsabilidad social empresarial de los establecimientos hoteleros	
Califique sobre 5 cuál es la importancia dada a los siguientes aspectos	
Materia fundamental: Gobernanza de la organización	Calificación
A 1: Que el hotel cuente con procesos y estructura de toma de decisiones que aplique principios de RSE	
Materia fundamental: Derechos humanos	
A 1: Que el hotel mantenga una política de derechos humanos y la aplique con la debida diligencia	
A 2: Que el hotel respete los derechos humanos inclusive en situaciones difíciles (Situaciones de riesgo)	
A 3: Que el hotel no sea cómplice en hechos que afecten los derechos humanos	
A 4: Que el hotel cuente con procesos de resolución de reclamaciones	
A 5: Que el hotel no practique ningún tipo de discriminación a grupos vulnerables	
A 6: Que el hotel respete los derechos civiles y políticos	
A 7: Que el hotel respete los derechos económicos, sociales y culturales de las personas	
A 8: Que el hotel aplique principios y derechos fundamentales en el trabajo	
Materia fundamental: Prácticas laborales	
A 1: Que el hotel cumpla las obligaciones legales relacionadas con el trabajo y procure buenas relaciones laborales	
A 2: Que el hotel proporcione condiciones de trabajo adecuadas y brinda protección social	
A 3: Que el hotel promueva el diálogo social	
A 4: Que el hotel procure salud y seguridad en el trabajo	
A 5: Que el hotel procure el desarrollo humano y la formación en el lugar de trabajo	

Materia fundamental: Prácticas laborales	
A 1: Que el hotel cumpla las obligaciones legales relacionadas con el trabajo y procure buenas relaciones laborales	
A 2: Que el hotel proporcione condiciones de trabajo adecuadas y brinde protección social	
A 3: Que el hotel promueva el diálogo social	
A 4: Que el hotel procure salud y seguridad en el trabajo	
A 5: Que el hotel procure el desarrollo humano y la formación en el lugar de trabajo	
Materia fundamental: El medio ambiente	
A 1: Que el hotel prevenga la contaminación de cualquier tipo	
A 2: Que el hotel practique el uso sostenible de los recursos	
A 3: Que el hotel promueva la mitigación y adaptación al cambio climático	
A 4: Que el hotel promueva la protección del medio ambiente, la biodiversidad y restauración de hábitats naturales	
Materia fundamental: Prácticas justas de operación	
A 1: Que el hotel mantenga y aplique políticas anti-corrupción	
A 2: Que el hotel promueva la participación política responsable	
A 3: Que el hotel promueva la competencia justa	
A 4: Que el hotel promueva la responsabilidad social en la cadena de valor	
A 5: Que el hotel procure el respeto a los derechos de la propiedad	
Materia fundamental: Asuntos de consumidores	
A 1: Que el hotel realice prácticas justas de marketing y de contratación con información objetiva e imparcial	
A 2: Que el hotel procure la protección de la salud y la seguridad de los consumidores	
A 3: Que el hotel practique un consumo sostenible	
A 4: Que el hotel cuente con servicios de atención al cliente, apoyo y resolución de quejas y controversias	
A 5: Que el hotel procure la protección y privacidad de los datos de los consumidores	
A 6: Que el hotel respete el acceso a servicios básicos esenciales	
A 7: Que el hotel practica la educación y toma de conciencia a los consumidores	
Materia fundamental: Participación activa y desarrollo de la comunidad	
A 1: Que el hotel promueva la participación activa de la comunidad	
A 2: Que el hotel promueva la educación y la cultura	
A 3: Que el hotel contribuya a la creación de empleo y al desarrollo de habilidades	
A 4: Que el hotel contribuya al desarrollo y acceso a la tecnología	
A 5: Que el hotel contribuya a la generación de riqueza e ingresos sostenibles	
A 6: Que el hotel procure el acceso a la salud y a la lucha contra los factores que pudieran afectarla.	
A 7: Que el hotel contribuye a la inversión social	
APRECIACIÓN GLOBAL: Importancia general dada a la RSE en la gestión del hotel	

Gracias por su colaboración

Las encuestas se realizaron a los administradores, representantes y/o propietarios de los 21 establecimientos hoteleros de categoría dos y tres estrellas de las ZETQ con capital ecuatoriano que manifestaron realizar al menos una actividad relacionada con la responsabilidad social. Esta información permitió la identificación de las diferentes PI del sector hotelero de dos y tres estrellas de las ZETQ de acuerdo con los requerimientos presentados en el modelo de Mitchell, et al. (1997); así como, el registro tanto de la importancia dada en su gestión a los estándares establecidos en los siete factores fundamentales de la norma ISO 26000 como de las limitaciones experimentadas por las organizaciones ante la decisión de implementarla formalmente en sus negocios.

Por otra, se aplica el mismo instrumento a 385 huéspedes de los diferentes establecimientos hoteles para determinar su criterio referente a la valoración de la responsabilidad social empresarial al momento de tomar la decisión de la contratación de los servicios de alojamiento, para complementar el análisis de la importancia otorgada por dichos establecimientos.

4.2.4. La entrevista a profundidad

Se la realizará al Director de Capacitación del Ministerio de Turismo del Ecuador, al director o representante del Consorcio Ecuatoriano de Responsabilidad Social y del Instituto de Responsabilidad Social Empresarial que asesoran la implementación de la RSE en la ciudad de Quito, un representante de la empresa pública Quito Turismo, un presentante de la Federación Hotelera del Ecuador y a la presidenta del Consejo Metropolitano de Responsabilidad Social, para entender su criterio sobre la RSE. para la determinación de los factores que limitan la implementación de la RSE en las organizaciones de alojamiento.

CUESTIONARIO SOBRE LAS LIMITACIONES DE LAS ORGANIZACIONES A LA PRACTICA DE LA RSE

Institución:

Nombre:

Cargo:

1. ¿Considera Usted que las organizaciones dedicadas a la prestación de servicios de alojamiento en nuestro país han brindado la importancia necesaria a la RSE?
2. ¿Cuáles son las principales limitaciones que experimentan las organizaciones antes de tomar la decisión de asumir la RSE dentro de sus políticas empresariales?
3. ¿Respecto a la aplicación de los derechos humanos, a su criterio cuáles son los principales factores que limitan su adecuada implementación?
4. ¿Qué dificulta a las organizaciones la correcta aplicación de las prácticas laborales?
5. ¿Cuáles son los principales retos que deben enfrentar los establecimientos hoteleros para cuidar el medio ambiente?
6. ¿A su criterio cuáles son las principales limitaciones que experimentan los hoteles al implementar prácticas justas de operaciones?
7. ¿Considera que estos establecimientos, se preocupan de todos los aspectos a lo que refiere a los consumidores?
8. ¿Cuáles son los aspectos que ha limitado a las organizaciones en relacionarse con la comunidad?

Gracias por su colaboración

CAPÍTULO V:

PARTES INTERESADAS DE LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DE LAS ZONAS ESPECIALES TURÍSTICAS DE QUITO

El análisis de las PI supone la existencia de relaciones e interrelaciones entre las diferentes PI requeridas para la adecuada gestión de las organizaciones, ya que se considera que aquellas que identifican y consideran los intereses y requerimientos de las diferentes PI, en la práctica de la RSE contribuyen al desarrollo sostenible del sector turístico. Por ello, el DMQ considera necesario el diseño e implementación de políticas y prácticas sostenibles orientadas al desarrollo del turismo responsable, basado en varios pilares fundamentales, como son: la educación y formación de calidad de sus colaboradores, el crecimiento económico basados en principios de sostenibilidad, la generación de empleo digno/decente y la igualdad de oportunidades; posicionándose firmemente en la agenda de desarrollo post-2015 (Reinert & Barbosa, 2015, págs. 265-266).

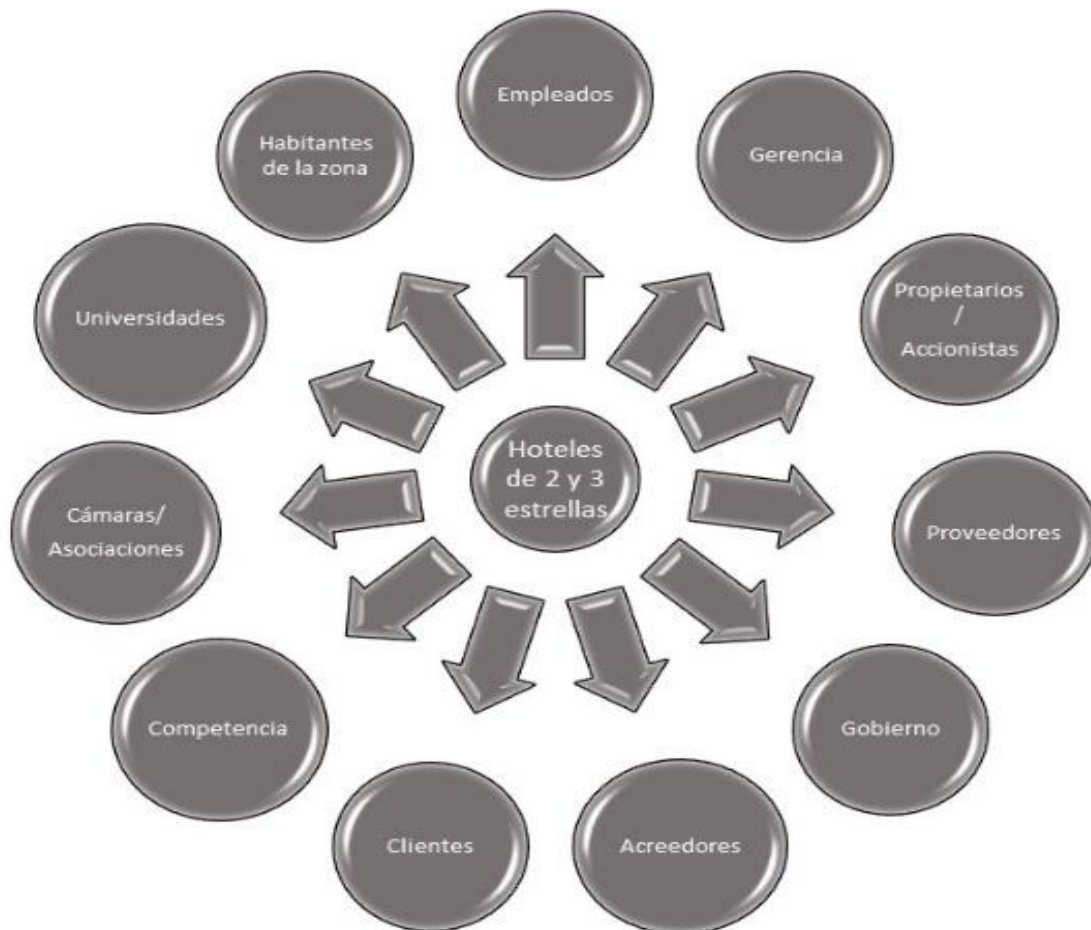
En este capítulo se presentan los resultados referentes a la identificación de las diferentes partes interesadas para los hoteles de dos y tres estrellas de las ZEQ, utilizando para el efecto el modelo de Mitchell, et al. (1997). Se inicia con la identificación de las principales PI con los que trabajan los hoteles y la caracterización de los establecimientos que forman parte del estudio. Posteriormente, se identifican las condiciones de poder, legitimidad y urgencia presente en cada una de las PI, para finalmente establecer las diferentes PI de acuerdo con la tipología planteada en el modelo.

5.1. Principales PI

La identificación de las PI para todo el sector hotelero de categoría dos y tres estrellas de las ZETQ resulta compleja por la percepción, identificación y tratamiento diferenciado que cada uno de los establecimientos brinda en su gestión. Motivado por su heterogeneidad, las características individuales y bajo la óptica de la RSE, se considera que las organizaciones

responden a intereses de diferentes actores y se busca un equilibrio con los de los propietarios de los establecimientos. Por esta razón, se han tomado como referencia las PI que constan a continuación (Figura 13):

Figura 13. Identificación de las PI



Fuente: Elaboración propia con base en Freeman (1984), Jawahar y McLaughlin (2001) y Buysse y Verbeke (2003)

5.2. Caracterización de las organizaciones relevadas

Las organizaciones objeto de estudio fueron los 21 hoteles que cumplieron las características planteadas de haber realizado al menos una actividad relacionada con la responsabilidad social. De esta manera, en la tabla 14 se identifican los tipos de establecimientos que cumplen la premisa fundamental, la cantidad de hoteles que cumplen esta condición y su conformación legal. Además, se presenta el número de empleados con que cuentan estos establecimientos, el promedio de facturación anual, el tipo de organización, el tiempo de vida promedio de los hoteles; así como, los principales servicios con que cuentan estos establecimientos, las

cámaras empresariales a las que están afiliados y el tipo de mercado donde trabajan estos negocios. Esta información permite la caracterización clara de los hoteles de dos y tres estrellas en las ZETQ.

Tabla 14. Hoteles de dos y tres estrellas en las ZETQ

CATEGORIA	ZONA ESPECIAL TURISTICA	CANTIDAD	%	FORMA LEGAL	N° EMPLEADOS	%	FACTURACIÓN ANUAL PROMEDIO	TIPO ORGANIZACIÓN	TIEMPO DE VIDA PROMEDIO	PRINCIPALES SERVICIOS	CÁMARAS EMPRESARIALES/ ASOCIACIONES	MERCADOS DONDE TRABAJA
2 Estrellas	Centro Histórico	4	19,05%	1 Persona jurídica	5	3%	30.000,00	1 Empresa nacional	60 años	Alojamiento Alimentación	Asociación de hoteles de Quito	Turistas Nacionales
				3 Persona natural	16	9%	60.000,00	2 Empresa familiar 1 Pyme	26 años	Alojamiento Alimentación	Asociación de hoteles de Quito Otros	Turistas Nacionales y extranjeros
	La Mariscal	2	9,52%	2 Persona natural	11	7%	73.000,00	1 Empresa familiar 1 Pyme	19 años	Alojamiento Alimentación Otros	Cámara de Comercio de Quito Asociación de hoteles de Quito Otros	Turistas Nacionales y extranjeros
	3 Estrellas	Centro Histórico	5	23,81%	1 Persona jurídica	6	4%	60.000,00	1 Empresa familiar	9 años	Alojamiento Alimentación	Otros
4 Persona natural					22	13%	33.000,00	3 Empresa familiar 1 Empresa nacional	15 años	Alojamiento	Cámara de Comercio de Quito Asociación de hoteles de Quito Otros	Turistas Nacionales y extranjeros
La Mariscal		10	47,62%	3 Persona jurídica	33	20%	108.000,00	3 Empresa familiar	21 años	Alojamiento Alimentación	Asociación de hoteles de Quito	Turistas Nacionales y extranjeros
				7 Persona natural	76	45%	106.000,00	4 Empresa familiar 1 Empresa nacional 2 Pymes	18 años	Alojamiento Alimentación Otros	Cámara de Comercio de Quito Asociación de hoteles de Quito Otros	Turistas Nacionales y extranjeros
TOTAL		21	100,00%		169	100%	76.000,00		19 AÑOS			

Fuente: Elaboración propia

Cabe recalcar que, en la tabla 14 se identifica que el 23,81% son sociedades y el 76,19% son personas naturales que realizan actividad económica amparada en la legislación ecuatoriana. Estas 21 organizaciones tienen un tiempo de vida promedio ponderado de 19 años e ingresos promedios aproximados a los \$76.000,00 dólares, que evidencia el grado de experiencia; así mismo, por estar ubicadas en los polos de desarrollo turístico de la ciudad atienden tanto a turistas nacionales como extranjeros, contribuyendo de esta manera a consolidar a Quito, como destino líder de la región según los *World Travel Award* (WTA) y su desarrollo resulta estratégico para los intereses del país (Ministerio de Turismo, 2017).

Por otra parte, resulta de interés la identificación de la unidad organizacional que se encarga de gestionar los requerimientos de las diferentes PI. Por lo que, en la tabla 15 se identifica entre los diferentes hoteles las menciones que cada unidad presenta por cada parte interesada y el porcentaje que cada uno representa del total. Esto permite la determinación

de la importancia relativa que presenta cada una de las PI dentro de la estructura organizacional de cada hotel, así como la responsabilidad que asume en la cadena de mando del establecimiento.

Tabla 15. Unidad responsable de la gestión de las PI

STAKEHOLDER ATENDIDO	UNIDAD	MENCIÓN	%
Empleados/trabajadores	Gerencia/Administración	11	52%
	Ama de llaves	1	5%
	Dpto. Administrativo	2	10%
	Dpto. Recepción	5	24%
	Operación	2	10%
Gerente/Administrador	Gerencia/Administración	20	95%
	Comisión de organización	1	5%
Propietario/accionistas	Gerencia/Administración	20	95%
	Comisión de organización	1	5%
Proveedores	Gerencia/Administración	15	71%
	Ventas	3	14%
	Bodega	1	5%
	No especificado	2	10%
Gobierno	Gerencia/Administración	13	62%
	Departamento Legal	1	5%
	Operación	1	5%
	No especificado	6	29%
Acreedores	Gerencia/Administración	16	76%
	No especificado	5	24%
Clientes	Gerencia/Administración	11	52%
	Ventas	6	29%
	Operación	1	5%
	Dpto. Recepción	1	5%
	No especificado	2	10%
Competencia	Gerencia/Administración	13	62%
	Ventas	3	14%
	No especificado	5	24%
Cámaras/Asociaciones	Gerencia/Administración	16	76%
	No especificado	5	24%
Universidades	Gerencia/Administración	13	62%
	Ventas	1	5%
	Operación	1	5%
	No especificado	6	29%
Habitantes de la zona	Gerencia/Administración	13	62%
	Ventas	1	5%
	Operación	1	5%
	No especificado	6	29%

Fuente: Elaboración propia

Sin embargo, al hablar de los responsables de su gestión estas varían de acuerdo con su estructura organizacional, por lo que al tratarse en su mayoría de negocios de origen familiar (67%) caracterizados por la propiedad del negocio, mantienen participación directa en la gestión de las empresas (Molina, Botero, & Montoya, 2017, pág. 78). Por ello, esta responsabilidad recae sobre sus gerentes/administradores, que a su vez son sus propietarios/accionistas, encargándose de gestionar la totalidad de las PI (11 participantes), ya que entre el 52 % y el 95 % de negocios están bajo su responsabilidad. Por otra parte,

“ventas” y “operaciones” son otras unidades responsables de gestionar a un grupo reducido de PI (Tabla 15).

Por último, el departamento administrativo y la unidad de “ama de llaves” aparecen como gestores de los empleados y trabajadores con el 10% y 5% de las organizaciones respectivamente, mientras que un hotel gestiona los intereses y necesidades de los gerentes/administradores y los propietarios y accionistas (5%) a través de una comisión de organización como máxima autoridad. Así mismo, únicamente en una organización la “bodega” se preocupa de los proveedores (5%) y el “gobierno” es gestionado por el departamento legal de un establecimiento, representando el 5% de los negocios (Tabla 15).

5.3. Orientación estratégica de las PI identificadas

De acuerdo con la encuesta para el análisis de las PI, determinó que el 27% son de origen interno y constan en las diferentes estrategias de las organizaciones, mientras que el 73% son de origen externo, que por su heterogeneidad son complejas de gestionar porque resulta difícil la comprensión de sus intereses y necesidades, así como sus relaciones comerciales y de gestión. Por ello, en la tabla 16 se identifica las diferentes menciones que presentan cada una de las PI en la diferente documentación estratégica de las organizaciones, en los reportes de responsabilidad social o en cualquier tipo de referencias que existan en las empresas.

Tabla 16. Importancia atribuida a las PI

STAKEHOLDER	MENCIONES			TOTAL	
	ESTRATÉGICO	RESP. SOCIAL	OTROS	No.	%
Empleados/trabajadores	19			19	90%
Gerente/Administrador	17			17	81%
Propietario/accionistas	18			18	86%
Proveedores	9			9	43%
Gobierno	7			7	33%
Acreedores	6			6	29%
Clientes	15			15	71%
Competencia	10			10	48%
Cámaras/Asociaciones	10			10	48%
Universidades	9			9	43%
Habitantes de la zona	8			8	38%
Total	11	0	0		

Fuente: Elaboración propia

Los hoteles consideran dentro de sus acciones estratégicas a las PI internas, ya que los empleados/trabajadores están considerados por el 90% de los establecimientos, los gerentes son considerados por el 81% y los propietarios/accionistas por el 86%. Dentro de las PI externas, los clientes son los más representativos, ya que el 71% de los hoteles los consideran en su gestión, procurando su satisfacción. En contraposición, las PI menos consideradas son los acreedores, el gobierno y la comunidad que son mencionados por el 29%, 33% y 38% respectivamente, lo que denota su importancia relativa para las organizaciones. Por otra parte, los diferentes negocios manifiestan llevar a cabo diversas acciones relacionadas con la RSE, pero no son aplicadas de manera formal, ya que no cuentan con manifiestos de su importancia en la filosofía organizacional, ni en otros tipos de documentos a los que se tuvo acceso (Tabla 16).

Resulta de interés en el proceso de identificación de las PI la explicación de los fines que las organizaciones persiguen en su gestión, para extraer las prioridades de los establecimientos en la conducción de sus negocios. En la tabla 17 se presentan los aspectos más significativos de los diferentes objetivos que los hoteles tienen respecto a las PI, identificando sus menciones y el peso que tiene respecto al total de los establecimientos hoteleros.

Tabla 17. Objetivos de la organización respecto a las PI

STAKEHOLDER	MENCIONES									TOTAL	
	Servicio	Capacitación	Trabajo en Equipo	Rentabilidad	Gestión de la organización	Insumos de Calidad y tiempo de entrega	Cumplimiento de las leyes y permisos	Política pública	Colaboración y generación de empleo	No.	%
Empleados/trabajadores	8	6	5							19	90%
Gerente/Administrador	4			2	13					19	90%
Propietario/accionistas	1		2	2	13					18	86%
Proveedores			1		1	15				17	81%
Gobierno							10	3		13	62%
Acreedores	2			2	2	1				7	33%
Clientes	15			3		1				19	90%
Competencia	5		3		6					14	67%
Cámaras/Asociaciones	1	3	6				1			11	52%
Universidades	2	6	1		1					10	48%
Habitantes de la zona		1		1					9	11	52%
TOTAL	8	4	6	5	6	3	2	1	1		

Fuente: Elaboración propia

Por ello, se determinó que el 90% de los hoteles orientan sus esfuerzos hacia los empleados/trabajadores, basados en el servicio, la capacitación y el trabajo en equipo, mientras que los gerentes/administradores cuentan con el 90% de interés por parte de los establecimientos sustentado en la gestión y el servicio. A los propietarios/accionistas se les atribuye el 86% de importancia manifestada en el servicio, trabajo en equipo, rentabilidad y gestión (Tabla 17).

Por otro lado, de procedencia externa, las PI más representativas son los clientes con el 90% de importancia, orientando sus esfuerzos al servicio, la rentabilidad, insumos de calidad y tiempos de entrega; y los proveedores con el 81% de significancia, basado en el trabajo en equipo, facilidades para la gestión y disposición de insumos de calidad en cantidad y tiempo adecuado. Además, en el sector de servicios, la excelencia se logra por las acciones e interrelación proveedores-organización-clientes, las cuales son valoradas y evaluadas por los consumidores. Por ello, la clave para el desarrollo empresarial es la creación de factores diferenciadores que permitan posicionarse en la mente del consumidor, a través de la generación de valor en cada uno de los procesos existentes en los hoteles (Ruizalba, Vallespín, & Pérez, 2015, págs. 85-86).

Contrariamente, las PI menos consideradas en los objetivos de estos hoteles son los acreedores con el 33% de menciones sustentado en el servicio, la rentabilidad, la gestión, la disponibilidad de insumos de calidad y tiempo de entrega. Las universidades son consideradas por el 48% de los hoteles dentro de sus objetivos sustentado en el servicio, la capacitación, trabajo en equipo y la gestión. Asimismo, las cámaras/asociaciones a las que pertenecen las contemplan en sus objetivos a través del servicio, la capacitación, el trabajo en equipo, el cumplimiento de leyes y permisos de funcionamiento, mientras que la comunidad las relaciona con la capacitación, rentabilidad y en la colaboración para la generación de empleo, cada uno con el 52% de establecimientos. Con ello se establece que para la mayoría de los hoteles estos últimos tienen un mínimo interés en su planificación y gestión (Tabla 17).

De todo lo anteriormente expuesto, se desprende que los hoteles basan sus actividades en el servicio, el trabajo en equipo, procurando mejorar la gestión de las organizaciones para posicionarse en el mercado y obtener un reconocimiento por parte de los clientes. Además, a través de este mecanismo estos establecimientos procuran la creación de una ventaja

competitiva que les permita diferenciarse de la competencia y especializarse en un nicho de mercado.

5.4. Objetivos del participante respecto a la organización

Partiendo del hecho de que estos hoteles tienen principalmente PI externas, se identificaron cuatro que los consideran específicamente dentro de sus actividades cuya información se obtuvo de las páginas web de quienes las poseían. Por una parte, se encuentran los proveedores conformados por personas naturales o empresas que suministran productos y/o servicios, quienes los consideran clientes dándoles su respectiva importancia; asimismo, los acreedores pertenecientes al sistema financiero formal los consideran dentro de su cadena comercial.

Complementariamente, el 80,95% de negocios manifiestan que no cuenta con acreedores para financiar sus actividades, debido a que sus ventas son principalmente de contado o a través del uso de tarjetas de crédito consideradas igualmente como efectivo, caracterizando la liquidez que tiene el sector. Sin embargo, apenas el 19,05% de hoteles contemplan como acreedores a las diferentes instituciones financieras formales que recíprocamente los identifican como clientes atribuyéndoles la importancia del caso, sin contar con una línea crediticia especial.

Al hablar de los objetivos planteados por la competencia, este sector considera tanto a la directa (hoteles) e indirecta (hostales) de su zona de influencia, que buscan algún atributo diferenciador. Esta particularidad resalta las interrelaciones y dependencias existentes en los procesos seguidos por los negocios, su personal y los consumidores, que les permitirán posicionarse en el competitivo mundo turístico (Solnet & Kandampully, 2008, pág. 184).

Por último, las diferentes universidades que cuentan dentro de su oferta académica con carreras relacionadas al turismo, hotelería y/o gastronomía, consideran en su planificación al sector hotelero como parte del campo laboral de sus estudiantes y como fuente de prácticas y pasantías. Esta obligatoriedad impuesta por el organismo de control de la educación superior forma parte del sistema de evaluación del entorno de aprendizajes, compuesto por una serie de indicadores referente al currículo, impuesto en los procesos de acreditación de las carreras de las universidades y escuelas politécnicas del Ecuador (CEEACES, 2018).

5.5. Relación de la organización con las PI

5.5.1. Tipo de responsabilidad de la organización por cada PI

Para el establecimiento del tipo de responsabilidades presente con cada PI es necesario la determinación de la importancia relativa que presentan los hoteles en su gestión y en la toma de decisiones. De esta manera, en la tabla 16 se presentan a las diferentes PI, clasificadas por el grado de responsabilidad que presenta la organización ante ellas. La responsabilidad de índole primaria es aquella relacionada con las repercusiones producidas por el giro del negocio, las de responsabilidad secundaria es relacionada con el entorno empresarial de los grupos interdependientes a la organización; y por último, los de responsabilidad terciaria se encuentran las PI del entorno social, no relacionadas con las actividades habituales de la organización.

Por ello, se identifica que la responsabilidad de tipo primaria representa el 45,45% del total de PI, secundaria el 27,27% y terciaria el 27,27%, estableciéndose que han centrado todos sus esfuerzos en satisfacer los requerimientos o necesidades de las PI con responsabilidad primaria. Además, se deduce que su administración se centra en las PI de origen interno (personal, gerencia y dueños/accionistas) más las de procedencia externa (proveedores y clientes), con repercusiones directas en el desempeño de la organización (Tabla 18). Con ello, se pretende garantizar la calidad de los servicios y manejar aquellos participantes que influyen directamente con la visión estratégica de la empresa, para garantizar su supervivencia (Bonilla & Benítez, 2017, págs. 158-159).

Tabla 18. Tipo de responsabilidad de la organización respecto a las PI

STAKEHOLDER	RESPONSABILIDADES		
	PRIMARIA	SECUNDARIA	TERCIARIA
Empleados/trabajadores	X		
Gerente/Administrador	X		
Propietario/accionistas	X		
Proveedores	X		
Gobierno		X	
Acreedores		X	
Clientes	X		
Competencia		X	
Cámaras/Asociaciones			X
Universidades			X
Habitantes de la zona			X
TOTAL	5	3	3

Fuente: Elaboración propia

5.5.2. Dependencia de la organización respecto a las PI

Las relaciones existentes entre los hoteles y las diferentes PI están supeditadas a los peligros latentes que afectan la supervivencia de las organizaciones y su grado de afectación. Por ello, en la tabla 19 se muestra los tipos de riesgo con los que puede enfrentarse las organizaciones, siendo estas las que amenazan a la supervivencia, las de riesgo moderado y aquellas que no presentan riesgo. Por otra parte, se presenta el tipo de intensidad que puede reflejar cada riesgo, siendo estas de intensidad absoluta, moderada o nula de acuerdo a su influencia sobre las organizaciones. La ubicación de cada una de las PI identificadas depende de la conjunción de estos dos parámetros, que refleja la dependencia de las organizaciones respecto a las PI.

Por ello, de las correspondencias entre riesgo e intensidad, las PI consideradas como insustituibles son los propietarios/accionistas y los clientes, porque trabajan en nichos de mercado que garantizan su estabilidad; asimismo, los proveedores presentan una relación recíproca entre organizaciones (Gorrochategui, et al., 2013). Además, se considera como prescindente a los empleados/trabajadores, los acreedores, las diferentes cámaras/asociaciones, las diferentes universidades y la comunidad. Sin embargo, existen relaciones con los administradores o el gobierno que, a pesar de carecer de riesgo al momento, de presentarse algún conflicto su intensidad es absoluta y puede generar inestabilidad en los hoteles; finalmente, la competencia presenta riesgo moderado e intensidad nula (Tabla 19).

Tabla 19. Clasificación de las PI según el grado de dependencia de la organización respecto a las PI

		TIPOS DE INTENSIDAD		
		ABSOLUTA	MODERADA	NULA
TIPOS DE RIESGO	AMENAZA LA SUPERVIVENCIA	Propietario/accionistas Clientes		
	RIESGO MODERADO		Proveedores	Competencia
		Gerente/Administrador Gobierno		Empleados/trabajadores Acreedores
	SIN RIESGO			Cámaras/Asociaciones Universidades Habitantes de la zona

Fuente: Elaboración propia

5.6. Aplicación del Modelo de Mitchell, Agle y Wood

La identificación de las diferentes PI permitirá al nivel jerárquico superior de los diferentes negocios tomar decisiones basadas en información concreta de una manera estratégica, lo que les permitirá a su vez la distribución de recursos organizacionales y asignación de presupuestos para cada acción y actividad planificada. Por lo que, contar con un mecanismo para la identificación claramente cada una de las partes interesadas presentes en la gestión de las organizaciones permitirá garantizar la satisfacción de intereses y necesidades presentes en las diferentes PI y contribuirá a alcanzar los objetivos organizacionales (Mitchell et al., 1997, págs. 870-871).

Para lo cual, el modelo propuesto por Mitchell, et al. (1997) ayuda a la identificación de las diferentes PI y permite los procesos de gestión en los establecimientos de alojamiento, basado en tres elementos fundamentales, como son: el poder de las PI para afectar a las organizaciones, la legitimidad de los actos de los involucrados y la urgencia en la resolución de los problemas. Complementariamente, se empleó el procedimiento sugerido por Falcao y Fontes (1999) para determinar el grado de sensibilidad de los recursos y el grado de disponibilidad, permitiendo establecer el grado de poder de cada uno de las PI, el grado de legitimidad y el grado de urgencia para poder categorizar a cada uno de las PI (Falcao & Fontes, 1999, págs. 12-13).

5.6.1. Poder

Esta característica determina la capacidad de un determinado participante para obligar a la contraparte a realizar determinada acción basados en diferentes recursos, como son los medios (simbólicos, utilitarios o coercitivos); es decir, a través de relaciones intersubjetivas de influencia (Cruz, 2013, págs. 40, 46). Por ello, en la tabla 20 se muestra la fijación de la sensibilidad de los recursos usados por la organización y el grado de disponibilidad del recurso por parte de cada uno de las PI. Gracias a esta relación se puede establecer el grado de poder por cada medio y a través de su multiplicación, permite identificar el grado de poder total por participante (Falcao & Fontes, 1999, pág. 12).

Con estos antecedentes, se muestra en la tabla 20 que las PI con más poder en las organizaciones son los gerentes, los propietarios/accionistas y los acreedores con un grado

total de poder de 5184 cada uno. Esto se entiende en la medida que los dos primeros son los encargados de la conducción y la toma de decisiones en los negocios, que al tratarse de empresas que en su mayoría son de origen familiar, tienen el poder absoluto. Por otra parte, el último se le atribuye características de poder por el grado de repercusiones que pudieran tener al momento de restringir el uso de recursos financieros requeridos para el giro del negocio, a pesar de no ser el caso para la totalidad del sector analizado (Tabla 20).

Tabla 20. Recursos de poder de las PI

STAKEHOLDER	RECURSOS DE PODER							Grado Total de Poder
	Medios Coercitivos		Medios Utilitarios			Medios Simbólicos		
	Fuerza Física	Armas	Materiales Físicos	Financieros	Logísticos	Tecnológicos	Reconocimiento y estima	
Grado de Sensibilidad de los recursos	2	0	2	3	2	2	3	
Empleados/trabajadores								
Grado de disponibilidad	2	0	1	1	3	2	1	
Grado de poder	4	0	2	3	6	4	3	1728
Gerente/Administrador								
Grado de disponibilidad	3	0	2	3	2	1	1	
Grado de poder	6	0	4	9	4	2	3	5184
Propietario/accionistas								
Grado de disponibilidad	3	0	2	3	2	1	1	
Grado de poder	6	0	4	9	4	2	3	5184
Proveedores								
Grado de disponibilidad	1	0	2	1	2	1	1	
Grado de poder	2	0	4	3	4	2	3	576
Gobierno								
Grado de disponibilidad	3	0	1	0	2	2	1	
Grado de poder	6	0	2	0	4	4	3	576
Acreedores								
Grado de disponibilidad	1	0	3	3	2	2	1	
Grado de poder	2	0	6	9	4	4	3	5184
Clientes								
Grado de disponibilidad	3	0	1	3	2	1	1	
Grado de poder	6	0	2	9	4	2	3	2592
Competencia								
Grado de disponibilidad	1	0	1	1	2	2	1	
Grado de poder	2	0	2	3	4	4	3	576
Cámaras/Asociaciones								
Grado de disponibilidad	1	0	0	0	1	2	3	
Grado de poder	2	0	0	0	2	4	9	144
Universidades								
Grado de disponibilidad	1	0	0	0	1	1	2	
Grado de poder	2	0	0	0	2	2	6	48
Habitantes de la zona								
Grado de disponibilidad	1	0	1	1	1	1	1	
Grado de poder	2	0	2	3	2	2	3	24

Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, las PI con menos atributos de poder son los miembros de la comunidad, mostrando desinterés en su desarrollo ya que no perciben afectaciones por su presencia; las universidades y las cámaras/asociaciones por su escasa participación en la conducción de los hoteles, por las connotaciones del entorno y por la importancia atribuida, con una ponderación de 24, 48 y 144 respectivamente. Por último, el gobierno mantiene un estado pasivo preocupado básicamente por el cumplimiento de la ley (Tabla 20). Los medios de poder más utilizados son el reconocimiento y la estima como base de mantener relaciones saludables con las PI, para el caso de los gerentes, los propietarios/accionistas, los acreedores y los clientes son reemplazados por los recursos financieros, entendible por su búsqueda de ganancias y el pago de deudas.

5.6.2. Legitimidad

Considerada como la percepción y aceptación de las acciones llevadas a cabo por las diferentes partes relacionadas en una sociedad, con sustento legal, normativo, cognitivo o moral. Por ende, al momento que se percibe un alto nivel de legitimidad en una situación específica, se tiene mayores posibilidades de obtener mejores condiciones o mayores beneficios, a pesar de ser actos de obligatorio cumplimiento. Por lo que, el grado de legitimidad total está compuesto por lo que las empresas y negocios consideran como legítimo organizacionalmente y socialmente (Martín, González, & Román, 2010, págs. 127-128). En la tabla 21 se presenta a las diferentes PI y el grado de legitimidad, tanto organizacional como social, determinando de esta manera el grado de legitimidad total.

Tabla 21. Legitimidad de las PI

Stakeholders	Niveles de Deseabilidad		Grado de Legitimidad Total
	Legitimidad Organización	Legitimidad social	
Empleados/trabajadores	1	1	1
Gerente/Administrador	1	1	1
Propietario/accionistas	1	1	1
Proveedores	1	1	1
Gobierno	1	1	1
Acreedores	1	1	1
Clientes	1	1	1
Competencia	1	1	1
Cámaras/Asociaciones	1	1	1
Universidades	1	1	1
Habitantes de la zona	1	1	1

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en el Tabla 21, según el criterio del sector hotelero de las ZETQ determinan que las acciones de las PI tienen una legitimidad a nivel organizacional considerada como bajo. Esto se debe a que cada una de las PI tienen la potestad de presentar quejas a la empresa, pero es raro que esto ocurra. Así mismo, presentan una legitimidad a nivel social también bajo, por la presencia de problemas y reclamos aislados, sin que por ello se hayan generado apegos de otros grupos más coordinados por la naturaleza especial de los conflictos presentado.

5.6.3. Urgencia

Este factor se entiende como el tiempo de respuesta requerido por parte de las organizaciones para dar soluciones a las reclamaciones presentadas por las PI por problemas percibidos como críticos en la realización de sus actividades. Estos procesos de resolución de conflictos están supeditados a una serie de restricciones de diferente fuente, como el tiempo, acceso a la suficiente información requerida para su respuesta, conocimientos previos de los involucrados, entre otros. Por ello, este elemento imprime una dinámica particular a los procesos de toma de decisiones en las organizaciones, ya que permite la priorización de los problemas que presentan las diferentes PI, facilita la asignación de recursos empresariales y motiva a los involucrados de acuerdo a sus expectativas e intereses (Morales & Segoviano, 2016, págs. 61-62).

Para el entendimiento de este factor, en la tabla 22 se presentan los criterios de urgencia para cada uno de las PI. Los criterios de urgencia tomados como referencia son: la sensibilidad temporal presentes por cada tipo de participante y la criticidad de la problemática presentada. Para el primer criterio, un 0 representaría un desinterés por la resolución del problema, mientras que el 3 significa una preocupación inmediata por la resolución de su caso. De igual manera, para el segundo criterio 0 representaría que el caso en particular no genera ninguna dificultad, mientras que el valor de 3 reconoce lo crítico de la situación para la PI. Finalmente, para la obtención del grado de urgencia total se procede a la multiplicación de los dos elementos anteriormente citados.

Tabla 22. Urgencia de las PI

Stakeholders	Criterios de Urgencia		Grado de Urgencia
	Sensibilidad Temporal	Criticidad	
Empleados/trabajadores	3	1	3
Gerente/Administrador	3	3	9
Propietario/accionistas	3	3	9
Proveedores	3	1	3
Gobierno	1	2	2
Acreedores	3	1	3
Clientes	3	2	6
Competencia	1	2	2
Cámaras/Asociaciones	1	1	1
Universidades	1	1	1
Habitantes de la zona	1	1	1

Fuente: Elaboración propia

Por lo que, en el Tabla 22 se determina que el grado de urgencia total más alto entre las diferentes PI está dado por el gerente, los propietarios y/o accionistas con una puntuación de 9 en promedio. Por otra parte, otro participante con alto grado de urgencia en la resolución de los conflictos son los clientes que alcanzan una valoración de 6 puntos, seguido por los empleados/trabajadores, los proveedores y los acreedores con una ponderación de 3 cada uno de ellos. Con esto se ratifica que, para las organizaciones las PI con mayor requerimiento de urgencia en la solución de sus conflictos son los de responsabilidad primaria. Los niveles más bajos de urgencia están representados por las cámaras/asociaciones, las universidades y la comunidad.

5.7. Clasificación de las PI

Siguiendo con la aplicación del modelo de Mitchell, et al. (1997) y gracias al procedimiento de Falcao y Fontes (1999) se compara los tres elementos de análisis, previo su normalización; es decir, el resultado de dividir el valor del atributo para su media. Este proceso de normalización permite comparar diferentes atributos con diferentes unidades de medida, por lo que en caso de ser mayor a uno indica que el atributo es mayor a la media y si es menor a uno, su resultado es menor a la media. Con este análisis se puede determinar si cada participante cuenta o no con los atributos de poder, legitimidad y urgencia en la solución de los conflictos, lo que está representado en el índice de preponderancia.

De esta manera, como resultado final del proceso tomado como referencia se presenta en la tabla 23, en la cual se identifica a las diferentes PI con las que trabajan los hoteles de dos y tres estrellas en las ZETQ, junto con el grado de poder, legitimidad y urgencia que tienen cada una de ellas en la gestión de los establecimientos. Para cada una de estas variables se indica el valor alcanzado en los acápite anteriores y el valor normalizado requerido para el análisis, su multiplicación establece el índice de preponderancia necesario para el encasillamiento de cada una de las PI en las diferentes tipologías existentes que se identifican con las partes interesadas, como resultado final de la aplicación del modelo desarrollado por Mitchell, et al. (1997).

Tabla 23. Clasificación de las PI según el modelo de Mitchell, Agle y Wood

Stakeholders	Grado de Poder		Grado de Legitimidad		Grado de Urgencia		Total AxBxC	Índice de Preponde rancia	Categoría
	Total	Normalizado	Total	Normalizado	Total	Normalizado			
Empleados/trabajadores	1.728,00	0,87	1,00	1,00	3,00	0,83	0,72	0,43	Discrecional
Gerente/Administrador	5.184,00	2,61	1,00	1,00	9,00	2,48	6,47	3,83	Definitivo
Propietario/accionistas	5.184,00	2,61	1,00	1,00	9,00	2,48	6,47	3,83	Definitivo
Proveedores	576,00	0,29	1,00	1,00	3,00	0,83	0,24	0,14	Discrecional
Gobierno	576,00	0,29	1,00	1,00	2,00	0,55	0,16	0,09	Discrecional
Acreedores	5.184,00	2,61	1,00	1,00	3,00	0,83	2,16	1,28	Dominante
Clientes	2.592,00	1,31	1,00	1,00	6,00	1,65	2,16	1,28	Definitivo
Competencia	576,00	0,29	1,00	1,00	2,00	0,55	0,16	0,09	Discrecional
Cámaras/Asociaciones	144,00	0,07	1,00	1,00	1,00	0,28	0,02	0,01	Discrecional
Universidades	48,00	0,02	1,00	1,00	1,00	0,28	0,01	0,00	No Stakeholder
Habitantes de la zona	24,00	0,01	1,00	1,00	1,00	0,28	0,00	0,00	No Stakeholder
TOTAL	21.816,00		11,00		40,00		18,56		
Promedio	1.983,27		1,00		3,64		1,69		

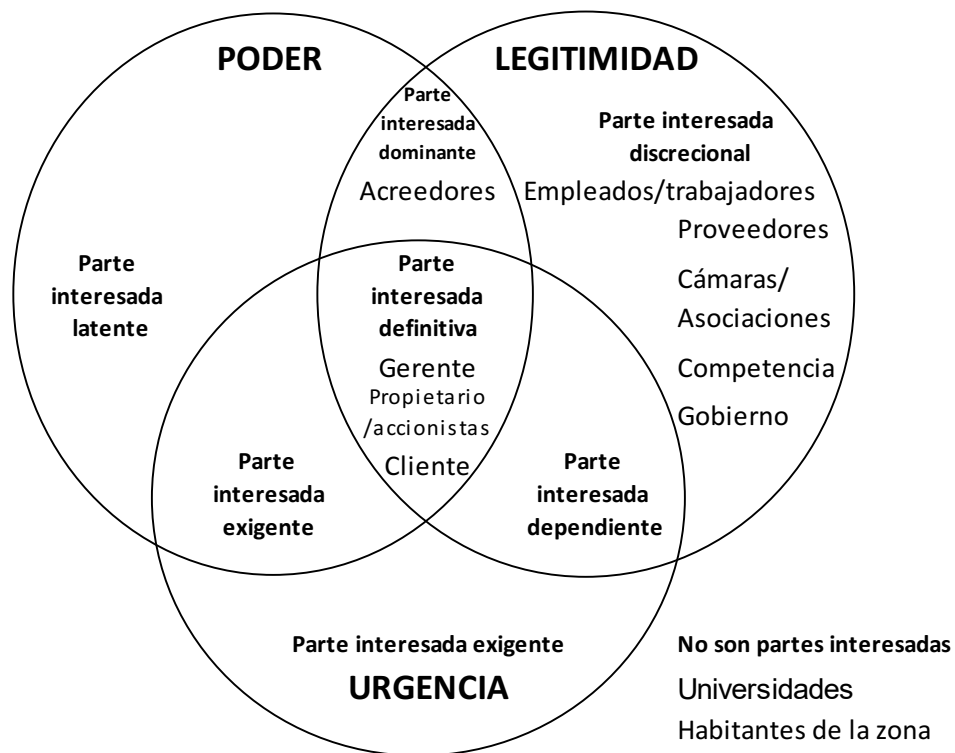
Fuente: Elaboración propia

Como resultado del análisis, se establece que las partes interesadas definitivos están conformados por los gerentes o administradores de las organizaciones, los propietarios o accionistas de las empresas y los clientes o consumidores de los bienes o servicios que comercializan. De igual manera, se ha determinado como PI discrecionales al personal de las organizaciones, los diferentes proveedores con los que trabajan los negocios, las diferentes instituciones del gobierno, la competencia y las diferentes cámaras o asociaciones a los que están adscritas los hoteles, todos ellos con legitimidad ante los ojos de las organizaciones (Tabla 23).

Por último, en la misma tabla 23 se identifica a un participante dominante, el cual posee dos de los tres atributos identificados; es decir, estas PI poseen tanto atributos de poder como legitimidad, pero cuyo nivel de urgencia es limitada, esta es conformado por los acreedores. No obstante, se ha podido establecer dos participantes que a pesar de encontrarse vinculados a los hoteles de categoría dos y tres estrellas de las ZETQ constituido con capital ecuatoriano, no son considerados como PI por el nivel jerárquico superior, siendo estas las universidades y los habitantes de la zona.

Este hecho de desconocer a los habitantes de la zona y a las universidades como PI, no significa que éstas deben ser desechadas en la gestión de los hoteles; sino por el contrario, deben incrustarse estratégicamente en sus diferentes actividades. Esto se debe al carácter dinámico del estudio, ya que permite la priorización a cada una de las PI y el establecimiento de parámetros de referencia que ayudan en la gestión de los negocios, contribuyendo al cumplimiento de los objetivos organizacionales, de acuerdo a las características propias del sector (Figura 14).

Figura 14. PI para hoteles de dos y tres estrellas en las ZETQ según el modelo de Mitchell, et al. (1997)



Fuente: Elaboración propia

5.8. Consideraciones finales sobre las PI

El modelo de Mitchell, et al. (1997) para la determinación de las PI en los hoteles de categoría dos y tres estrellas de los alrededores de las ZETQ caracterizados por realizar al menos alguna actividad relacionada con la RSE es aplicable a la realidad ecuatoriana. Este permite a los hoteles centrar sus esfuerzos en aquellas PI definitivas encargadas de la conducción de los negocios y sus clientes identificadas con responsabilidad primaria; es decir, aquellas relacionadas directamente con el giro del negocio, dejando en segundo plano a las otras. Esto se entiende porque el 76,19% de los establecimientos son creados por personas naturales y de origen familiar, que los administran de manera empírica y dan atención a aspectos relacionados con la rentabilidad del negocio.

El análisis de las PI en el Ecuador es limitado, se observa una carencia de estudios y literatura científica que analicen críticamente esta temática. Así pues, el sector hotelero ha priorizado sus esfuerzos en la satisfacción del cliente y la búsqueda de rentabilidad, sin considerar las implicaciones de las otras PI. Por otra parte, los sistemas de gestión aplicados por la mayoría de los negocios son muy básicos y no consideran la contribución que realiza el sector turismo en el cumplimiento de los ODS. En este contexto, resulta relevante la realización de investigaciones que identifiquen los diferentes procesos aplicados en la industria, su formato organizacional, los modos de establecer prioridades y asignar recursos a las actividades. Además, resulta necesario la determinación de una línea base sobre su aporte a la sostenibilidad y sobre la percepción de la RSE y cómo ésta contribuye a mejorar su desempeño y generar ventajas competitivas.

Asimismo, se ha trabajado bajo la creencia de que la imbricación, el compromiso y la participación de todas las PI en la construcción de un modelo de planificación y gestión consensuada organizacionalmente en el sector hotelero es un asunto clave para su crecimiento y desarrollo. De esta manera, se logrará sobrellevar los límites a los que ha estado expuesta por un trabajo individualizado y potencializará el ejercicio de la actividad, reflejada en un modelo de gestión ajustado y adaptado a su propia dinámica en su afán de conseguir los objetivos de corto, mediano y largo plazo.

Por ello, resulta necesario que el sector hotelero tome conciencia de la relevancia que tienen las PI en la administración y el desarrollo empresarial, a fin de mejorar la productividad,

logrando adaptarse de forma dinámica y flexible a los nuevos paradigmas y enfoques sostenibles en su gestión. Así, resultan prioritarias la formación y capacitación del talento humano, que permitirá el incremento de la calidad del personal del sector y así reducir costos en las operaciones. Con ello, se requiere de profundizar el análisis del entramado de las PI en el ámbito turístico que permitirá la realización de nuevos y diversos abordajes circunscritos a la realidad ecuatoriana que contribuyan al progreso y crecimiento del sector.

CAPÍTULO VI:

IMPORTANCIA DE LA RSE PARA EMPRESARIOS Y HÚSPEDES

Toda organización busca el crecimiento y el desarrollo como parte fundamental de sus actividades, pero si a sus sistemas de gestión se les orienta al trabajo bajo el paradigma de la sostenibilidad, trae como resultado beneficios empresariales que no solo se expresan en términos monetarios, sino también en términos ambientales y sociales. De esta manera, la RSE considera la gestión ética de las organizaciones, la cual trae consecuencias favorables a todas las partes interesadas relacionadas con el giro del negocio. Sin embargo, esta práctica responsable no es percibido de igual manera entre las diferentes partes interesadas, especialmente entre aquellas consideradas como definitivas por el sector hotelero.

Por ello, en el presente capítulo se aborda el análisis de la importancia atribuida a la RSE tanto desde la perspectiva de los hoteles de categoría dos y tres estrellas con capital ecuatoriano ubicados en la ZETQ, como de los huéspedes. Estos puntos de vista sobre las prácticas realizadas por los establecimientos de alojamiento basados en la RSE, resultaron contradictorias por lo que se incluyó un análisis de las brechas entre sus criterios para la identificación de las contradicciones existentes. Finalmente, se identificó las limitaciones que enfrenta este sector empresarial al momento de tomar la decisión de la implementación formal de la RSE en sus organizaciones.

6.1. Introducción

La RSE desde sus orígenes formales a mediados del siglo XX, aparece como consecuencia de la globalización e integración de las diferentes economías mundiales. Ésta se ha transformado en su esfuerzo de brindar apoyo a las organizaciones que pretenden una demostración a la sociedad de su compromiso por el cuidado del medio ambiente y el desarrollo de las diferentes partes interesadas. Por ello, se requiere de la implementación de ciertos indicadores que garanticen su medición, los cuales deben basarse en información real, exacta y completa que permita decisiones más acertadas (Aguar, Aguiar, & Agraz, 2018).

Para cumplir con este fin, se han desarrollado una serie de instrumentos que permiten la medición de los avances de las organizaciones en sus esfuerzos por ser socialmente

responsables. Por lo que este contexto obligó a las diferentes organizaciones a la búsqueda de guías, certificaciones y reconocimientos que avalen sus esfuerzos como la ISO 26000, SA 8000, AA1000, SG21:2008, Iniciativa de Informe global (GRI por sus siglas en inglés), como las más representativas. Estos indicadores de naturaleza cualitativa y cuantitativa permiten la orientación de las estrategias empresariales hacia el cumplimiento de sus objetivos, mismos que deben ser debidamente comunicados a las diferentes partes interesadas para el cumplimiento de su fin (Duque, Cardona, & Rendón, 2013, págs. 199, 203)

De las diferentes alternativas por las que puede optar una organización para enfrentar los retos que la responsabilidad social exige, la norma ISO 26000 es la más importante y se convierte en la mejor opción. Criterio que se justifica por haberse convertido en una guía en la senda de la sostenibilidad para el sector empresarial desde su aparición y brida respuestas alternativas, ya sea de naturaleza pública o privada, en empresas grandes o pequeñas, sin importar el sector económico al que pertenezca. Además, toda institución debe hacerse responsable de sus actos y decisiones, tanto en el interior de las empresas como con el resto de la sociedad (Briones, Vilema, & Mendoza, 2019, pág. 159).

Este hecho repercute profundamente en las organizaciones que deben ajustar sus procesos de gestión acorde a las exigencias de la sostenibilidad y a las del entorno social y empresarial. Además, al ser la norma ISO 26000 una guía puede ser aplicada de manera voluntaria y ajustarse a las necesidades de cada negocio, así como ayuda a las empresas a alinearse al cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) de las Naciones Unidas y demás organismos internacionales. Sin embargo, las entidades que elijan esta alternativa deben responder de manera crítica la importancia que dan a cada uno de los factores que integran esta guía y la manera que repercute en la gestión del negocio (Ditlev-Simonsen, 2019, págs. 204-205).

Si bien es cierto que la simple orientación de una organización hacia la sostenibilidad basada en la norma ISO 26000 no soluciona los problemas ambientales, económicos o sociales por sí sola, ésta puede convertirse en la mejor herramienta para el diseño de estrategias. No obstante, primero es necesaria la superación de los problemas y dificultades que se presenten en el camino sobre todo en sus etapas iniciales, la optimización de los recursos empresariales y un análisis prolijo de la información sensible a la divulgación en los procesos de comunicación. Además, el reconocimiento empresarial propio de una certificación o la

adopción de una postura basado en la RSE no garantiza mejores desempeños (Camilleri, 2019, pág. 165).

De esta manera, esta investigación se fundamenta en el paradigma teórico de la sostenibilidad, que concibe a la RSE y por ende a la norma ISO 2600 como un proceso empresarial que considera aspectos sociales, económicos, y ambientales, incrustados en las organizaciones gracias a los procesos y las actividades desarrolladas. Esta visión tripartita del entorno empresarial varía en función del tiempo, en el corto plazo pueden ser problemáticas y contradictorias, pero al largo plazo se equilibran y su relación resulta complementaria. Esto fundamenta el desarrollo de las organizaciones en términos de equidad social y respeto sobre el uso de recursos naturales, ya que su uso desmesurado se traduce con el tiempo a un estado de escasez absoluta con efectos indiscutibles en los sistemas sociales (Ambrogui, 2017, págs. 113-114).

Por esta razón, el presente capítulo enfrenta la problemática de cuál es la importancia que brindan las organizaciones de los factores que integran la norma ISO 26000 y cómo estas son percibidas por los huéspedes de los hoteles de dos y tres estrellas en las ZETQ y cuáles son las principales limitaciones que enfrentan estos establecimientos al momento de decidir su formal implementación. Este trabajo se sustenta desde la óptica de la RSE, que considera los procesos que llevan a cabo estos negocios en su gestión, ya que se entiende que el trabajo de una organización basado en los principios de la sostenibilidad obliga a la adopción de nuevos esquemas de trabajo estratégicos u operativos acordes a las exigencias del sector turístico y hotelero ecuatoriano (Proaño, Ramírez, & Pérez, 2019).

El trabajo considera el criterio de las PI definitivas establecidas en el capítulo anterior, siendo estos los propietarios, accionistas, administradores y/o gerentes de los hoteles de dos y tres estrellas de la ZETQ frente a la importancia dada en su gestión a los factores que conforman la norma ISO 26000. Asimismo, se identifica la percepción de los clientes de estos establecimientos frente al cumplimiento de estos indicadores por parte de los establecimientos de alojamiento, identificando la brecha existente entre las dos posiciones. Al final se identifica las principales limitaciones que enfrentan los hoteles ante la decisión de implementar formalmente la RSE en sus organizaciones.

6.2. Opinión de la importancia de la RSE desde la perspectiva de los gerentes, administradores y/o propietarios de los hoteles

Para la identificación de la importancia presente en el sector empresarial se aplicó como instrumento de recolección de información una encuesta estructurada a los 21 hoteles de categoría dos y tres estrellas de las ZETQ con capital ecuatoriano que contaban con la característica fundamental de realizar al menos una actividad relacionada con la responsabilidad social, usando para el efecto variables netamente cuantitativas, para la determinación de la importancia dada en su gestión a los estándares establecidos en los siete factores fundamentales de la norma ISO 26000 como de las limitaciones experimentadas por las organizaciones ante la decisión de implementarla formalmente en sus negocios.

Para su mejor comprensión, es necesario la identificación en primera instancia de los parámetros que conforman la norma ISO 26000 y que son considerados por los administradores, gerentes, propietarios y/o accionistas en su gestión. Por esta razón, se presenta en la tabla 24 los siete macro factores que conforman la norma ISO 26000, así como los principales indicadores estadísticos de los resultados obtenidos, como son: la media aritmética, la desviación estándar y el coeficiente de variabilidad. Es a través de esta información que se obtuvo el criterio generalizado sobre las prioridades que prestaron el nivel jerárquico superior de los hoteles de dos y tres estrellas de las ZETQ a la gestión de sus organizaciones.

Tabla 24. Cumplimiento del sector hotelero a los estándares de la norma ISO 26000

Macro Factor Norma ISO 26000	Media	Desviación estándar	Coeficiente de variabilidad
PGOVERNANZA	4,4048	,59935	0,1361
PDHUMANOS	4,7679	,20266	0,0425
PPLABORALES	4,6286	,27775	0,0600
PMAMBIENTE	4,4167	,59861	0,1355
PPJOPERACIONES	4,5905	,40237	0,0877
PACONSUMIDORES	4,7687	,24939	0,0523
PPADCOMUNIDAD	4,1565	,64350	0,1548

Fuente: Elaboración propia

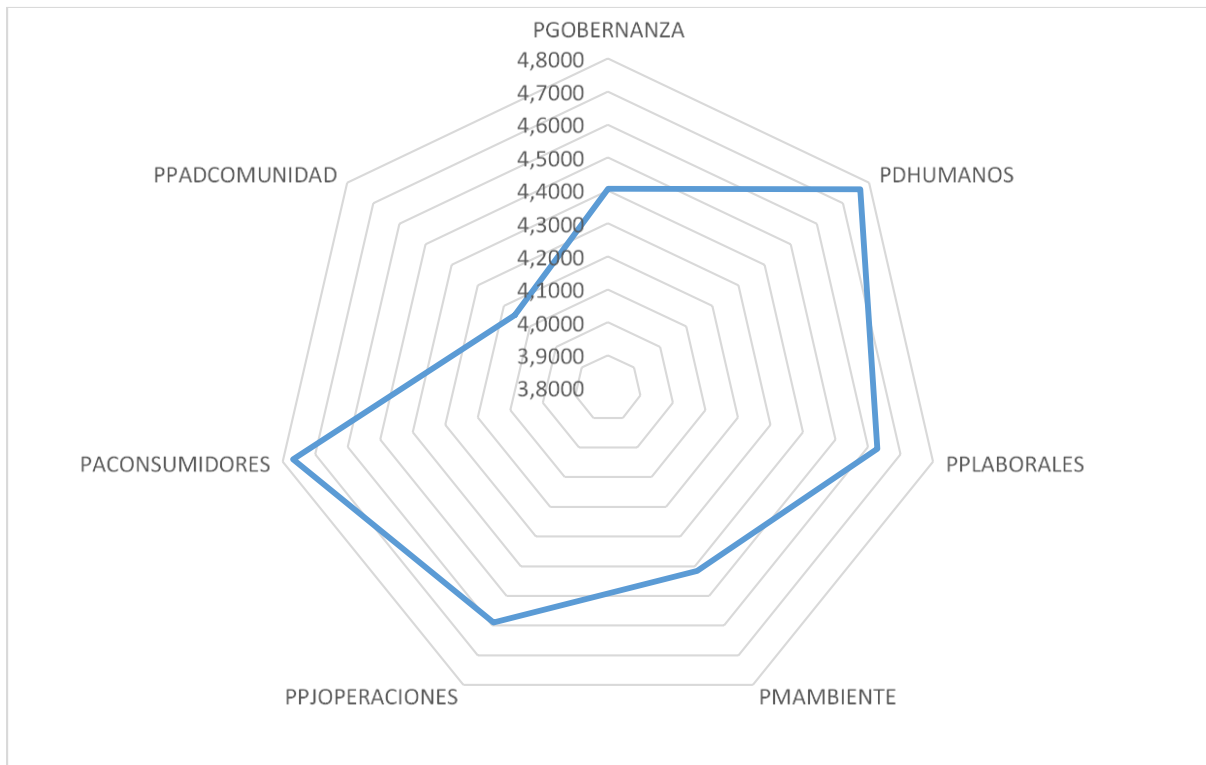
Como se observa en la tabla 24, se determinó que, en la conducción de los establecimientos de alojamiento, su máximo nivel en la toma de decisiones no prestó atención de la misma forma a todos los elementos que conforman la norma ISO 26000. De esta manera, se estableció que el aspecto que prestan mayor atención estas organizaciones es el relacionado con los asuntos de los consumidores con un promedio de respuesta de 4,7687, entendible por tratarse de la fuente de ingreso principal de los negocios. A este le siguió muy de cerca el cumplimiento de los derechos humanos de las personas vinculadas a los establecimientos con una media de calificación de 4,4679, elemento que se toma en consideración por las diferentes leyes vigentes en el país.

El siguiente factor considerado en las actividades normales de los hoteles fue las prácticas laborales aplicadas en las diferentes empresas analizadas, con una calificación promedio de 4,6286 puntos, por su repercusión e influencia en el normal desempeño de los negocios. A continuación, se ubicó el factor que hace referencia de las prácticas justas de operaciones con que operan los hoteles, la cual alcanzó una calificación media de 4,5905 puntos, por su influencia directamente en las relaciones comerciales de los participantes del mercado hotelero de la capital ecuatoriana (Tabla 24).

Por otra parte, ubicado más abajo en las prioridades atribuidas a los macro factores de la norma ISO 26000 se encontró el relacionado con el medio ambiente que resulta importante para la sociedad en general, el sector turístico considera que su industria es limpia y sin contaminantes. La puntuación asignada a este elemento fue de 4,4167 en promedio, que si bien es cierto su valor es considerable, este sector presenta un gran consumo de combustibles fósiles, agua y energía eléctrica. Siguiéndole se encontró la gobernanza, con una media de 4,4048 puntos, que se entiende por la manera en que los hoteles se encuentran organizados, ya que no pertenecen a una gran cadena y su origen es de índole familiar (Figura 15).

Finalmente, como se identifica en la figura 15 el macro factor de la norma ISO 26000 con la más baja puntuación respecto al interés del nivel directivo de los hoteles fue el referente a la participación activa y desarrollo de la comunidad. Este estándar obtuvo una ponderación de 4,1565 puntos como promedio entre los hoteles de dos y tres estrellas de las ZETQ, ya que al momento de realizar sus actividades los administradores, gerentes, propietarios y/o accionistas han considerado de manera limitada en su trabajo las repercusiones con los actores sociales.

Figura 15. Cumplimiento de los hoteles a los estándares de la norma ISO 26000



Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, no solo resulta de interés la identificación de los elementos de la norma ISO 26000 en las decisiones que toman las máximas autoridades de los establecimientos de alojamiento, sino también se requiere la comprensión profunda de la manera en que ellos entienden a la RSE. Por ello, resulta trascendente para efectos de esta investigación la determinación de la manera en que el sector hotelero de categoría dos y tres estrellas de las ZETQ entiende la RSE bajo los parámetros establecidos.

La aplicación del modelo de ACP permitió la ratificación del hecho que los criterios que presentaron los gerentes, administradores y/o propietarios de los hoteles de dos y tres estrellas ubicadas en los alrededores de la ZETQ coincidieron con la concepción de la RSE sustentada en los estándares fijados por la norma ISO 2600. Este método permitió la identificación de los elementos considerados en los sistemas de gestión en las organizaciones caracterizados por su multidimensionalidad y su peso en las decisiones. Como resultado del análisis exploratorio realizado se llegó a la siguiente expresión (Anexo 1).

Expresión resultante:

$$IRSE = f(\beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_n X_n)$$

$$IRSE_k = \sum_{i=1}^p \beta_i X_{ki}$$

Donde:

IRSE = Importancia de la Responsabilidad Social Empresarial

X = Factores de la Norma ISO 26000

β = Coeficiente de los factores de la Norma ISO 26000

De tal modo que,

$$IRSE_k = 0.737X_{1k} + 0.716X_{2k} + 0.820X_{3k} + 0.532X_{4k} + 0.754X_{5k} + 0.903X_{6k} + 0.874X_{7k}$$

$$IRSE_k = 0.73PGOBERNANZA + 0.716PDHUMANOS + 0.820PPLABORALES \\ + 0.532PMAMBIENTE + 0.754PPJOPERACIONES + 0.903PACONSUMIDORES \\ + 0.874PPADCOMUNIDAD$$

Una vez establecido que la concepción de la RSE es acorde a los parámetros manejados en la norma ISO 26000 por parte del sector empresarial, se procedió a la identificación de la importancia relativa atribuida a cada uno de los factores fundamentales en la gestión de las organizaciones. De esta manera, se identificó los componentes más importantes en la gestión de las organizaciones usando para el efecto el modelo de ARLM, de conformidad con la siguiente expresión:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_k X_k + \varepsilon$$

Donde:

β_0 = es el término independiente, es el valor de Y cuando X_1, \dots, X_k son cero

$\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_k$ = son los coeficientes parciales de la regresión

ε = es el error de observación debido a variables no controladas

Por ello, el modelo quedó expresado de la siguiente manera (Anexo 2):

$$\hat{Y} = \hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 X_1 + \dots + \hat{\beta}_k X_k + \varepsilon$$

$$IRSE = -0,879 + 0,452 \text{Gobernanza} + 0,701 \text{Laborales}$$

De esta manera, si los administradores, gerentes, propietarios y/o accionistas de los hoteles con categoría dos y tres estrellas de las ZETQ quieren mejorar su gestión respecto a lo que la RSE se refiere, deben trabajarse en estos dos ámbitos cuyos impactos son más significativos en las organizaciones. Asimismo, el mejoramiento de los factores de gobernanza y las

prácticas laborales permitirá la consolidación de los principios de responsabilidad social que se buscan los objetivos de desarrollo de las Naciones Unidas.

6.3. Opinión de la importancia de la RSE desde la perspectiva de los huéspedes

Otro criterio de interés para la comprensión de la importancia que dan los hoteles de categoría dos y tres estrellas de las ZETQ con capital ecuatoriano a los factores fundamentales de la norma ISO 26000, es a través del criterio de los huéspedes que usan sus servicios. Por ello, se empleó una encuesta estructurada a 402 clientes, usando para el efecto las mismas variables que en el caso del sector empresarial, siendo de naturaleza puramente cuantitativas que permitieron la aplicación de los modelos aplicados para el caso del sector empresarial. Además, se puso su consideración las limitaciones por los cuales los hoteles no implementan la RSE en sus organizaciones.

De igual modo que se procedió con el sector hotelero, resultó conveniente el establecimiento de los estándares que integran la norma ISO 26000 y que a criterio de los clientes son considerados por los hoteles en su trabajo habitual. Por ello, en la tabla 25 se identificó los siete elementos que conforman la norma ISO 26000, junto con los estadísticos que reflejaron su situación, entre los que se encontraron: los datos promedio, su desviación estándar y su coeficiente de variabilidad.

Tabla 25. Percepción de cumplimiento del sector hotelero a los estándares de la norma ISO 26000 por los huéspedes

Macro Factor Norma ISO 26000	Media	Desviación estándar	Coefficiente de variabilidad
PGOBERNANZA	4,2251	,85680	0,2028
PDHUMANOS	4,1059	,63214	0,1540
PPLABORALES	4,1749	,67948	0,1628
PMAMBIENTE	4,1318	,67839	0,1642
PPJOPERACIONES	4,1485	,62700	0,1511
PACONSUMIDORES	4,1866	,58011	0,1386
PPADCOMUNIDAD	4,1025	,61380	0,1496

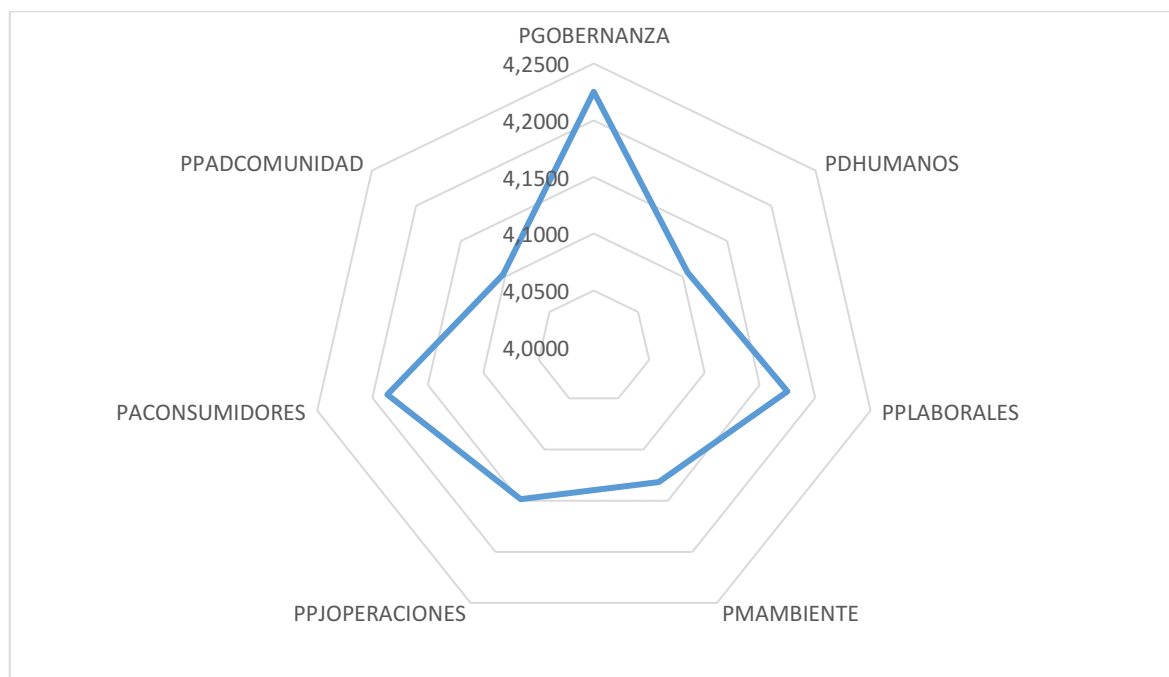
Fuente: Elaboración propia

Del análisis se estableció que, los clientes al igual que la posición de los hoteles brindan una importancia diferente a cada uno de los macro factores de la norma ISO 26000. El elemento con mayor realce a los ojos de los consumidores fue la gobernanza de las organizaciones con

una calificación media 4,2251, ya que consideran que una organización que desee la incursión en la RSE debe ser asumida en la filosofía de la empresa desde su máximo nivel. A continuación, se encontró la orientación a los asuntos de los consumidores con una media de 4,1866, pues este debe ser considerado por cada negocio que busca su crecimiento y desarrollo (Tabla 25).

A los anteriores le siguió el factor referente a las prácticas laborales que aplicaron los hoteles en el desempeño de sus actividades con un promedio de 4,1749 puntos, ya que son conscientes de su participación en la calidad del servicio en los establecimientos. El siguiente componente fue las prácticas justas de operaciones con una puntuación de 4,1485 en promedio, que exige a los establecimientos mejorar las condiciones de la cadena de valor en la búsqueda de la generación de valor agregado. El siguiente en la lista se encontró la preocupación referente al medio ambiente con una calificación media de 4,1318, ya que los consumidores cada vez más exigen a las empresas prácticas sostenibles y un consumo responsable de los recursos empresariales (Figura 16).

Figura 16. Percepción del cumplimiento del sector hotelero a los estándares de la norma ISO 26000 por los huéspedes



Fuente: Elaboración propia

Por último, los factores que menor ponderación atribuidas por los clientes se encontraron fueron la práctica de los derechos humanos con una media de 4,1059 y la participación activa y desarrollo de la comunidad con una nota promedio de 4,1025. El primero, porque los

consumidores pensaron que su aplicación resulta de una aplicación legal y normativa que toda organización debe cumplir, mientras que el segundo porque existe una creencia generalizada que las empresas no deben preocuparse de los miembros de la comunidad.

Con la información obtenida hasta este punto, se requirió la verificación de cómo los clientes de los establecimientos de alojamiento entienden a la RSE bajo los criterios de la norma ISO 26000 desde su perspectiva. Esto permitió a la investigación una comprensión más profunda de los fundamentos sobre los que se basa y los principios sobre las que se fundamenta.

Al igual que el caso de los gerentes, administradores y/o propietarios de los hoteles, se empleó el modelo de ACP, para el establecimiento del punto de vista de los huéspedes sobre la importancia atribuida a la RSE por los hoteles de dos y tres estrellas de las ZETQ. Los parámetros tomados como referencia fueron los elementos principales de la norma ISO 26000 como instrumento utilizado en la orientación de las organizaciones hacia la RSE. Esto se hace en virtud que los negocios centran sus actividades en la satisfacción de las necesidades y deseos de los clientes, quienes día a día presentan mayor conciencia por la protección de la naturaleza y de las personas, que demandan bienes y/o servicios de empresas más responsables (López, Fornés, & Carrasco, 2019, pág. 14).

Se usó para el efecto la siguiente expresión:

$$IRSEH = f(\beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_n X_n)$$

$$IRSEH_k = \sum_{i=1}^p \beta_i X_{ki}$$

Donde:

IRSEH = Importancia de la Responsabilidad Social Empresarial atribuida por los huéspedes

X = Factores de la Norma ISO 26000

β = Coeficiente de los factores de la Norma ISO 26000

De tal modo que (Anexo 3),

$$IRSEH_k = 0.524X_{1k} + 0.764X_{2k} + 0.848X_{3k} + 0.747X_{4k} + 0.814X_{5k} + 0.847X_{6k} + 0.848X_{7k}$$

La aplicación del ACP permitió la comprensión sobre lo que los huéspedes perciben en la gestión de los hoteles en referencia a la RSE, el cual es congruente con los factores fundamentales que integran de la norma ISO 26000. Cabe recalcar que el modelo resultante ACP confirma la vigencia de la norma ISO 26000 desde la perspectiva de los consumidores y resaltó la posición que tienen los administradores, gerentes y/o propietarios de los hoteles de dos y tres estrellas de las ZETQ en su gestión. Esta percepción permitió contrarrestar el criterio del sector hotelero, en el afán de entender la RSE aplicada por ellos. De esta manera, se ratificó el criterio sobre la existencia de una vinculación directa entre la RSE y las decisiones de consumo de las personas que buscan servicios de alojamiento (Bernal, Leo, & Navarrete, 2019, pág. 113)

A continuación, se acudió al ARLM en el proceso de determinación de la percepción que tienen los huéspedes sobre la importancia que tiene el sector hotelero analizado sobre la RSE basado en los elementos que conforman la norma ISO 26000. Al igual que el caso de los administradores, gerentes y/o propietarios, la multidimensionalidad de la norma ISO 26000 requiere la identificación de los criterios de los clientes, para contrarrestar el juicio del sector empresarial, toda vez que son las PI más importantes en la gestión de las organizaciones. Este modelo debe expresar los criterios de los consumidores, ajustado al entorno empresarial ecuatoriano y a las características propias del sector de alojamiento (Anexo 4).

$$IRSEH = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_k X_k + \varepsilon$$

Donde:

β_0 = es el término independiente, es el valor de Y cuando X_1, \dots, X_k son cero

$\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_k$ = son los coeficientes parciales de la regresión

ε = es el error de observación debido a variables no controladas

Para finalizar, los macro factores más importantes a los ojos de los clientes de los hoteles de dos y tres estrellas de las ZETQ se expresaron de la siguiente manera:

$$\hat{Y} = \hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 X_1 + \dots + \hat{\beta}_k X_k + \varepsilon$$

IRSEH=1,000+0,237PADComunidad+0,275MAmbiente+0,232PLaborales+0,143Gobernanza+0,212 AConsumidores+0,155DHumanos

6.4. Brecha de criterio entre las dos perspectivas

Hasta este momento se ha determinado el criterio de los administradores, gerentes y/o propietarios de los hoteles de dos y tres estrellas de las ZETQ frente a la RSE concebida a través de la norma ISO 26000 y sus siete macro factores. Asimismo, se determinó a, la percepción que los huéspedes de estos establecimientos tienen respecto a la importancia atribuida por las organizaciones a la RSE en su gestión. Por ello, se requiere la comparación de estas perspectivas que pueden resultar contradictorias, a efecto de contrastarlas y entender la verdadera situación del sector respecto a la RSE.

Para el entendimiento de cada macro factor de la norma ISO 26000 en las tablas 26, 27, 28, 29, 30, 31 y 32 se presentan los estadísticos descriptivos de cada una de ellas. Se incluye entre otros indicadores la media aritmética, los límites inferior y superior para el mantenimiento del 95% de intervalo de confianza, la desviación estándar, la asimetría, su curtosis, el coeficiente de variación de Pearson y la brecha existente entre los dos criterios (Pérez, 2004, pág. 56). Esta información es presentada tanto para los administradores, gerentes y/o propietarios de los hoteles de dos y tres estrellas de las ZETQ, como la percepción de los huéspedes sobre la importancia atribuida a la RSE de los hoteles, a fin de comparar los resultados obtenidos (García-Villalpando, et al., 2001).

Tabla 26. Brecha existente en el macro factor gobernanza

		PGOBERNANZA				
		Administrador, Gerente y/o Propietario		Huéspedes		Diferencia
		Estadístico	Error estándar	Estadístico	Error estándar	
Media		4,4048	,13079	4,2251	,04273	,1796
95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	4,1319		4,1411		
	Límite superior	4,6776		4,3091		
Mediana		4,5000		4,0000		
Varianza		,359		,734		
Desviación estándar		,59935		,85680		
Mínimo		3,00		1,00		
Máximo		5,00		5,00		
Rango		2,00		4,00		
Asimetría		-,776	,501	-1,136	,122	
Coef. Var. de Pearson		0,13607		0,20279		

Fuente: Elaboración propia

De esta manera, se establecieron en la tabla 26 los estadísticos descriptivos del primer macro factor que se considera en la norma ISO 26000, la gobernanza. Como se observa, la diferencia

de las medias aritméticas entre los criterios del sector empresarial y el de los huéspedes fue de 0,1796, considerando esta brecha como negativa en la percepción de los huéspedes frente a los hoteles; además, para el caso de los huéspedes existe una mayor desviación de datos 0.8568 frente a los 0.5993 de los hoteles. Se observa también que el rango de puntuaciones brindadas por los huéspedes es más amplio que el de los hoteles, para los huéspedes es de 4 mientras que para los hoteles es de 2.

Asimismo, el coeficiente de variación de Pearson para el sector de hoteles es de 13,61%, mientras que el de huéspedes es de 20,28%, esto significa que los hoteles están más seguros de la importancia que la gobernanza tiene en su gestión, pero para los clientes no perciben la importancia de la RSE en su gestión de la misma manera.

El siguiente elemento que conforma la norma ISO 26000 es el grado de cumplimiento de los derechos humanos, por lo que en la tabla 27 se determinó la diferencia de algunos estadísticos descriptivos como la media aritmética existente entre ambas poblaciones analizadas. Se dio como resultado una disminución de 0,6620 puntos entre los criterios de los hoteles y los clientes. Al hablar de la desviación estándar se identificó un mayor valor para el caso de los huéspedes (0,6321), en comparación con el de los establecimientos de alojamiento (0,2027). Asimismo, se presentó una que el rango de calificaciones de los hoteles es menor al de los consumidores, que alcanzaron valores de 0,63 y 3,50 respectivamente.

Tabla 27. Brecha existente en el macro factor derechos humanos

		PDHUMANOS				
		Administrador, Gerente y/o Propietario		Huéspedes		Diferencia
		Estadístico	Error estándar	Estadístico	Error estándar	
Media		4,7679	,04422	4,1059	,03153	,6620
95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	4,6756		4,0439		,6317
	Límite superior	4,8601		4,1679		,6922
Mediana		4,7500		4,1250		
Varianza		,041		,400		
Desviación estándar		,20266		,63214		
Mínimo		4,38		1,50		
Máximo		5,00		5,00		
Rango		,63		3,50		
Asimetría		-,643	,501	-,709	,122	
Coef. Var. de Pearson		0,04251		0,15396		

Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, se determinó el coeficiente de variación de Pearson dando como resultado para los hoteles de dos y tres estrellas de las ZETQ un valor de 4,25%, mientras que los consumidores de los bienes y servicios de estos establecimientos un 15,40%. Lo que se interpreta que este sector empresarial piensa que en sus acciones se evidencia el cumplimiento de los derechos humanos de sus colaboradores, mientras que existe mayor discrepancia con los huéspedes, quienes piensan que los hoteles deben mejorar su aplicación para que sea visible en sus acciones (Tabla 27). Lo anteriormente expuesto, determinó la existencia de una brecha de criterios entre el sector de hoteles de dos y tres estrellas de la ZETQ y sus clientes. En términos generales los hoteles piensan que atribuyen la importancia del caso al cumplimiento de los derechos humanos, mientras que los huéspedes consideran que su cumplimiento está por debajo de lo señalado por ellos.

A continuación, se analizó las prácticas laborales como tercer componente de la norma ISO 26000, cuyos estadísticos descriptivos se presentan en la tabla 28. Aquí se estableció la diferencia entre las calificaciones promedio de los establecimientos hoteleros objeto de estudio y sus clientes, la cual ascendió al valor de 0,4537, considerándose que los primeros tienen una perspectiva mayor que su contraparte. Complementariamente, la desviación estándar de los hoteles (0,2778) es inferior al de los clientes (0,6795), que centran sus respuestas en las puntuaciones más elevadas. De igual manera, el rango de registros de los hoteles es menor que el de los consumidores, que presentaron valores de 0,80 a 3,40 respectivamente.

Tabla 28. Brecha existente en el macro factor prácticas laborales

		PPLABORALES				
		Administrador, Gerente y/o Propietario		Huéspedes		
		Estadístico	Error estándar	Estadístico	Error estándar	Diferencia
Media		4,6286	,06061	4,1749	,03389	,4537
95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	4,5021		4,1083		,3939
	Límite superior	4,7550		4,2415		,5135
Mediana		4,6000		4,2000		
Varianza		,077		,462		
Desviación estándar		,27775		,67948		
Mínimo		4,20		1,60		
Máximo		5,00		5,00		
Rango		,80		3,40		
Asimetría		-,280	,501	-,605	,122	
Coef. Var. Pearson		0,06001		0,16275		

Fuente: Elaboración propia

Para completar su análisis, se calculó el coeficiente de variación de Pearson para las organizaciones fue del 6,00% y para los usuarios de los servicios del 16,28%. Esto se interpretó como que los primeros consideraron que brindan su atención a las prácticas laborales de sus miembros en su gestión, mientras que los segundos pensaron que debería ser mayor la importancia que brinden al cumplimiento de este elemento. De todo esto se desprende que, el sector hotelero analizado considera que aplica prácticas laborales adecuadas, mientras que sus huéspedes manifestaron criterios muchos más variados sobre la aplicación de las prácticas laborales de los hoteles, existiendo una brecha significativa entre ambos (Tabla 28).

A continuación, se procedió con el abordaje de macro factor relativo con el medio ambiente, presentando los resultados de los estadísticos descriptivos en la tabla 29. Se llegó a determinar el valor de 0,2848 como la diferencia entre los datos promedio de las calificaciones entre el sector de alojamiento analizado y los usuarios de sus servicios, determinándose una brecha de criterios entre estas poblaciones. Así también, existió una ligera variación en la desviación estándar entre los negocios y sus consumidores, ya que alcanzaron los valores de 0,5986 y 0,6784 respectivamente, mientras que su rango de calificaciones fue para las organizaciones de 1,75 y para los usuarios de 4,00.

Tabla 29. Brecha existente en el macro factor medio ambiente

		PMAMBIENTE				
		Administrador, Gerente y/o Propietario		Huéspedes		
		Estadístico	Error estándar	Estadístico	Error estándar	Diferencia
Media		4,4167	,13063	4,1318	,03383	,2848
95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	4,1442		4,0653		,0789
	Límite superior	4,6892		4,1984		,4908
Mediana		4,5000		4,2500		
Varianza		,358		,460		
Desviación estándar		,59861		,67839		
Mínimo		3,25		1,00		
Máximo		5,00		5,00		
Rango		1,75		4,00		
Asimetría		-,699	,501	-,932	,122	
Coef. Var. Pearson		0,13553		0,16419		

Fuente: Elaboración propia

Complementariamente, se encontró el valor de 13,55% como coeficiente de variación de Pearson de los hoteles de dos y tres estrellas de las ZETQ y del 16,42% para los consumidores de los servicios, interpretándose que la importancia atribuida a este elemento más exigente para los clientes que para los establecimientos. Por lo que se pudo afirmar que, el factor de la norma ISO 26000 referente al medio ambiente, los criterios entre la percepción de los hoteles y el de sus consumidores son diferentes (Tabla 29).

Después de la comparación, se determinó una brecha de criterios, entre los hoteles y sus clientes, ya que a pesar de que los primeros consideraron que en sus actividades cotidianas prevalecieron el cuidado del medio ambiente. Los segundos presentaron una exigencia mucho más amplia de las organizaciones en sus esfuerzos sobre la preservación y cuidado de la naturaleza para las presentes y las futuras generaciones.

Otro factor de la norma ISO 26000 que resulta trascendente en la gestión de los hoteles de dos y tres estrellas de las ZETQ es lo relacionado con las prácticas justas de operaciones. Por lo que, en la tabla 30 se identificó la diferencia entre las medias aritméticas de los criterios asignados por los responsables de los hoteles analizados y sus huéspedes, dando como resultado el valor de 0,4420; es decir, la presencia de una discrepancia entre ambas percepciones. Se presentó, las desviaciones estándar de estas poblaciones siendo de 0,4024 el valor alcanzado por las organizaciones y de 0,6270 el de los clientes, con el rango de 1,40 para los primeros y de 3,00 para los segundos.

Tabla 30. Brecha existente en el macro factor prácticas justas de operaciones

		PPJOPERACIONES				
		Administrador, Gerente y/o Propietario		Huéspedes		Diferencia
		Estadístico	Error estándar	Estadístico	Error estándar	
Media		4,5905	,08781	4,1485	,03127	,4420
95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	4,4073		4,0870		,3203
	Límite superior	4,7736		4,2100		,5637
Mediana		4,6000		4,2000		
Varianza		,162		,393		
Desviación estándar		,40237		,62700		
Mínimo		3,60		2,00		
Máximo		5,00		5,00		
Rango		1,40		3,00		
Asimetría		-,906	,501	-,602	,122	
Coef. Var. Pearson		0,08765		0,15114		

Fuente: Elaboración propia

De igual manera, se estableció el 8,77% como coeficiente de variación de Pearson para el sector hotelero objeto de estudio y del 15,11% para los consumidores, lo que se traduce en que estos negocios como concentran sus respuestas en una menor cantidad calificaciones. Por otra parte, los clientes pensaron que los establecimientos de alojamiento no brindan tanta importancia al cumplimiento de las prácticas justas de operaciones como creen. De los resultados alcanzados se determinó la existencia de una brecha de opiniones entre las dos poblaciones analizadas, ya que presentaron criterios de relativamente distintos (Tabla 30).

Los hoteles pensaron que sus acciones estaban cumpliendo significativamente con prácticas justas de operaciones y eran percibidas por las demás partes interesadas, mientras que los huéspedes consideraron que los establecimientos asignaron una menor importancia a los estándares considerados en las operaciones del negocio. De esta manera, se evidencia una falta considerable de comunicación, tanto interna como externa, que transmita adecuadamente las actividades llevadas a cabo por las organizaciones que demuestren sus prácticas basadas en la sostenibilidad.

El siguiente factor de análisis es el referente a los asuntos de los consumidores directamente, que se convierte en la razón de ser de las organizaciones en la generación de ingresos. Para su interpretación se requiere de los estadísticos descriptivos que se encuentran en la tabla 55, comenzando con el resultado de restar la media aritmética de las calificaciones asignadas por los consumidores de la media aritmética de las calificaciones puestas por los hoteles, cuyo resultado fue de 0,5821. De esta manera, se encontró diferencias sustanciales entre la importancia atribuida a la RSE por parte de los administradores, gerentes y/o propietarios de los establecimientos y sus usuarios.

Complementariamente, la desviación estándar de ambas poblaciones difirió en valor, ya que para el caso de los hoteles presento un valor de 0,2494 que establece la concentración de respuestas en los valores más altos de calificación, mientras que para el caso de los clientes se obtuvo un valor de 0,5801 que determinó una mayor amplitud en sus respuestas. A continuación, se identificó el rango para los empresas y negocios hoteleros con un valor de 1,00, mientras que por parte de los consumidores de los servicios es más amplio y llega hasta la cantidad de 3,14 (Tabla 31).

Tabla 31. Brecha existente en el macro factor asunto de consumidores

		PACONSUMIDORES				
		Administrador, Gerente y/o Propietario		Huéspedes		Diferencia
		Estadístico	Error estándar	Estadístico	Error estándar	
Media		4,7687	,05442	4,1866	,02893	,5821
95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	4,6552		4,1297		,5255
	Límite superior	4,8822		4,2434		,6388
Mediana		4,8571		4,2857		
Varianza		,062		,337		
Desviación estándar		,24939		,58011		
Mínimo		4,00		1,86		
Máximo		5,00		5,00		
Rango		1,00		3,14		
Asimetría		-1,525	,501	-,730	,122	
Coef. Var. de Pearson		0,05230		0,13856		

Fuente: Elaboración propia

Del mismo modo que los factores anteriores, se identificó el coeficiente de variación de Pearson que para el caso de los hoteles ascendió al 5,23% y para los huéspedes llegó hasta el 13,86% (Tabla 31). De esta manera, se demostró la seguridad que sus directivos piensan sobre la importancia que sus empresas tienen sobre sus consumidores, sensiblemente diferente al criterio de estos últimos que consideran que la importancia de los hoteles es insuficiente para su plena satisfacción.

De esta manera, se presenta la brecha de percepciones entre los administradores, gerentes y/o propietarios, con los huéspedes de los establecimientos. Los primeros piensan que sus actividades se centraron en los clientes como activo fundamental de los negocios, la satisfacción de sus necesidades es lo primero que consideraron en la gestión de los establecimientos. Lamentablemente, los consumidores consideraron que la importancia que prestaron los hoteles a los consumidores fue más baja de lo que creen los negocios, esta brecha de criterio evidenció la falta de compromiso para que sus servicios sean considerados como de calidad limitando así su desarrollo.

El último macro factor que integra la norma ISO 26000 es el relacionado con la participación activa y desarrollo de la comunidad, aquí se encuentra una relativa similitud de criterios entre las organizaciones analizadas y sus clientes. Por ello, se presenta en la tabla 32 los resultados de las principales estadísticas descriptivas, comenzando con la diferencia entre las medias

aritméticas entre ambas partes que presentó un valor de 0,0539, estableciéndose que la diferencias de criterio son mínimas. Asimismo, se analizó las desviaciones estándar de las dos partes y se encontró que la de los hoteles fue de 0,6435 y de los clientes de 0,6138; además, sus rangos fueron de 2,43 y 3,14 respectivamente, determinándose su relativa similitud.

Tabla 32. Brecha existente en el macro factor participación activa y desarrollo de la comunidad

	PPADCOMUNIDAD				
	Administrador, Gerente y/o Propietario		Huéspedes		
	Estadístico	Error estándar	Estadístico	Error estándar	Diferencia
Media	4,1565	,14042	4,1025	,03061	,0539
95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	3,8635	4,0423		-,1788
	Límite superior	4,4494	4,1627		,2867
Mediana	4,2857		4,1429		
Varianza	,414		,377		
Desviación estándar	,64350		,61380		
Mínimo	2,57		1,86		
Máximo	5,00		5,00		
Rango	2,43		3,14		
Asimetría	-,675	,501	-,636	,122	
Coef. Var. de Pearson	0,15482		0,14961		

Fuente: Elaboración propia

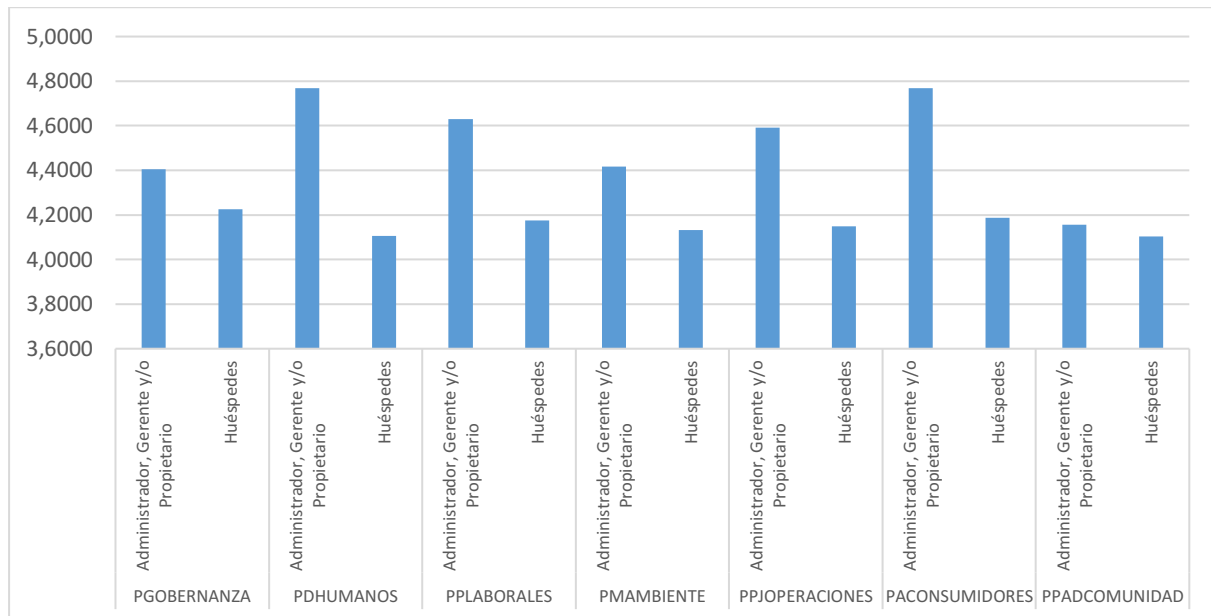
Respaldando esta afirmación, se encontró el coeficiente de variación de Pearson que para los establecimientos de alojamiento presentó un valor de 15,48% y el de los consumidores fue de 14,96% (Tabla 32). Esto se tradujo a que ambas poblaciones presentan una relativa seguridad en las calificaciones que asignaron a la importancia brindada por los hoteles a la participación y desarrollo de la comunidad.

De esta manera, se estableció que existió una relativa similitud entre los criterios presentados, tanto por parte de los directivos de las organizaciones de alojamiento como de sus huéspedes. Ambas partes señalaron que sentían preocupación por la comunidad y que en sus actividades procuraban el desarrollo de los diferentes estratos de la sociedad, siempre pensando en contribuir con la búsqueda de desarrollo integral de la colectividad.

De lo anteriormente expuesto, se observa en la figura 17 las brechas de criterio existentes entre el sector empresarial y sus clientes para cada uno de los macro factores que componen la norma ISO 26000. Los estándares donde existieron mayores amplitudes de criterio fueron

el cumplimiento de los derechos humanos en su trato con las personas con una diferencia en las medias aritméticas de 0,6620, el relacionado con los asuntos de consumidores con 0,5821 y las prácticas laborales que ejecutaron los hoteles con sus colaboradores con una variación de 0,4537.

Figura 17. Brecha de criterios por cada macro factor de la norma ISO 26000



Fuente: Elaboración propia

A los anteriores le siguen la aplicación de prácticas justas de operaciones de las actividades que llevan a cabo los hoteles con una discrepancia de criterios que llegó a 0,442, seguido por el aspecto relacionado con el medio ambiente con una brecha de 0,2848. A continuación, se encontró el factor relacionado con la gobernanza de los hoteles con una variación de criterios que llegó a 0,1796. Para finalizar, el factor de la norma ISO 26000 en la cual se encontró con una relativa similitud de criterios entre el sector empresarial y sus consumidores fue el relacionado con la participación activa y desarrollo de la comunidad (Figura 17).

6.5. Limitaciones presentes en el sector empresarial para la implementación formal de la RSE en las organizaciones

Hasta ahora se estableció claramente la manera en que los hoteles de dos y tres estrellas de las ZETQ perciben a la RSE en sus organizaciones sobre la base de la norma ISO 26000 y los factores que a su criterio resultan más importantes en la gestión de sus negocios. Paso posterior, se contrarrestado sus puntos de vista con las percepciones que los huéspedes de

estos establecimientos tuvieron sobre la importancia atribuida por los hoteles a estos macrofactores. Finalmente se establecieron las brechas de percepción entre ambas poblaciones que permitió el sinceramiento de los resultados y la comprensión profunda de la problemática que atraviesan estas empresas.

Pero, el punto final de la presente investigación es la determinación de las limitaciones que los hoteles objeto de estudio tienen presente ante la decisión de implementar la RSE en sus establecimientos. Por el cumplimiento de este fin, se requirió por un lado de las entrevistas a profundidad a informantes claves relacionados con el sector turístico a efectos de la identificación de los criterios más representativos sobre las limitaciones que enfrentan las organizaciones. Por otro lado, se establecieron las posiciones del sector hotelero ante esta decisión, con la finalidad de comprender adecuadamente los puntos de vista existentes y que explican adecuadamente sus criterios ante la adopción de la RSE en la filosofía organizacional de los hoteles.

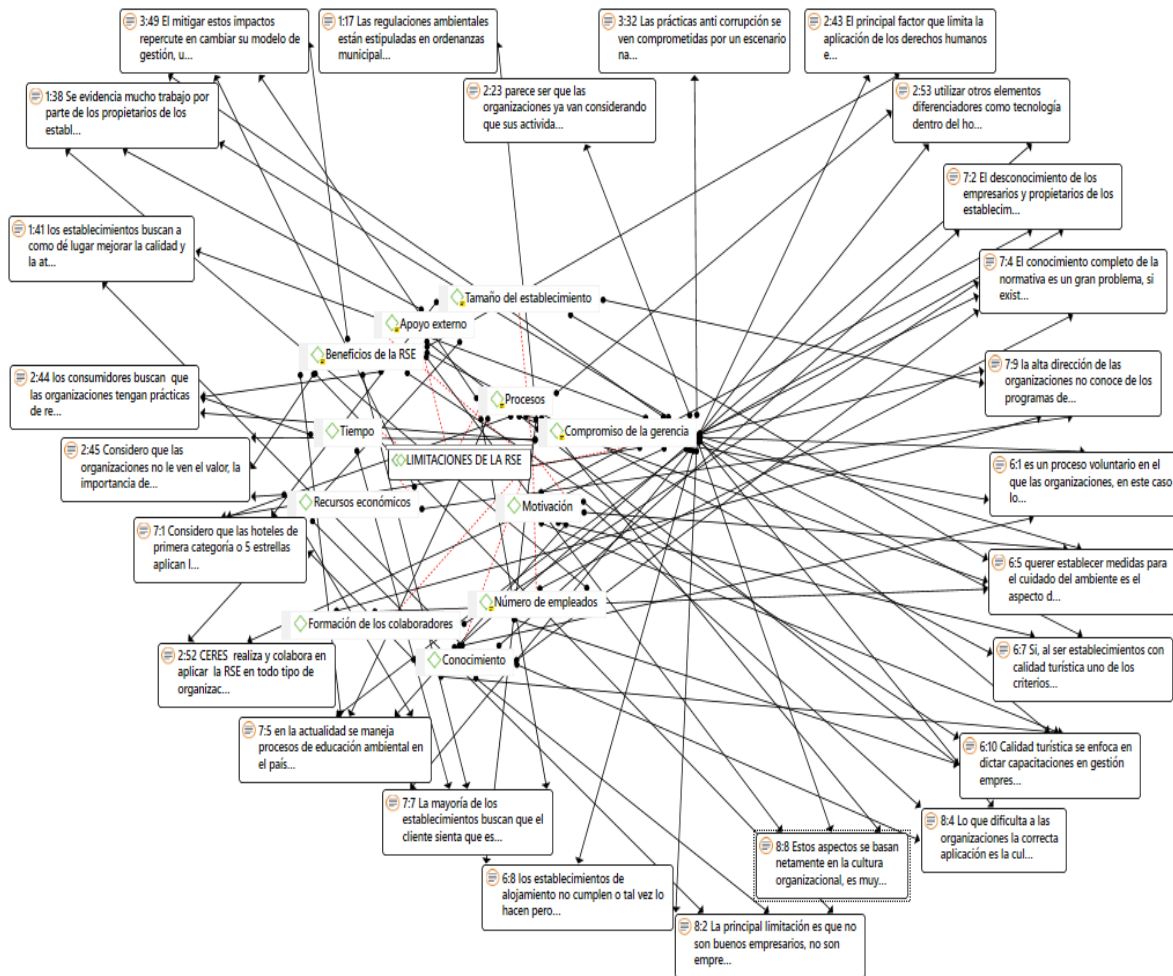
6.5.1. Limitaciones identificadas por los informantes claves que influyen en los hoteles de dos y tres estrellas de las ZETQ sobre la implementación formal de la RSE

Para la realización de este análisis, se requirió de los juicios de los expertos para la identificación de las condiciones que estos establecimientos enfrentan en el día a día y/o las restricciones que experimentan en sus procesos de desarrollo. Sin embargo, la RSE debe verse como un camino y no como el fin de las organizaciones, por lo que esta orientación estratégica busca el mejoramiento de las relaciones de mutuo beneficio con las diferentes partes interesadas a largo plazo, que subyace al criterio tradicional de la búsqueda exclusiva de rentabilidad.

De acuerdo con los criterios recopilados, se identificaron ciertos aspectos que se repitieron entre uno y otro interlocutor, los resultados arrojaron relaciones muy complejas y cuyas interacciones fueron muy variadas, las cuales fueron procesadas mediante el uso del programa Atlas.TI 8. Este análisis permitió la identificación de características comunes y la asociación de elementos para la interpretación de las limitaciones que experimentan este sector productivo. Adicionalmente, las particularidades del sector fueron determinantes en el

establecimiento de las diferentes dificultades que enfrentan los negocios en su gestión, lo que se muestra en la figura No. 18.

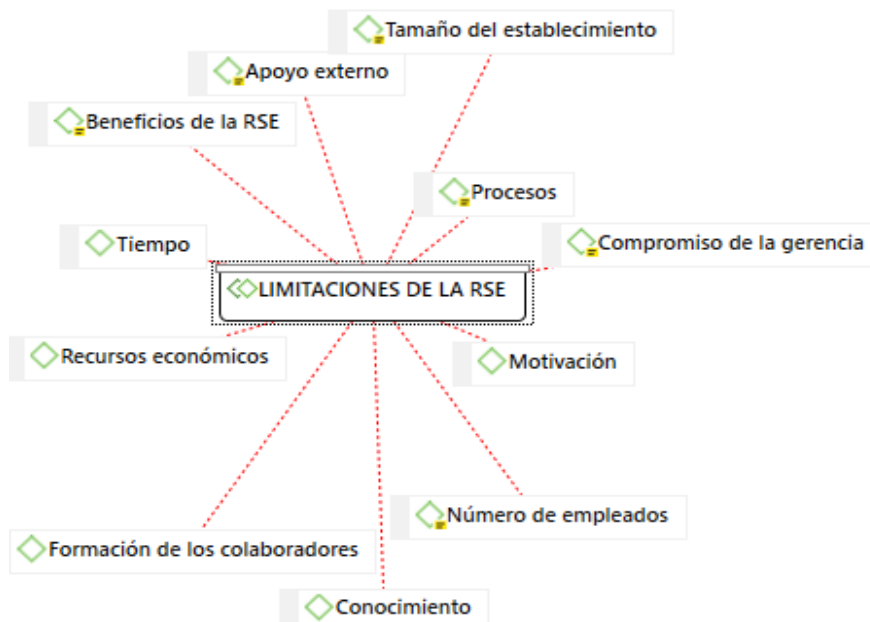
Figura 18. Relaciones e interacciones identificadas



Fuente: Elaboración propia

Por lo extenso y complejo de las relaciones e interrelaciones encontradas y lo difícil de su entendimiento, se requirió de la simplificación de elementos y factores de acuerdo con las similitudes entre los criterios emanados. Este hecho permitió el establecimiento de las limitaciones identificadas de acuerdo con su naturaleza, como las de origen teórico-conceptual de la RSE, por las restricciones de índole operativo o simplemente por el tamaño y/o actividad económica que desempeñan estas organizaciones. Por ello, en la figura 19 se observan las limitaciones encontradas que se interpretan son las razones por las cuales las organizaciones de alojamiento postergan la decisión de la implementación de la RSE en las empresas o simplemente no la aplican.

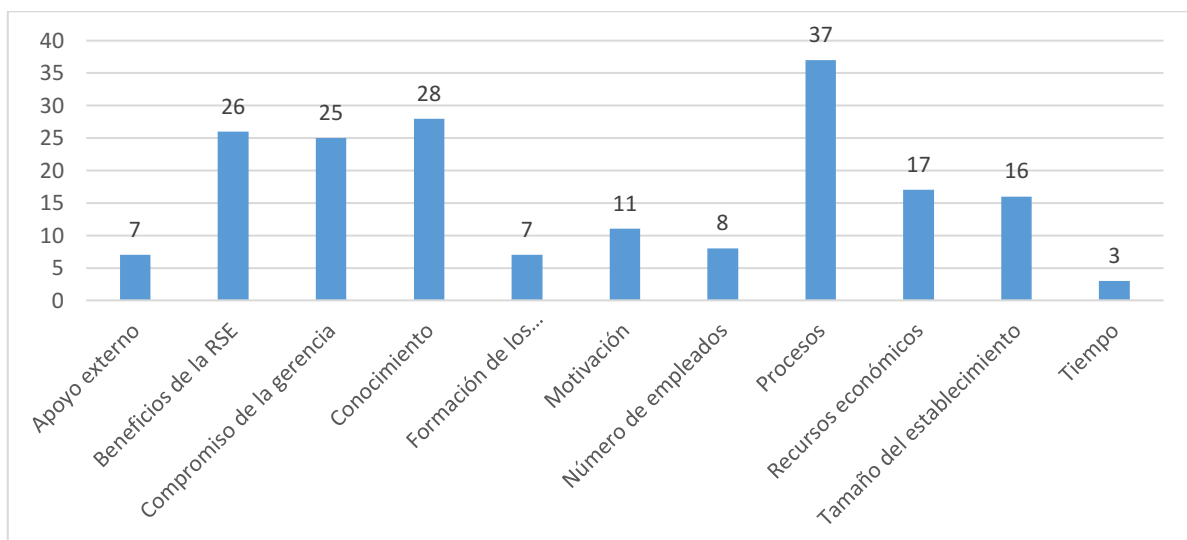
Figura 19. Limitaciones para la implementación de la RSE



Fuente: Elaboración propia

De esta manera, se determinaron principalmente 11 limitaciones por las cuales los hoteles de dos y tres estrellas de las ZETQ no han implementado formalmente la RSE en las organizaciones. De las diferentes limitaciones encontradas, las más comunes son la falta de procesos para adecuarse a la práctica de RSE con 37 menciones, el conocimiento sobre la temática relacionada con la RSE con 28 citaciones, el desconocimiento de los beneficios que trae consigo la RSE con 26 comentarios y el compromiso de la gerencia para cumplir con las exigencias de la RSE con 25 referencias (Figura 20).

Figura 20. Menciones por cada limitación para la implementación de la RSE



Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, se atribuye que la disponibilidad de recursos económicos es otra de las limitantes que presentan los hoteles con 17 registros, el tamaño de los establecimientos es vista como otra razón para la falta de aplicación de la RSE con 16 menciones, la motivación para su implementación presentó 11 comentarios. Finalmente, las limitaciones con la menor cantidad de citas fueron el número empleados que tiene las organizaciones con 8 comentarios, el apoyo externo para enfrentar el proceso y la formación de los colaboradores con 7 referencias cada una y el tiempo que destinan el personal para los trabajos que exige la RSE con apenas 3 alusiones (Figura 20).

Para la mejor comprensión de las limitaciones que experimentan los hoteles, se hace necesario comentar cada una de ellas. Primero se encuentra el apoyo externo requerido para que los negocios se motiven a incursionar en la RSE, también hace relación a la colaboración de instituciones público-privado que brinda asesoría y ayuda a las organizaciones que deciden la implementación de la RSE en sus organizaciones. Esto resulta una dificultad para los establecimientos, ya que en la medida que las empresas que decidan la implementación de la RSE pueden obtener ayuda de instituciones público/privadas especializadas que orienten durante el proceso, requiriendo de programas de concientización dirigido al sector empresarial en la búsqueda de un mundo sostenible que estimule su implementación.

Otra limitación que se identificó es el desconocimiento por parte del nivel jerárquico superior de los beneficios que trae consigo la implementación de la RSE. Contrariamente a lo anterior, se considera que la incursión formal de la RSE trae consigo una serie de ventajas a las organizaciones que incluyan esta política a su filosofía empresarial, desde un incremento en la participación en el mercado, reconocimiento entre los competidores, hasta ahorro de recursos y beneficios económicos. Razón por la cual, los diferentes organismos de control deberían implementar una política pública que fomente la implementación de la RSE, así como campañas de difusión sobre los beneficios que esta trae a las diferentes empresas sin importar su tamaño, con el fin de contribuir al cumplimiento de los ODS.

La siguiente limitación es la falta de compromiso de la gerencia para enfrentar las exigencias que la RSE exige a los establecimientos. Sin duda, la RSE debe ser asumida por el nivel gerencial como parte de la filosofía organizacional, la cual permanentemente debe respaldar el proceso y apoyar a los miembros de la organización en las tareas, funciones y responsabilidades que esto exige. El respaldo de las autoridades en el proceso de implementación de la RSE impulsa

a los colaboradores y ayuda en la determinación de la dirección que debe tener el negocio, en su afán de crear un negocio sostenible en el tiempo.

Otro limitante presente en este sector de alojamiento es el grado de conocimiento que los involucrados deben tener para llevar a cabo el proceso de implementación de la RSE. Se refiere a los conocimientos mínimos que deben tener los miembros de una organización en su intención de implementar y desarrollar una política de RSE en las diferentes organizaciones, ya que deben estar preparados para la responder a cualquier exigencia que se requiera. El conocimiento de los principios y fundamentos sobre los que se basa la RSE, ayuda a los hoteles a orientar los esfuerzos organizacionales hacia su correcta aplicación y permite la superación de los diferentes obstáculos que se pudieren presentar.

Complementariamente al punto anterior, otra limitante generalizada en los diferentes sectores empresariales es la limitada formación de los colaboradores que participarán en las actividades exigidas por la RSE. De esto se desprende que el personal que trabaje en las organizaciones debe tener cierta experiencia en lo referente a la RSE, así como resulta imprescindible la incursión en procesos de capacitación a todo nivel, para mejorar la colaboración en las exigencias que este tema exige. Además, la alta dirección debe apoyar permanentemente a los miembros del equipo que trabaja en la implementación de la RSE en una organización, por lo que su preparación constante ayuda al éxito del proceso (Stubbs, 2017, págs. 335-336).

La siguiente razón por las cuales los hoteles se ven limitados en emprender en temas relacionados con la RSE es la falta de motivación para su adopción. Por otra parte, se refiere a los incentivos que pueden encontrar las organizaciones para la implementación de la RSE en sus empresas, estas pueden variar dependiendo de la visión de los administradores. Asimismo, la RSE se sustenta en los pilares de la sostenibilidad, por lo que ante la decisión de su adopción las empresas buscan ciertos estímulos que les respalden su posición en el tema.

La siguiente limitación que muchos negocios creen es significativa al momento de la decisión de integrar en la filosofía estratégica de la organización una política de la RSE es el número de empleados con los que cuentan los negocios. La cantidad del personal está directamente relacionada con la acumulación de trabajo en los diferentes puestos de los hoteles, lo que satura su capacidad de acción y respuesta frente a nuevos retos y el aprovechamiento de oportunidades presentes en el mercado. El hecho de presentar un exceso de labores repercute en la falla de los procesos y es producto de una inadecuada asignación de funciones

en el personal, ya que demasiadas actividades causan estrés y generan problemas en las organizaciones porque el trabajo supera la capacidad física de las personas.

Los procesos existentes en los hoteles se les considera como una limitación, en virtud que la mayoría de las empresas carecen de procesos y procedimientos adecuados, muchos son impuestos sin considerar ningún criterio técnico. Cada uno de los procesos desarrollados deben propender a la generación de valor para la organización, buscando la implementación de estándares que le permitan medir su desempeño. Dentro de la parte administrativa de cualquier empresa se debe contar con una serie de procesos y procedimientos que permitan el cumplimiento de cada una de las actividades planificadas en una organización, entre las cuales, la RSE sustenta a todas las demás.

Otra limitación que es considerada como una de las más fuertes ante la decisión de introducir la RSE en una organización es la disponibilidad de recursos económicos. La RSE implica que las organizaciones asignen una cantidad de recursos en el proceso de implementación, sobre todo al inicio del proceso, por lo que se debe incluir en el presupuesto empresarial los recursos necesarios para enfrentar el desafío de su implementación. Lamentablemente, al ser hoteles de dos y tres estrellas con capital nacional, son considerados como hoteles pequeños, no disponen de suficientes recursos financieros que les permitan el desarrollo de sus actividades. La creencia popular considera que únicamente los hoteles grandes, pertenecientes a cadenas extranjeras son las únicas que pueden trabajar bajo parámetros de RSE. Por ello, muchos establecimientos consideran que el tamaño de los hoteles es una limitante que impide su adopción. La categoría del hotel determina varias características del establecimiento, al igual que el número de habitaciones y plazas disponibles, lo que el tamaño repercute en la gestión de las organizaciones por la complejidad de su administración. Esto determina que las organizaciones eviten asumir nuevos retos y maneras diferentes de realizar las actividades, reflejado en la pasividad del trabajo. Además, los empleados se han acostumbrado a laborar bajo esas condiciones y resulta difícil salir de su zona de confort.

Para finalizar, la última limitación identificada es la asignación del tiempo que el personal destina al esfuerzo de implementar la RSE en las organizaciones, se relaciona además con el número de personal que dispone el establecimiento. Este exceso de trabajo determina un tiempo limitado que el personal de un hotel dispone para la realización de nuevas actividades, como los requeridos por la RSE. Los hoteles cuentan con el personal justo que les permitan

responder a sus obligaciones, de tal manera que esto ha llevado a que asuman más funciones y trabajo que las que técnicamente pueden desarrollar.

6.5.2. Criterio del sector hotelero sobre las limitaciones que experimentan ante la decisión de la implementación de la RSE

La RSE es una filosofía empresarial que debe ser asumida de manera voluntaria por parte de las organizaciones, que a su vez deben integrarla a los procesos y procedimientos de los negocios de acuerdo con las características propias de los establecimientos y del sector al que pertenecen. Para el caso del sector de alojamiento analizado, los hoteles no cuentan con una certificación formal que avalen la implementación de la RSE, aduciendo múltiples limitaciones que respalda su posición frente al tema. Por ello, resulta necesario la comprensión de los puntos de vista referente a las limitaciones que atraviesan los negocios que dificultan la aplicación formal de la RSE.

De esta manera, en la tabla 33 se presentan los estadísticos descriptivos más importantes para la interpretación de las limitaciones, de acuerdo con la perspectiva de los administradores, gerentes y/o administradores. Aquí se encuentran entre otros la media aritmética, la mediana, la desviación estándar, el rango, la asimetría, la curtosis y el coeficiente de variación de Pearson. De la información presentada se desprende que a criterio del sector hotelero de dos y tres estrellas de las ZETQ se considera que las limitaciones que repercuten para que los hoteles no puedan acceder a la implementación de manera formal de la RSE se presentan a continuación:

Tabla 33. Estadísticos descriptivos de las limitaciones que atraviesa el sector hotelero

Estadísticos		L1: Conocimiento	L2: Procesos	L3: Recursos económicos	L4: Tiempo	L5: Tamaño	L6: Número de empleados	L7: Beneficios	L8: Motivación	L9: Formación de los colaboradores	L10: Apoyo externo	L11: Compromiso de la gerencia
Media		3,62	3,57	3,52	3,90	3,57	3,76	3,62	3,71	3,48	3,29	3,29
95% de intervalo de confianza para la media	Lím. Inf.	3,00	2,93	2,87	3,26	2,97	3,12	2,94	2,96	2,76	2,52	2,50
	Lím. Sup.	4,24	4,21	4,18	4,55	4,17	4,40	4,30	4,46	4,19	4,05	4,08
Mediana		4,00	4,00	4,00	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Varianza		1,848	1,957	2,062	1,990	1,757	1,990	2,248	2,714	2,462	2,814	3,014
Desviación estándar		1,359	1,399	1,436	1,411	1,326	1,411	1,499	1,648	1,569	1,678	1,736

Continúa →

Mínimo	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
Máximo	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Rango	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
Asimetría	-,541	-,586	-,613	-,996	-,383	-,1068	-,647	-,1124	-,896	-,500	-,551
Curtosis	-,781	-,1015	-,867	-,328	-,1237	-,036	-,991	-,013	-,197	-,1197	-,1309
Coefficiente de variación de Pearson	37,56%	39,17%	40,75%	36,13%	37,12%	37,50%	41,43%	44,36%	45,14%	51,06%	52,84%

Fuente: Elaboración propia

La limitación más alta es el tiempo disponible por los empleados para dedicarle al cumplimiento de las exigencias que la RSE impone a las organizaciones con una calificación promedio de 3,90 con una desviación estándar de 1,411. A ésta le sigue el número de empleados con que cuentan los hoteles para el desempeño de sus actividades con el 3,76 con una desviación estándar de 1,411, ya que por sus características se tratan de hoteles pequeños con capital nacional. El siguiente en impacto sobre los negocios se encuentra la motivación que experimenta este sector empresarial para la aplicación de la filosofía de la RSE, con 3,74 puntos en promedio y una desviación estándar de 1,648 (Tabla 33).

A continuación, se encuentra como limitante el desconocimiento de los beneficios que trae consigo su implementación con una nota promedio de 3,62 y desviación estándar de 1,499. Otra razón por la cual las organizaciones no emprenden los trabajos bajo la figura de la RSE es el escaso conocimiento sobre lo que es la RSE con una media de 3,62 y una desviación estándar de 1,359. Le sigue a ésta la limitación por el tamaño de la empresa con un promedio de calificación de 3,57 con 1,326 de desviación estándar, ya que la creencia generalizada de este tipo de negocios es que al pertenecer a esta categoría no estarían en capacidad de trabajar bajo los principios de la RSE (Tabla 33).

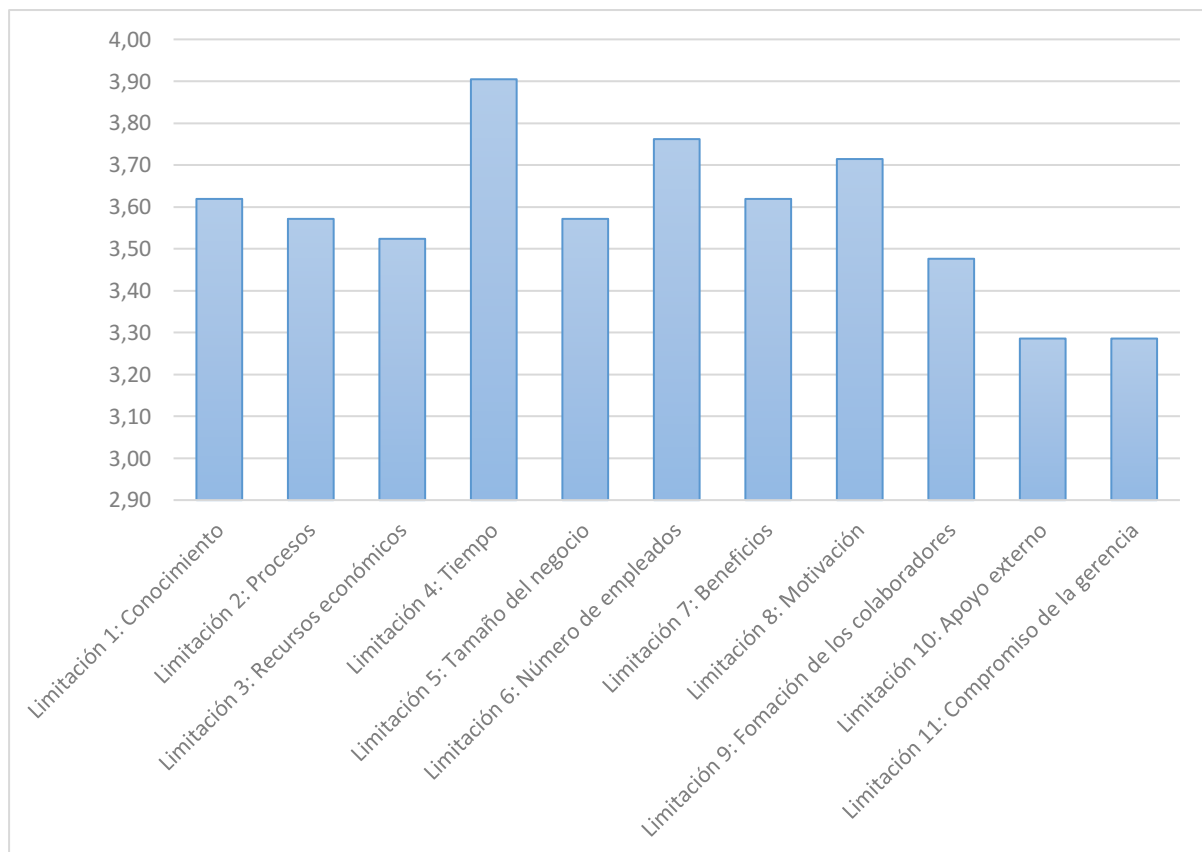
Siguiendo con el análisis, la siguiente limitación presentes en las diferentes organizaciones que restringen la incursión en temas de RSE son la adaptación de los procesos que exigen la RSE en la gestión de los hoteles con una calificación promedio de 3,57 con una desviación estándar de 1,399. A éste le sigue la disponibilidad de recursos económicos que, contrariamente a lo que se pensaba, se encuentra en octava posición en las justificaciones por la que no se opera con criterios de RSE con una media de 3,52 (1,436 desviación estándar) (Tabla 33).

A continuación, se determinó que la formación de los colaboradores de los establecimientos de alojamiento se convirtió en limitación por la limitada profesionalización y capacitación especializada en el sector, con una media de 3,48 de calificación y una desviación estándar de

1,569. Para finalizar, se estableció que la falta de apoyo externo y el compromiso asumido por parte de la gerencia son las últimas restricciones que experimenta el sector hotelero a criterio de sus propietarios, administradores y/o gerentes con 3,29 de puntuación cada una, diferenciándose por su desviación estándar, 1,678 para el primero y 1,736 para el segundo (Tabla 33).

Pero lo realmente interesante son los resultados que arroja el coeficiente de variación de Pearson, ya que son relativamente altos yendo desde 36,13% para el caso de la limitación de tiempo, hasta 52,84% para el compromiso de la gerencia. De ello se desprende, la existencia de una alta variabilidad en las respuestas proporcionadas por los administradores, gerentes y/o propietarios de los hoteles de dos y tres estrellas de las ZETQ (Tabla 33). Esto se traduce que, los encargados de los hoteles no están plenamente de acuerdo con las calificaciones puestas a las diferentes limitaciones; es decir, existe una relativa heterogeneidad en las calificaciones puestas por el sector hotelero, sin dejar de ser representativa para la presente investigación. En todos los casos no existen valores anormales que hubieran quedado fuera del análisis (Figura 21).

Figura 21. Limitación para la implementación de la RSE presente en el sector hotelero



Fuente: Elaboración propia

6.6. Consideraciones finales








Para que la RSE cumpla con su propósito, ésta debe ser integrada a la filosofía organizacional y a los diferentes procesos que llevan a cabo cada uno de los negocios que, de manera voluntaria, asumieron el reto de su aplicación. Estos elementos deben ser visibles por las partes interesadas quienes se harán un criterio de su implementación y adoptarán una posición frente a las organizaciones. Si esta valoración fue positiva, las diferentes partes interesadas continuarán con el apoyo y la colaboración que permitirán el desarrollo de los negocios. De ser considerado como negativa la percepción de su trabajo basado en los principios de la RSE, éstas restringirán su apoyo a las empresas, manifestada por el desinterés en las actividades llevadas a cabo por los hoteles.

Los resultados obtenidos mostraron los criterios del sector empresarial por un lado y de los clientes por el otro, contrastando sus percepciones, lo que permitió la identificación de la situación real de los establecimientos respecto al grado de cumplimiento de los parámetros de la norma ISO 26000 y de la RSE. Este hecho permitió la ratificación de los criterios presentes en los negocios y en los consumidores respecto a la RSE, mostrando coincidencias entre los estamentos determinados en los macro factores de la norma ISO 26000 y la gestión de las organizaciones.

Respecto a los factores más importantes para la gestión de los hoteles y que contribuyen significativamente en la gestión de los establecimientos se encuentran la gobernanza y las prácticas laborales que llevan a cabo las empresas. Contrariamente, los consumidores establecieron que el único factor cuyo aporte es imperceptible es las prácticas justas de operaciones, ratificando los otros elementos como cruciales en el desarrollo de la RSE.

Por otra parte, las brechas de criterio entre el sector hotelero analizado y los clientes, se presenta en la tabla 34, los principales estadísticos descriptivos y su discrepancia de criterio. Este análisis determinó que en todos los casos los huéspedes percibieron menores contribuciones en cada uno de los factores de la norma ISO 26000, frente a los criterios de los hoteles, a excepción de la participación activa y desarrollo de la comunidad. Este último, presentó criterios relativamente similares entre ambas poblaciones analizadas.

Tabla 34. Resumen de las brechas existente por macro factores de la norma ISO 26000

MACRO FACTORES DE LA NORMA ISO 26000								
FUENTE DE INFORMACION	ESTADISTICO	PGOBERNANZA	PDHUMANOS	PPLABORALES	PMAMBIENTE	PPJOPERACIONES	PACONSUMIDORES	PPADCOMUNIDAD
Administrador, Gerente y/o Propietario	Media	4,4048	4,7679	4,6286	4,4167	4,5905	4,7687	4,1565
	Desviación estándar	,59935	,20266	,27775	,59861	,40237	,24939	,64350
	Asimetría	-,776	-,643	-,280	-,699	-,906	-,1525	-,675
	Curtosis	-,224	-,548	-,1002	-,770	,179	3,256	,284
Huéspedes	Media	4,2251	4,1059	4,1749	4,1318	4,1485	4,1866	4,1025
	Desviación estándar	,85680	,63214	,67948	,67839	,62700	,58011	,61380
	Asimetría	-,136	-,709	-,605	-,932	-,602	-,730	-,636
	Curtosis	1,308	,760	-,181	1,584	-,037	,588	,338
	Brecha entre el criterio del sector hotelero y los huéspedes							

Fuente: Elaboración propia

Para el caso de las limitaciones, la posición asumida por los expertos en el ámbito del turismo resalta la dificultad por parte del sector empresarial para la adopción formal de la RSE basado principalmente en los procesos rígidos y limitados existentes en las organizaciones. Otras limitaciones comúnmente presentes en los hoteles son el desconocimiento en el sector sobre las implicaciones que trae consigo la aplicación de la RSE y los beneficios que su adopción traen a las organizaciones. En contraposición, las limitaciones consideradas como de menor impacto para los negocios se encuentran el tiempo que disponen para la realización del trabajo que la RSE exige, el restringido apoyo externo existente en la ciudad que promueva y apoye los procesos para su adopción y el nivel de formación de los empleados y trabajadores de los hoteles.

Por último, bajo la óptica del sector empresarial hotelero en el proceso de determinación de las diferentes limitaciones que restringen la implementación de la RSE como parte de la filosofía empresarial en los hoteles de dos y tres estrellas ubicados en los alrededores de las ZETQ, la restricción más significativa es el tiempo necesario para destinarla a su implementación. De esta manera, confluyen hacia éste otros factores que, de manera combinada, restringen la implementación de la RSE en este sector empresarial.

CAPÍTULO VII:

CONCLUSIÓN Y PROPUESTA

El presente capítulo está conformado por tres partes, la primera en la que se presentan las principales conclusiones a las que se llegaron en el desarrollo de cada uno de los capítulos, las cuales responden a cada uno de los objetivos y las hipótesis planteadas en la investigación, las mismas que están en función de los principales hallazgos. La segunda, en la que se plantean diversas propuestas formuladas de acuerdo con los resultados encontrados a lo largo de la investigación. Por último, se sugieren diversas líneas de investigación que permitirán profundizar el conocimiento de la RSE y de la gestión de las diferentes organizaciones, obtenidas del análisis de cada uno de los capítulos.

7.1. Conclusiones

7.1.1 Referente a las PI

La investigación presentó como primer objetivo específico el siguiente:

“Identificar las partes interesadas de los hoteles de categoría dos y tres estrellas en las ZETQ, con el fin de determinar la significación que tienen para los empresarios”.

Se desarrolló el capítulo V para el establecimiento de las PI con las que trabajan los hoteles de categoría dos y tres estrellas ubicadas en la ZETQ con capital nacional en términos de legitimidad, poder y urgencia, usando para el efecto el modelo de Mitchell, et al. (1997). Esto, permitió la contrastación de la siguiente hipótesis:

“La gestión de los establecimientos hoteleros de dos y tres estrellas ubicados en los alrededores de las ZETQ está orientada a satisfacer los requerimientos, exigencias y necesidades de las PI catalogadas como responsabilidad primaria en el giro del negocio”.

- La RSE se sustenta en varias teorías dependiendo de la orientación y los resultados esperados, pero la más significativa a los ojos de la investigación es la teoría de las PI. El modelo de Mitchell, et al. (1997) permitió su identificación y clasificación de acuerdo con la importancia atribuida a los criterios de poder, urgencia y legitimidad en la gestión de los hoteles dos y tres estrellas ubicados en los alrededores de las ZETQ. Estos negocios consideraron como PI definitivas en su gestión a los administradores, gerentes, propietarios y/o accionistas de los hoteles de dos y tres estrellas de las ZETQ con capital nacional y a sus clientes, consideradas como de responsabilidad primaria y que contaron los tres atributos.
- La PI considerada como “dominante” fue los acreedores de los hoteles (responsabilidad secundaria) con características de poder y legitimidad. Las PI considerada como discrecionales fueron los empleados y/o trabajadores de los negocios y sus proveedores (responsabilidad primaria), sus competidores y las diferentes entidades que conforman el gobierno central (responsabilidad secundaria) y las cámaras y/o asociaciones a los que pertenecían los hoteles (responsabilidad terciaria), todas ellas con legitimidad ante los negocios. Finalmente, se identificaron dos involucrados en la gestión de las empresas que, por las características predominantes en los hoteles de dos y tres estrellas de las ZETQ, no son considerados como PI, siendo estas: las universidades y los habitantes de la zona en las que desarrollan sus actividades (responsabilidad terciaria).
- De esta manera, los hoteles objeto de estudio han centrado sus actividades en la obtención de utilidades para los dueños de los negocios y/o como resultados de la gestión llevada a cabo por sus gerentes o administradores. Su trabajo se basa principalmente en el servicio prestado y en la satisfacción de sus huéspedes, sin el reconocimiento de la importancia relativa que tienen las demás PI para el desarrollo de las organizaciones. Además, los procesos que llevan a cabo estas empresas de capital nacional resultan simples, debido principalmente en el limitado número de empleados que dispone para la realización de las actividades individuales y sin considerar su contribución al desarrollo del sector turismo al que pertenecen.

De esta manera, se acepta parcialmente la hipótesis ya que, a más de las PI con responsabilidad primaria, los hoteles se preocupan de aquellas categorizadas como de responsabilidad secundaria y terciaria. Las excepciones de este análisis son las diferentes universidades y los habitantes de la zona, que no son considerados como PI por parte de los establecimientos de alojamiento, de acuerdo con la información proporcionada por los establecimientos.

7.1.2 Referente a la importancia atribuida por el sector hotelero a los estándares de la norma ISO 26000

El segundo objetivo específico determinado en la investigación fue planteado de la siguiente manera:

“Determinar la importancia de los estándares de la norma ISO 26000 para los empresarios, con la finalidad de identificar los factores que más contribuyen a la implementación de la RSE en los establecimientos hoteleros.

Para el cumplimiento de este fin, se desarrolló el capítulo VI para la determinación de la importancia atribuida a los diferentes estándares que conforman la norma ISO 26000 por parte de los hoteles. Para ello, en primera instancia se contrastó si el criterio presente en los gerentes, administradores, propietarios y/o accionistas coincide con la norma ISO 26000. Posteriormente, se procedió a la identificación de los macro factores más importantes de la norma ISO 26000 en la gestión de los hoteles de categoría dos y tres estrellas ubicadas en la ZETQ con capital nacional. Además, su elaboración permitió la verificación de la siguiente hipótesis:

“Los establecimientos de alojamiento perciben que todos los factores fundamentales de la norma ISO 26000 son considerados como importantes en el desarrollo de su gestión.”.

- El desarrollo de la RSE en el sector de alojamiento ecuatoriano es incipiente, en virtud de la adhesión de tan solo dos establecimientos hoteleros en el Pacto Global de las Naciones Unidas. A pesar de ello, los hoteles de dos y tres estrellas de las ZETQ consideran importante la gestión de sus organizaciones sustentadas en los principios de responsabilidad social, en un esfuerzo de incrementar su competitividad y la

captación de nuevos mercados. En este contexto, se contrarrestó el criterio existente entre los administradores, gerentes, propietarios y/o accionistas sobre la RSE, determinándose de manera empírica que sus percepciones coinciden con los parámetros establecidos en la norma ISO 26000 y sus siete macro factores, la cual es representativa en la administración de los negocios.

- De esta manera, por parte del sector empresarial se determinó que los factores de la norma ISO 26000 más importantes para la gestión de las organizaciones son la gobernanza y las prácticas laborales. Entre ambos macro factores se explicó el 54,4% de los casos, estableciéndose que estas variables ayudan de manera significativa a la interpretación de la RSE y su desarrollo en los hoteles. Mientras que, los elementos que no contribuyen por sí solos a la interpretación del modelo explicativo de la RSE y la correspondiente implementación de la RSE en los hoteles son: la aplicación de los derechos humanos, el cuidado del medio ambiente, la aplicación de prácticas justas de operaciones, los aspectos referentes a los asuntos de consumidores y a la práctica activa y desarrollo de la comunidad.

Por ello, se rechaza la hipótesis planteada en virtud de que, a pesar de considerar en su gestión los siete macro factores de la norma ISO 26000, los gerentes, administradores, propietarios y/o accionistas consideran como importantes a la gobernanza y a las prácticas laborales. Estos elementos contribuyen de manera significativa a la implementación de la RSE en los hoteles de categoría dos y tres estrellas de capital nacional ubicadas en las ZETQ.

7.1.3 Referente a la importancia atribuida por los huéspedes al cumplimiento de los estándares de la norma ISO 26000 por parte del sector hotelero

Los términos en los que se esbozó el tercer objetivo específico de la investigación fue la siguiente:

“Conocer la importancia que presenta para los clientes la adopción e implementación de los estándares de la norma ISO 26000”.

Para su identificación e interpretación, se desarrolló la segunda parte del capítulo VI para el establecimiento de la importancia brindada a los siete macro factores de la norma ISO 26000

por los huéspedes de los hoteles de categoría dos y tres estrellas de las ZETQ. Para lo cual, inicialmente se comprobó si la interpretación que hacen los huéspedes sobre los macro factores de la norma ISO 26000 en la gestión de los hoteles de categoría dos y tres estrellas ubicadas en la ZETQ con capital nacional, fueron coincidentes entre sí.

A continuación, se determinaron los macro factores que a su criterio contribuirían de mejor manera al desarrollo de la RSE en las organizaciones; y para finalizar, se procedió a la realización de la tercera parte del capítulo VI para el establecimiento de las diferencias de criterios entre la administración de los hoteles y sus huéspedes.

- Las apreciaciones de los huéspedes respecto a la RSE aplicada por las organizaciones resultaron similares a lo establecido bajo los parámetros de la norma ISO 26000. Esto se debe gracias a que, en la actualidad, son cada vez más los clientes de los diferentes establecimientos que presentan características de consumidores responsables, con pensamientos acordes a los principios de sostenibilidad. Por ende, exigen que las organizaciones actúen de manera responsable en las diferentes actividades que emprendan tanto en el ámbito económico, ambiental como social. Esto permitió la unificación de los criterios bajo una misma óptica facilitando la comparación y la determinación de una brecha de criterios, entre estos dos puntos de vista
- Por parte de los huéspedes de los establecimientos de alojamiento, se estableció que otorgan una importancia significativa a la aplicación de la RSE a partir de los estándares señalados la norma ISO 26000 por parte de los hoteles de dos y tres estrellas de las ZETQ. Los clientes atribuyeron un grado de significancia considerable a seis de sus siete macro factores, ya que el modelo explicó el 44,9% de sus criterios, siendo estas: la gobernanza de los negocios, las prácticas laborales llevadas a cabo por los establecimientos, el cumplimiento de los derechos humanos, la protección al medio ambiente, el cuidado de todo lo relacionado con los asuntos de los consumidores y a la práctica activa y desarrollo de la comunidad. El único factor excluido por parte de los usuarios es lo referente a las prácticas justas de operaciones al cual le atribuyen un mínimo de interés.
- Los puntos de vista entre el sector empresarial y sus usuarios referentes a la aplicación de la RSE en las organizaciones resultan en seis de los siete macro factores contradictorios por sus datos promedios, como son: la gobernanza varía en 0,1797

puntos, los derechos humanos en 0,662 puntos, las prácticas laborales en 0,4537 puntos, el medio ambiente en 0,2849 puntos, las prácticas justas de operaciones en 0,442 puntos y los asuntos de consumidores en 0,5821 puntos. Tan solo en lo relacionado con la participación activa y desarrollo de la comunidad resulta similar por sus estadísticos descriptivos con apenas 0,05 puntos de variación entre sus resultados promedios. Esto se debe a que los primeros piensan que sus acciones se fundamentan en aspectos tan significativos para la sociedad como son la sostenibilidad y la responsabilidad social. Contrariamente, los segundos presentan interés al paradigma de la sostenibilidad, pero desconocen la manera de trabajo de los hoteles y sus repercusiones sobre la sociedad, sin percibir ningún beneficio o contribución para la comunidad, ni para los relacionados con los negocios.

7.1.4 Referente a las limitaciones que enfrenta el sector empresarial en los procesos de implementación de la RSE

En la investigación se trazó como cuarto objetivo específico el siguiente:

“Establecer las limitaciones que enfrenta el sector empresarial en los procesos de implementación de la RSE, con el propósito de proponer pautas que faciliten la implementación de programas de RSE en los hoteles de categoría dos y tres estrellas de las ZETQ”.

Para su determinación, se realizó la cuarta parte del capítulo VI para el establecimiento de las limitaciones que experimentan los hoteles de categoría dos y tres estrellas ubicadas en la ZETQ con capital nacional ante la decisión de la implementación de manera formal de la RSE. Para ello, se acudió al criterio de los expertos para la determinación de las limitaciones, las cuales fueron puestas a consideración del sector empresarial para la obtención de su jerarquización. Además, su elaboración permitió la verificación de la siguiente hipótesis:

“Existen factores que dificultan la adopción de la RSE en los establecimientos de alojamiento de categoría dos y tres estrellas en las ZETQ, como la dotación de personal del negocio y la escasa motivación en su implementación”.

- A pesar de que los hoteles de dos y tres estrellas de las ZETQ consideraron importante en su gestión el cumplimiento de los parámetros con los que se basa la RSE, éstos no lo aplican de manera formal en las organizaciones por múltiples razones. Entre las limitaciones más importantes que influyeron en las organizaciones para no adoptar la

RSE se encontraron: el tiempo que dispone el personal de los negocios para dedicarle al cumplimiento de los requerimientos exigidos por la RSE (3,90), el número de empleados que disponen los hoteles para el trabajo (3,76) por tratarse de pequeños establecimientos con capital nacional que no pertenecen a grandes cadenas hoteleras y la motivación existente en el sector hotelero para la aplicación de la RSE (3,74).

- Otras limitaciones que dificultan la adopción formal de la RSE en el sector hotelero analizado fueron: el desconocimiento de los beneficios que trae consigo su implementación con una y el escaso conocimiento sobre lo que es la RSE con una media de 3,62 cada una. Le sigue el tamaño de la empresa con un promedio de calificación de 3,57, la adaptación de los procesos que exigen la RSE en la gestión de los hoteles con una calificación promedio de 3,57, la disponibilidad de recursos con una media de 3,52. Las limitaciones con menor calificación promedio fueron la formación de los colaboradores de los establecimientos de alojamiento con una media de 3,48 de calificación y la falta de apoyo externo y el compromiso de la gerencia con 3,29 de puntuación cada una.

Por ello, se acepta parcialmente la hipótesis planteada, ya que se rechazan la primera limitación, ya que las más recurrentes que se encuentran presentes en el sector hotelero analizado son: el tiempo que cuenta los miembros de los hoteles para dedicarle al trabajo que exige la implementación de la RSE, el número de empleados que laboran en los establecimientos de alojamiento que por sus características no forman parte de grandes cadenas hoteleras. Y se mantiene la limitación sobre la motivación existente en el sector hotelero para la implementación y aplicación de la RSE, ya que es el único factor ratificado en los resultados obtenidos.

7.2. Propuesta

La segunda parte del cuarto objetivo específico consiste en:

“Establecer las limitaciones que enfrenta el sector empresarial en los procesos de implementación de la RSE, con el propósito de proponer pautas que faciliten la

implementación de programas de RSE en los hoteles de categoría dos y tres estrellas de las ZETQ”.

Para la consecución de este fin, se desarrollaron los diferentes contenidos de la investigación y de los resultados alcanzados, se presentan las propuestas que orienten al sector empresarial a la implementación de mejoras que incentiven la adopción formal de la RSE en sus organizaciones. Estas alternativas se presentan a continuación:

7.2.1. Programa integral de capacitación en el marco de la RSE

Tomando en consideración que los hoteles de categoría dos y tres estrellas son en su mayoría organizaciones de tipo familiar y Pymes (Punto 5.2), las cuales presentan sus servicios con niveles bajos de profesionalización, que limita su crecimiento y desarrollo (Punto 6.5). En este contexto, se requiere de un programa de capacitación circunscrito alrededor de los principios de RSE, en temas básicos como: desarrollo, sostenibilidad, la identificación de las PI, gestión administrativa integrada a la RSE, calidad en el servicio, certificaciones en responsabilidad social, entre otros. Estos temas se justifican para una formación integral en los diferentes aspectos en los que se basa la RSE, los cuales deberían ser implementados por los establecimientos de alojamiento.

La capacitación debe estar dirigida principalmente a dos niveles, la primera orientada al nivel jerárquico superior de las organizaciones sobre temas orientados a la mejora su gestión integral y la segunda a la optimización de los procesos operativos basado en la satisfacción de los clientes. Los temas del nivel directivo abordarían aspectos como la sostenibilidad, administración basada en la responsabilidad social, estándares de la norma ISO 26000 y procesos de certificación, gestión basada en las partes interesadas, entre las más importantes que mejorarían el desempeño de los negocios. Mientras que la temática del nivel operativo e intermedio se pondría énfasis en el mejoramiento de los conocimientos, habilidades y destrezas del personal basado en la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes, en armonía con los principios de sostenibilidad y la responsabilidad social.

7.2.2. Fortalecimiento de la gestión hotelera basada en las PI

Las PI constituyen la parte medular de la RSE, por lo que la administración de las organizaciones debe considerar un modelo de gestión para los hoteles que considere a las PI

como elemento central de sus actividades en la búsqueda del éxito empresarial (Capítulo V). Por las características propias del sector de alojamiento y para que este modelo cumpla su objetivo tanto a nivel estratégico como operativo evitando las limitaciones que se presenten durante su implementación (punto 6.5), debe considerar la identificación de las diferentes PI existentes para cada caso particular de acuerdo con el procedimiento establecido para el efecto.

Una vez reconocidos dentro de la tipología identificados cada una de las PI, se requiere de mecanismos para la determinación de sus intereses respecto a la organización y/o lo que quieren de las empresas. Por ello, resulta imprescindible la comprensión de la naturaleza de sus requerimientos, a efectos del entendimiento de las relaciones e interrelaciones que se forjan con los hoteles. A continuación, se procede a la formulación de estrategias bajo los esquemas de la RSE, acorde con la visión empresarial y los valores organizacionales, dando prioridad a las PI más representativas.

Esta práctica permite el diseño y estandarización de procesos que optimicen el uso de recursos empresariales de manera eficaz y eficiente, en la procura de los objetivos planteados. Esta nueva manera de trabajo permitirá la formulación de la normativa y el establecimiento de políticas que guíen a las organizaciones en su trabajo cotidiano, especialmente en las relacionadas con la norma ISO 26000 como el cumplimiento de buenas prácticas laborales consolidando la práctica de las RSE (Punto 6.2). El siguiente paso es el establecimiento de canales de comunicación y el diseño de indicadores para medir el progreso en los avances de la RSE. Para finalizar, se requiere de la evaluación de los resultados alcanzados y el emprendimiento de procesos de retroalimentación y ajuste de las actividades en la búsqueda permanente de ser responsable socialmente.

7.2.3. Diálogo con las PI

El trabajo basado en los principios de RSE se sustenta en el compromiso férreo con el desarrollo sostenible y la generación de relaciones e interrelaciones permanentes con las diferentes PI (Punto 5.7). Para el cumplimiento de estos fines se requiere del mantenimiento de un diálogo constante con las PI a efectos de la superación de las diversas limitaciones que se pudieran presentar a lo largo del proceso de implementación formal de la RSE (Puntos 6.5). Para ello, las organizaciones deben contar con los procesos y procedimientos necesarios que

garanticen la calidad de información y la generación de estrategias que permitan integrar los requerimientos de las PI a la gestión de los negocios.

Estos diálogos con las PI deben estar orientados al establecimiento de una atmósfera de confianza que permita la emisión de criterios reales con respecto a sus propios intereses y lo que exigen de la organización y la libre comunicación entre los participantes, de tal manera que se fomente el diálogo. Una vez identificado las posiciones y exigencias de cada una de las PI, se procede al establecimiento de puntos de concordancia y divergencia entre cada uno de ellos, a efectos de traducirlo y plasmarlo en un mapa de referencias que guiarán las conversaciones. Por último, fruto de las conversaciones, se requiere de la identificación de beneficios mutuos que se espera de un trabajo mancomunado, para plasmarlo en la gestión de los negocios.

7.2.4. Orientación hacia la sociedad sustentable

La sociedad contemporánea camina hacia una transformación de las costumbres y hábitos de consumo, principalmente de las nuevas generaciones, que priorizan aspectos como la sostenibilidad, la ética y el uso responsable de los recursos por parte de las organizaciones ante la decisión de la compra de bienes y/o servicios (Punto 6.3 y 6.4). Por ende, las organizaciones necesitan la comprensión profunda del perfil de estos consumidores y el ajuste sus estrategias comerciales para la captación de estos nuevos consumidores; además, requieren ajustar su filosofía organizacional para trabajar bajo las premisas que la responsabilidad social exige a las organizaciones y con ello controlar y superar las diferentes limitaciones que se encuentran en el camino.

De esta manera, se requiere que los hoteles conozcan claramente a sus clientes, especialmente en lo referente a las características demográficas, su estilo de vida y las diferentes motivaciones que presentan ante la decisión de consumo. Asimismo, se requiere del entendimiento de sus costumbres, sus juicios, opiniones, valores y actitudes frente al entorno, a más de su experiencia y aprendizaje, para la determinación plena de las necesidades de los consumidores. Esto permitirá el diseño de los productos y/o servicios atendiendo a sus requerimientos, la adaptación de los canales de distribución para el mejoramiento de la experiencia, el diseño de estrategias comerciales que lleguen a este tipo

de usuarios. Su aplicación permitirá el incremento de la competitividad organizacional y el posicionamiento de los negocios en un mercado cada vez más exigente.

7.2.5. Programa de cooperación público-privada Fomento para la aplicación de la RSE

El programa está dirigido a las instituciones públicas que de manera directa o indirecta influyen en el desarrollo de la actividad turística y en la industria de alojamiento. Esta cooperación hace referencia a la vinculación que debe tener las instituciones gubernamentales con el sector empresarial, en la búsqueda de una gestión pública que potencialice al sector de manera integral. Por ello, tanto el Ministerio de Turismo como Quito Turismo, deben motivar a los prestadores de servicios en la implementación formal de la RSE en sus organizaciones y la obtención de certificados que avalen su aplicación en la búsqueda del mejoramiento de su desempeño y competitividad, superando de esta manera las limitaciones encontradas (Punto 6.5).

La sinergia producto de la cooperación público-privada debe basarse en varios aspectos claves como: la definición de objetivos claros y precisos respecto a la aplicación formal de la RSE por parte de los hoteles que sean aceptados, tanto del sector público como de las organizaciones. Concomitantemente, debe concederse la importancia necesaria a cada participante como entes de desarrollo del sector productivo al que pertenecen, en la búsqueda de fines comunes. Por último, el diseño de un mecanismo de comunicación efectivo que transmita los resultados de manera clara, precisa y completa de manera que permita una retroalimentación y ajuste del proceso.

Específicamente, este programa debe contener los estándares mínimos necesarios que se espera de las organizaciones al momento de la implementación formal de la RSE. Junto a ello, debe diseñarse un plan de capacitación específico sobre la RSE y sus beneficios que impulsen a los participantes en la decisión de su implementación, con la realización talleres prácticos. Posteriormente, se requiere de un cronograma de implementación que incluya una prueba piloto para que se corrija cualquier desviación, antes de su aplicación definitiva. Finalmente, debe incluirse un proceso de asesoría y seguimiento al sector empresarial para garantizar la correcta implementación de una gestión basada en la RSE, de las empresas que decidan su implementación.

7.3. Futuras líneas de investigación que pueden encararse a partir de la investigación realizada.

En Ecuador ha dado una importancia mínima al estudio y análisis de las PI, demostrado por una limitada cantidad de investigaciones en los diferentes sectores de la economía. El sector turismo en general es un claro ejemplo, ya que sus administradores y propietarios buscan únicamente beneficios centrados en la satisfacción de los clientes, sin considerar las contribuciones otorgadas por cada una de las PI de una manera técnica en la gestión de las organizaciones.

La presente investigación presenta las PI genéricas de los hoteles en un contexto general, por lo que cada organización debería investigar las PI específicas de acuerdo con su propia realidad, en la búsqueda de mejorar su gestión e incrementar su competitividad, siguiendo para ello la metodología seguida en esta investigación. Además, se requiere un abordaje más profundo de las PI y de las relaciones e interrelaciones existentes entre ellas en el ámbito turístico, que contribuya a su entendimiento y motive su adopción en las diferentes organizaciones por ajustarse a la realidad ecuatoriana en todos sus ámbitos, contribuyendo de esta manera al progreso y desarrollo del sector.

Por otra parte, la implementación de la RSE exige a las organizaciones la adopción de estos principios e incrustarlos en la filosofía empresarial, por lo que se requeriría investigar nuevos sistemas de gestión basados en la RSE ajustadas a los contextos específicos de cada sector empresarial. Además, estos nuevos estudios deben considerar aspectos tan variados como la actividad empresarial, el tamaño de las organizaciones, la conformación societaria, entre otras, para que de esta manera sirvan de guía a los diferentes sectores de la economía. Asimismo, las organizaciones analizadas disponen de procesos y procedimientos básicos para la realización de sus actividades; por ello, se deben analizar procesos más eficientes sustentados en la sostenibilidad y en la RSE, el uso eficiente de los recursos empresariales, etc. que genere ventajas competitivas para los negocios.

Para cumplir con este fin, resulta fundamental un incremento del nivel de formación de los colaboradores, tanto a nivel gerencial como en el operativo, con el propósito de mejorar la prestación de los servicios y una reducción de costos para incrementar la competitividad. Por esta razón, se puede estudiar su influencia en la reducción de los costos de operaciones, así como los costos de la mala calidad en las empresas del sector turístico.

Complementariamente, resulta conveniente investigar en el sector hotelero aspectos relacionados con el desarrollo de una cultura organizacional basada en la sostenibilidad, el clima empresarial vigente, los estilos de liderazgo en los establecimientos de alojamiento, etc., que mejoren el desempeño empresarial. Como todo cambio, la adopción de una nueva manera de trabajo implica procesos de adaptación, por lo que antes de iniciar los cambios y la transformación empresarial, deben realizarse estudios para la determinación de las líneas base de referencia, a efectos de medir la evolución experimentada en cada uno de los establecimientos.

Finalmente, estos resultados deben ser considerados al momento de realizar la planificación de los modelos organizacionales, con el propósito de mejorar la gestión de las empresas sostenibles; por ende, se debería analizar modelos de gestión que se adapten a las particularidades del sector con una visión de futuro. Complementariamente, resulta de interés iniciarse en el análisis de formas de gobierno colaborativas a efectos de superar las limitaciones individuales de los diferentes tipos de establecimientos, en la búsqueda de consolidación de un sector turístico que contribuya firmemente al desarrollo del país y al cumplimiento de los ODS.

De esta manera, se recomienda a las diferentes organizaciones que integran el sector turismo ecuatoriano a trabajar con base a la filosofía sugerida por la RSE, ya que sustenta en el paradigma teórico de la sostenibilidad y se orienta en la generación de una ventaja competitiva. Asimismo, en un mercado tan competitivo como el turístico, los clientes buscan cada vez más nuevos destinos que tengan prestadores de servicios que trabajen con parámetros de sostenibilidad y responsabilidad social. Estos mercados potenciales resultan mucho más lucrativos y permitirán la consolidación del sector en la economía ecuatoriana y mejorar la calidad de vida de las personas que trabajan en esta actividad.

LISTA DE REFERENCIAS

- Agudelo-Rivera, C., Fajardo-Acosta, N., González-Sabogal, C., Montes-Uribes, E., & Rodríguez-Niño, N. (2019). Llegadas de turistas internacionales a Colombia durante 2001-2017: evolución, características y determinantes. *Borradores de Economía*(1064), 1-39.
- Aguiar, D., Aguiar, R., & Agraz, M. (2018). Aspectos Metodológicos de los Indicadores para Evaluar la Sustentabilidad de las Organizaciones. *KIKAME Revista Digital de Divulgación e Investigación Turística*, 6(6), 98-111.
- Alonso, M., Marimon, F., & Llach, J. (2015). Difusión de las memorias de sostenibilidad en Latinoamérica: análisis territorial y sectorial. *Estudios Gerenciales*, 31, 139-149.
- Alvarado, A., & Schlesinger, M. (Septiembre de 2008). Dimensionalidad de la Responsabilidad Social Empresarial percibida y sus efectos sobre la imagen y la reputación: una aproximación desde el modelo de Carroll. *Estudios Gerenciales*, 24(108), 37-59. Recuperado el 6 de Julio de 2016
- Alvarado, A., Bigné, E., & Currás, R. (2011). Perspectivas teóricas usadas para el estudio de la responsabilidad social empresarial: Una clasificación con base a la racionalidad. *Estudios Gerenciales*, 27(118), 115-137.
- Ambrogui, R. (2017). Desarrollo Sostenible: Concepto y Evolución del Paradigma. *REICE Revista Electrónica de Investigación en Ciencias Económicas Abriendo Camino al Conocimiento*, 5(9), 110-125.
- Antequera, J. (2012). *Propuesta metodológica para el análisis de la sostenibilidad regional (Tesis doctoral inédita)*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya.
- Banco Mundial. (25 de Febrero de 2019). *Banco Mundial*. Obtenido de BIRF - AIF: https://datos.bancomundial.org/indicador/ST.INT.ARVL?end=2017&name_desc=false&start=1995&view=chart
- Barreto, A., & Azeglio, A. (2013). La problemática de la gestión del capital humano en las MiPyMEs de alojamiento turístico de la ciudad de Buenos Aires - Argentina. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 22, 1140-1159. Recuperado el 24 de junio de 2016

- Bernal, J., De Nieves, C., & Briones, A. (2016). Aplicación de un modelo de ecuaciones estructurales para analizar los sistemas de gestión en la integración de la RSC y su influencia en la estrategia y el performance de las empresas tecnológicas. *Revista de métodos cuantitativos para la economía y la empresa*, 77-102.
- Bernal, J., Leo, E., & Navarrete, M. (2019). Responsabilidad Social Empresarial de los servicios hoteleros: valoración de los consumidores. *Revista Académica & Negocios*, 4(2), 107-114.
- Bonilla, M., & Benítez, P. (2017). El diálogo con los grupos de interés en las memorias de sostenibilidad del sector hotelero español. *Revista de contabilidad*, 20, 157-166.
- Briones, V., Vilema, S., & Mendoza, H. (2019). La responsabilidad social de las productoras y exportadoras de mango en el Cantón Guayaquil. *Universidad y Sociedad*, 11(1), 157-161.
- Buysse, K., & Verbeke, A. (2003). Proactive environmental strategies: a stakeholder management perspective. *Strategic Management Journal*, 24(5), 453-470.
- Cabero, J., & Barroso, J. (2013). La utilización del juicio de experto para la evaluación de TIC: El coeficiente de competencia experta. *Bordón. Revista de Pedagogía*, 65(2), 25-38. doi:0210-5934
- Cabero, J., & Llorente, C. (2013). La aplicación del juicio de experto como técnica de evaluación de las tecnologías de la información y comunicación (TIC). *Revista de Tecnología de Información y Comunicación en Educación*, 7(2), 11-22.
- Cajiga, J. (S.F.). *Cemefi, Centro Mexicano para la Filantropía*. Recuperado el 10 de Agosto de 2017, de Empresa Socialmente Responsable: https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- Camilleri, M. A. (2019). A Cost-Benefit Analysis of ISO's Standard on Social Responsibility: A Review and Appraisal. En S. Idowu, C. Sitnikov, & L. (. Moratis, *ISO 26000 - A standardized view on corporative social responsibility* (págs. 159-175). Cham: Springer Nature.

- Caroll, A. (2000). Ethical challenges for business in the new millennium: corporate social responsibility and models of management morality. *Business Ethics Quarterly*, 10, 33-42. Recuperado el 6 de Julio de 2016
- Carroll, A. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate social performance. *The Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.
- Casani, F., & Pérez, C. (2009). La responsabilidad social en las universidades públicas españolas: vectores de cambio en la gobernanza. *Investigaciones de Economía de la Educación* (4), 127-138. Recuperado el 24 de agosto de 2016
- Castro, A., Hernández, J., & Bedoya, E. (2016). Caracterización de las dimensiones de la responsabilidad social corporativa en la empresa hotelera Almirante Cartagena. *Saber, Ciencia y Libertad*, 11(2), 177-188.
- CEEACES. (01 de febrero de 2018). *Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior*. Obtenido de <http://www.ceaaces.gob.ec/sitio/evaluacion-del-entorno-de-aprendizaje/>
- CERES. (21 de Julio de 2016). *Consortio Ecuatoriana por la Responsabilidad Social*. Obtenido de www.redceres.com/#!nosotros/cqn6
- Comisión de las Comunicaciones Europeas. (18 de Julio de 2001). *Libro verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Obtenido de EUR-Lex: eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1469047613192&uri=CELEX:52001DC0366
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2018). *La Inversión Extranjera Directa en América Latina y el Caribe, 2018*. Santiago: Naciones Unidas.
- Contreras-Pacheco, O., Talero-Sarmiento, L., & Escobar-Rodríguez, L. (2018). Crisis y Stakeholders: Un Ejercicio Pedagógico de Percepciones. *INNODOCT*, 849-859.
- Corraliza, J. (2001). El comportamiento humano y los problemas ambientales. *Estudios de Psicología*, 22(1), 3-10.

- Cruz, L. (2013). El concepto de poder en la administración. *Contaduría y Administración*, 58(4), 39-57.
- Dahlsrud, A. (2006). How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*(15), 1-13.
- De Bakker, F., Groenewegen, P., & Den, F. (2005). A Bibliometric Analysis of 30 Years of Research and Theory on Corporate Social Responsibility and Corporate Social Performance. *Business & Society*, 283-317.
- De la Garza, B., Morales, B., & González, B. (2013). *Análisis Estadístico Multivariante: un enfoque teórico práctico*. México D.F.: McGraw Hill.
- Distrito Metropolitano de Quito. (24 de abril de 2012). *Distrito Metropolitano de Quito*. Obtenido de Ordenanzas Municipales: http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Ordenanzas/ORDENANZAS%20MUNICIPALES%202012/ORDM-0236%20%20%20ACTIVIDAD%20TURISTICA-INSTRUMENTOS%20DE%20REGULACION,%20CONTROL%20Y%20PROMOCION.pdf
- Distrito Metropolitano de Quito. (7 de octubre de 2013). *Distrito Metropolitano de Quito*. Obtenido de Ordenanzas Municipales: http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Resoluciones%20de%20Alcald%3%A Da/A%3%B1o%20%202013/RA-2013-0013%20%20%20ZONAS%20ESPECIALES%20LA%20MARISCAL%20Y%20CENTRO%20HISTORICO-PLANES%20DE%20GESTION.pdf
- Ditlev-Simonsen, C. (2019). Expectations versus applications: five years with ISO 26000 in Norway. En S. Idowu, C. Sitnikov, & L. (. Moratis, *ISO 26000 - A standardized view on corporate social responsibility* (págs. 195-206). Cham: Springer Nature.
- Donaldson, T., & Preston, L. (1995). The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications. *Academy of Management Review*, 20(1), 59-91.
- Dooms, M. (2010). *Crafting The Integrative Value Proposition For Large Scale Transport Infrastructure Hubs: A Stakeholder Management Approach*. Bruselas: VUBPRESS Brussels University Press.

- Dueñas, S., Perdomo, J., & Villa, L. (2014). El concepto de consumo socialmente responsable y su medición. Una revisión de la literatura. *Estudios Gerenciales*, 30, 287-300.
- Duque, Y., Cardona, M., & Rendón, J. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de Administración*, 29(50), 196-206.
- Elkington, J. (1998). Partnerships from Cannibals with Forks: The Triple bottom line of 21st-Century Business. *Environmental Quality Management*, 37-51.
- Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico - Quito Turismo. (28 de febrero de 2017). *Principales indicadores de Quito*. Obtenido de Datos Hoteleros: <https://www.quito-turismo.gob.ec/estadisticas/datos-turisticos-principales/category/65-datos-hoteleros>
- Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico - Quito Turismo. (12 de febrero de 2019). *Principales Indicadores de Quito*. Obtenido de Quito en Cifras: <https://www.quito-turismo.gob.ec/estadisticas/datos-turisticos-principales/category/82-quito-en-cifras>
- Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, Quito Turismo. (27 de junio de 2017). *Catastro de Actividades Turísticas*. Quito, Pichincha, Ecuador: Quito Turismo.
- Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, Quito Turismo. (19 de marzo de 2018). *Principales Indicadores de Quito. BOH_129_Anexo estadístico a feb 2017 editado*. Quito, Pichincha, Ecuador: Quito Turismo.
- Falcao, H., & Fontes, J. (1999). En quién se pone el foco? Identificando "stakeholders" para la formulación de la misión organizacional. *Revista de CLAD Reforma y Democración*, 1-18.
- Favaro, D. (2013). Enfoques de la teoría de la firma y su vinculación con el cambio tecnológico y la innovación. *Revista Cultura Económica* (85), 51-70.
- Fernández, M., & González, M. (2008). ¿Cómo organizar una cadena hotelera? La elección de la forma de gobierno. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa* (37), 67-95. Recuperado el 1 de agosto de 2016

- Fernández, M., & Cuadrado, R. (2011). La responsabilidad social empresarial en el sector hotelero: Revisión de literatura científica. *Cuadernos de Turismo* (28), 47-57.
- FORETICA. (21 de Julio de 2016). *Forética, Liderazgo Responsable*. Obtenido de www.foretica.org/recursos/conocimiento/
- Francés, P. (2006). *Responsabilidad Social de las Empresas: Fundamentos y enfoque de la gestión responsable*. Madrid: FORO PARA LA EVALUACION DE LA GESTION ETICA (FORETICA).
- Frederick, W., Post, J., & Davis, K. (1992). *Business and Society. Corporate Strategy, Public Policy, Ethics*. London: McGraw-Hill.
- Freeman, R. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. New York: Cambridge University Press.
- Gallardo-Vázquez, D., & Sánchez-Hernández, M. (2013). Análisis de la incidencia de la RSE en el éxito competitivo de las microempresas y el papel de la innovación. *Universia Business Review*(38), 14-31. Recuperado el 24 de agosto de 2016
- García, P., & Rodríguez, I. (2012). ANÁLISIS DE LA PRÁCTICA CORPORATIVA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO: UN ESTUDIO DE CASOS. *Cuadernos de Turismo*, 30, 145-164. Recuperado el 22 de junio de 2016.
- García-Villalpando, J., Castillo-Morales, A., Ramírez-Guzmán, M., Rendón Sánchez, G., & Larqué-Saavedra, M. (2001). Comparación de los procedimientos de Tukey, Duncan, Dunnett, Hsu y Bechhofer para selección de medias. *Agrociencia*, 35(1), 79-86.
- Garriga, E., & Melé, D. (2004). Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. *Journal of Business Ethics*, 53, 51-71. Recuperado el 6 de Julio de 2016
- Gómez, I., de las Cuevas, H., Fernández de Castro, A., & González, D. (2013). Software evaluación de expertos por el método Delphy para el pronóstico de la investigación agrícola. *Revista Ciencias Técnicas Agropecuarias*, 22(4), 81-89.

González, E. (2007). La teoría de los stakeholders: Un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y de la Responsabilidad Social Corporativa. *Veritas*, II(17), 205-224. Recuperado el 11 de Julio de 2016

Garrochategui, N., Casali, H., Frecia, G., & Gigante, V. (2013). *Adaptación de metodología de identificación y ponderación de stakeholders del Modelo de Mitchell, Agle y Wood. Trabajo colaborativo curso: Aspectos Sociales del Management. Tesis doctoral inédita, Facultad de Ciencias Económicas. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.*

Guerra, A., & Fernández, E. (15 de agosto de 2011). Empresas turísticas en España: ¿Socialmente responsables? *Revista de Cultura e Turismo*, 43-60. Recuperado el 28 de Abril de 2016, de <http://periodicos.uesc.br/index.php/cultur/article/view/379/385>

Hahn, R. (13 de septiembre de 2012). ISO 26000 and the Standardization of Strategic Management Processes for Sustainability and Corporate Social Responsibility. *Business Strategy and the Environment*(22), 442-455. doi:10.1002/bse.1751

Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2009). *Multivariate Data Analysis*. New York: Prentice Hall.

Heras-Saizarbitoria, I. (2011). ¿Qué fue la isomanía? ISO 9000, ISO 14000 y otros estándares en perspectiva. *Universia Business Review*, 66-79.

Hernández, J. (2009). *Las empresas transnacionales frente a los derechos humanos: historia de una asimetría normativa. De la responsabilidad social corporativa a las redes contrahegemónicas transnacionales*. Madrid: Hegoa. Recuperado el 24 de agosto de 2016

Hopkin, M. (1998). *The Planetary Bargain: Corporate Social Responsibility Comes of Age*. London: Macmillan.

Huitraleo, O., Calisto, L., Mansilla, M., & Gutiérrez, C. (2019). Factores de resiliencia ante vulnerabilidad en destinos y empresas turísticas: adaptación del método delphi como instrumento de validación. *REDER*, 3(1), 69-84.

IBM. (2019). *IBM Knowledge Center*. Obtenido de https://www.ibm.com/support/knowledgecenter/es/SSLVMB_subs/statistics_mainh_elp_ddita/spss/base/linear_regression_methods.html

Instituto Nacional de Estadística y Censo. (2015). *Ecuador en cifras*. Recuperado el 1 de agosto de 2017, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Encuesta_Servicios/Servicios_2015/2015_ES_Resumen_Ejecutivo.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Censo. (2017). *Entradas y Salidas Internacionales 2016*. Obtenido de Anuario: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/entradas-y-salidas-internacionales-2016/>

IRSE. (21 de Julio de 2016). *Instituto del Responsabilidad Social del Ecuador*. Obtenido de www.irse-ec.org/fundamentos-del-irse

Jawahar, I., & McLaughlin, G. (2001). Toward a descriptive stakeholder theory: an organizational life cycle approach. *The Academy of Management Review*, 26(3), 397-414.

Jones, T. (1980). Corporate social responsibility revisited, redefined. *California Management Review*, 22(2), 59-67.

Jones, T., Felps, W., & Bigley, G. (2007). Ethical theory and stakeholder-related decisions: the role of stakeholder culture. *Academy of Management Review*, 32(1), 137-155.

Keeble, B. (1988). The Brundtland Report: 'Our Common Future'. *Medicine and War*, 4(1), 17-25.

Khoury, G., Rostami, J., & Turnbull, J. (1999). *Corporate Social Responsibility: Turning Words into Action*. Ottawa: Conference Board of Canada.

Kilcullen, M., & Kooistra, J. (1999). At least do no harm: sources on the changing role of business ethics and corporate social. *Reference Services Review*, 27(2), 158-178.

- López, A., Ojeda, J., & Ríos, M. (2017). La responsabilidad social empresarial desde la percepción del capital humano. Estudio de un caso. *Revista de Contabilidad*, 20(1), 36-46.
- López, J., Fornés, R., & Carrasco, A. (2019). Modelo de responsabilidad social empresarial orientado a los clientes de empresas de la nutrición animal. *Revista Global de Negocios*, 7(1), 11-25.
- López-Gómez, E. (2018). El método Delphi en la investigación actual en educación: una revisión teórica y metodológica. *Educación XX1*, 21(1), 17-40.
- Luque, T. (1997). *Investigación de marketing: Fundamentos*. Barcelona: Ariel.
- Mababu, R. (2010). Actitudes de los Empresarios y Directivos hacia la Responsabilidad Social Corporativa. *Revista de Psicología del trabajo y las Organizaciones*, 26(2), 101-104.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados*. Naucalpan de Juárez: Pearson Education.
- Marí, J. (2016). La responsabilidad social medioambiental, análisis jurídico de la directiva 2004/35/CE sobre responsabilidad medioambiental: quién contamina paga. Diferencia con la responsabilidad social. *Revista Boliviana de Derecho* (21), 254-273. Recuperado el 16 de junio de 2016
- Marin, L., Ruiz, S., & Rubio, A. (2008). The role of Identity Saliency in the Effects of Corporate Social Responsibility on Consumer behavior. *Journal of Business Ethics*, 84, 65-78.
- Martí, E. (2004). Características del poder y la rentabilidad en una almazara cooperativa: teoría de agencia versus teoría del servidor. *REVESCO: Revista de Estudios Cooperativos* (83), 33-49.
- Martín, D., González, B., & Román, P. (2010). Legitimidad como factor clave del éxito organizativo. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 16(3), 127-143.
- Martínez, J. (2014). Consecuencias de las prácticas de sostenibilidad en el coste de capital y en la reputación corporativa. *Revista de Contabilidad*, 17(2), 153-162.

- Martos, M. (2011). La responsabilidad social corporativa en la gestión hotelera. *Turismo y Sociedad*, 11, 169-184. Recuperado el 28 de abril de 2016
- McWilliams, A., & Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective. *The Academy Of Management Review*, 26(1), 117-127.
- McWilliams, A., Siegel, D., & Wright, P. (enero de 2006). Corporate Social Responsibility: Strategic Implications. *Journal of Management Studies*, 43, 1-18. Recuperado el 6 de Julio de 2016
- Melé, D. (2007). Responsabilidad social de la empresa: una revisión crítica a las principales teorías. *Ekonomiaz*, 2(65), 50-67.
- Midttun, A., & Granda, G. (2007). *Innovación y responsabilidad social empresarial*. Madrid: Grupo Editorial Cinca.
- Ministerio de Turismo. (6 de mayo de 2015). *Turismo en cifras-Portal*. Recuperado el 9 de Mayo de 2016, de <https://www.flickr.com/photos/132878509@N03/17390789252/>
- Ministerio de Turismo. (2017). *Boletín de estadísticas turísticas 2012 - 2016*. Quito: Ministerio de Turismo del Ecuador.
- Ministerio de Turismo. (09 de septiembre de 2017). *Ministerio de Turismo/Noticias*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/ecuador-el-pais-mas-ganador-de-los-world-travel-awards-2017/>
- Mitchell, R., Agle, B., & Wood, D. (1997). Toward a theory of stakeholder identification and salience: defining the principle of who and what really counts. *Academy of Management Review*, 22(4), 853-886.
- Molina, P., Botero, S., & Montoya, A. (2017). Estudios de rendimiento en las empresas de familia. Una nueva perspectiva. *Estudios Gerenciales* (33), 76-86.
- Montero, M. (2012). La responsabilidad social y la norma ISO 26000. *Formación gerencial*(1), 102-119. Recuperado el 27 de julio de 2016
- Montero, R. (2016). *Modelos de regresión lineal múltiple*. Documentos de Trabajo en Economía Aplicada. Granada: Universidad de Granada.

Morales, A., & Segoviano, L. (2016). Una perspectiva económico-institucional de la toma de decisiones: solución de problemas en situación de incertidumbre. *Investigación Económica*, 75(298), 57-75.

Naciones Unidas. (2017). *Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible Una oportunidad para América Latina y el Caribe*. Santiago: Naciones Unidas.

Núñez, J., & Valarezo, K. (2012). RSC: Reputación, Sostenibilidad, Compromiso. *Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación*, 61-66. Recuperado el 11 de Julio de 2016

Oliva, M., & Oliver, R. (2004). Análisis de las encuestas de consumo turístico en la estimación de la cuenta satélite de turismo de Argentina. *Aportes y Transferencias*, 1, 55-74.

Organización de las Naciones Unidas. (25 de septiembre de 2015). *Organización de las Naciones Unidas*. Obtenido de Objetivo de desarrollo sostenible: <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/>

Organización Mundial de Turismo. (2015). *UNWTO Tourism Highlights, 2015 Edition*. Obtenido de <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>

Organización Mundial de Turismo. (25 de enero de 2019). *Organización Mundial de Turismo*. Obtenido de Departamento de Comunicación de la OMT: <http://www2.unwto.org/es/press-release/2019-01-25/primer-encuesta-omt-positivos-ciudadanos-reconocen-la-incidencia-positiva-d>

Organización Mundial de Turismo. (21 de Enero de 2019). *UNWTO*. Obtenido de Inteligencia de mercado y competitividad: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barometer_jan19_presentation_sp.pdf

Pacto Global. (2017). *Pacto Global*. Obtenido de Red Ecuador: <http://www.pactoglobalecuador.org/adhesion-a-la-red-local/>

Pacto Mundial. (201 de septiembre de 2016). *Pacto Mundial*. Recuperado el 11 de Septiembre de 2018, de Red Española: <https://www.pactomundial.org/>

- Pacto Mundial de las Naciones Unidas. (15 de abril de 2015). *Pacto Mundial de las Naciones Unidas*. Recuperado el 6 de agosto de 2017, de Red Española: <https://www.pactomundial.org/2017/09/sector-turistico-ante-los-objetivos-desarrollo-sostenible/>
- Peña, D., & Serra, A. (2012). RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO Estudio de caso en empresa de alojamiento de la ciudad de Santa Marta, Colo
mbia. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21, 1456 – 1480.
- Pérez, C. (2004). *Técnicas de análisis multivariante de Datos - Aplicaciones con SPSS*. Madrid: Pearson Educación S.A.
- Polanco, J. (2016). El papel del análisis por componentes principales en la evaluación de redes de control de la calidad del aire. *Comunicaciones en estadística*, 9(2), 271-294.
- Polanco, J., Ramírez, F., & Orozco, M. (2016). Incidencia de estándares internacionales en la sostenibilidad corporativa: una perspectiva de la alta dirección. *Estudios Gerenciales*, 32, 181-192.
- Proaño, W., Ramírez, J., & Pérez, I. (2019). Evaluación del turismo sostenible a partir de criterio de expertos en las costas de Manabí, Ecuador. *Avances Centro de Información y Gestión Tecnológica*, 21(1), 59-78.
- Reder, A. (1994). *In Pursuit of Principle and Profit: Business Success through Social Responsibility*. New York: Putnam.
- Reinert, F., & Barbosa, M. (2015). Responsabilidad social corporativa en el sector turístico. Un estudio de caso en el Parque Temático Beto Carrero World (Santa Catarina-Brasil). *Estudios y perspectivas en Turismo*, 264-278.
- Rivas, P. (2012). *Estructuras de propiedad y gestión en el sector hotelero (tesis doctoral inédita)*. Les Illes Balears: Universitat de les Illes Balears. Recuperado el 23 de Agosto de 2016

- Rondinelli, D., & Berry, M. (2000). Environmental Citizenship in Multinational Corporations: Social Responsibility and Sustainable Development. *European Management Journal*, 18(1), 70-84.
- Rowley, T. (1997). Moving beyond dyadic ties: a network theory of stakeholder influences. *Academy of Management Review*, 22(4), 887-910.
- Ruizalba, J., Vallespín, M., & Pérez, J. (2015). Gestión del conocimiento y orientación al marketing interno en el desarrollo de ventajas competitivas en el sector hotelero. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 21, 84-92.
- Sánchez, I., Hernández, G., Hernández, V., & Oliva, G. (2012). Gestión ética y la responsabilidad social en las comunidades. *Multiciencias*, 12, 186-190. Recuperado el 17 de junio de 2016
- Santomá, R., & Costa, G. (2007). Calidad de servicio en la industria hotelera: revisión de literatura. *Revista de Análisis Turístico* (3), 27-44. Recuperado el 23 de agosto de 2016
- Schwalb, M., & García, I. (2013). Dimensiones de la responsabilidad social del marketing. *Revista Venezolana de Gerencia*, 18(63), 434-456. Recuperado el 17 de junio de 2016
- Solnet, D., & Kandampully, J. (2008). How some service firms have become part of "service excellence" folklore An exploratory study. *Managing Service Quality*, 18(2), 178-193.
- Stubbs, W. (2017). Sustainable Entrepreneurship and B Corps. *Business Strategy and the Environment*, 26(3), 331-344.
- Suchman, M. (1995). Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *The Academy of Management Review*, 20(3), 571-610.
- Thanh-Xuan, L., & Van-Thai, L. (2016). Adapting a Measure of Socially Responsible Consumption in France to the Vietnamese Context A Study in Ho Chi Minh City. *VNU Journal of Science: Economics and Business*, 32(2), 58-68.
- Toro, D. (Diciembre de 2006). El enfoque estratégico de la responsabilidad social corporativa: revisión de la literatura académica. *Intangible Capital*, 2(14), 338-358.

- Trejo, A. (2017). Crecimiento económico e industrialización en la Agenda 2030: perspectivas para México. *Revista Problemas del Desarrollo*, 83-111.
- Trejo, K. (2017). Conceptualización de los derechos humanos desde la perspectiva de género en relación con la reforma laboral. *Revista Latinoamericana de Derecho Social* (24), 133-172.
- United Nations Global Compact. (8 de marzo de 2018). *United Nations Global Compact*. Recuperado el 31 de Mayo de 2018, de https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/participants/search?utf8=%E2%9C%93&search%5Bkeywords%5D=&search%5Bcountries%5D%5B%5D=51&search%5Bper_page%5D=10&search%5Bsort_field%5D=&search%5Bsort_direction%5D=asc
- Vaca, R. (2012). *Responsabilidad social corporativa en las cadenas hoteleras españolas: factores determinantes de su nivel de desarrollo y consecuencias (tesis doctoral inédita)*. Huelva: Universidad de Huelva. Recuperado el 03 de mayo de 2016
- Vilá, R., Torrado, M., & Reguant, M. (2019). Análisis de regresión lineal múltiple con SPSS: un ejemplo práctico. *Revista d'Innovació i Recerca en Educaió REIRE*, 12(2), 1-10.
- Volpentesta, J. (2017). Creación de un método de integración de grupos de interés al gobierno de las empresas. *Estudios Gerenciales* (33), 195-207.
- Weiss, R. (1983). Weber on Bureaucracy: Management Consultant or Political Theorist? *Academy of Management***t Review*, 8(2), 242-248.
- Whetten, D., Rands, G., & Godfrey, P. (2002). What are the responsibilities of business to society? *Handbook of strategy and management*, 373-408.
- World Business Council for Sustainable Development. (1998). *Corporate Social Responsibility: Meeting Changing Expectations*. Geneva: World Business Council for Sustainable Development.
- World Tourism Organization. (2017). *10YFP Sustainable Tourism Programme Annual Magazine 2016/2017*: Madrid: UNWTO.

World Tourism Organization. (2019). *UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2019*. Madrid: UNWTO.

World Travel Tourism Council. (2019). *Travel & Tourism Economic Impact 2019 World*. London: WTTC.

Anexos

Anexo 1

**Opinión de la importancia de la RSE desde la perspectiva de los gerentes, administradores
y/o propietarios de los hoteles**

Modelo de Análisis de componentes principales

$$IRSE = f(\beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_n X_n)$$

$$IRSE_k = \sum_{i=1}^p \beta_i X_{ki}$$

Donde:

IRSE = Importancia de la Responsabilidad Social Empresarial

X = Factores de la Norma ISO 26000

β = Coeficiente de los factores de la Norma ISO 26000

Para iniciar con el proceso, se debe garantizar que la estructura del instrumento aplicado sea representativa y permita el cumplimiento de los objetivos planteados. Cabe recalcar que, el cuestionario fue diseñado extrayendo cada una de las preguntas de la norma ISO 26000, para lo cual se pusieron a criterio de los administradores, gerentes y/o administradores cada uno de los 37 asuntos que conforman los siete factores fundamentales de la norma. Para el cumplimiento de este fin se presenta en la tabla 35 el indicador denominado alfa de Cronbach, que permite la evaluación de la consistencia interna de las preguntas usadas en la recolección de la información (Malhotra, 2008, pág. 285).

Tabla 35. Alpha de Cronbach del modelo aplicado a los hoteles

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados		
Alfa de Cronbach	N de elementos	
,876	,877	37

Fuente: Elaboración propia

Como se identifica en la tabla 35, el resultado del alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados es de 0,88 que ratifica la fiabilidad del instrumento, ya que sobrepasa el mínimo aceptado como referencia que es del 0,70 (Luque, 1997). Por lo tanto, se asevera que el modelo tomado como referencia para la explicación de la RSE mediante los siete

parámetros fundamentales de la norma ISO 26000 es aceptable y permite el cumplimiento con los objetivos planteados.

Para continuar con el modelo de ACP, se identificó los indicadores más importantes que permiten su comprensión, iniciando con los estadísticos descriptivos de los siete factores fundamentales promedio variables objeto a análisis. Por ello, en la tabla 36, se presenta los estadísticos descriptivos más usados como son la media aritmética, la desviación estándar y el número de casos que se emplearon en el tratamiento de la información. Estos indicadores permiten la comprensión de los factores de acuerdo con la calificación alcanzada que determina la influencia en el modelo.

Tabla 36. Estadísticos descriptivos

	Estadísticos descriptivos		
	Media	Desviación estándar	N de análisis
PGOVERNANZA	4,4048	,59935	21
PDHUMANOS	4,7679	,20266	21
PPLABORALES	4,6286	,27775	21
PMAMBIENTE	4,4167	,59861	21
PPJOPERACIONES	4,5905	,40237	21
PACONSUMIDORES	4,7687	,24939	21
PPADCOMUNIDAD	4,1565	,64350	21

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con los resultados de la tabla 36, el elemento con mayor valor medio es el que corresponde a los asuntos de los consumidores con 4,7687, seguido por los derechos humanos, las prácticas laborales y las prácticas justas de operaciones con un promedio de 4,7679, 4,6286 y 4,5905 respectivamente. Asimismo, los elementos de la norma ISO 26000 con menor calificación promedio están el medio ambiente con 4,4167, la gobernanza con 4,4048 y al final se encuentra la participación activa y desarrollo de la comunidad con una media de 4,1565.

A continuación, se obtuvo la matriz de correlaciones que se puede observar en la tabla 37, pues para la efectividad del modelo se necesita que las diferentes variables presenten factores similares; es decir, para que resulte factible el modelo desarrollado se necesita que las variables se correlacionen entre sí. Por ello, los coeficientes así encontrados requieren que sus valores absolutos sean significativos para calificarlos como representativos e idóneos para el modelo.

Tabla 37. Matriz de correlaciones

		Matriz de correlaciones						
		PGOVER NANZA	PDHUM ANOS	PPLABO RALES	PMAMB IENTE	PPJOPERA CIONES	PACONSUM IDORES	PPADCOM UNIDAD
Correlación	PGOVERNANZA	1,000	,529	,468	,282	,390	,598	,666
	PDHUMANOS	,529	1,000	,546	,245	,309	,580	,614
	PPLABORALES	,468	,546	1,000	,466	,557	,657	,677
	PMAMBIENTE	,282	,245	,466	1,000	,277	,463	,332
	PPJOPERACIONES	,390	,309	,557	,277	1,000	,803	,624
	PACONSUMIDORES	,598	,580	,657	,463	,803	1,000	,695
	PPADCOMUNIDAD	,666	,614	,677	,332	,624	,695	1,000

Fuente: Elaboración propia

Hipótesis para la verificación del modelo:

H_0 : La matriz de correlaciones en la población es igual a la matriz de identidad; por consiguiente, el grupo de variables no se adapta al ACP, ya que al no existir correlaciones no hay relaciones lineales.

H_1 : La matriz de correlaciones en la población es diferente a la matriz de identidad; por consiguiente, el grupo de variables se adapta al ACP.

Posteriormente, se sometió a prueba el modelo planteado usando para el efecto la adecuación muestral de Kaise-Meyer y Olkin (KMO) y se muestra en la tabla 38. Este indicador comprueba si las correlaciones parciales entre variables son bajas y su resultado alcanza valores desde 0 hasta 1. Para su interpretación, se considera que resultados mayores a 0,5 establecen que el modelo ACP es adecuado para su aplicación, para valores inferiores se rechaza su aplicación. Además, se presenta la prueba de esfericidad de Bartlett que se emplea para la comprobación de la similitud entre la matriz de correlaciones y la matriz identidad, para su aceptación debe obtener un valor de $p < 0,05$ (De la Garza, Morales, & González, 2013).

Tabla 38. Prueba de KMO y Bartlett

Prueba de KMO y Bartlett		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,7589
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	73,194
	Gl	21
	Sig.	,000

Fuente: Elaboración propia

Por ello, en la tabla 38 se observan los resultados de los dos indicadores, para la prueba KMO se obtuvo un valor de 0,7589 siendo resultado positivo para continuar con el análisis. Para el caso de la prueba de esfericidad de Barlett se tiene un nivel de significancia de 0,00. Por lo tanto, de conformidad con los resultados obtenidos, se rechazó la hipótesis nula y se acepta la alterna, dando como resultado que el modelo resulta favorable para los fines de la investigación.

Complementariamente, se empleó las comunalidades para la comprensión de la variable j -ésima que explica los cambios que experimenta dicha variable interpretada por los k elementos considerados; es decir, determina el aporte de cada una de las variables y su relación con la categoría asociada, lo que se muestra en la tabla 39. Los valores obtenidos pueden alcanzar resultados que oscilan entre 0 y 1 y para su interpretación se entiende que, mientras más cercano a uno factores comunes explican adecuadamente su variabilidad.

Tabla 39. Comunalidades

	Comunalidades	
	Inicial	Extracción
PGOBERNANZA	1,000	,695
PDHUMANOS	1,000	,787
PPLABORALES	1,000	,695
PMAMBIENTE	1,000	,966
PPJOPERACIONES	1,000	,957
PACONSUMIDORES	1,000	,868
PPADCOMUNIDAD	1,000	,800

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Fuente: Elaboración propia

Para el presente caso, en la tabla 39 se observan los resultados de las comunalidades de los siete macro factores que forman parte de la norma ISO 26000. Éstas alcanzan valores que van de 0,695 hasta 0,966 y son considerablemente elevados y significativos para el modelo planteado, lo cual que permite aseverar que las variables de análisis pueden ser agrupadas, con el fin de la explicación de la responsabilidad social en los hoteles de dos y tres estrellas de las ZETQ.

A continuación, después de haber verificado el alcance del modelo planteado e identificado su viabilidad, se requiere la determinación de la cantidad de componentes que lo explican. Por ello, en la tabla 40 se presentan el número total de componentes que se utilizan en el modelo, junto con los autovalores iniciales y las sumas de extracción de cargas al cuadrado, lo

que permite la determinación de los componentes útiles requeridos para su integración. Además, hay que tener presente que estos elementos permiten la explicación de un aparte significativa de la varianza total del modelo. Un autovalor próximo a cero es considerado como componente residual y no aportan de manera significativa a la investigación

Tabla 40. Varianza total explicada

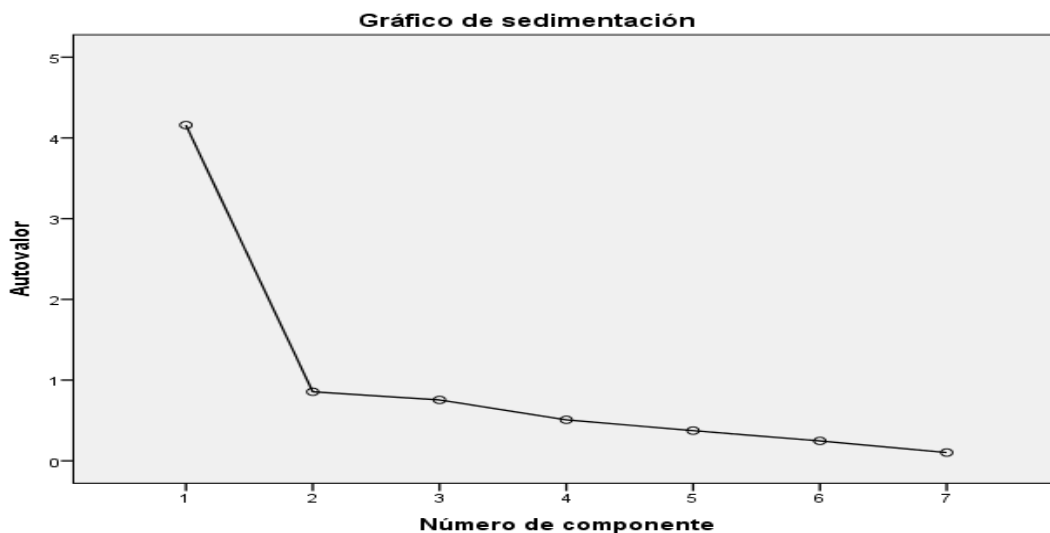
Componente	Varianza total explicada					
	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% Acumulado
1	4,159	59,412	59,412	4,159	59,412	59,412
2	,855	12,219	71,631			
3	,754	10,773	82,404			
4	,508	7,256	89,660			
5	,374	5,347	95,006			
6	,247	3,526	98,532			
7	,103	1,468	100,000			

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Fuente: Elaboración propia

De esta manera, en la tabla 40 se establece en el presente modelo que un solo componente explica el 59,41% de la varianza total presente en las variables empleadas, haciendo innecesario el uso de otros, ya que por sí solo éste resultó significativo. Asimismo, en la figura 22 se presenta la sedimentación de los componentes denotándose que en el segundo comienza la inflexión en la cual los autovalores adoptan una nueva tendencia, abandonando la pendiente significativa original.

Figura 22. Gráfico de sedimentación



Fuente: Elaboración propia

Finalmente, en la tabla 41 se presenta la matriz de coeficiente con la respectiva puntuación para cada uno de los componentes sugeridos, éstos permiten el armado del modelo definitivo producto de la aplicación del modelo de ACP. A través de esta matriz, se establece la manera en que el sector hotelero de dos y tres estrellas de las ZETQ entiende a la RSE. Es gracias a estos resultados lo que hace posible la determinación de la expresión que se requiere para su interpretación.

Tabla 41. Matriz de coeficiente de puntuación de componentes

Matriz de componente^a	
	Componente
	1
PGOBERNANZA	,737
PDHUMANOS	,716
PPLABORALES	,820
PMAMBIENTE	,532
PPJOPERACIONES	,754
PACONSUMIDORES	,903
PPADCOMUNIDAD	,874

Método de extracción: análisis de componentes principales.

a. 1 componentes extraídos.

Fuente: Elaboración propia

Expresión resultante:

$$IRSE = f(\beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_n X_n)$$

$$IRSE_k = \sum_{i=1}^p \beta_i X_{ki}$$

De tal modo que,

$$IRSE_k = 0.737X_{1k} + 0.716X_{2k} + 0.820X_{3k} + 0.532X_{4k} + 0.754X_{5k} + 0.903X_{6k} + 0.874X_{7k}$$

$$IRSE_k = 0.73PGOBERNANZA + 0.716PDHUMANOS + 0.820PPLABORALES + 0.532PMAMBIENTE + 0.754PPJOPERACIONES + 0.903PACONSUMIDORES + 0.874PPADCOMUNIDAD$$

De tal modo que, esta expresión permite la comprensión de la RSE empleando para el efecto los factores fundamentales de la norma ISO 26000. Lo interesante del modelo así encontrado es el hecho que ratifica la vigencia del estándar en el sector objeto de estudio presente en la ZETQ, resaltando de esta manera la importancia de la RSE que los administradores, gerentes y/o propietarios de los hoteles de dos y tres estrellas de las ZETQ presentan en su gestión.

Anexo 2

**Opinión de la importancia de la RSE desde la perspectiva de los gerentes, administradores
y/o propietarios de los hoteles**

Análisis de regresión lineal múltiple

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_k X_k + \varepsilon$$

Donde:

β_0 = es el término independiente, es el valor de Y cuando X_1, \dots, X_k son cero

$\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_k$ = son los coeficientes parciales de la regresión

ε = es el error de observación debido a variables no controladas

Para el cumplimiento de este fin, se empleó para su cálculo el método denominado “hacia adelante” para el establecimiento de la viabilidad del modelo, ya que dependiendo del método seleccionado se determina la manera de introducción de las variables independientes, que para el presente caso es un único paso. Por ello, en la tabla 42 se presenta el resumen del modelo, presentándose los estadísticos R, R^2 , R^2 ajustado, el error estándar de estimación, los estadísticos de cambio y el coeficiente Durbin-Watson, requeridos para el entendimiento del modelo.

Tabla 42. Resumen del modelo de ARLM

Resumen del modelo ^c										
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Estadísticas de cambios					Durbin-Watson
					Cambio de cuadrado de R	Cambio en F	df1	df2	Sig. Cambio en F	
1	,694 ^a	,481	,454	,38564	,481	17,623	1	19	,000	
2	,768 ^b	,590	,544	,35221	,109	4,778	1	18	,042	2,339

a. Predictores: (Constante), PGOBERNAZA

b. Predictores: (Constante), PGOBERNAZA, PPLABORALES

c. Variable dependiente: APG 1 Apreciación Global: Importancia general dada a la RSE en la gestión del hotel

Fuente: Elaboración propia

Para el presente análisis, de acuerdo con los resultados obtenidos, el indicador más importante es el R^2 ajustado que determina el porcentaje de los casos analizados que son explicados por el modelo. Aquí se obtuvo como resultado que el 54,4% de los casos son explicados por el ALRM, siendo óptimo para la investigación (Tabla 42).

Hipótesis para la verificación del modelo:

$H_0 : \beta_0 = \beta_1 = \beta_2, \dots, \beta_k = 0$ El modelo de ARLM general no es bueno para la población.

$H_1 : \beta_0 = \beta_1 = \beta_2, \dots, \beta_k = 0$ El modelo general no es bueno para la población.

El siguiente paso es el análisis de las varianzas (Anova) lo que se muestra en la tabla 43, cuya finalidad es posibilitar la comparación de varios conjuntos de datos en una variable netamente cuantitativa. Este examen es una generalidad de las discrepancias de similitud de las medias aritméticas para dos muestras consideradas como independientes (IBM, 2019). Además, se identifica el estadístico F del anova de un factor, siendo su propósito la evaluación del impacto que tienen sobre la variable dependiente la capacidad predictiva de las diferentes variables independientes tomadas como referencia.

Tabla 43. Análisis de la varianza (ANOVA) del modelo de ARLM

ANOVA ^a						
	Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	2,621	1	2,621	17,623	,000 ^b
	Residuo	2,826	19	,149		
	Total	5,446	20			
2	Regresión	3,214	2	1,607	12,953	,000 ^c
	Residuo	2,233	18	,124		
	Total	5,446	20			

a. Variable dependiente: APG 1 Apreciación Global: Importancia general dada a la RSE en la gestión del hotel

b. Predictores: (Constante), PGOBERNAZA

c. Predictores: (Constante), PGOBERNAZA, PPLABORALES

Fuente: Elaboración propia

Para el caso en particular, en la tabla 43 se observa un valor de la prueba F de 12,953 con un nivel de significancia de 0,000 lo que ratifica que los resultados obtenidos son óptimos para la explicación del modelo. Además, como se presenta en la tabla 44 se determinan los coeficientes no estandarizados y estandarizados, la prueba t y su significancia requeridos para la validación del modelo ARLM.

Tabla 44. Coeficientes β

Modelo	Coeficientes ^a									
	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados			Correlaciones			Estadísticas de colinealidad	
	B	Error estándar	Beta	t	Sig.	Orden cero	Parcial	Parte	Tolerancia	VIF
1 (Constante)	1,697	,639		2,654	,016					
PGOVERNAZA	,604	,144	,694	4,198	,000	,694	,694	,694	1,000	1,000
2 (Constante)	-,879	1,315		-,669	,512					
PGOVERNAZA	,452	,149	,519	3,040	,007	,694	,583	,459	,781	1,280
PPLABORALES	,701	,321	,373	2,186	,042	,616	,458	,330	,781	1,280

a. Variable dependiente: APG 1 Apreciación Global: Importancia general dada a la RSE en la gestión del hotel

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 45 se presentan las variables excluidas de modelo en la que se muestran los coeficientes beta, la prueba t y su significancia, las estadísticas de colinealidad, como indicadores más relevantes en el proceso de determinación de las variables que integraron el modelo definitivo.

Tabla 45. Variables excluidas

Modelo		Variables excluidas ^a						
		En beta	t	Sig.	Correlación parcial	Estadísticas de colinealidad		
						Tolerancia	VIF	Tolerancia mínima
1	PDHUMANOS	,264 ^b	1,388	,182	,311	,720	1,389	,720
	PPLABORALES	,373 ^b	2,186	,042	,458	,781	1,280	,781
	PMAMBIENTE	,081 ^b	,462	,650	,108	,921	1,086	,921
	POPERACIONES	,150 ^b	,831	,417	,192	,848	1,179	,848
	PACONSUMIDORES	,328 ^b	1,662	,114	,365	,643	1,556	,643
	PPADCOMUNIDAD	,375 ^b	1,791	,090	,389	,557	1,795	,557
2	PDHUMANOS	,130 ^c	,660	,518	,158	,606	1,650	,606
	PMAMBIENTE	-,064 ^c	-,367	,718	-,089	,778	1,286	,660
	POPERACIONES	-,019 ^c	-,098	,923	-,024	,668	1,497	,615
	PACONSUMIDORES	,151 ^c	,670	,512	,160	,460	2,173	,460
	PPADCOMUNIDAD	,188 ^c	,765	,455	,182	,386	2,593	,386

a. Variable dependiente: APG 1 Apreciación Global: Importancia general dada a la RSE en la gestión del hotel

b. Predictores en el modelo: (Constante), PGOVERNAZA

c. Predictores en el modelo: (Constante), PGOVERNAZA, PPLABORALES

Fuente: Elaboración propia

Por ello, en la tabla 44 y 45 se determinan los coeficientes β del modelo ARLM y de las variables excluidas; por lo que, siendo todos los coeficientes diferentes de cero, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna. De esta manera, el modelo de ARLM se ajusta a la población y es bueno para expresar la relación de variables. Además, en la tabla 44 y de acuerdo con los resultados obtenidos, los macro factores que más contribuyen a explicar a la RSE a través de la norma ISO 26000 son la gobernanza y las prácticas laborales. Esto se entiende en virtud de que el sector empresarial se preocupa principalmente por la gestión de las organizaciones y por los colaboradores que afectan directamente a las actividades del negocio, ya que gracias a su trabajo generan utilidades para los establecimientos.

Por otra parte, para que el modelo de ARLM sea el adecuado se requiere la realización del diagnóstico de colinealidad de las distintas variables, ya que su existencia impide la aplicación del respectivo modelo (Vilá, et al., 2019, pág. 3). En la tabla 46 el diagnóstico de colinealidad de las dimensiones incluidas en el modelo, su autovalor, el índice de condición y las proporciones de la varianza por cada una de las variables independientes que lo conforman.

Tabla 46. Diagnóstico de colinealidad

Diagnósticos de colinealidad ^a						
Modelo	Dimensión	Autovalor	Índice de condición	Proporciones de varianza		
				(Constante)	PGOVERNAZA	PPLABORALES
1	1	1,991	1,000	,00	,00	
	2	,009	15,127	1,00	1,00	
2	1	2,989	1,000	,00	,00	,00
	2	,010	17,368	,09	,90	,03
	3	,002	43,734	,91	,10	,97

a. Variable dependiente: APG 1 Apreciación Global: Importancia general dada a la RSE en la gestión del hotel

Fuente: Elaboración propia

De la tabla 46, se identifica la ausencia de colinealidad de las variables asociadas, respaldando la aplicación del modelo de ARLM; es decir, no existe correlación entre las diferentes variables independientes, ni con los grupos de las variables restantes.

Como resultado final al proceso de ARLM, en la tabla 47 se presenta la estadística descriptiva de los residuos obtenidos resultantes de su aplicación. Los residuos son el resultado de la resta entre los valores de la variable dependiente observados y los predichos por la regresión. Se presentan los valores mínimos, máximos, así como la media aritmética y la desviación

estándar de los 21 hoteles de dos y tres categorías ubicadas en los alrededores de las zonas especiales turísticas del Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 47. Estadísticas de residuos

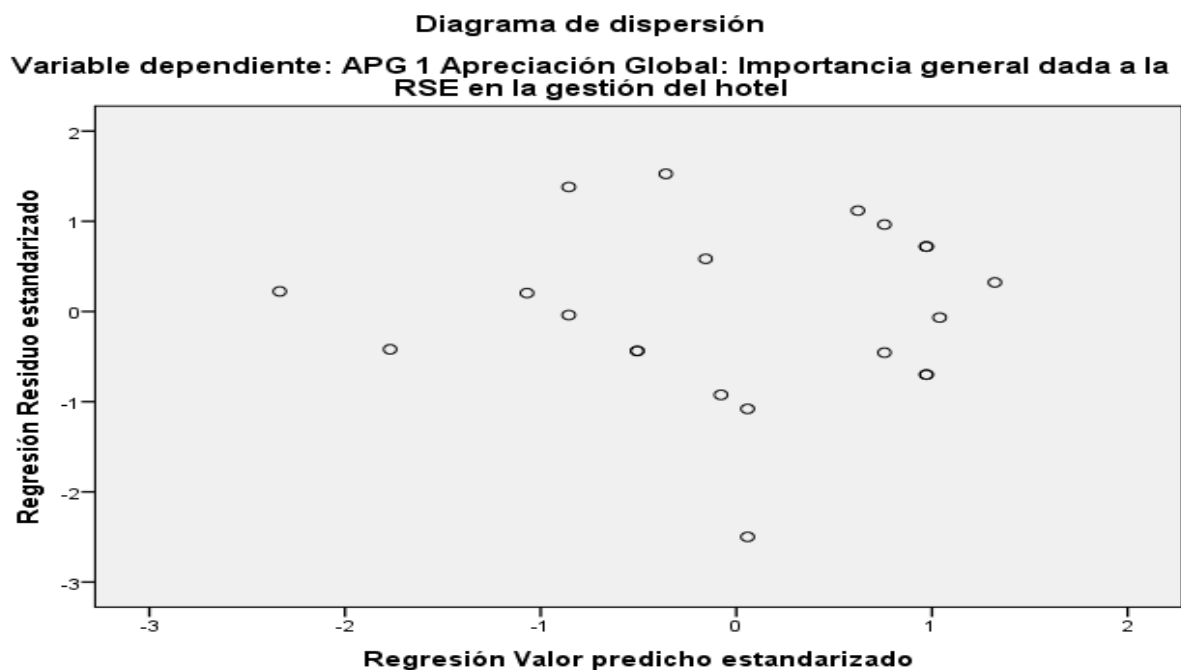
	Estadísticas de residuos ^a				
	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar	N
Valor pronosticado	3,4217	4,8866	4,3571	,40084	21
Residuo	-,88016	,53734	,00000	,33413	21
Valor pronosticado estándar	-2,334	1,321	,000	1,000	21
Residuo estándar	-2,499	1,526	,000	,949	21

a. Variable dependiente: APG 1 Apreciación Global: Importancia general dada a la RSE en la gestión del hotel

Fuente: Elaboración propia

Por ello, en la tabla 47 los residuos permiten el establecimiento de la veracidad del modelo obtenido por el ARLM para los datos analizados. Los cuales, para su correcta interpretación se presentan el diagrama de dispersión que evidencia las relaciones entre las variables independientes y su efecto sobre la apreciación global que tienen los administradores, gerentes y/o propietarios, hecho que se muestra en la figura 23.

Figura 23. Gráfico de sedimentación



Fuente: Elaboración propia

Por ello, el modelo queda expresado de la siguiente manera:

$$\hat{Y} = \hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 X_1 + \dots + \hat{\beta}_k X_k + \varepsilon$$

$$\text{IRSE} = -0,879 + 0,452 \text{Gobernanza} + 0,701 \text{Laborales}$$

Anexo 3

Opinión de la importancia de la RSE desde la perspectiva de los huéspedes

Análisis de componentes principales

$$IRSEH = f(\beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_n X_n)$$

$$* IRSEH_k = \sum_{i=1}^p \beta_i X_{ki}$$

Donde:

IRSEH = Importancia de la Responsabilidad Social Empresarial atribuida por los huéspedes

X = Factores de la Norma ISO 26000

β = Coeficiente de los factores de la Norma ISO 26000

Igual como se procedió con los administradores, gerentes y/o propietarios de los establecimientos analizados, se verificó la estructura del instrumento de acuerdo con el alfa de Cronbach. El instrumento utilizado, igual que el caso anterior, fue realizado tomando como referencia los siete macro factores de la norma ISO 26000 junto con sus 37 criterios que lo integran. Por ello, se presenta en la tabla 48 se evaluó la consistencia de la encuesta usada con los huéspedes de los establecimientos hoteleros a través el indicador llamado alfa de Cronbach.

Tabla 48. Alpha de Cronbach del modelo aplicado a los huéspedes

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados		
Alfa de Cronbach		N de elementos
,939	,939	37

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 48, se observa el resultado del alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados, siendo de 0,939 para este caso, lo que demuestra la fiabilidad de la encuesta aplicada, ya que como se dijo anteriormente supera el valor mínimo de 0,70. Por ello, considera que el modelo asumido para la explicación de la RSE desde la perspectiva de los huéspedes resulta viable y contribuye al entendimiento del problema planteado. Además,

permitió el establecimiento del criterio de los huéspedes respecto a la RSE y su grado de coincidencia con la norma ISO 26000.

De manera complementaria, se estableció los estadísticos descriptivos para los siete factores fundamentales de la norma ISO 26000 como requisito del modelo ACP; por ello, en la tabla 49 se presenta la media aritmética, la desviación estándar y el número de casos usado en la determinación del modelo. Por ello, estos estadísticos ayudan en el entendimiento de los criterios de los huéspedes de acuerdo con los resultados obtenidos y su influencia en el modelo, ya que permitió contrarrestar los criterios del sector empresarial y profundizar el entendimiento que los hoteles de dos y tres estrellas de los alrededores de las ZETQ sobre la RSE.

Tabla 49. Estadísticos descriptivos

	Estadísticos descriptivos		
	Media	Desviación estándar	N de análisis
PGOVERNANZA	4,2251	,85680	402
PDHUMANOS	4,1059	,63214	402
PPLABORALES	4,1749	,67948	402
PMAMBIENTE	4,1318	,67839	402
PPJOPERACIONES	4,1485	,62700	402
PACONSUMIDORES	4,1866	,58011	402
PPADCOMUNIDAD	4,1025	,61380	402

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la tabla 49, el factor que presenta el mayor valor medio es el que hace referencia a la gobernanza con 4,23, seguido por los asuntos de consumidores con el 4,19, las prácticas laborales 4,18, la práctica justa de operaciones que alcanza un valor de 4,15. Los elementos con menores resultados, sin ser considerados necesariamente bajos en su ponderación, son los relacionados con el medio ambiente con un valor medio de 4,13, lo referente a los derechos humanos con 4,11 y la participación activa y desarrollo de la comunidad con 4,10, que resaltó la importancia que presentaron las organizaciones dedicadas a las actividades de alojamiento respecto a la RSE.

Paso siguiente, se procedió a la determinación de la matriz de correlaciones como se observa en la tabla 50, cuya repercusión en la determinación del modelo es determinante, la presencia de factores parecidos en valor resultaba necesario en la determinación de las diferentes variables que la conformaron. Para el establecimiento del modelo se requirió de la existencia

de correlaciones entre las variables que formaron parte del modelo, necesitando además que los coeficientes tuvieran valores absolutos significativos para que sean considerado como factibles para el funcionamiento del modelo propuesto. Además, se muestra la interdependencia de las relaciones existentes entre todas las variables que integraron el modelo, así como por cada par de variables analizadas.

Tabla 50. Matriz de correlaciones

		Matriz de correlaciones						
		PDHU						
		PGOVER NANZA	MANO S	PPLABO RALES	PMAM BIENTE	PPJOPERA CIONES	PACONSU MIDORES	PPADCOM UNIDAD
Correlación	PGOBERNANZA	1,000	,475	,305	,316	,331	,310	,361
	PDHUMANOS	,475	1,000	,594	,493	,518	,557	,537
	PPLABORALES	,305	,594	1,000	,552	,691	,691	,671
	PMAMBIENTE	,316	,493	,552	1,000	,486	,576	,615
	PPJOPERACIONES	,331	,518	,691	,486	1,000	,670	,646
	PACONSUMIDORES	,310	,557	,691	,576	,670	1,000	,695
	PPADCOMUNIDAD	,361	,537	,671	,615	,646	,695	1,000

Fuente: Elaboración propia

Hipótesis para la verificación del modelo aplicado a los huéspedes:

H_0 : La matriz de correlaciones en la población es igual a la matriz de identidad; por ello, las variables utilizadas no se adapta al modelo ACP, ya que no existe relaciones lineales.

H_1 : La matriz de correlaciones en la población es diferente a la matriz de identidad; por ello, las variables se adaptan al ACP.

A continuación, se verifico la efectividad del modelo ACP empleando para ello la adecuación muestral de Kaise-Meyer y Olkin (KMO), como se muestra en la tabla 51. Este medidor de la bondad del modelo fluctúa entre 0 y 1, demuestra si las correlaciones parciales entre variables consideradas en el modelo son reducidas. Por ello, un valor superior a 0,5 se entiende que el modelo ACP es idónea para su aplicación, mientras que valores inferiores determinan que su aplicación es errónea. También se incluye la prueba de esfericidad de Barlett, que es un indicador que establece si la matriz de correlaciones es igual a la matriz identidad, para su

aceptación se requiere que se obtenga un valor de $p < 0,05$, de encontrarse con resultados superiores se debe rechazar la aplicación del modelo ACP.

Tabla 51. Prueba de KMO y Bartlett

Prueba de KMO y Bartlett		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,900
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	1472,368
	Gl	21
	Sig.	,000

Fuente: Elaboración propia

De esta manera, en la tabla 51 se determinan los valores alcanzados por ambos medios de verificación, el indicador de la prueba KMO dio como resultado un valor de 0,900 lo que indicó su procedencia y proporcionó un valor positivo para continuar con el análisis. Para el caso de la prueba de esfericidad de Bartlett se obtuvo una significancia de 0,00 determinándose la procedencia del modelo. Por consiguiente, de acuerdo con los resultados de los indicadores anteriores, se rechazó la hipótesis nula y se acepta la alterna, lo que se traduce en el hecho que el modelo es pertinente para la investigación desarrollada.

Asimismo, en la tabla 52 se obtuvieron las comunalidades para la determinación en que la variable j -ésima pueda dar explicación a las variaciones que experimentas por la variable aclarada por los k elementos identificados. Esto quiere decir que, los factores comunes influyen sobre la varianza explicada, dando como resultado la contribución de cada una de las variables y su dependencia con la categoría identificada. Además, debido a que su valor fluctúa entre 0 y 1, se entiende que mientras se encuentre más próximo a uno, factores comunes explican la variabilidad de estos elementos, caso contrario la rechazan.

Tabla 52. Comunalidades

Comunalidades		
	Inicial	Extracción
PGOBERNANZA	1,000	,924
PDHUMANOS	1,000	,672
PPLABORALES	1,000	,786
PMAMBIENTE	1,000	,951
PPJOPERACIONES	1,000	,800
PACONSUMIDORES	1,000	,763
PPADCOMUNIDAD	1,000	,744

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Fuente: Elaboración propia

Por ello, en la tabla 52 se identifican las comunalidades de las siete variables que integran la norma ISO 26000, que varían entre 0,744 y 0,951. Estos resultados se consideran altos y relevantes para el ACP; por ello, se concluye que las variables identificadas como parte de los macro factores de la norma ISO 26000 se las puede agrupar para la correspondiente explicación del modelo y comprender la manera en que los huéspedes conciben el papel de los hoteles de dos y tres estrellas de las ZETQ frente a la RSE.

Posterior a la verificación de la validez del modelo ACP, se requiere el establecimiento de número adecuado de los componentes que lo integran. El número óptimo de componentes del modelo se encuentra en la tabla 53 a través de la varianza total explicada; además, se presentan los autovalores iniciales y las sumas de extracción de cargas al cuadrado que permiten su identificación. Es gracias a la determinación de la varianza total del modelo lo que se interpreta como su porcentaje de explicación; por ende, valores cercanos a cero, son considerados como que no aportan significativamente con el estudio (valores residuales).

Tabla 53. Varianza total explicada

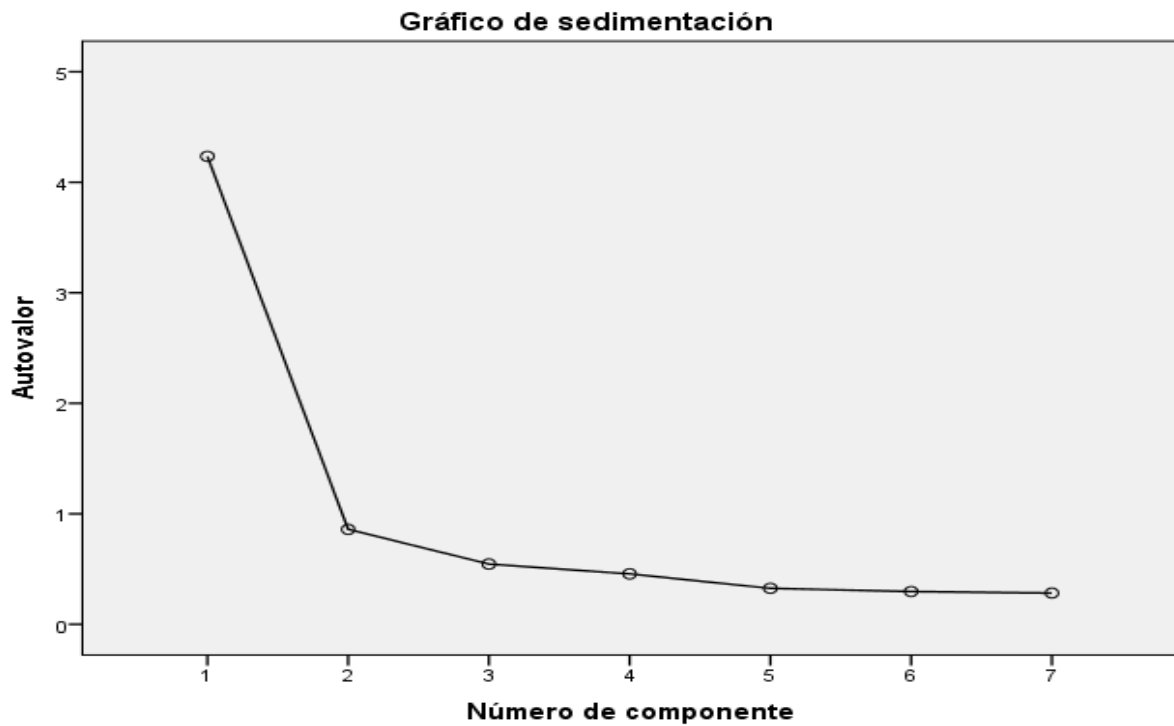
Componente	Varianza total explicada					
	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	4,234	60,492	60,492	4,234	60,492	60,492
2	,859	12,276	72,768			
3	,545	7,789	80,557			
4	,456	6,518	87,075			
5	,326	4,650	91,725			
6	,297	4,241	95,966			
7	,282	4,034	100,000			

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Fuente: Elaboración propia

Para continuar, en la tabla 53 se presentan los posibles componentes que integran el modelo, determinándose que solo el primer componente es significativo y explica el 60,49% de la varianza total de las variables que lo integran, mientras que los otros componentes son considerados residuales y convirtiéndose inapropiado su empleo. Por otra parte, en la figura 24 se presenta el gráfico de sedimentación de los componentes encontrados, resaltándose el hecho que es en el segundo componente se presenta un cambio de dirección y los autovalores toman una nueva trayectoria. Por ello, esta figura muestra visualmente el primer componente significativo del modelo, determinado por los autovalores y la cantidad de varianza total explicada, denominándose este como “el componente principal”.

Figura 24. Gráfico de sedimentación



Fuente: Elaboración propia

Por último, se encontraron los componentes que debe integrarse al modelo y sus correspondientes coeficientes, los cuales se presentan en la tabla 54. Esta matriz de coeficiente de puntuación de los componentes resultantes de la aplicación del modelo ACP permite su armado final para su correspondiente aplicación. Gracias a los coeficientes se puede establecer la expresión que va a particularizar al modelo ACP, la cual permite la comprensión en que los huéspedes aprecian la gestión de los hoteles de dos y tres estrellas de las ZETQ y su orientación a la RSE.

Tabla 54. Matriz de coeficiente de puntuación de componentes

Matriz de componente^a	
	Componente
	1
PGOBERNANZA	,524
PDHUMANOS	,764
PPLABORALES	,848
PMAMBIENTE	,747
PPJOPERACIONES	,814
PACONSUMIDORES	,847
PPADCOMUNIDAD	,848

Método de extracción: análisis de componentes principales.

a. 1 componentes extraídos.

Fuente: Elaboración propia

Expresión resultante:

$$IRSEH = f(\beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_n X_n)$$

$$IRSEH_k = \sum_{i=1}^p \beta_i X_{ki}$$

De tal modo que,

$$IRSEH_k = 0.524X_{1k} + 0.764X_{2k} + 0.848X_{3k} + 0.747X_{4k} + 0.814X_{5k} + 0.847X_{6k} + 0.848X_{7k}$$

En conclusión, la fórmula anterior permite la comprensión en que los huéspedes perciben la gestión de los hoteles en referencia a la RSE, el cual es factible gracias a los factores fundamentales que integran de la norma ISO 26000. Cabe recalcar que el modelo resultante ACP confirma la vigencia de la norma ISO 26000 desde la perspectiva de los consumidores y resalta la posición que tienen los administradores, gerentes y/o propietarios de los hoteles de dos y tres estrellas de las ZETQ en su gestión.

Anexo 4

Opinión de la importancia de la RSE desde la perspectiva de los gerentes, administradores
y/o propietarios de los hoteles

Análisis de regresión lineal múltiple

$$IRSEH = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_k X_k + \varepsilon$$

Donde:

β_0 = es el término independiente, es el valor de Y cuando X_1, \dots, X_k son cero

$\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_k$ = son los coeficientes parciales de la regresión

ε = es el error de observación debido a variables no controladas

Para iniciar el análisis, se seleccionó como método para la realización del ARLM el denominado como “hacia adelante”, en la búsqueda de la determinación de la bondad del modelo, pues de la elección realizada dependerá la forma de introducción en el análisis de las variables independientes. Por ello, en la tabla 55 se observa el resumen del modelo con los estadísticos R, R², R² ajustado, el error estándar de estimación, los estadísticos de cambio y el coeficiente Durbin-Watson, requeridos para el entendimiento del modelo.

Tabla 55. Resumen del modelo de ARLM

Resumen del modelo ^g											
Modelo	R	R			Error estándar de la estimación	Estadísticas de cambios				Durbin-Watson	
		cuadrado	cuadrado	ajustado		Cambio de cuadrado de R	Cambio en F	df1	df2		Sig. Cambio en F
1	,573 ^a	,328	,326	,326	,78558	,328	195,124	1	400	,000	
2	,622 ^b	,387	,384	,384	,75101	,059	38,675	1	399	,000	
3	,650 ^c	,423	,418	,418	,72991	,035	24,402	1	398	,000	
4	,667 ^d	,445	,439	,439	,71683	,022	15,661	1	397	,000	
5	,673 ^e	,453	,446	,446	,71214	,009	6,246	1	396	,013	
6	,677 ^f	,459	,450	,450	,70953	,005	3,917	1	395	,049	1,707

a. Predictores: (Constante), PPADCOMUNIDAD

b. Predictores: (Constante), PPADCOMUNIDAD, PMAMBIENTE

c. Predictores: (Constante), PPADCOMUNIDAD, PMAMBIENTE, PPLABORALES

d. Predictores: (Constante), PPADCOMUNIDAD, PMAMBIENTE, PPLABORALES, PGOBERNANZA

e. Predictores: (Constante), PPADCOMUNIDAD, PMAMBIENTE, PPLABORALES, PGOBERNANZA, PACONSUMIDORES

f. Predictores: (Constante), PPADCOMUNIDAD, PMAMBIENTE, PPLABORALES, PGOBERNANZA, PACONSUMIDORES, PDHUMANOS

g. Variable dependiente: APG 1 Apreciación Global: Importancia general dada a la RSE en la gestión del hotel

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la tabla 55, el modelo de ARLM explica el 44,9% de los casos analizados, siendo considerado aceptable para la investigación. Este resultado se obtuvo del estadístico R^2 ajustado que determina el porcentaje de los casos analizados, incorporando al análisis cada una de las variables hasta la obtención del resultado óptimo más alto que justifica el método empleado.

Hipótesis para la verificación del modelo:


$H_0 : \beta_0 = \beta_1 = \beta_2, \dots, \beta_k = 0$ El modelo de ARLM general no es bueno para la población.

$H_1 : \beta_0 = \beta_1 = \beta_2, \dots, \beta_k = 0$ El modelo general no es bueno para la población.

Posteriormente, se calculó el estadístico anova (análisis de las varianzas) lo que se muestra en la tabla 56, su propósito es facilitar el cotejo de los diferentes conjuntos de datos de las variables cuantitativas usadas en la determinación del modelo. Asimismo, se identificó el estadístico F y su nivel de significancia, cuyo papel es el establecimiento de la capacidad predictiva de las variables independientes y su efecto sobre la variable dependiente objeto de análisis.

Tabla 56. Análisis de la varianza (ANOVA) del modelo de ARLM

ANOVA ^a						
	Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	120,418	1	120,418	195,124	,000 ^b
	Residuo	246,855	400	,617		
	Total	367,274	401			
2	Regresión	142,232	2	71,116	126,089	,000 ^c
	Residuo	225,042	399	,564		
	Total	367,274	401			
3	Regresión	155,232	3	51,744	97,123	,000 ^d
	Residuo	212,042	398	,533		
	Total	367,274	401			
4	Regresión	163,279	4	40,820	79,441	,000 ^e
	Residuo	203,994	397	,514		
	Total	367,274	401			
5	Regresión	166,447	5	33,289	65,642	,000 ^f
	Residuo	200,827	396	,507		
	Total	367,274	401			

Continúa 

6	Regresión	168,419	6	28,070	55,757	,000 ^g
	Residuo	198,855	395	,503		
	Total	367,274	401			

a. Variable dependiente: APG 1 Apreciación Global: Importancia general dada a la RSE en la gestión del hotel

b. Predictores: (Constante), PPADCOMUNIDAD

c. Predictores: (Constante), PPADCOMUNIDAD, PMAMBIENTE

d. Predictores: (Constante), PPADCOMUNIDAD, PMAMBIENTE, PPLABORALES

e. Predictores: (Constante), PPADCOMUNIDAD, PMAMBIENTE, PPLABORALES, PGOBERNANZA

f. Predictores: (Constante), PPADCOMUNIDAD, PMAMBIENTE, PPLABORALES, PGOBERNANZA, PACONSUMIDORES

g. Predictores: (Constante), PPADCOMUNIDAD, PMAMBIENTE, PPLABORALES, PGOBERNANZA, PACONSUMIDORES, PDHUMANOS

Fuente: Elaboración propia

Por ello, en la tabla 57 se encontró un valor de la prueba estadística F de 55,757 con una significancia de 0,000, demostrando que de acuerdo con los resultados obtenidos viabiliza la explicación del modelo. Por otra parte, en la tabla 46 se determinan los coeficientes no estandarizados y estandarizados, requeridos para la validación del modelo ARLM.

Tabla 57. Coeficientes β

Coeficientes ^a											
Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.	Correlaciones			Estadísticas de colinealidad		
	B	Error estándar	Beta			Orden cero	Parcial	Parte	Tolerancia	VIF	
1	(Constante)	,541	,265		2,042	,042					
	PPADCOMUNIDAD	,893	,064	,573	13,969	,000	,573	,573	,573	1,000	1,000
2	(Constante)	-,045	,270		-,165	,869					
	PPADCOMUNIDAD	,597	,077	,383	7,701	,000	,573	,360	,302	,622	1,608
	PMAMBIENTE	,436	,070	,309	6,219	,000	,544	,297	,244	,622	1,608
3	(Constante)	-,348	,270		-1,291	,197					
	PPADCOMUNIDAD	,380	,087	,243	4,353	,000	,573	,213	,166	,464	2,155
	PMAMBIENTE	,353	,070	,250	5,033	,000	,544	,245	,192	,587	1,705
	PPLABORALES	,368	,075	,261	4,940	,000	,563	,240	,188	,518	1,929
4	(Constante)	-,674	,278		-2,428	,016					
	PPADCOMUNIDAD	,323	,087	,207	3,726	,000	,573	,184	,139	,452	2,214
	PMAMBIENTE	,323	,069	,229	4,656	,000	,544	,228	,174	,579	1,726
	PPLABORALES	,350	,073	,248	4,773	,000	,563	,233	,179	,516	1,936
	PGOBERNANZA	,179	,045	,160	3,957	,000	,383	,195	,148	,852	1,174

Continúa →

5 (Constante)											
		-,895	,290			3,092	,002				
PPADCOMUNIDAD	,246	,092	,158	2,679	,008	,573	,133	,100	,400	2,503	
PMAMBIENTE	,291	,070	,207	4,161	,000	,544	,205	,155	,561	1,784	
PPLABORALES	,275	,079	,195	3,488	,001	,563	,173	,130	,441	2,266	
PGOBERNANZA	,175	,045	,157	3,889	,000	,383	,192	,145	,851	1,175	
PACONSUMIDORES	,239	,096	,145	2,499	,013	,557	,125	,093	,410	2,437	
6 (Constante)											
		-1,000	,293			3,409	,001				
PPADCOMUNIDAD	,237	,091	,152	2,593	,010	,573	,129	,096	,399	2,509	
PMAMBIENTE	,275	,070	,195	3,911	,000	,544	,193	,145	,553	1,809	
PPLABORALES	,232	,081	,165	2,845	,005	,563	,142	,105	,410	2,440	
PGOBERNANZA	,143	,048	,128	3,010	,003	,383	,150	,111	,755	1,325	
PACONSUMIDORES	,212	,096	,129	2,203	,028	,557	,110	,082	,402	2,487	
PDHUMANOS	,155	,078	,102	1,979	,049	,510	,099	,073	,515	1,941	

a. Variable dependiente: APG 1 Apreciación Global: Importancia general dada a la RSE en la gestión del hotel

Fuente: Elaboración propia

Además, se requiere la identificación de los coeficientes beta de las variables excluidas para el análisis completo de las variables que se han identificado forman parte de la norma ISO 26000 y explican la RSE. Esta información se presenta en la tabla 58 que permite una visión integral del modelo desarrollado.

Tabla 58. Variables excluidas

Variables excluidas ^a								
Modelo	En beta	t	Sig.	Correlación parcial	Estadísticas de colinealidad			
					Tolerancia	VIF	Tolerancia mínima	
1	PGOBERNANZA	,203 ^b	4,746	,000	,231	,870	1,150	,870
	PDHUMANOS	,285 ^b	6,127	,000	,293	,712	1,405	,712
	PPLABORALES	,325 ^b	6,141	,000	,294	,550	1,819	,550
	PMAMBIENTE	,309 ^b	6,219	,000	,297	,622	1,608	,622
	PPIOPERACIONES	,194 ^b	3,676	,000	,181	,583	1,715	,583
	PACONSUMIDORES	,308 ^b	5,601	,000	,270	,518	1,932	,518
2	PGOBERNANZA	,172 ^c	4,152	,000	,204	,855	1,169	,591
	PDHUMANOS	,228 ^c	4,887	,000	,238	,669	1,495	,550
	PPLABORALES	,261 ^c	4,940	,000	,240	,518	1,929	,464
	PPIOPERACIONES	,150 ^c	2,927	,004	,145	,570	1,753	,464
	PACONSUMIDORES	,235 ^c	4,245	,000	,208	,482	2,076	,449
3	PGOBERNANZA	,160 ^d	3,957	,000	,195	,852	1,174	,452
	PDHUMANOS	,170 ^d	3,479	,001	,172	,594	1,685	,453
	PPIOPERACIONES	,051 ^d	,913	,362	,046	,461	2,169	,419
	PACONSUMIDORES	,153 ^d	2,598	,010	,129	,411	2,434	,408
						Continúa	➔	

4	PDHUMANOS	,118 ^e	2,303	,022	,115	,526	1,902	,447
	PPJOPERACIONES	,029 ^e	,522	,602	,026	,456	2,192	,416
	PACONSUMIDORES	,145 ^e	2,499	,013	,125	,410	2,437	,400
5	PDHUMANOS	,102 ^f	1,979	,049	,099	,515	1,941	,399
	PPJOPERACIONES	-,007 ^f	-,119	,905	-,006	,426	2,347	,383
6	PPJOPERACIONES	-,012 ^g	-,211	,833	-,011	,425	2,352	,369

a. Variable dependiente: APG 1 Apreciación Global: Importancia general dada a la RSE en la gestión del hotel

b. Predictores en el modelo: (Constante), PPADCOMUNIDAD

c. Predictores en el modelo: (Constante), PPADCOMUNIDAD, PMAMBIENTE

d. Predictores en el modelo: (Constante), PPADCOMUNIDAD, PMAMBIENTE, PPLABORALES

e. Predictores en el modelo: (Constante), PPADCOMUNIDAD, PMAMBIENTE, PPLABORALES, PGOBERNANZA

f. Predictores en el modelo: (Constante), PPADCOMUNIDAD, PMAMBIENTE, PPLABORALES, PGOBERNANZA, PACONSUMIDORES

g. Predictores en el modelo: (Constante), PPADCOMUNIDAD, PMAMBIENTE, PPLABORALES, PGOBERNANZA, PACONSUMIDORES, PDHUMANOS

Fuente: Elaboración propia

De esta manera, se determinaron los coeficientes β del modelo ARLM (tabla 57 y 58) y son diferentes de cero, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna. Además, se determinó que el modelo de ARLM planteado manifiesta las condiciones en que se encuentra la población general analizada y es acertado su uso para la determinación de las relaciones de las variables identificadas.

En conclusión, los macro factores de la norma ISO 26000 que permiten la interpretación de la importancia atribuida a la RSE por parte de los huéspedes de los hoteles de dos y tres estrellas de las ZETQ son la participación activa de la comunidad, su preocupación por el medio ambiente, las prácticas laborales de los hoteles, la gobernanza de los administradores, gerentes y/o propietario de los establecimientos, los asuntos referentes a los consumidores y la práctica de los derechos humanos de las diferentes partes interesadas relacionados con la actividad de alojamiento. Hecho deducido por las acciones sostenibles que los clientes exigen de una organización socialmente responsable.

Complementariamente, se requirió la determinación de las posibles colinealidades existentes entre las diferentes variables, ya que para que el modelo se cumpla no debe existir colinealidad entre las variables que lo integren (Vilá, et al., 2019, pág. 4). Por ello, en la tabla 59 se presentan los resultados obtenidos en el diagnóstico de colinealidad relacionado con las dimensiones incluidas, los autovalores, el índice de condición y las proporciones de la varianza por cada una de las variables independientes.

Tabla 59. Diagnóstico de colinealidad

Diagnósticos de colinealidad ^a										
Proporciones de varianza										
Mod elo	Dimen sión	Autov alor	Índice de condición	(Constan te)	PPADCO MUNIDA D	PMAMBIEN TE	PPLABO RALES	PGOBER NANZA	PACONSU MIDORES	PDHUMA NOS
1	1	1,989	1,000	,01	,01					
	2	,011	13,459	,99	,99					
2	1	2,978	1,000	,00	,00	,00				
	2	,013	14,909	,87	,03	,44				
	3	,009	18,273	,13	,97	,56				
3	1	3,967	1,000	,00	,00	,00	,00			
	2	,014	16,926	,97	,03	,11	,12			
	3	,012	18,344	,00	,02	,78	,43			
	4	,007	23,260	,03	,95	,11	,45			
4	1	4,939	1,000	,00	,00	,00	,00	,00		
	2	,028	13,252	,00	,02	,04	,05	,92		
	3	,013	19,245	,98	,02	,09	,08	,07		
	4	,012	20,472	,00	,02	,76	,43	,00		
	5	,007	26,012	,01	,94	,10	,45	,01		
5	1	5,932	1,000	,00	,00	,00	,00	,00	,00	
	2	,029	14,208	,00	,01	,02	,03	,92	,01	
	3	,013	21,085	,87	,02	,11	,06	,07	,00	
	4	,012	22,096	,01	,01	,78	,26	,01	,03	
	5	,007	28,297	,04	,63	,09	,54	,00	,05	
	6	,006	31,784	,08	,33	,00	,11	,01	,91	
6	1	6,921	1,000	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00
	2	,029	15,330	,00	,01	,02	,03	,79	,01	,00
	3	,013	22,773	,86	,02	,08	,07	,05	,00	,00
	4	,013	23,306	,01	,00	,68	,16	,01	,01	,17
	5	,010	26,164	,00	,14	,14	,04	,10	,05	,70
	6	,007	31,180	,06	,48	,07	,63	,03	,04	,12
	7	,006	34,361	,07	,35	,00	,08	,01	,89	,00

a. Variable dependiente: APG 1 Apreciación Global: Importancia general dada a la RSE en la gestión del hotel

Fuente: Elaboración propia

De la información presentada en la tabla 59, se desprende que las variables incluidas en el modelo de ARLM no son colineales y sustentan su aplicación. Asimismo, esto determina que las variables independientes identificadas no presentan correlaciones entre sí o entre los grupos formados por las restantes.

El análisis final de la aplicación del ARLM da como resultado la estadística descriptiva de los residuos que se muestran en la tabla 60. Cabe recalcar el hecho que, estos residuos se obtuvieron de la sustracción de los valores observados presentes de la variable dependiente

y los predichos por el ARLM. Esta incluye los datos mínimos, máximos, su media, la desviación estándar y el número de casos analizados.

Tabla 60. Estadísticas de residuos

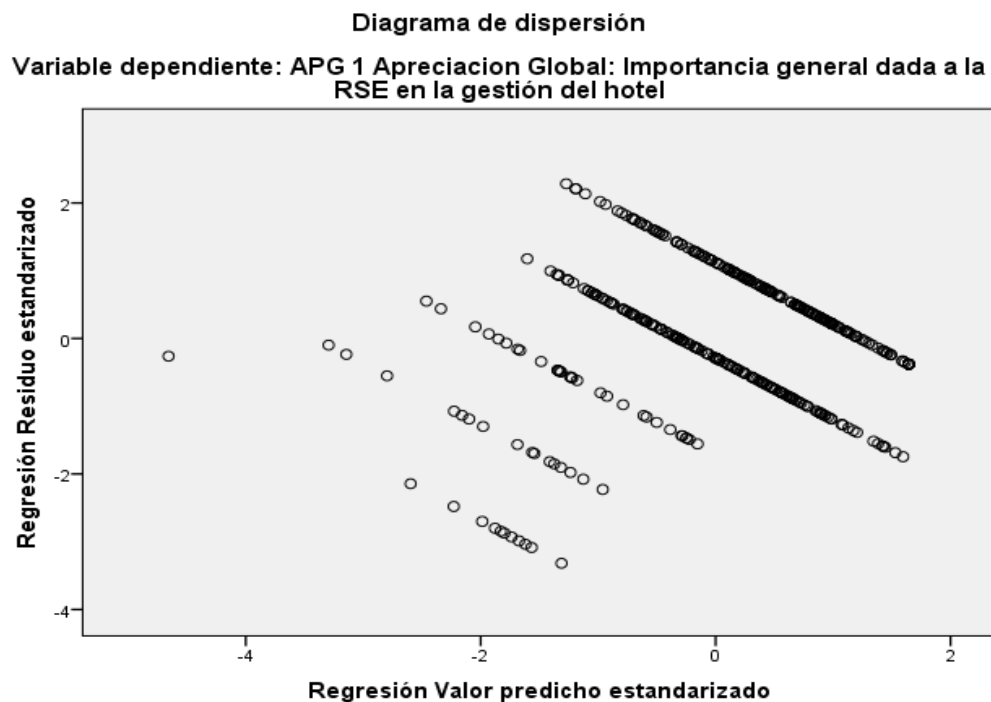
	Estadísticas de residuos ^a				
	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar	N
Valor pronosticado	1,1857	5,2683	4,2040	,64807	402
Residuo	-2,35370	1,62028	,00000	,70420	402
Valor pronosticado estándar	-4,657	1,642	,000	1,000	402
Residuo estándar	-3,317	2,284	,000	,992	402

a. Variable dependiente: APG 1 Apreciación Global: Importancia general dada a la RSE en la gestión del hotel

Fuente: Elaboración propia

De la tabla 60, donde se presentaron los residuos de la aplicación de la ARLM se identificó que los resultados de dicho modelo son veraces de acuerdo con los datos analizados. Su interpretación es más fácil en el diagrama de dispersión que muestra las relaciones existentes entre las variables independientes y su influencia en la percepción de la importancia que los huéspedes presentan sobre los factores que integran la norma ISO 26000. (Figura 25).

Figura 25. Gráfico de sedimentación



Fuente: Elaboración propia

Para finalizar, los macro factores más importantes a los ojos de los clientes de los hoteles de dos y tres estrellas de las ZETQ se obtuvieron de la aplicación del ARLM se expresa de la siguiente manera:

$$\hat{Y} = \hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 X_1 + \dots + \hat{\beta}_k X_k + \varepsilon$$

IRSEH=1,000+0,237PADComunidad+0,275MAmbiente+0,232PLaborales+0,143Gobernanza+0,212 AConsumidores+0,155DHumanos