



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE ECONOMÍA

Proyecto de Investigación, previo a la obtención del Título de Economista.

Tema:

“La responsabilidad social empresarial como uno de los factores influyentes en el crecimiento económico del sector turismo en el cantón Baños de Agua Santa, 2014 – 2015”.

Autora: Ramos Barrera, Joselyn Cristina

Tutor: Eco. Ortiz Viveros, Jesús

Ambato – Ecuador

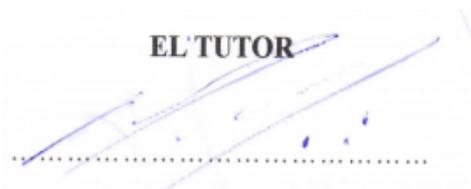
2017

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Jesús Ortiz Viveros, con cédula de identidad No. 1757341480, en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación sobre el tema: **“LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO UNO DE LOS FACTORES INFLUYENTES EN EL CRECIMIENTO ECONOMICO DEL SECTOR TURISMO EN EL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA, 2014 – 2015”** desarrollado por Joselyn Cristina Ramos Barrera,, de la carrera de Economía, modalidad presencial, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos, tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de pregrado, de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para la presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por los profesores calificadores designados por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, abril del 2017



EL TUTOR

Eco. Jesús Ortiz Viveros

C.I.: 1757341480

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Joselyn Cristina Ramos Barrera, con cédula de identidad No. 1804364972, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el trabajo de investigación, bajo el tema: **“LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO UNO DE LOS FACTORES INFLUYENTES EN EL CRECIMIENTO ECONOMICO DEL SECTOR TURISMO EN EL CANTON BAÑOS DE AGUA SANTA, 2014 – 2015”**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos; conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este proyecto de investigación

Ambato, abril del 2017

AUTORA



.....
Joselyn Cristina Ramos Barrera

C.I. 1804364972

CESIÓN DE DERECHOS

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este proyecto de investigación, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación.

Cedo los derechos en línea patrimonial de mi proyecto de investigación, con fines de difusión pública; además apruebo la reproducción de este proyecto de investigación, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica potencial; y se realice respetando mis derechos de autora.

Ambato, abril del 2017

AUTORA

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Joselyn Ramos', is enclosed within a faint rectangular border.

.....

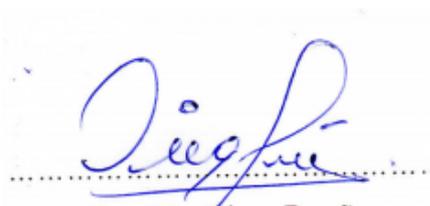
Joselyn Cristina Ramos Barrera

C.I. 1804364972

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el Proyecto de Investigación, sobre el tema: : “**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO UNO DE LOS FACTORES INFLUYENTES EN EL CRECIMIENTO ECONOMICO DEL SECTOR TURISMO EN EL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA, 2014 – 2015**”, elaborado por Joselyn Cristina Ramos Barrera, estudiante de la Carrera de Economía, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, abril del 2017



Eco. Mg. Diego Proaño

PRESIDENTE



Eco. Nelson Lascano

MIEMBRO CALIFICADOR



Dra. Lilian Morales

Dra. Lilian Morales

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo está dedicado a mi familia que ha sido mi apoyo y motivación especialmente en los momentos difíciles, a mi madre María por ser la persona que incondicionalmente ha estado a mi lado, por todo el amor y esfuerzo que me ha brindado para que pueda alcanzar mis metas, a mi hijo Alejandro mi mayor inspiración y fortaleza quien me enseñó a no rendirme en este proceso, para que se sienta orgulloso de mi.

Joselyn Cristina Ramos Barrera

AGRADECIMIENTO

De En primer lugar a Dios por permitirme cumplir uno de mis sueños, y compartirlo con todos mis seres queridos, a mis padres: María y Bolívar, por todas sus enseñanzas, consejos, amor y apoyo que han hecho de mi lo que soy, a mi hermana por alegrar cada día con sus ocurrencias, a mis tías y abuelitos que tengo la dicha de aún tenerlos a mi lado compartiendo este logro.

A Leonardo, quien siempre ha estado presto a brindarme su ayuda y apoyo así como su cariño.

A una persona especial e importante en mi vida Oscar por su apoyo su amor, preocupación y darme los ánimos necesarios siempre que lo necesitaba.

De manera especial agradezco también al Economista Jesús Ortiz quien me ha guiado en la elaboración de este proyecto compartiendo sus conocimientos, su tiempo y paciencia conmigo.

A mis estimados profesores y mis amigas universitarias por todas las experiencias compartidas.

Joselyn Cristina Ramos Barrera

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE ECONOMÍA

TEMA: “LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO UNO DE LOS FACTORES INFLUYENTES EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DEL SECTOR TURISMO EN EL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA, 2014 – 2015”.

AUTORA: Joselyn Cristina Ramos Barrera

TUTOR: Eco. Jesús Ortiz Viveros

FECHA: Abril del 2017

RESUMEN EJECUTIVO

Uno de los sectores que ha cobrado importancia en la actualidad en nuestro país, es el turismo, que ha mantenido un crecimiento económico constante, favoreciendo a su vez a las economías locales y nacional, es por ello que se ha buscado convertir al Ecuador en una potencia turística competitiva y dar un paso más hacia el cambio de la matriz productiva de nuestro país.

El turismo considerado un sector multidisciplinario engloba otras sub actividades generadoras de empleo, lo cual es muy apreciado entre las localidades que cuentan con diferentes atractivos turísticos, su constitución se basa principalmente en las micro y pequeñas empresas donde la principal preocupación es mantenerse en el mercado priorizando así los aspectos económicos y dejando de lado los relacionados con la sociedad y el ambiente que son actores directos para lograr convertir al turismo en un referente económico desde los niveles cantonales y provinciales, basándose en las practicas correctas que benefician a la sociedad en general, es ahí cuando se habla de Responsabilidad Social Empresarial.

Es por ello que la investigación se centraliza en el estudio del crecimiento económico del sector turismo apoyado por las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial. De esta forma conocer cómo se están llevando a cabo las actividades turísticas, cuál es la percepción de los propietarios de los establecimientos turísticos sobre la Responsabilidad Social Empresarial y cómo esta influye en el crecimiento

económico de las empresas en sus diferentes actividades turísticas; comidas y bebidas, alojamiento, agencias de viajes, distracciones y transporte turístico ya que si bien es cierto están dentro de un mismo sector pero cada una de ellas tiene sus propias características y dinámica.

PALABRAS DESCRIPTORAS: SECTOR TURISMO, RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, CRECIMIENTO ECONÓMICO, VALOR AGREGADO BRUTO, SUSTENTABILIDAD.

TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO
FACULTY OF ACCOUNTING AND AUDIT
ACCOUNTING AND AUDIT CAREER

TOPIC: "THE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS ONE OF THE INFLUENCING FACTORS IN THE TOURISM SECTOR'S ECONOMIC GROWTH IN BANOS DE AGUA SANTA, 2014 - 2015".

AUTHOR: Joselyn Cristina Ramos Barrera

TUTOR: Eco. Jesús Ortiz Viveros

DATE: April 2017.

ABSTRACT

Today one of the sectors that has gained importance in our country is tourism, it has maintained a constant economic growth, in turn favoring local and national economies, so that it is the reason why it has sought to make Ecuador a competitive tourism power and take a step towards the change of the productive matrix of our country.

Tourism considered a multidisciplinary sector include other sub-activities that generate employment, which is too appreciated among the localities with different tourist attractions, tourism's constitution is based mainly on micro and small enterprises, where the main concern is stay in the market prioritizing the economic aspects and leaving aside those related to society and the environment, who are direct actors to make tourism an economic referent since province levels, , based on the correct practices that benefit society In general, that's when we talk about Corporate Social Responsibility.

This is why the research focuses on the study of the economic growth of the tourism sector supported by the practices of Corporate Social Responsibility. In this way to know how are carrying out the tourist activities, which is the perception of the owners of the tourist establishments on Corporate Social Responsibility and how it influences in the economic growth of the companies in their different tourist activities; Food and drinks, accommodation, travel agencies, distractions and tourist

transport, although they are within the same sector but each one has its own characteristics and dynamics.

KEYWORDS: TOURISM SECTOR, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, ECONOMIC GROWTH, SOCIAL CONTRIBUTIONS, SUSTAINABILITY.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA
PÁGINAS PRELIMINARES	
PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
RESUMEN EJECUTIVO.....	viii
ABSTRACT.....	x
ÍNDICE GENERAL.....	xii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xvi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xvii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I	
ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
1.1. Descripción y formulación del problema.....	3
1.1.1. Macrocontextualización.....	3
1.1.2. Mesocontectualización.....	5
1.1.3. Microcontextualización.....	9
1.1.4. Análisis crítico.....	14
1.1.5. Prognosis.....	15
1.2. Justificación.....	16
1.3. Objetivos.....	17
1.3.1. General.....	17
1.3.2. Específicos.....	17
CAPÍTULO II	
MARCO TEÓRICO.....	18
2.1. Antecedentes investigativos.....	18

2.2. Fundamentación científico-técnica	24
2.2.1. Fundamentación filosófica	24
2.2.2. Fundamentación legal.....	25
2.3. Categorías fundamentales	28
2.3.1. Supraordinación de las variables	28
2.3.2. Subordinación de las variables	29
2.3.2.1. Subordinación de la variable Independiente	29
2.4. Marco Conceptual de la Variable Independiente	31
2.4.1. Economía.....	31
2.4.2. Sustentabilidad	31
2.4.3. Responsabilidad Social Empresarial	33
2.4.4. Grupos de interés de la RSE.....	34
2.4.5. Beneficios y herramientas de la RSE	35
2.4.6. Estándares de la Responsabilidad Social Empresarial	36
2.4.7. Principios de la Responsabilidad Social Empresarial	38
2.5. Marco Conceptual de la Variable Dependiente	39
2.5.1. Macroeconomía	39
2.5.2. Crecimiento Económico del Sector Turismo	40
2.5.3. Capital Humano.....	42
2.5.4. Demanda de Trabajo	43
2.5.5. Capacitación	44
2.5.6. Recursos Naturales	46
2.5.7. Formación de Capital	48
2.5.8. Estrategias	51
2.6. Preguntas directrices y/ o hipótesis	55
2.6.1. Preguntas directrices.....	55
2.6.2. Hipótesis	56

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA	57
3.1. Modalidad, enfoque y nivel de investigación	57
3.1.1. Modalidad.....	57
3.1.1.1. Investigación Documental-Bibliográfica.....	57

3.1.1.2. Investigación de campo	57
3.1.2 Enfoque	58
3.1.3. Nivel	59
3.1.3.1. Exploratorio	59
3.1.3.2. Descriptivo.....	59
3.1.3.3. Relacional	59
3.2. Población, Muestra y Unidad De Investigación.....	59
3.2.1. Población	59
3.2.2. Muestra	60
3.3. Operacionalización de las Variables	64
3.3.1. Operacionalización de la Variable Independiente: Responsabilidad Social Empresarial.....	64
3.3.2. Operacionalización de la Variable Dependiente: Crecimiento Económico del Sector Turismo	66
3.4. Descripción detallada del tratamiento de la información.....	67
3.4. 1. Plan de recolección de la información.....	67
3.6. Plan de procesamiento de la información	67

CAPÍTULO IV

RESULTADOS.....	69
4.1. Principales resultados.....	69
Público Interno	69
Proveedores	71
Gobernabilidad	73
Comunidad	74
Ambiente	76
Clientes.....	77
Crecimiento económico del sector turismo	80
4.2. Análisis comparativo de los subsectores.....	81
4.3. Verificación de la hipótesis.....	90
4.3.1. Modelo Lógico	90
4.3.2. Modelo Matemático	90
4.3.3. Cálculo de las desviaciones estándar y de las medias de las muestras.....	91

4.3.4. Varianza muestral	91
4.3.5. Combinación de las varianzas de las muestras	92
4.3.6. Determinación “t”	92
4.3.7. Determinación “t” valor crítico	93
4.3.8. Gráfica “t- student”	93
4.4. Conclusiones	94
4.5. Recomendaciones	95
Referencias Bibliográficas	98
Anexos	104

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁGINA
Tabla 1. Peso del Turismo en las exportaciones no Petroleras (millones de USD)	4
Tabla 2. Establecimientos turísticos provinciales	7
Tabla 3. VAB por actividad económica Baños de Agua Santa.....	12
Tabla 4. Beneficios y herramientas de la Responsabilidad Social Empresarial.....	35
Tabla 5. Principios del Pacto Mundial	38
Tabla 6. Balanza Turística (millones de USD)	42
Tabla 7. Normas INEN para el Sector Alojamiento	53
Tabla 8. Normas INEN para el Sector Comidas y bebidas	53
Tabla 9. Normas INEN para el Sector de Operación turística	54
Tabla 10. Normas INEN para Otras ocupaciones	54
Tabla 11. Inversión en turismo 2014-2017	54
Tabla 12. Población, Establecimientos turísticos según su actividad principal	60
Tabla 13. Muestra estratificada por actividad turística	62
Tabla 14. Operacionalización de la Variable Independiente: Responsabilidad Social Empresarial	64
Tabla 15. Operacionalización de la variable Independiente: Crecimiento Económico del Sector Turismo	66
Tabla 16. Público Interno	69
Tabla 17. Proveedores	71
Tabla 18. Gobernabilidad.....	73
Tabla 19. Comunidad	75
Tabla 20. Ambiente	76
Tabla 21. Clientes.....	78
Tabla 22. Cumplimiento promedio de RSE	79
Tabla 23. VAB por concepto de Alojamiento y comidas (miles de USD)	80
Tabla 24. Peso de cada subsector en el sector turismo	81
Tabla 25. VAB de las actividades turísticas en Baños de Agua Santa (S1).....	91
Tabla 26. Presupuesto en gestión de turismo y desarrollo sostenible (S2)	91

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁGINA
Gráfico 1. Peso del Turismo en las exportaciones no Petroleras	5
Gráfico 2. Mapa Político de Tungurahua	6
Gráfico 3. Concentración de Establecimientos Turísticos por Provincia.....	8
Gráfico 4. Mapa de ubicación de Baños de Agua Santa	9
Gráfico 5. VAB por actividad económica Baños de Agua Santa.....	11
Gráfico 6. Árbol de Problemas.....	14
Gráfico 7. Supraordinación de las variables.....	28
Gráfico 8. Subordinación de la Variable Dependiente.....	29
Gráfico 9. Subordinación de la Variable Dependiente.....	30
Gráfico 10. Personas empleadas en el Sector Turismo	44
Gráfico 11. Jerarquización de los atractivos turísticos.....	47
Gráfico 12. Total de establecimientos turísticos en Ecuador 2014-2017.....	50
Gráfico 13. Competitividad en Viajes y Turismo Ecuador 2013	51
Gráfico 14. Público Interno	70
Gráfico 15. Proveedores	72
Gráfico 16. Gobernabilidad.....	74
Gráfico 17. Comunidad	75
Gráfico 18. Ambiente	77
Gráfico 19. Clientes.....	78
Gráfico 20. VAB actividades turísticas Baños de Agua Santa	81
Gráfico 21. Peso de cada subsector en el sector turismo	82
Gráfico 22. Cumplimiento de RSE en público interno	83
Gráfico 23. Cumplimiento de RSE en Proveedores.....	85
Gráfico 24. Cumplimiento de RSE en Gobernabilidad.....	86
Gráfico 25. Cumplimiento de RSE en Comunidad	87
Gráfico 26. Cumplimiento de RSE en Ambiente	88
Gráfico 27. Cumplimiento de RSE en Clientes	89
Gráfico 28. Gráfico T Student.....	93

INTRODUCCIÓN

El proyecto investigativo desarrollado centra su atención en el sector turismo, que actualmente es uno de los sectores impulsados desde el Gobierno Central para favorecer el cambio de la matriz productiva del país, mediante la conformación de nuevas industrias que de manera sustentable generen ingresos a la economía, y es precisamente la búsqueda de la sustentabilidad lo que motiva a las empresas y sociedades hablar de Responsabilidad Social Empresarial.

El objetivo que persigue este proyecto es evaluar la incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial en el crecimiento económico del sector turístico del cantón Baños de Agua Santa durante los años 2014 y 2015, para lo cual se desarrollan cuatro capítulos donde se abordan temáticas que permitan dar cumplimiento a los objetivos y explicación de la situación actual del sector estudiado; estos capítulos son los siguientes:

Capítulo I. Se explica el tema a investigar mediante el planteamiento y formulación del problema, identificando el contexto en el cual se encuentra la problemática del sector turismo del Catón Baños de Agua Santa, sus causas y así mismo sus efectos, se justifica la realización de la investigación por la visión social y económica a la que está orientada y finalmente se plantean los objetivos que guiarán el desarrollo de la misma.

Capítulo II. Se elabora el Marco teórico que sirve de sustento a la investigación y al mismo tiempo que refuerza el conocimiento del investigador dando el soporte científico requerido al trabajo realizado.

Se desarrollan los antecedentes investigativos, la fundamentación científico-técnica, las preguntas directrices que van de la mano con los objetivos propuestos y finalmente se plantea la hipótesis sujeta a comprobación en los capítulos posteriores.

Capítulo III. Corresponde a la explicación de la metodología empleada en la investigación; la modalidad, enfoque y nivel de investigación bajo los cuales se

ejecuta el proyecto, aquí también se determina la muestra con la cual se realizará el levantamiento de información y las respectivas técnicas e instrumentos con los cuales se lo realizará además de presentar el plan de recolección y procesamiento de la información obtenida.

Capítulo IV. Los resultados de mayor relevancia son presentados en este capítulo, mismos que son analizados e interpretados de acuerdo al contexto donde se desarrolla el problema de investigación, en este caso se presentan gráficas y se comprueba la hipótesis planteada anteriormente mediante la triangulación hermenéutica de la información debido a que se cuenta con una variable categórica.

De esta forma se procede a realizar las conclusiones que deberán ir relacionadas con los objetivos planteados y respondiendo las preguntas directrices establecidas, finalmente se elaboran las recomendaciones bosquejando una posible alternativa de solución.

CAPÍTULO I

ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción y formulación del problema

1.1.1. Macrocontextualización

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en adelante, en el caso de Ecuador es un tema nuevo relativamente, es a partir del año 2012 aproximadamente donde empiezan a surgir emprendimientos de RSE mediante acciones filantrópicas; esto no necesariamente significa una relación más estrecha entre la empresa y la sociedad en el lugar donde opera.

El desconocimiento sobre este tema, da como resultado la despreocupación por parte de las empresas hacia la sociedad en retribuir a la mejora de esta última, sea esto en el ámbito ambiental, económico y social. Dicha despreocupación o falta de interés se ve reflejada en los pocos proyectos ejecutados referidos a esta cuestión.

Hoy por hoy las iniciativas de RSE se han incrementado aunque no en los niveles esperados. Son principalmente las grandes empresas y corporaciones del país aquellos en los que la RSE ha tenido mayor presencia, sin embargo, en los medianos y pequeños emprendimientos puede observarse un alto desconocimiento de la importancia y beneficios de la RSE.

El Ecuador debido a su ubicación geográfica; rodeado de cordilleras, volcanes y mar es poseedor de la mayor biodiversidad por kilómetro cuadrado del mundo, según el Ministerio del Ambiente (2011), en el país habitan alrededor de 1.616 tipos de aves, 4.501 clases de plantas ,404 especies de mamíferos y 1.250 clases de peces entre los de agua dulce y los de agua salada. Conjuntamente los contrastes de los paisajes, el clima, la variedad gastronómica y la plurinacionalidad han convertido al país en un lugar que alberga los llamados cuatro mundos que son las regiones naturales con las que cuenta nuestro país: costa, sierra, amazonia y las islas Galápagos.

La combinación de todas estas cualidades le han valido al Ecuador para conseguir posicionarse como uno de los principales destinos turísticos de Sudamérica, destacándose en los World Travel Awards con 15 reconocimientos en el año 2015, lo que fortalece aún más la imagen de excelencia del país en cuanto al turismo, viajes y hospitalidad. (Ministerio de Turismo, 2015).

Por lo expuesto anteriormente se puede notar que el sector turismo se ha constituido como un referente de ingresos económicos de nuestro país, logrando ubicarse en el tercer lugar dentro del grupo de ingresos no petroleros, luego de las exportaciones de banano y camarón, al alcanzar un rubro de \$ 1.246,2 en el 2013, \$1.487,2 en el año 2014, \$1.173,8 en el 2015 y \$ 1.075,5 millones en el 2016 (Ministerio de Turismo, s/f), tal y como se observa en la tabla.

Tabla 1. Peso del Turismo en las exportaciones no Petroleras (millones de USD)

Productos	2013	2014	2015	2016
Banano	2354,6	2607,6	2128,1	2039
Camarón	1784,9	2571,8	1688,6	1886,9
Turismo	1246,2	1487,2	1173,8	1075,5
Elaborados del mar	1393,9	1296,2	743	690,9
Flores Naturales	808,1	798,4	643,3	619,3
Cacao	425,7	577,2	463	389

Fuente: Ministerio de Turismo, Boletín anual
Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

Para ejemplificar lo expuesto en la tabla anterior, se muestra el siguiente gráfico, en el cual se observa la evolución del turismo durante los últimos cuatro años; la diferencia existente entre los rubros por concepto de banano y camarón son notables en comparación con los generados por el turismo, de esta forma se ha generado una marcada brecha que se ha mantenido en los años expuestos.

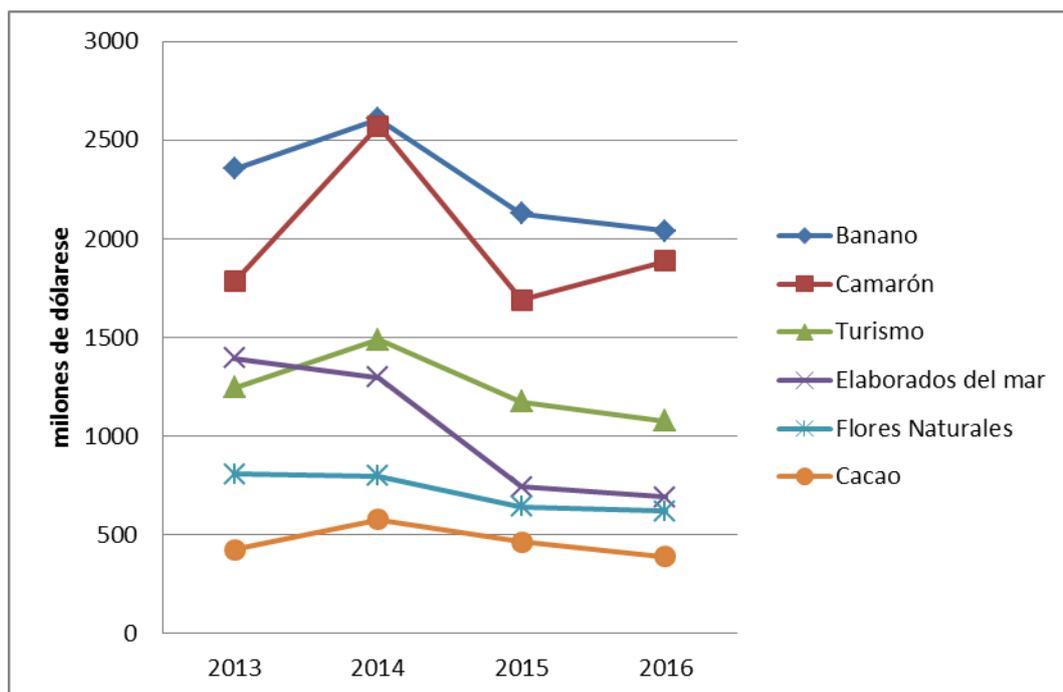


Gráfico 1. Peso del Turismo en las exportaciones no Petroleras

Fuente: Ministerio de Turismo, Boletín anual
Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

El dinamismo que ha dado este sector a la economía del país ha servido para fortalecer la diversificación de las fuentes de ingresos hacia este y otros sectores estratégicos como: las energías, los recursos hídricos, recursos minerales, telecomunicaciones y la investigación, en el mediano y largo plazo se espera consolidar a dichos sectores como referentes de los ingresos y sostenibilidad de la economía nacional.

Debido a los insistidos aportes del sector en términos económicos, a nivel nacional se ha justificado la necesidad de aprovechar los atractivos turísticos y recreativos, pero es preciso manifestar los impactos que genera el sector turismo y sus diferentes actividades que deja a su paso esta actividad económica no solo a nivel económico, sino a nivel social y ambiental ya que no se puede tratar por separado situaciones que eminentemente van de la mano.

1.1.2. Mesocontextualización

En la serranía ecuatoriana, la provincia de Tungurahua, se encuentra dentro de la zona de planificación 3. Es privilegiada en su ubicación geográfica, al estar ubicada

en el centro del país, sus límites geográficos son: norte Cotopaxi y Napo, Chimborazo y Morona Santiago limitan al sur, Pastaza y Napo al este y al oeste con Cotopaxi y Bolívar. Posee según el último censo de población y vivienda realizado en el año 2010 un total de 504.583 habitantes; otro dato importantes es que el 49.32% del total de su territorio corresponde a áreas protegidas lo que equivale a 1 167.161 hectáreas. (Honorable Consejo Provincial de Tungurahua, 2015).



Gráfico 2. Mapa Político de Tungurahua
Fuente: GAD Municipalidad de Cevallos
Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

Para Tungurahua, sus principales motores económicos los constituyen las industrias de bienes como la del cuero, la fabricación de carrocerías, los textiles, la curtiduría, y los alimentos y bebidas, mientras en la rama de servicios se encuentran el transporte, alojamiento e intermediación financiera, constituidos estos como los pilares consolidados de su economía, de manera complementaria a ello se encuentran la cantidad y muy variados atractivos turísticos con los que cuenta la provincia (aproximadamente 298), repartidos en sus nueve cantones, es por tal motivo que en los últimos años se ha buscado obtener ingresos no solo de las industrias existentes, sino fortalecer y aprovechar el sector turismo.

Una razón adicional es que dentro de la zona 3, Tungurahua es la provincia con mayor presencia en actividades turísticas en relación a las demás provincias de la zona, por ello la concentración de establecimientos turísticos aquí alcanza el 6.33%

frente al total del país, ubicando a la provincia en la quinta posición, después de Pichincha, Guayas, Azuay y Manabí.

Aunque el turismo ha ido creciendo a nivel local, actualmente se busca dar pasos hacia el turismo comunitario que revalorice aspectos culturales y naturales de las localidades a fin de que sean ellas mismas las que generen y propicien su escenario de desarrollo. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2015), y es precisamente la RSE y su puesta en práctica que puede sentar las primeras bases de ese turismo comunitario con mayor valor agregado y enfocado en la priorización no solo del contacto directo con la naturaleza sino de respetarle y preservarle en beneficio no solo de los turistas sino también de las personas que en esos territorios habitan.

Tabla 2. Establecimientos turísticos provinciales

Provincia	Establecimientos Turísticos	Concentración
Pichincha	6120	24,07%
Guayas	5656	22,24%
Azuay	2040	8,02%
Manabí	1835	7,22%
Tungurahua	1609	6,33%
Santa Elena	932	3,66%
El oro	782	3,07%
Loja	711	2,80%
Chimborazo	644	2,53%
Galápagos	640	2,52%
Imbabura	630	2,48%
Esmeraldas	611	2,40%
Cotopaxi	449	1,77%
Los ríos	390	1,53%
Cañar	347	1,36%
Napo	323	1,27%
Santo Domingo	315	1,24%
Pastaza	290	1,14%
Sucumbíos	272	1,07%
Morona Santiago, Orellana, Bolívar, Zamora Chinchipe, Carchi	835	3,28%
Total	25431	100,00%

Fuente: Dirección Provincial de Turismo, Catastro turístico 2016
Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

Como se aprecia; las provincias que concentran el mayor número de establecimientos turísticos, corresponden a Pichincha capital del Ecuador, declarada patrimonio cultural de la humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Guayas considerado como puerto principal del Ecuador, Azuay y sus recursos mineros de igual forma su capital Cuenca considerada patrimonio cultural de la humanidad, y Manabí con sus hermosas playas y gastronomía. Las provincias mencionadas anteriormente son algunas de las más grandes en extensión de país lo cual justifica la cantidad de emprendimientos turísticos existentes en cada una.

Tungurahua a pesar de ser considerada la segunda provincia más pequeña ha logrado tomar parte protagónica en lo que se refiere a turismo debido a su gran potencial y además de ello a su ubicación geográfica que facilita el comercio en la zona central y en todo el país.

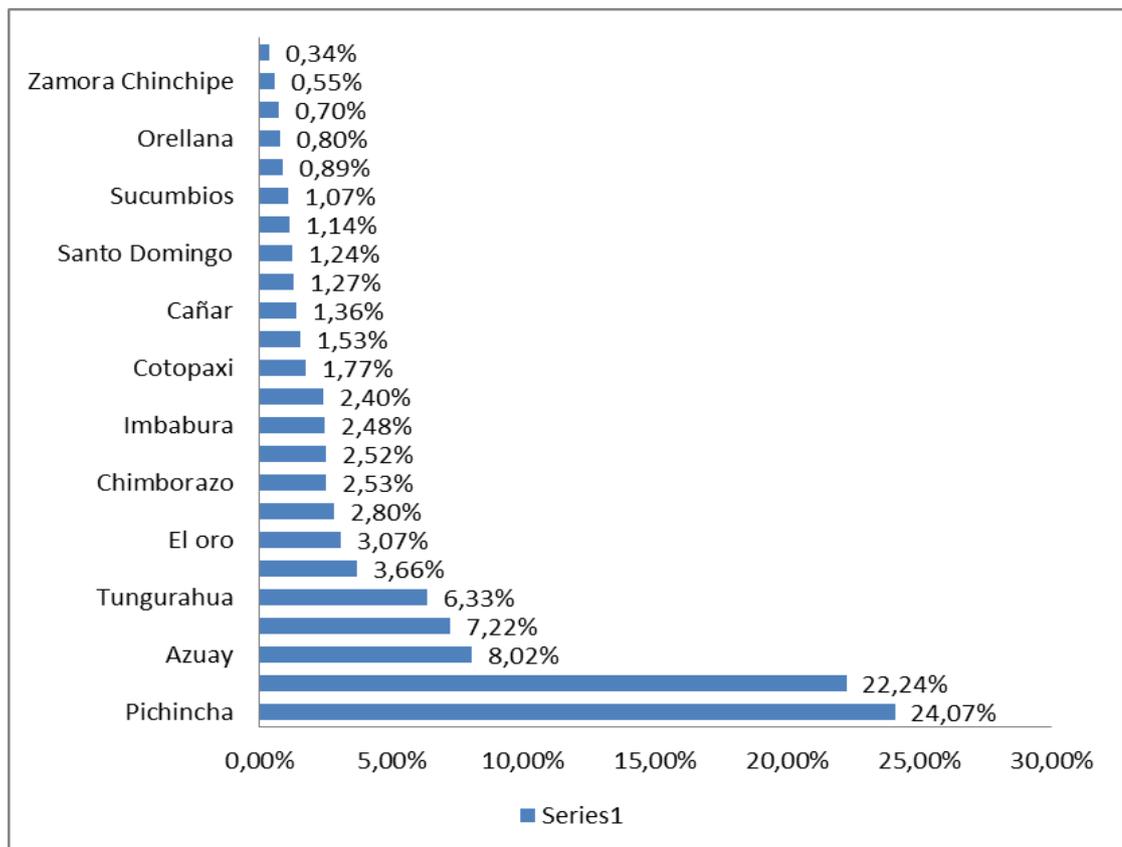


Gráfico 3. Concentración de Establecimientos Turísticos por Provincia

Fuente: Dirección Provincial de Turismo, Catastro turístico 2016

Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

Pese a que la provincia concentra una importante cantidad de la infraestructura turística a nivel nacional y zonal, la gran parte las actividades y establecimientos están reunidos en dos ciudades, Baños de Agua Santa y Ambato que han aportado importantes cifras a la economía local.

1.1.3. Microcontextualización

La ubicación de Baños de Agua Santa sin duda es privilegiada y parte de su atractivo turístico se ve favorecido por ello, se encuentra en el centro del Ecuador exactamente en la provincia de Tungurahua, en medio de la Sierra y la Amazonía lo que le brinda a la localidad un clima cálido de aproximadamente 18° C. (Baños Aventura, descanso y diversión, 2016)



Gráfico 4. Mapa de ubicación de Baños de Agua Santa
Fuente y Elaboración por: ViajandoX

Alrededor del año 2000 se instituyó como un referente de oferta turística a nivel nacional e internacional, luego de la erupción del volcán Tungurahua y el paso a la dolarización, la inestabilidad económica y política sacudieron al turismo en todo el país, desde aquel entonces y luego de los esfuerzos por reactivar la economía del cantón, se dio impulso a los emprendimientos turísticos, que paso a paso lograron tomar papel protagónico en la economía del Catón.

Es así como la mayor parte de la población se dedica a actividades turísticas. Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (2010), el último censo económico realizado demostró que los sectores dominantes de la ciudad son el comercio, registrando un total de 664 y servicios con 725 establecimientos respectivamente mientras que la manufactura cuenta con apenas 119 entidades, en términos porcentuales el primer lugar con 48.08% corresponde a servicios, 44.03% al comercio y apenas el 7.89% a la manufactura, por lo mencionado es evidente que el turismo contribuye a la generación de empleo, puesto que la mayoría de personas habitantes de la zona se dedican a esta actividad entre los tipos de turismo de mayor demanda dentro de este cantón están: turismo ecológico y de aventura, turismo de observación y turismo religioso.

Al definir a Baños de Agua Santa como un cantón cuya principal actividad es el turismo, mencionaremos al valor agregado bruto (VAB) definido por el Observatorio Económico y Social de Tungurahua OBEST (2014) como “el indicador encargado de medir el valor añadido durante el proceso productivo que implica la fabricación de los bienes y servicios”, además de ello la importancia de medir el VAB recae en que da una base para poder realizar estimaciones del PIB. En el gráfico 5 se muestran las principales actividades generadoras del VAB en Baños de Agua Santa, siendo estas el servicio de electricidad y agua (**columna 1**), seguida por las actividades turísticas llamadas como actividades de alojamiento comida (**columna 6**), en tercer lugar información y comunicaciones (**columna 7**) estas tres actividades se han consolidado como pilares de la economía, apoyándose a su vez en las actividades representadas en las demás columnas y explicadas en la tabla 3.

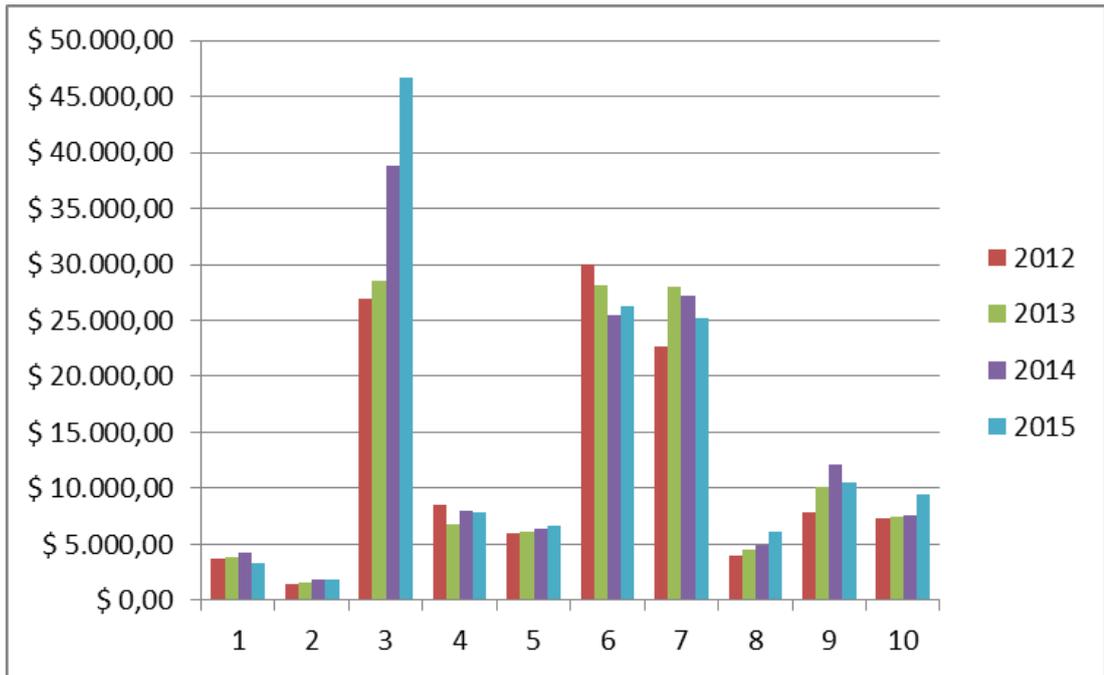


Gráfico 5. VAB por actividad económica Baños de Agua Santa

Fuente: Banco Central del Ecuador, Cuentas Regionales

Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

Tabla 3. VAB por actividad económica Baños de Agua Santa

Año	Agricultura, ganadería, pesca	Manufactura	Suministro de electricidad y de agua	Construcción	Comercio	Actividades de alojamiento y de comidas	Información y comunicaciones	Actividades financieras	Actividades profesionales e inmobiliarias	Administración pública
2011	\$ 5.909,44	\$ 827,62	\$ 29.852,52	\$ 7.445,76	\$ 4.494,17	\$ 23.546,44	\$ 17.807,04	\$ 3.549,35	\$ 10.280,73	\$ 7.277,42
2012	\$ 3.736,54	\$ 1.398,19	\$ 26.947,19	\$ 8.458,09	\$ 5.931,96	\$ 29.981,04	\$ 22.654,00	\$ 3.993,28	\$ 7.891,30	\$ 7.321,49
2013	\$ 3.793,35	\$ 1.530,95	\$ 28.492,56	\$ 6.799,17	\$ 6.086,63	\$ 28.113,14	\$ 27.941,41	\$ 4.457,56	\$ 10.140,87	\$ 7.490,41
2014	\$ 4.210,79	\$ 1.816,51	\$ 38.779,19	\$ 7.964,17	\$ 6.364,62	\$ 25.408,62	\$ 27.161,33	\$ 4.928,90	\$ 12.112,00	\$ 7.595,39
2015	\$ 3.367,92	\$ 1.839,81	\$ 46.717,73	\$ 7.803,05	\$ 6.669,07	\$ 26.255,77	\$ 25.191,38	\$ 6.141,40	\$ 10.489,89	\$ 9.480,95

Fuente: Banco Central del Ecuador, Cuentas Regionales
Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

Por otra parte; es necesario aclarar que aquí no solo participan las empresas sino toda una sociedad, los impactos que ha generado el turismo se los observa de manera general, es decir de manera macro, sin embargo al prestar atención a los procesos que se llevan a cabo para poder generar esta actividad económica se encuentran falencias que perjudican el crecimiento económico de la región.

El proceso de urbanización provocó un crecimiento desordenado de la zona, concentrando en la cabecera cantonal la mayoría de actividades económicas y descuidando las zonas aledañas que forman parte del mismo cantón. Se buscó mejorar las condiciones de vida de la población a través de obras públicas, siendo así justificable la invasión de sectores con atractivos turísticos, llevando incluso a su desaparición en algunos casos, provocado la mayoría de las ocasiones por la contaminación de espacios públicos y ríos; cabe destacar que todos tienen participación en la afectación a dichos espacios naturales ya que las malas prácticas tanto de los emprendimientos establecidos como de los habitantes y visitantes del lugar son constantes que no pueden ocultarse.

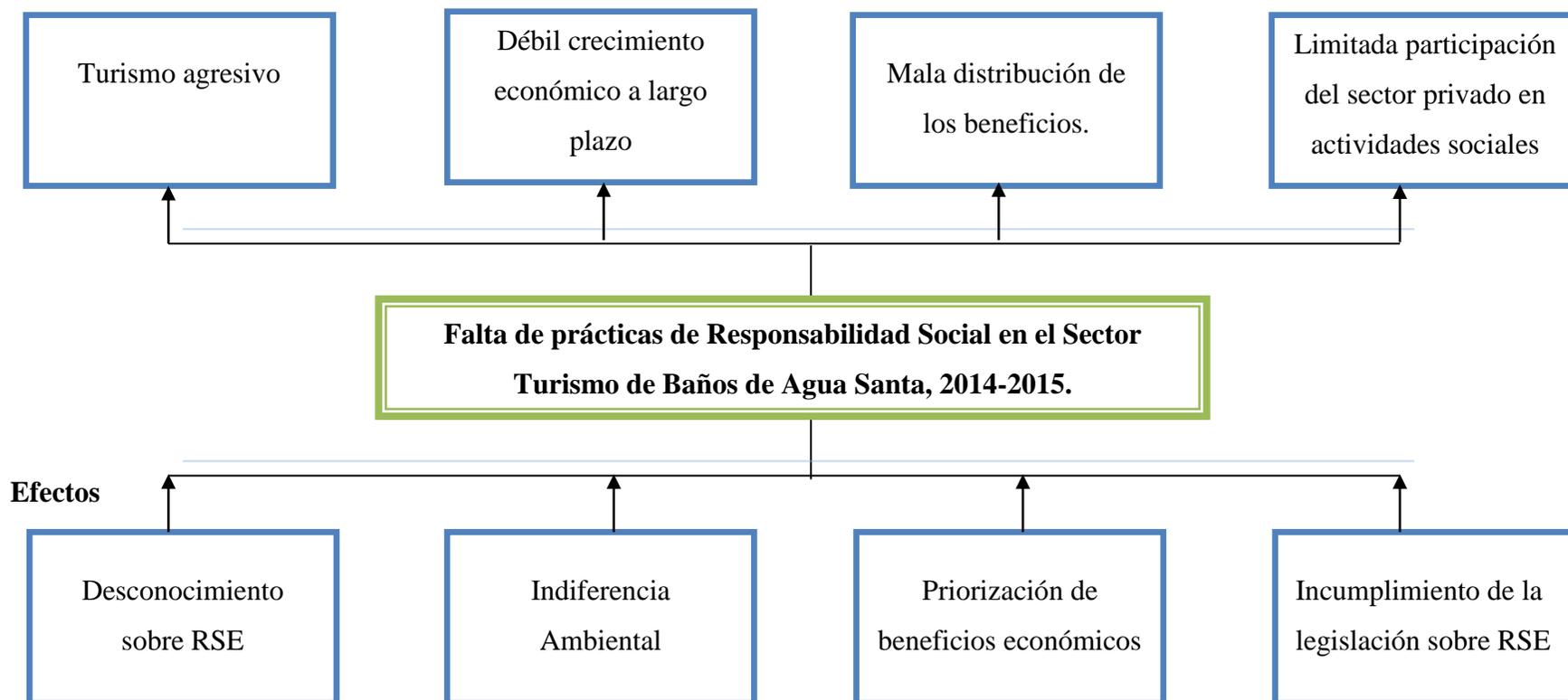
Es evidente que un punto interesante en estos lugares es la inadecuada distribución de los ingresos o beneficios obtenidos; la mayoría de casos no hay reinversión dentro de la misma sociedad, sino que estos recursos migran hacia otros lugares para ser invertidos en diferentes actividades, por lo que los beneficios para la comunidad receptora en algunos casos son limitados.

Además a lo acotado anteriormente a breves rasgos podemos ver que la principal preocupación de una sociedad es netamente económica, sin embargo los primeros cambios se ha dado en el aspecto ambiental, que mediante la intervención de organismos municipales y otros como fundaciones se enfocan en constituir emprendimientos socialmente responsables garantizará una sustentabilidad del turismo en las diferentes actividades vinculadas a este, el desconocimiento de los postulados sobre RSE representada por los criterios globales de turismo han ocasionado los impactos negativos mencionados anteriormente.

1.1.4. Análisis crítico

Gráfico 6. Árbol de Problemas

Causas



Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

1.1.5. Prognosis

En caso de no realizarse la presente investigación sobre el sector turismo en el Cantón Baños de Agua Santa y la RSE, se seguirán descuidando aspectos económicos, sociales y ambientales que deben ir de la mano para que el sector pueda crecer de manera sustentable.

Si bien es cierto las RSE es una herramienta que busca dicha sustentabilidad, depende del trabajo mancomunado de los emprendimientos turísticos, la sociedad y los agentes que se ven involucrados directa o indirectamente, cada uno de ellos puede presentar errores en su campos de acción que podría corregirse a tiempo o bien tener oportunidades de mejorar que no sean aprovechadas.

Al no encontrar el equilibrio en los aspectos señalados, el sector podría no mantener el crecimiento económico de manera sostenido, lo cual afectaría notablemente a la economía del cantón.

1.2. Justificación

La motivación que condujo al desarrollo del presente proyecto investigativo, se sustenta por un lado en el creciente interés de la colectividad empresarial y civil a cerca de la responsabilidad social y los beneficios que esta representa para la empresa y la sociedad en sí, ya que si bien es cierto, dicha responsabilidad social reconoce la participación de todos aquellos que se ven involucrados en la realización una actividad económica directa o indirectamente , procura alcanzar un equilibrio donde todos ganen.

La RSE en el nivel empresarial busca mejorar niveles de competitividad, fortalecer la imagen social, la realización de prácticas éticas que favorezcan la creación de un vínculo entre la empresa y la sociedad lo que le significa una ventaja competitiva al momento de ser elegida por los clientes, puesto que goza de buena reputación e imagen, de esta manera los clientes prefieren acudir a una empresa donde además de obtener beneficios para sí misma, contribuyen al desarrollo socio económico del lugar donde realiza sus operaciones.

Por otro lado el turismo como sector multidisciplinario; ha cobrado importancia en la economía, al brindar ingresos de manera constante y creciente año a año, lo que exige sea aprovechado e impulsado de manera consiente y responsable, es decir tomando en cuenta tanto los impactos positivos como negativos que se generan a partir de esta práctica económica.

La RSE ha estado ligada principalmente a sectores como la manufactura y sus prácticas, por ello hablar de RSE y el turismo es necesario e innovador por las mejoras que representa y los aportes que propone para futuras investigaciones ya que a nivel nacional son muy limitados los trabajos investigativos sobre este tema.

En base a lo manifestado la presente investigación cuenta con una visión social, y económica de interés actual.

1.3. Objetivos

1.3.1. General

Establecer la relación de la Responsabilidad Social Empresarial en el crecimiento económico del sector turístico del cantón Baños de Agua Santa 2014 – 2015 y con ello promover el desarrollo de emprendimientos socialmente responsables que propicien un crecimiento económico sostenible.

1.3.2. Específicos

- Analizar la importancia del sector turístico para el cantón Baños de Agua Santa en términos económicos mediante la recolección de datos, para respaldar futuros emprendimientos dentro de este sector.
- Cuantificar los emprendimientos turísticos establecidos en Baños de Agua Santa que manejan su actividad económica respetando la RSE, a través la obtención de indicadores ETHOS CERES.
- Evaluar a los diferentes subsectores del turismo, en materia de RSE durante los años de estudio
- Conocer cuáles son los efectos sociales y ambientales de no contar con un sector turístico socialmente responsable.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes investigativos

Tanto el origen como el concepto de la RSE o Corporativa son muy discutidos debido a los numerosos aportes, enfoques teorías, y contextos donde se desenvuelve. Para el desarrollo del presente proyecto investigativo se revisó bibliografía amplia con el fin de enriquecer la investigación y aportar a la clarificación de ideas sobre la historia de la RSE.

El panorama en el que surgen las primeras ideas sobre RSE, aunque no reconocida como tal, lo constituyen los problemas sociales y económicos a nivel mundial tales como la pobreza, la explotación del ser humano y los llamados recursos naturales constituyendo con esto último un letal daño al medio ambiente y las inadecuadas condiciones de trabajo y la exclusión. Estos factores en conjunto generaron la reacción de varias organizaciones de carácter internacional como la Organización Internacional del Trabajo (OIT) que empezó a promulgar principios que dignifiquen al trabajador, basándose en 4 principios plasmados en la Declaración de Filadelfia, expresados según Bonet Pérez (2010),

... “el trabajo no es una mercancía, la libertad de expresión y de asociación es esencial para el progreso constante y la pobreza, en cualquier lugar, constituye un peligro para la prosperidad de todos...” Pág. 138

Al no existir previamente normas o instituciones de control en torno a estas afecciones, la sociedad se vuelve consiente de que las empresas utilizan recursos de la sociedad y consecuencia de ello debían retribuir de forma ética todo aquello que haga posible su funcionamiento a fin de alcanzar el bienestar material y desarrollo. En el año de 1950 en Estados Unidos se moldea con más fuerza la tendencia de Responsabilidad Social, debido a la presión social que demandaba revertir los impactos negativos que dejaban las industrias y negocios existentes en aquel entonces, de esta forma aparece Howard Bower con su libro *Social Responsibilities of the Businessman* en 1953 abriendo el debate sobre las responsabilidades que

deben asumir los empresarios en su accionar dirigiéndose en conjunto hacia la mejora de la sociedad.

De esta manera se conceptúan las bases de la RSE, no obstante este pensamiento fue tomado como una acción filantrópica y criticada por algunos debido a que el interés que predominaba era el de generar ganancias para los capitales sin tener consideraciones en el uso de recursos; en defensa de la corriente social y responsable, Keith Davis aportó con la visión largoplasista de la RSE y exponía que las empresas que no utilizaban su capacidad de producción de manera socialmente responsable, desaparecerían en el tiempo.

Aún con varias críticas adversas la RSE continuó concentrando la atención de varios grupos por lo cual aparecieron movimientos sociales que apoyaban la visión de realizar negocios de manera responsable y ética con retribuciones hacia un bienestar común y sostenido.

Alrededor de 1970 cobra mayor fuerza la RSE y es así como se empiezan a definir las responsabilidades de las empresas desde diferentes ámbitos; el interno, donde se reconoce que la generación de la riqueza debe estar ligado al crecimiento económico de la nación; el de la ética empresarial la cual voluntariamente debe adquirir la empresa al actuar respetando el ambiente junto con las necesidades de la sociedad; finalmente la externa que busca el mejoramiento de la sociedad por medio de la actuación de las empresas. (Zelada Padilla, s/f)

Aunque desde su primera aparición la RSE fue moldeándose conforme pasaban los años en la década de los 90 tuvo una mayor expansión y pronto llegó a Europa para su aplicación frente a problemás de desempleo y exclusion social, de forma que la RSE fue tomada como un factor de la gestión empresarial que aportaba soluciones a los problemás internos y externos de una empresa al lograr mayor cohesión, lo que se buscó fue que el sector privado de la economía se incorpore al protagonismo del Estado, la sociedad y finalmente la empresa.

Ya iniciado el S. XXI, la RSE era un tema que se debatía pero también estaba comenzándose a practicar de manera mundial. Es a partir de esto que aparecieron nuevos postulados planteados por organizaciones como la Organización de las Naciones Unidas (ONU), el instituto ETHOS, Global Reporting Initiative y leyes promovidas por los gobiernos en diferentes partes del mundo; todo en conjunto representaron el sustento para implementar prácticas responsables a escala global tal y como ya lo hemos mencionado y con mayor alcance ya que se comenzó a implementar en todos y cada uno los sectores de la economía, presionado cada vez más por las exigencias de la sociedad.

Si bien es cierto el fin de la RSE en los diferentes países es el mismo, las exigencias y necesidades de los actores protagonistas son diferentes, por ello se considera que la RSE ira evolucionando aún más y nuevos acontecimientos y aporte surgirán para configurar una nueva visión.

La RSE ha sido sujeto de diferentes interpretaciones tanto en concepto como en la práctica hasta llegar a nuestros días en los que podemos evidenciar que tiene una estrecha relación con la sustentabilidad. Al respecto Wojtarowski Leal, Silva Rivera, Piñar Álvarez, & Negrete Ramírez (2016), en “La Responsabilidad Social Empresarial como pieza clave en la transición hacia el desarrollo sustentable en el sector turístico”, trabajo en el cual buscan desarrollar la RSE con un enfoque latinoamericano. Siguiendo aun a estos autores, la evolución de los modelos de actuación en las que se han manejado las empresas ha sido específicamente basados en tres paradigmas, mismos que marcaron la concepción de la RSE: el Narcisista que se limita a enfocar sus esfuerzos en conseguir los objetivos y beneficios de los accionistas de la empresa. El filantrópico, donde se logra establecer una relación superficial con la sociedad pero no engloba a todos los actores sociales que son afectados directa o indirectamente por el ente económico y finalmente el socialmente responsable, exponiendo a este último como a que busca el equilibrio entre los dos anteriores, logrando enfocarse en todos los actores sociales, ambientales y económicos a los que la empresa está ligada por su actividad económica.

En el contexto internacional, principalmente en Estados Unidos y Europa han tenido lugar varios estudios donde se relaciona a la RSE con diferentes variables para poder conocer sus efectos, las variables pueden responder a temas sociales, empresariales, económicos o ambientales, y es a partir de aquí que se destaca el aporte de Navarro Espigares & Gonzáles López (2006), en su trabajo denominado “Responsabilidad social corporativa y crecimiento económico” , Unión Europea; en este artículo analizan la RSE o Corporativa desde los enfoques macro y microeconómico. Pretende demostrar sus efectos en el crecimiento económico mediante sus distintos niveles de acción, apoyándose en aspectos como el desarrollo sostenible, la inversión socialmente responsable y la relación positiva entre la sostenibilidad y el crecimiento económico. Los autores evaluaron la relación entre variables del crecimiento económico y los indicadores de la RSE, entre ellas: PIB per cápita, tasas de variación del PIB, índices de competitividad y productividad, inflación, tasa de desempleo y déficit público en función del PIB, las limitaciones que se presentaron básicamente recaen en el poco tiempo de aplicación de la RSE por lo cual no se cuenta con datos recogidos de manera histórica que permitan comprobar la evolución de las practicas socialmente responsables en sus diferentes campos de acción, expuesto esto los autores sugieren que los resultados se tomen como primicias que den paso a futuras investigaciones dentro de este tema.

Es importante resaltar aún más información relevante que va asociada a la hipótesis de investigación del presente proyecto, y es precisamente la RSE y el crecimiento económico que resultan tener una relación de influencia, de la primera sobre la segunda específicamente, es así que Gonzáles López (2006), nos dice que las catalogadas economías fuertes mostraron una concentración mayor de empresas socialmente responsables cuyos indicadores de RSE van a la par de los indicadores de competitividad, es decir, de manera general una empresa que basa sus prácticas en la RSE logra un mejor posicionamiento en términos de competitividad, apoyada por la estabilidad de precios. En el nivel macroeconómico estas condiciones son claves para el crecimiento económico con lo que concluye en que es necesario favorecer la competitividad, a través del crecimiento sostenible, y es mediante la adopción de la RSE de manera generalizada por el aparato productivo que podrá lograrse.

Ahora bien, al discutir el caso de América Latina Font Playán, Gudiño Pérez, Medina Salgado, Sánchez Martínez, & Cardoso Brum (2010), siguiendo a Canessa y García (2005), nos comentan que es claro que existe cierto grado de retraso en lo que se refiere a estudios dedicados al tema abordado, en cierta forma se debe a la severa ideología Neoclásica que ha venido manejándose en el territorio por lo cual se han visto rezagados varios sectores de la economía. En un inicio la aparición de la RSE en el territorio Latinoamericano.

las primeras manifestaciones del movimiento de RS en América se presentaron en la década de los sesenta, con el surgimiento de la Asociación de Reguladores Cristianos de las Compañías del Brasil (ADCE) en 1965, institución preocupada por difundir la idea de RS en toda la región, pero es hasta los ochenta que logra tener protagonismo.

En los noventas, aparecen un conjunto de instituciones en distintos países como Perú 2021 en 1996, Instituto Ethos de Brasil en 1998, Acción RSE en el 2000, FUNDEMÁS de El Salvador en 2000; así como redes internacionales como es el caso de Fórum Empresa, creada en 1997 por empresarios, líderes civiles, ONG's, Universidades e Instituciones Públicas, teniendo actualmente su sede en Santiago de Chile Pág. 63

Siguiendo a Font Playán et al (2010), actualmente los países que han tomado el liderazgo en la aplicación y aportes sobre RSE en América son principalmente Colombia, Brasil, Argentina; adicionalmente México es otra economía en la cual se han buscado de manera estratégica la aplicación de la RSE y son Coca-Cola, Nissan, Volkswagen, y Sony empresas trasnacionales que es dicho territorio han alcanzado altos niveles de RSE.

Las conclusiones relevantes se enmarcan en las prácticas adoptadas por el sector empresarial deben estar orientadas al equilibrio de los esferas social, ambiental y económica, la forma más práctica de encontrar el camino hacia la sostenibilidad recae sobre la actividad empresarial hoy en día, pero es necesario aún trabajar por la cohesión de los otros actores sociales, pero sugiere asumir la RSE como una nueva filosofía de administrativa que va más allá de aportes teóricos se requiere el cambio de mentalidad de toda una sociedad.

Como varios autores manifiestan el panorama en América Latina es más complejo dado que no se puede generalizar la situación que vive cada país, los desequilibrios

que se han originado en la región han sido causa para que cada país viva realidades que los hacen diferentes entre sí. De esta forma Peinado Vara (2011) afirma:

Existen asuntos que son comunes a todo el mundo como el medioambiente, derechos humanos, trabajo infantil y forzado y condiciones laborales mínimas. Sin embargo, una vez abordados estos temas, las prioridades de América Latina son diferentes a las de Europa o Estados Unidos Pág. 68

Partiendo de lo expuesto, en el Ecuador los conceptos de Responsabilidad Social fueron apareciendo desde a visión filantrópica aproximadamente en el año 2000, poco a poco fue reincorporándose por medio de instituciones gubernamentales como el Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad, y conjuntamente a este organismos lo hicieron también el Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES) y el Instituto de Responsabilidad Social Empresarial del Ecuador (IRSE) que dan a conocer aspectos de la RSE a las empresas a fin de que se sumen a la iniciativa, además de brindar información; el acompañamiento y seguimiento contribuyen a su propósito.

Entre las empresas que han adoptado esta visión se encuentran: Adelca, EP Petroecuador, Compañía de Elaborados de Café El Café C.A, Unilever Andina Ecuador S.A, azúcar Valdez, Nestlé Ecuador S.A, Kimberly Clark Ecuador S.A y algunas universidades, como notamos cada una de estas empresas forman parte de diferentes ramas económicas lo que da impulso a seguir sumándose a implantar la RSE en todos los ámbitos. (Ekos Negocios, 2011).

En el caso del sector turismo la aplicación de la RSE es compleja pero necesaria e importante por las mejoras que implica su implementación. Manifiesta Landeira (2009), que a diferencia de otras ramas económicas, en esta no se trata de ofertar bienes terminados sino que el turismo ofrece experiencias y las oportunidades de mejora para el sector están basadas en la actuación de las empresas al mejorar las condiciones sociales y ambientales de la localidad donde se desenvuelven los actores, lo cual significa además una oportunidad para captar clientes por medio del mejoramiento de la sociedad misma lo que permite posicionar a un lugar como un destino turístico.

De igual forma y de manera más cercana al entorno en estudio, el aporte de Medina Espín (2015), en su proyecto de investigación sobre “La Responsabilidad Social Empresarial y el Crecimiento Empresarial del Sector Hotelero en la Zona de Planificación 3 del Ecuador”, partiendo del interés de obtener una ventaja competitiva mediante la RSE, el autor busca demostrar la relación entre la RSE y el crecimiento empresarial del sector mencionado para posterior a ello dar cabida a un balance social que sirva de herramienta para evaluar dicho crecimiento. De igual forma los resultados obtenidos reflejaron que en el sector hotelero se inicia con la RSE alrededor del año 2000, pero no es hasta el año 2012 donde se incrementan considerablemente las practicas socialmente responsables y es durante los últimos 4 años que esta cobra mayor fuerza; Una de las cosas que se puede evidenciar es que los dirigentes de los recintos hoteleros tienen un conocimiento considerable sobre la RSE, pero al mismo tiempo están conscientes de que la relación con la comunidad, aspectos medioambientales y sociales podrían mejorar. Es aquí entonces donde podemos evidenciar una oportunidad de mejora al tener aceptabilidad por parte de los agentes protagonistas como son los dueños de los hoteles.

Al referirse a la relación entre la Responsabilidad Social empresarial y el Desarrollo Sustentable Bayón Martínez (2006), expone:

proceso de creación de las condiciones materiales, culturales y espirituales que propicien la elevación de la calidad de vida de la sociedad, con un carácter de equidad, y justicia social de forma sostenida y basado en una relación armónica entre los procesos naturales y sociales, teniendo como objeto tanto las generaciones actuales como las futuras. Pág. 3

2.2. Fundamentación científico-técnica

2.2.1. Fundamentación filosófica

El proyecto de investigación que se presenta se apoya en el paradigma crítico propositivo para poder interpretar, comprender y explicar la situación problemática del Cantón Baños de Agua Santa, en función de la realidad donde se ven inmersos los sujetos de estudio, hasta llegar a las verdaderas causas que provocan el escenario

planteado para poder discutir las de forma crítica lo que conllevará a formar alternativas de solución.

El peso del sector turismo en la economía de la localidad mencionada es evidente, el mismo ha surgido por las necesidades e iniciativas de los propios habitantes, lo que exige un direccionamiento hacia la alianza de todos los grupos sociales económicos dentro del sector y que favorezcan crecimiento económico.

2.2.2. Fundamentación legal

El tema de investigación que se estudia, está sujeto al marco legal internacional y nacional el cual debe ser considerado por las empresas en su diario accionar, en este caso se presentan las que se vinculan al sector objeto de estudio.

En la Constitución de Ecuador aprobada en el año 2008, se encontró varios artículos que respaldan la investigación entre los cuales se mencionan los siguientes: donde podemos encontrar los siguientes:

Art. 67, numeral 15.- Se reconoce y garantizará a las personas: “El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental”. (Asamblea Nacional de la República del Ecuador, 2008, pág. 50).

Art. 71.- La naturaleza o Pacha Mama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos. Toda persona, comunidad, pueblo o nacionalidad podrá exigir a la autoridad pública el cumplimiento de los derechos de la naturaleza. Para aplicar e interpretar estos derechos se observarán los principios establecidos en la Constitución, en lo que proceda.

El Estado incentivará a las personas naturales y jurídicas, y a los colectivos, para que protejan la naturaleza, y promoverá el respeto a todos los elementos que forman un ecosistema. (Asamblea Nacional de la República del Ecuador, 2008, pág. 52).

Art. 300.- El régimen tributario se regirá por los principios de generalidad, progresividad, eficiencia, simplicidad administrativa, irretroactividad, equidad, transparencia y suficiencia recaudatoria. Se priorizarán los impuestos directos y progresivos.

La política tributaria promoverá la redistribución y estimulará el empleo, la producción de bienes y servicios, y conductas ecológicas, sociales y económicas responsables. (Asamblea Nacional de la República del Ecuador, 2008, pág. 145).

El Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, constituye la hoja de ruta que guía los diferentes procesos a través de sus objetivos, para alcanzar el desarrollo social y económico del país, entre ellos están:

Objetivo 7: Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental, territorial y global, este objetivo busca garantizar el derecho ciudadano a vivir en un ambiente sano, libre de contaminación y sustentable, y la garantía de los derechos de la naturaleza, a través de una planificación integral que conserve los hábitats, gestione de manera eficiente los recursos, repare de manera integral e instaure sistemas de vida en una armonía real con la naturaleza. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, Senplades, 2014, pág. 69).

Objetivo 10: Impulsar la transformación de la matriz productiva explica “los desafíos actuales deben orientar la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen (...)” (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2015, pág. 79)

Es importante denotar que el aumento de los ingresos por parte del sector turismo y al mismo tiempo consolidarla como industria es objetivo puntual y específico a través de la transformación que se busca con el Objetivo 10.

En el ámbito turístico encontramos a la Organización Mundial del Turismo, encargada de dar las directrices para promover el turismo de manera responsable y accesible para todos; a fin de maximizar los beneficios socio económicos del sector y reducir los posibles impactos negativos, para el presente trabajo investigativo se toma en cuenta al Código ético Mundial para el Turismo en el que podemos encontrar los siguientes artículos:

Art. 1: Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuos entre hombres y sociedades.

Art. 2: El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo.

Art. 3: El turismo, factor de desarrollo sostenible. Las autoridades públicas nacionales, regionales y locales favorecerán e incentivarán todas las modalidades de desarrollo turístico que permitan ahorrar recursos naturales escasos y valiosos, en particular el agua y la energía, y evitar en lo posible la producción de desechos.

Art. 4: El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad

Art. 5: El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino

Art. 6: Obligaciones de los agentes del desarrollo turístico

Art. 7: Derecho al turismo

Art. 8: Libertad de desplazamiento turístico

Art. 9: Derechos de los trabajadores y de los empresarios del sector turístico

Art.10: Aplicación de los principios del Código Ético Mundial para el Turismo. (Organización mundial del Turismo, 1999)

De igual forma dentro de nuestro país existe la ley de turismo que ampara y norma a las actividades turísticas, dicha ley fue publicada el 22 de diciembre de 2002 bajo el Registro Oficial S.733 la cual manifiesta:

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual, sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos. (Congreso Nacional, 2014, pág. 1).

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos. (Congreso Nacional, 2014, pág. 1).

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables. (Congreso Nacional, 2014, pág. 2)

Art. 16.- Será de competencia privativa del Ministerio de Turismo, en coordinación con los organismos seccionales, la regulación a nivel nacional, la planificación, promoción internacional, facilitación, información estadística y control del turismo, así como el control de las actividades turísticas, en los términos de esta Ley. (Congreso Nacional, 2014, pág. 4)

2.3. Categorías fundamentales

2.3.1. Supraordinación de las variables

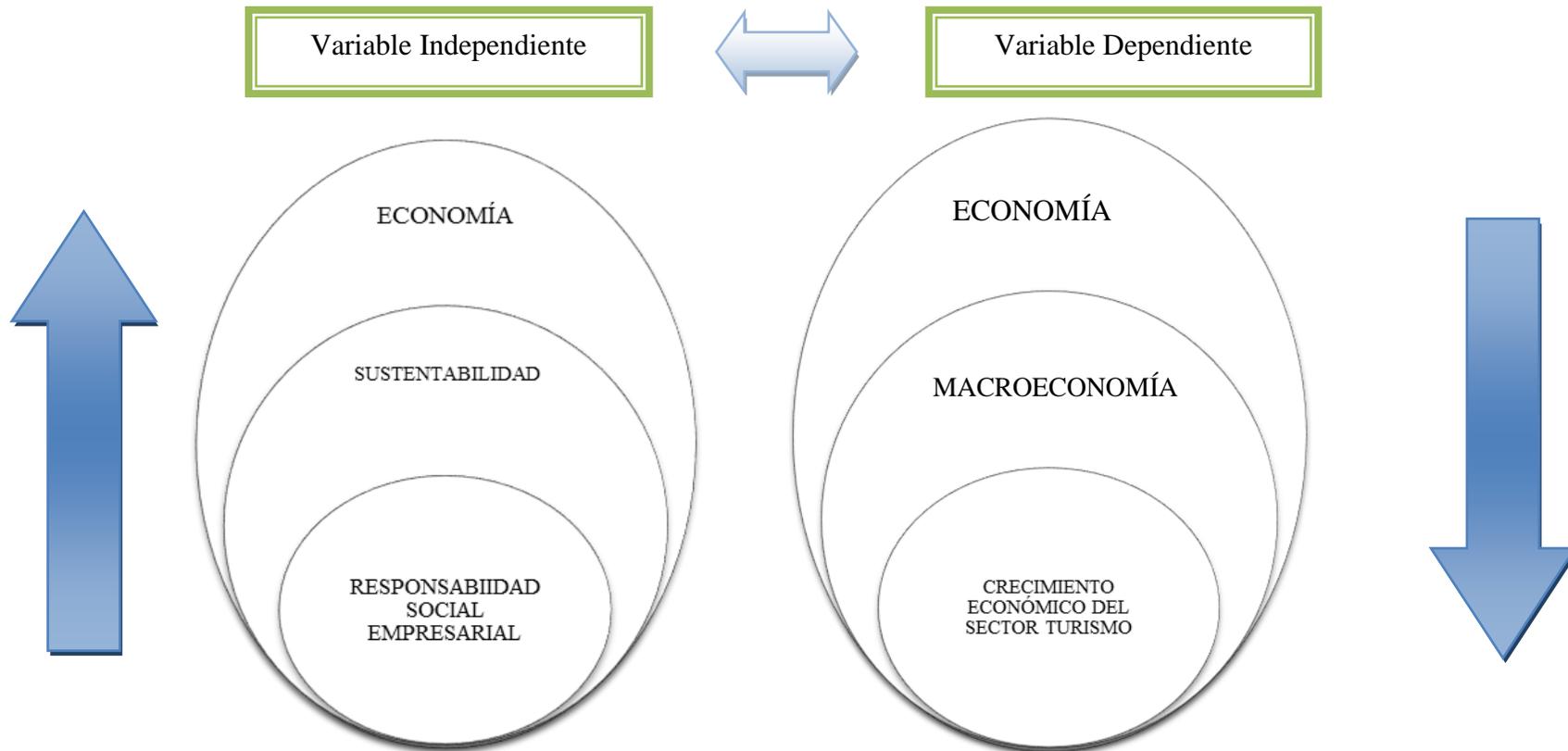


Gráfico 7. Supraordinación de las variables
Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

2.3.2. Subordinación de las variables

2.3.2.1. Subordinación de la variable Independiente

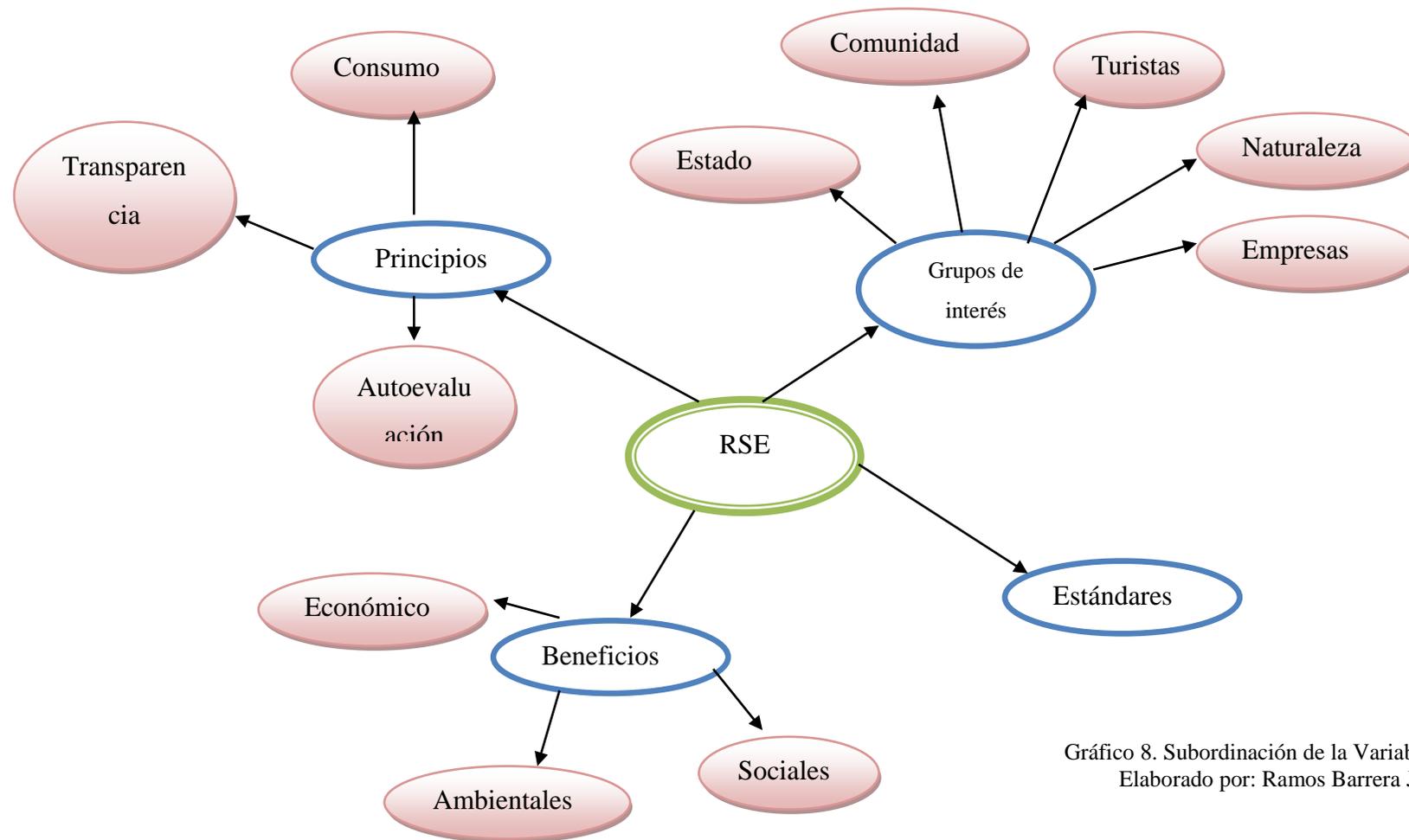


Gráfico 8. Subordinación de la Variable Dependiente
Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

2.3.2.2. Subordinación de la variable Dependiente

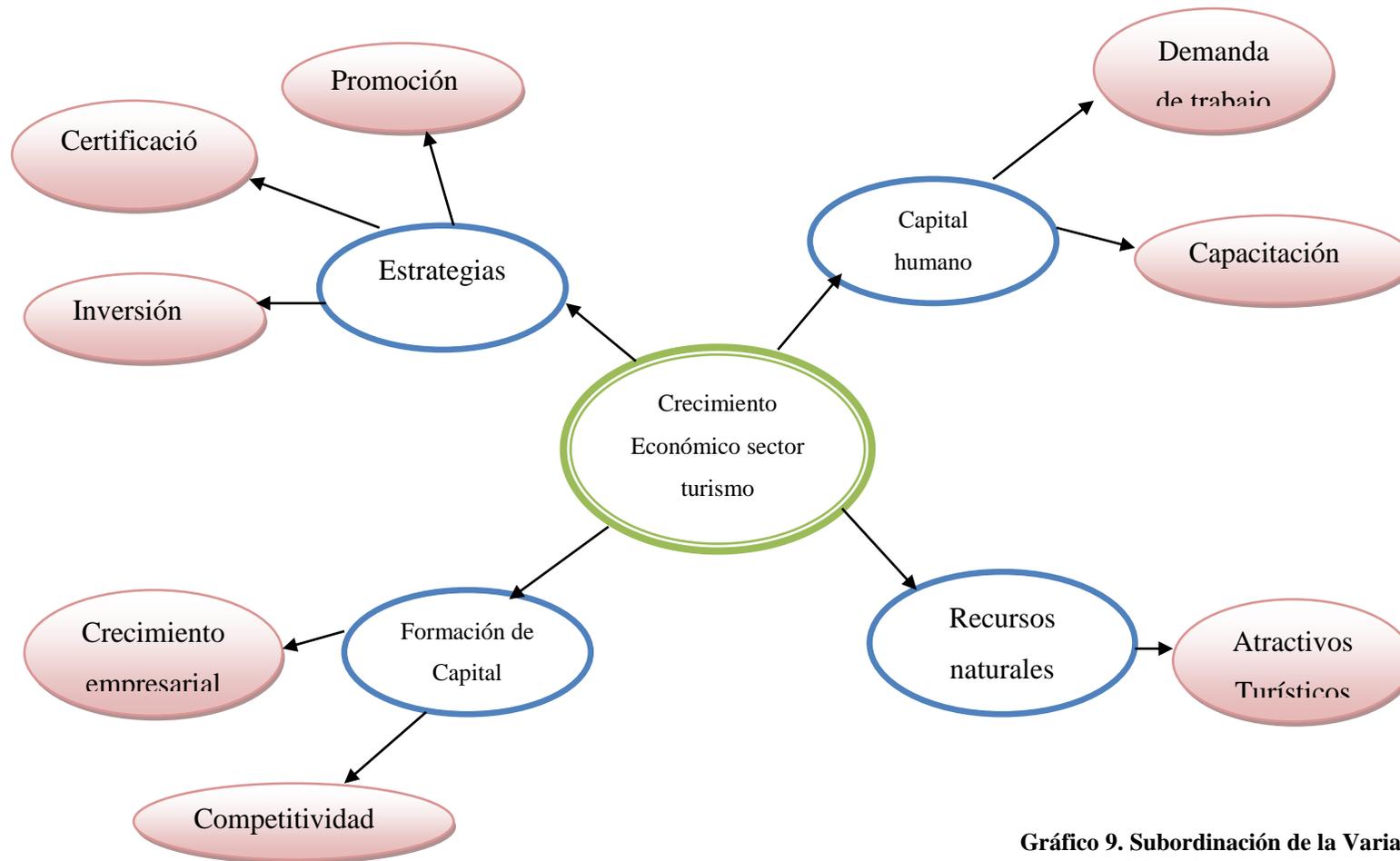


Gráfico 9. Subordinación de la Variable Dependiente
Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

2.4. Marco Conceptual de la Variable Independiente

2.4.1. Economía

La ciencia económica en concepto se basa en una dicotomía que se ha presentado en todos los tiempos, la escases y las necesidades ilimitadas, lo cual además la liga al concepto de eficiencia en cuanto a la utilización de recursos así; Samuelson & Nordhaus (2010) al respecto comentan que “es el estudio de cómo las sociedades utilizan recursos escasos para producir bienes valiosos y distribuirlos entre diferentes personas. (...) de hecho, la economía es una disciplina importante debido a la escasez y al deseo de ser eficientes”. Pág. 4

A más de estudiar la utilización de los recursos, la Economía se constituye como una ciencia social puesto que gran parte de su atención se focaliza en la actividad humana y elecciones para poder satisfacer necesidades a nivel individual y colectivo, y es en este sentido que González González & Pérez Zabaleta (2009) abordan este tema y consideran que “la Economía es una ciencia social que se centra fundamentalmente en el comportamiento humano y las consecuencias que de dicho comportamiento se derivan para la sociedad”. (Pag. 6) Al ver la necesidad de cuantificar dichos efectos, la Economía esta acompañada de varias otras ciencias como la estadística, matemáticas, sociología, psicología, entre otras que sirven como instrumentos que permiten analizar, explicar y predecir los fenómenos a fin de tomar decisiones acertadas (Gómez López, 2002).

Por lo expuesto, la Economía es una ciencia que estudia comportamientos de los individuos frente a las necesidades y cómo llegan a satisfacerlas, dentro del contexto de mercado, es decir optimizando sus beneficios a nivel micro y macro basados en una distribución eficiente y correcto manejo de los recursos y beneficios.

2.4.2. Sustentabilidad

Si bien es cierto, el término aparece en la década de los 60 del Siglo XX, y es precisamente a partir de este momento que se intensifica más que nunca el interés

por preservar el medio ambiente, visto como hasta entonces como el proveedor de recursos principalmente para actividades económicas destinadas a la satisfacción de necesidades humanas.

La emergencia de este concepto se expone por primera vez en el informe Brundtland y es a partir de este momento que también es abordado por diferentes esferas, especialmente la académica; en dicho informe la sustentabilidad queda definida como “la capacidad de satisfacer las necesidades presentes sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”. (Brundtland & Khalid, 1987, pág. 23).

En la actualidad la sustentabilidad es el camino a garantizar el crecimiento económico a largo plazo, articulando las esferas ambiental y social a la vez, es así como Calvente M (2007), expone: “Sustentabilidad es la habilidad de lograr una prosperidad económica sostenida en el tiempo protegiendo al mismo tiempo los sistemas naturales del planeta y proveyendo una alta calidad de vida para las personas” Pág. 3

Al analizar el concepto, dentro del panorama actual (Soejato (1973), siguiendo las afirmaciones del Club de Roma en su informe “Los límites del crecimiento”, manifiesta que nos encontramos con un aumento considerable de la población mundial, lo que significa por ende un aumento en las necesidades de diferente índole, mismas que son objetivo de las industrias que mediante sus mecanismos de producción tratan de cubrirlas, la actividad de las industrias provoca un mayor consumo de recursos y adicionalmente a ello se suman los problemas de contaminación ambiental que afrontamos hoy en día.

En consideración a lo anterior, el escenario se plantea con la preocupación de salvaguardar el medio ambiente del que somos parte, pero persiguiendo un interés de fondo económico, ya que las sociedades no renunciarán a crecer económicamente; la autora (Djendoel Soejato, 1973) expresa esta preocupación partiendo de la interrelación existente entre la población y la industria, si los recursos que nos provee el entorno llegaran a escasear debido al exagerado consumo industrial, se volverán

más costosos, por lo cual los capitales estarían destinados principalmente a adquirirlos, viéndose obligados a dejar de lado la inversión en fortalecer la industria lo que la convertiría en insostenible hasta el punto de desplomarse. Lo que afectaría a la población al no contar con los productos generados mediante las industrias por ejemplo; alimentos, medicamentos, vestuario, servicios, entre otros.

Por parte de (Gómez de Segura, 2014) la sustentabilidad más allá del concepto, trata de la relación entre la Economía y la Biosfera, en base a dos premisas, la primera de ellas determinar los límites planetarios y los ritmos de consumo y la segunda entender y satisfacer las necesidades esenciales, para ello la Economía se apoya en las Ciencias Sociales, mismas que se han visto manipuladas por las entidades económicas para su único beneficio, y es ahí donde la Economía se ha ido desvinculando de la parte social como indica su concepto.

Como se puede apreciar los aportes sobre sustentabilidad son diversos así como las interpretaciones a las que esta sujeta; desde el punto de vista económico, la sustentabilidad obliga a tomar conciencia sobre la utilización de los recursos finitos eminentemente en busca un bienestar económico, lo que se ve traducido además en el normal funcionamiento de una sociedad.

2.4.3. Responsabilidad Social Empresarial

Como se mencionó anteriormente el concepto de Responsabilidad Social Empresarial o Corporativa (RSE), es flexible en el sentido que; las exigencias y circunstancias donde se desenvuelven los protagonistas son diferentes y van cambiando de acuerdo a las necesidades que estos experimentan, es por ello que no existe un concepto estático sobre la RSE.

El concepto planteado por la Unión Europea, citado por el Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (2008), expone a la RSE como: “Integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medio ambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”

Pág. 11.

Para el autor Fernández García (2009), en la RSE se ven inmersos los aspectos en los que se enfoca el desarrollo sostenible así manifiesta que la empresa en su actividad diaria debe buscar el equilibrio entre los beneficios económicos, la mejora social, y la preservación del medio ambiente, lo cual a largo plazo le significa además la consolidación a la misma en el mercado.

Luego de revisar la abundante bibliografía existente sobre la RSE, es conveniente plantear un concepto propio, dado que no existe una definición exacta de la misma, por ello se puede decir que la RSE es un compromiso voluntario por parte de las empresas para contribuir al mejoramiento ambiental, social y económico en los diferentes aspectos que determinan sus Stakeholders o grupos de interés (empresarios, trabajadores, clientes / consumidores, proveedores, Estado y comunidad), lo que genera como resultado el fortalecimiento de la imagen empresarial, competitividad y el bienestar de la sociedad en su conjunto.

2.4.4. Grupos de interés de la RSE

La teoría de los grupos de interés o Stakeholders de acuerdo con Rivera & Malaver (2011), parafraseando a Mitchell Et al. (1997), “los stakeholders son actores (internos o externos) que afectan o son afectados por los objetivos o resultados de una organización dada, en diferentes grados...” Pág. 27.

En el ámbito empresarial los grupos de interés o stakeholders se los dimensiona en dos grupos: internos agrupados aquí los propietarios y trabajadores llamados en conjunto público interno y externos, donde figuran los clientes, proveedores, el Estado y la comunidad,

Al igual que el concepto de RSE, la empresa cuando establece una relación con los stakeholders, asume el desafío de estar en constante innovación tanto al identificar las necesidades de los grupos involucrados como en modificar o ir evolucionando las relaciones que se establezcan con ellos.

Ahora bien las formas de participación de los grupos de interés según Strandberg (2010), son tres: consultar, donde se recoge información de los grupos de interés sobre algún tema de importancia pero es la empresa por su cuenta quien toma las decisiones; convocar, donde se trata con los stakeholders de manera directa abriendo la oportunidad de establecer una comunicación más afianzada ; y colaborar, aquí tanto la empresa como los grupos de interés comparten beneficios y riesgos de igual forma, siendo las decisiones tomadas conjuntamente.

Si bien es cierto cada empresa determinará sus grupos de interés al igual que la forma de relacionarse con ellos, es notable que muchas veces el acercamiento se da porque existe una conciencia de reciprocidad entre empresa y sociedad, pero también por cuestiones estratégicas donde ambas partes tratan de sacar el mayor provecho.

2.4.5. Beneficios y herramientas de la RSE

Tabla 4. Beneficios y herramientas de la Responsabilidad Social Empresarial

Beneficios	Herramientas
Público Interno	
Se reducen los costos productivos, mediante el incremento de la eficiencia y productividad Fortalecimiento de la imagen empresarial Mejora del clima laboral Empoderamiento en el recurso humano	Capacitaciones Canales de comunicación Incentivos al personal Respeto a los derechos humanos
Proveedores	
Mejora continua en la producción Incremento de la eficiencia productiva Ahorro en los insumos necesarios para la producción Producción sustentable	En atención a los requerimientos de los clientes Cadenas de abastecimiento Reutilización y reciclaje de los insumos y materias primas Coordinación entre proveedores y clientes

Gobernabilidad	
Evita caer en sanciones y multas Promueve la lealtad entre los trabajadores Mejora la reputación de la empresa	Respeto al marco legal en ámbitos laborales, ambientales y sociales, así como la implementación de políticas empresariales justas
Comunidad	
Mejoramiento de la imagen pública Compromiso entre la empresa y la sociedad	Cumplimiento de políticas laborales, ambientales y sociales, además de acciones filantrópicas y voluntariado
Ambiente	
Costos de producción bajos Reducción en la generación de residuos Preservación del medio ambiente Producción limpia	Optimización de los insumos y materias primas Cambios en las materias primas, prácticas, en el producto, tecnología
Cientes	
Alcanzar los estándares de calidad del producto Marketing social Acceso al producto o servicio	Procesos productivos limpios Alianzas entre organizaciones que beneficien alguna causa social Procesos de diversificación y competitividad

Fuente: Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social
Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

2.4.6. Estándares de la Responsabilidad Social Empresarial

Los estándares nacen debido a la necesidad de la sociedad civil y empresarial por evaluar la situación de las entidades económicas respecto a la ejecución de la RSE y sus resultados, al tratarse de información no financiera, lo que se busca es brindar parámetros que guíen las prácticas de las empresas en las tres líneas de acción; ambiental, social y económica.

Al desarrollar herramientas de medición cualitativa, la empresa puede dar seguimiento al cumplimiento de los objetivos que se haya fijado en ámbito de la RSE como fuera de ella, de acuerdo a sus políticas.

De manera general la RSE, cuenta con los siguientes estándares:

En el año 2010 la International Standard Organization (ISO) dio a conocer la norma ISO 26000, que a diferencia de otras ISO no establece parámetros para la certificación, sino proporcionar a las empresas orientación sobre lo que es la RSE y sus principios desde su implementación hasta la obtención de resultados.

Los objetivos que persigue esta norma según Strandberg (2010), son el “desarrollar un consenso internacional sobre qué significa la responsabilidad social y qué asuntos de la RSE tienen que abordar las organizaciones, proporcionar orientación sobre la puesta en práctica de los principios (...), perfeccionar y divulgar información sobre mejores prácticas”. Pág 18

Global Reporting Initiative

La Global Reporting Initiative (GRI), utilizada a nivel internacional, recoge y reporta los aspectos de la RSE en una empresa dentro de un periodo de evaluación, a través de la elaboración de memorias de sostenibilidad o también llamadas informes de responsabilidad social, mismas que sirven para medir, socializar y presentación de cuentas frente a grupos involucrados, sean estos afectados o no, con el objetivo de garantizar la sustentabilidad ambiental.

En contraste con las dos normas anteriores, existe otra que esta sujeta a certificación, principalmente evalúa lo referente a condiciones de trabajo, como trabajo infantil o forzado, discriminación, remuneraciones, salud y seguridad de los trabajadores y jornadas de trabajo dentro de las industrias; Nos referimos a la norma SA800 y cabe destacar que es aplicable para cualquier sector industrial, para ello toma en consideración los postulados de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y

los derechos humanos promulgados por las Naciones Unidas (Social Accountability International SAI, 2014).

Pacto Mundial

En el año 2000 la ONU fijó diez principios enfocados a la RSE basados en declaraciones y convenciones a nivel mundial, dichos principios están divididos en cuatro grupos, estos son:

Tabla 5. Principios del Pacto Mundial

Derechos Humanos	Proteger los derechos humanos Frenar el abuso hacia los derechos humanos
Ámbito laboral	Libertad de asociación Erradicar el trabajo obligatorio y forzado Eliminar el trabajo infantil Excluir la discriminación en asuntos laborales
Medio ambiente	Prevenir los daños ambientales Adquirir responsabilidad con el medio ambiente Promover la utilización de tecnologías que sean amigables con el medioambiente
Anti corrupción	Luchar contra todas las formas de corrupción

Fuente: La medición y comunicación de la RSE: indicadores y normas IESE Business School
Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

2.4.7. Principios de la Responsabilidad Social Empresarial

Para que la RSE sea concebida por las diferentes partes implicadas, es necesario basarse sobre directrices que guíen de cierta manera el concepto de esta, en las diferentes actividades y ámbitos que se la debería aplicar la RSE.

Los principios de la RSE son diversos según las literaturas que se examinan, se nombran los más relevantes para el tema investigado.

Según Brown Grossman (s/f), la transparencia, las normas la autoevaluación y el consumo socialmente responsable son principios que deben normar en la RSE, a continuación se detallan brevemente cada uno de ellos.

Transparencia: trata del cumplimiento de las leyes dispuestas y estándares de Responsabilidad Social dispuestas por las entidades gubernamentales en temas laborales, ambientales, económicos y demás legislaciones exigidas según la actividad económica que realice la empresa, de igual forma es obligación de la empresa dar a conocer a sus grupos de interés la información de sus actuaciones empresariales.

La autoevaluación: en el contexto de la RSE la autoevaluación debe ser lo más apegada a la realidad, para de esta forma poder obtener resultados verídicos que serán tratados en nivel organizacional corrigiendo las falencias y fortaleciendo los aciertos.

Consumo Socialmente Responsable: como vemos en nuestro país esta acción se la realiza mediante etiquetas que indican tanto la elaboración del producto, las repercusiones para el consumidor lo cual indica que el proceso de elaboración incluyó prácticas de RSE.

2.5. Marco Conceptual de la Variable Dependiente

2.5.1. Macroeconomía

La ciencia económica definida anteriormente, posee dos ramas una que se encarga del estudio de los agentes económicos y otra que se ocupa del funcionamiento de una economía en su conjunto (González González & Pérez Zabaleta, 2009). Dicho en palabras de Elizalde Angeles (2012), la Macroeconomía “Considera la suma de las actividades económicas que desempeñan todas las unidades económicas individuales, es decir, se encarga del análisis del comportamiento económico colectivo” pág 14.

Por ende las variables de estudio de Macroeconomía no se concentran únicamente en el nivel individual, sino que estudian el comportamiento en el corto y largo plazo de

variables como el desempleo, la inflación, la producción, nivel de precios, el ingreso de un país (Zavala & González Sasmás, 2012).

Lo que se conoce como ciclo económico es la visión macroeconómica a corto plazo de las fluctuaciones de la producción, empleo y precios mientras que al largo plazo le corresponde los niveles de vida y las tendencias productivas, a lo que llamamos crecimiento económico (Samuelson & Nordhaus, 2006).

En vista de las definiciones aportadas por los autores en mención, la Macroeconomía estudia los ciclos y el crecimiento económico de un país, basándose en las variables agregadas de una economía con lo cual se puede analizar el panorama general de un país en términos económicos, de esta forma tomar medidas a fin de alcanzar los objetivos macroeconómicos: precios estables, crecimiento sostenido y empleo, para ello los Estados utilizan las políticas fiscal y monetaria.

2.5.2. Crecimiento Económico del Sector Turismo

Para iniciar, el crecimiento económico para Samuelson & Nordhaus (2006), se define como “la expansión del PIB o la producción potencial de un país”. El crecimiento económico se ve reflejado en el incremento de los niveles de producción y además de ello un indicador clave del crecimiento económico es el PIB per cápita puesto que este está asociado al nivel de vida de los habitantes, siendo este una de las preocupaciones principales de los gobiernos y por lo cual las políticas y decisiones estarán orientadas para la consecución de escenarios favorables para el crecimiento.

Por otra parte los factores que favorecen el crecimiento económico, no se podría decir que están determinados, más bien que el crecimiento se ve estimulado cuando un país realiza mejoras internas mediante diversas políticas por ejemplo: niveles bajos de inflación, apertura internacional hacia los mercados, control de los gastos gubernamentales no productivos, sistemas de educación y salud fortalecidos; es así como la combinación de estos factores han propiciado el crecimiento, no obstante cada país deberá tomar las medidas necesarias de acuerdo a la situación a la que se enfrente y en beneficio de la mayoría de habitantes. (Parkin, Esquivel, & Muñoz, 2007).

Entonces el crecimiento económico esta representado por el aumento de la produccion de bienes y servicios en un país en el periodo de un año, su principal indicador es el PIB de manera general y el PIB percápita que esta asociado a los niveles de vida de los habitantes.

El crecimiento económico del sector turismo se está constituyendo como un referente de ingresos para la nación, favoreciendo así la mejora de la calidad de vida de las personas que forman parte de las actividades derivadas del mismo, dicho crecimiento se mide por el aumento de viene s y servicios producidos por el sector y en este caso por la participación que ha logrado frente al PIB

El sector ocupa el tercer lugar dentro de las exportaciones no petroleras y ha realizando aportes sostenidos (millones de dólares) a la economía: \$1.246,2 en el 2013, \$1.487,2 en el 2014, \$1.173,8 en el 2015 y \$1.075,5 en el 2016, representado según el Ministerio de Turismo el 1,86% en el PIB del país hasta el año 2013, siendo esta la publicación más actual, además de ello existen hasta la actualidad planes y programás estrategicos que buscan convertir a este sector en un refrente de ingresos económicos para la nación, convietiendo al país en una potencia turitica sostenible y competitiva a nive mundial .

Para los años 2014-2017 el Ministerio de Turismo en coordinación con la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) han priorizado productos turisticos como:

- Turismo de Salud
- Turismo gastronómico
- Turismo comunitario
- Turismo científico

Al implementar estrategias en estos productos y en los tradicionales como el turismo cultural, turismo de naturaleza y de aventura, las actividades derivadas del turismo tendrán un mayor numero de visitantes lo cual dinamiza las economías locales y

permite la participación activa de los habitantes de las determinadas localidades donde se desarrolla la actividad turística.

Balanza Turística

El Ministerio de Turismo (2015), argumenta que la balanza turística “Muestra el ingreso de divisas por concepto de turismo registrado en la Balanza de Pagos (viajes y transporte de pasajeros) ...” pág 11.

En la siguiente tabla se muestran los ingresos en millones de dólares por concepto de turismo y como se expone han ido en aumento desde el año 2011, manteniendo un promedio de crecimiento del 12,24%, mientras los egresos un 4.4%, es así como los saldos en la balanza turística han se han mantenido positivos, es decir se han tenido mayores ingresos que egresos, a pesar de ello en los dos últimos años se ha experimentado un decremento en los ingresos y en el saldo de la balanza lo cual según explican las autoridades se debieron a factores externos como la caída del precio del petróleo y el terremoto ocurrido en abril del año 2016.

Tabla 6. Balanza Turística (millones de USD)

Años	Ingresos	Egresos	Saldos
2011	849,7	916,6	-66,9
2012	1038,8	943,6	95,2
2013	1251,2	987,1	264,1
2014	1487,2	1018,2	469
2015	1173,8	745,9	427,9
2016	1075,5	783,5	292

Fuente: Ministerio de Turismo, Boletín anual

Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

2.5.3. Capital Humano

El capital humano es considerado por varios economistas por ejemplo Parkin, Esquivel, & Muñoz (2007), como el recurso más importante dentro del crecimiento económico, ya que este aporta progreso tecnológico y productividad creciente, gracias a la capacidad de los seres humanos para acumular conocimientos, desarrollar

destrezas y realizar mejoras en base a la experiencia adquirida y dedicar estas habilidades a las actividades productivas hacen que sea más eficaz.

Al igual que los demás factores productivos, la demanda de recursos humanos se deriva del mercado de bienes y servicios, cuando existe crecimiento económico en un determinado país o sector de la Economía la demanda de bienes y servicios se amplía, es decir las personas podrán comprar mayor cantidad de bienes y utilizar más servicios, por otra parte los productores cubrirán el incremento de demanda de sus bienes o servicios utilizando mayor cantidad de factores productivos. (Graue Russek, 2009).

Entonces al lograr posicionar al turismo en Ecuador como una de sus principales fuentes de ingresos mediante su crecimiento económico, se promoverá la mecánica mencionada en el párrafo anterior con lo cual se pretende formar nuevas plazas de empleo e ir formando al recurso humano en esta área para convertir al turismo en una industria competitiva.

2.5.4. Demanda de Trabajo

Graue Russek (2009), explica sobre la demanda de trabajo que: “Los que demandan trabajo son los negocios y las empresas que necesitan mano de obra para llevar a cabo la producción; quienes ofrecen su trabajo son personas que desempeñan algún oficio o profesión” pág. 178

Para el caso de estudio, la demanda de trabajo del sector turismo en Ecuador; está constituida por los establecimientos registrados en el catastro turístico emitido anualmente por el Ministerio de Turismo, a continuación se presenta la evolución del personal ocupado en este sector.

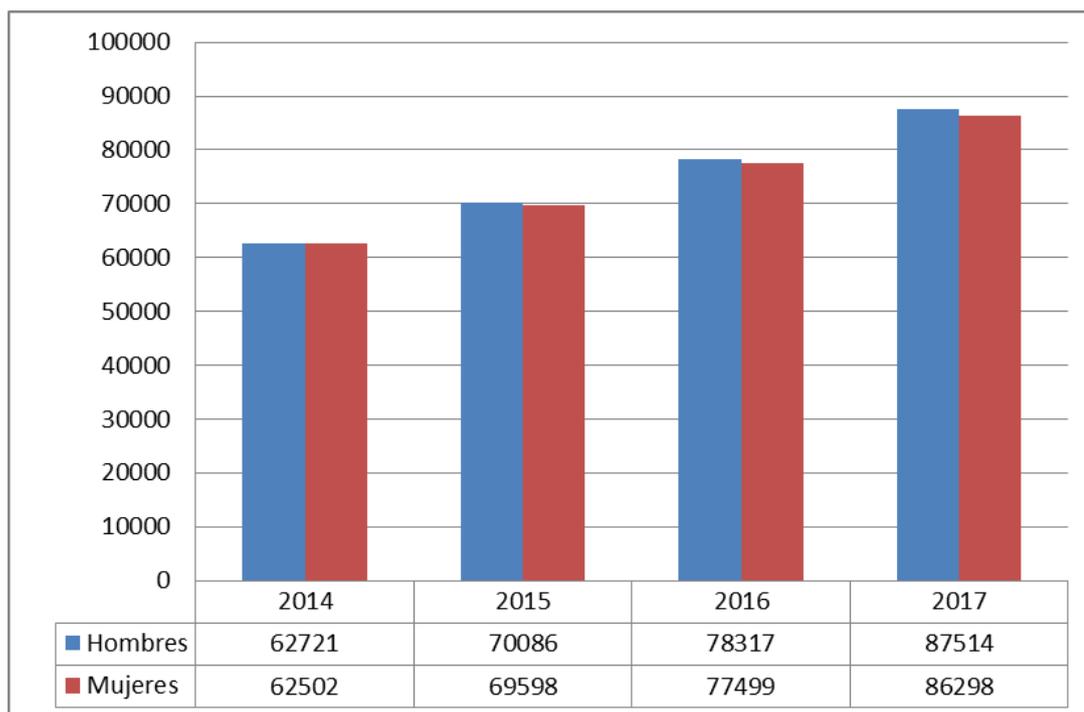


Gráfico 10. Personas empleadas en el Sector Turismo

Fuente: Ministerio de Turismo, Programa Nacional para la Excelencia Turística
Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

Desde el año 2014 las personas que han ingresado a laborar en el sector turismo han seguido un patrón de aumento del 12%, siendo las personas de género masculino quienes han tenido mayor participación, la generación de empleo ha ido de la mano con la vinculación de nuevos establecimientos turísticos a la economía en gran parte gracias a las micro empresas.

Es necesario aclarar que las cifras expuestas han sido proyectadas por el Ministerio de Turismo, con base en “una tasa de crecimiento geométrica de 11.75% anual para hombres y 11.35% anual para mujeres. Estas tasas se obtuvieron en base a la información histórica del Catastro Turístico que registra el MINTUR en los últimos cinco años...” pág. 30.

2.5.5. Capacitación

La capacitación, según García (2015), tiene el objetivo de proporcionar el conocimiento necesario y desarrollar las habilidades (aptitudes y actitudes)

necesarias para que las personas que ocupan un puesto en las organizaciones, puedan desarrollar sus funciones y cumplir con sus responsabilidades.

Los autores Blanchard, Amighini, & Giavazzi (2012), manifiestan que para una economía es vital contar con trabajadores cualificados, puesto que su contribución elevaría los niveles productivos, recalcan la importancia que la capacitación ha adquirido desde hace ya varios años, por ejemplo la escolarización se ha vuelto obligatoria y cada vez más la preparación secundaria y superior brindan mayores aptitudes, así mismo se establece una relación directa entre el nivel de preparación y los salarios.

De esta forma la capacitación es una actividad en la que una persona adquiere conocimientos y destrezas que le permitirán desenvolverse de manera óptima frente a las responsabilidades que ha adquirido, la educación y aprendizaje continuo son generadores de valor que día a día se incluyen en las actividades productivas y el desarrollo de las sociedades.

Para el caso del turismo los organismos encargados de brindar apoyo en las competencias turísticas mediante cursos, talleres y capacitaciones son:

- Ministerio de Turismo (MINTUR)
- Secretaría Técnica de Capacitación y Formación Profesional (SETEC)
- Servicio de Capacitación Profesional (SECAP)
- Centro Euroamericano de Estudios y Cultura

Adicionalmente a estas, se consideran las entidades de educación superior que ofertan carreras afines con el turismo, en nuestro país existe un total de 57 establecimientos que forman profesionales en la rama turística.

El Ministerio de Turismo, a través del Programa Nacional de Capacitación Turística pone a disposición capacitaciones sobre: gestión de calidad y buenas prácticas turísticas, competencias laborales, negocios de comidas típicas, turismo comunitario, guías especializados y nativos y gestión de destinos turísticos, con la finalidad de

mejorar la calidad de los servicios turísticos que oferta el país. La primera fase del proyecto arrancó el mayo del 2015 y estimó entregar 5.000 certificaciones.

2.5.6. Recursos Naturales

Como es de conocimiento los recursos naturales pueden ser de dos tipos renovables como la flora y no renovables como los hidrocarburos (Ibarra Zavala & González Sesmás, 2012)

Los recursos naturales como lo expresa Fernández Cadena (s/f), se piensa contribuyen positivamente al crecimiento económico, es decir guardan una relación directa a mayor concentración de recursos naturales mayor crecimiento económico, pero contrariamente se ha demostrado a través del pasar del tiempo que los países ricos en recursos naturales han crecido a una tasa más lenta a comparación de países cuya dependencia económica se ha ido diversificando en otras ramás.

A consideración de lo anterior, los recursos naturales generan ingresos para una economía e indudablemente se han convertido en requerimientos necesarios para poder llevar a cabo otras actividades económicas de producción, sin embargo lo preocupante es la dependecia hacia ellos que se a arraigado en los países con mayor dotación de recusos naturales.

Atractivos turísticos

Es obligatorio realizar una aclaración entre lo que significa recurso turístico y atractivo turístico; el Ministerio de Turismo (2007), manifiesta que un recurso turístico “Son sitios naturales y manifestaciones culturales que merezcan ser visitadas o admiradas por los visitantes. Son el fundamento para el desarrollo posterior de la atracción y son la materia prima de futuras atracciones” pág. 45

Por lo tanto los recursos turísticos son los que dan paso a los atractivos turísticos, estos deben estar aptos para la explotación turística, deben contar con accesibilidad y servicios básicos despertando así el interés de los visitantes. Los atractivos turísticos a su vez pueden ser sitios naturales o manifestaciones culturales a los cuales se les asigna jerarquías contempladas en el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo

Sostenible para Ecuador (PLANDETUR 2020), siendo la jerarquía I la más baja y la IV la más alta, en función de la significancia de cada atractivo para el mercado internacional y la capacidad de atraer turistas por si solos.

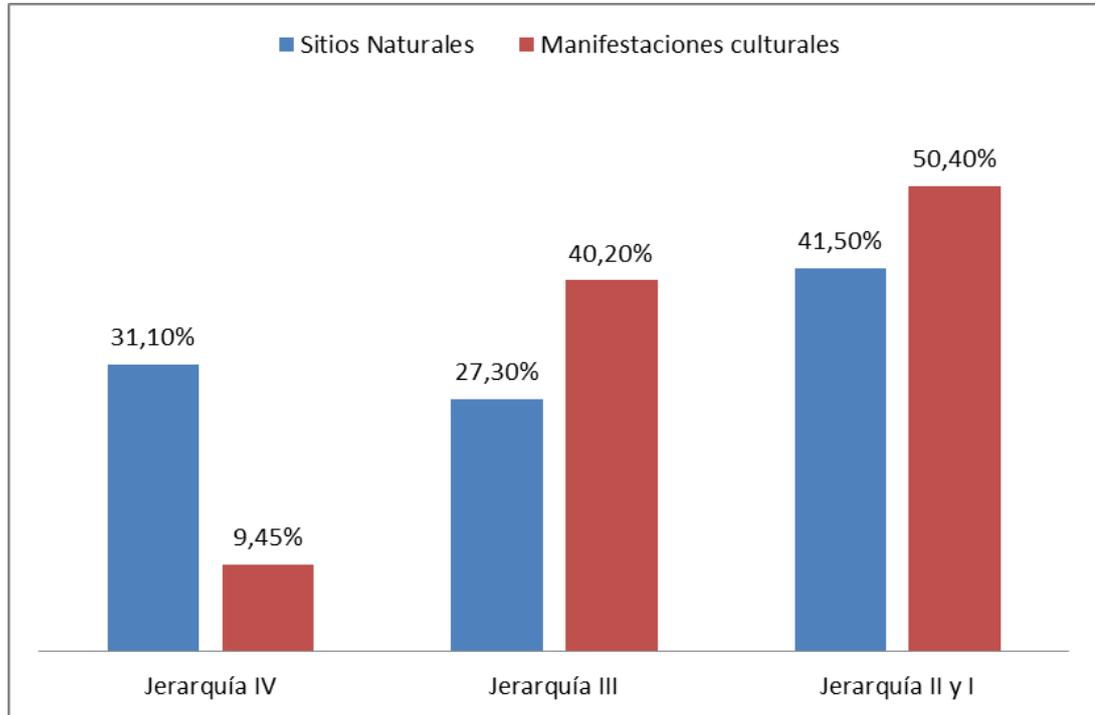


Gráfico 11. Jerarquización de los atractivos turísticos

Fuente: Ministerio de Turismo, Plandetur 2020

Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

En el Ecuador existen alrededor de 712 sitios naturales y 923 manifestaciones culturales los cuales constituyen sus atractivos turísticos, como se aprecia en el gráfico anterior los porcentajes con mayor representatividad corresponden a la jerarquía I y II, mientras las manifestaciones culturales lideran la jerarquía III y los sitios naturales la jerarquía IV.

En lo que se refiere a los atractivos turísticos de Baños de Agua Santa según la página web del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipaliad Cantón Baños de Agua Santa, existe una gran variedad de oferta turística, entre ellas están:

Actividades de Aventura

- Rafting
- Salto de puente o péndulo

- Canyoning
- Escalada
- Canopy
- Senderismo
- Recorridos en bicicleta
- Tarabitas
- Kayaking
- Downhill
- Montañismo
- Ruta de las cascadas
- Volcán Tungurahua

Descanso

- Spas, baños de cajón
- Termas el salado
- Complejo acuático Santa Clara-El cangrejo
- Terma de la Virgen
- Termas Santa Ana
- Complejo las Modernas

Diversión

- Gastronomía
- Artesanías
- Santuario de la Virgen de Agua Santa
- Acuario, serpentario
- Eco Zoológico
- Bares y discotecas

2.5.7. Formación de Capital

Para la autora Graue Russek (2009),

El capital no está dirigido a satisfacer necesidades humanas directamente, sino a ser utilizado en la producción de otros bienes. Los bienes de capital que se están produciendo hoy, se van a utilizar posteriormente para elaborar bienes de consumo. La formación de capital implica una elección entre consumir ahora o consumir más en el futuro. Pág. 176

Desde el punto de vista de Samuelson & Nordhaus (2006), la formación de capital también corre por cuenta del Estado, es decir, los grandes proyectos que preceden al

comercio como la construcción de carreteras, hidroeléctricas, políticas que favorezcan el mismo y la inversión en infraestructura, no pueden ser absorbidos por una empresa, los gobiernos deberán intervenir para promover un marco para que el sector privado prospere y los recursos que sean destinados a ello sean utilizados de manera eficiente.

Es así como la formación de capital no se refiere exclusivamente al dinero con el que cuenta una economía y en este caso un sector de la misma, sino que se refiere a la parte que una empresa deja de utilizar en el consumo inmediato, para utilizarlo a futuro en recursos que le permitan crear nuevos bienes, a nivel macro las inversiones que se realizan para dar paso al comercio fortalecen las industrias lo cual favorece al crecimiento y expansión de las mismas.

Crecimiento empresarial

Se entiende como crecimiento empresarial a las variaciones que ha experimentado una empresa durante un periodo de tiempo determinado en relación a su estado anterior, estas variaciones por lo general se evalúan en el volumen de ventas, personal ocupado, niveles de producción, líneas de productos y su presencia en el mercado (Ruiz Jiménez, 2015).

El crecimiento empresarial es importante dentro de una economía puesto que al contar con empresas que lleven un ritmo de crecimiento sostenido, se espera fortalecer un sector económico y alcanzar un desarrollo a nivel macro.

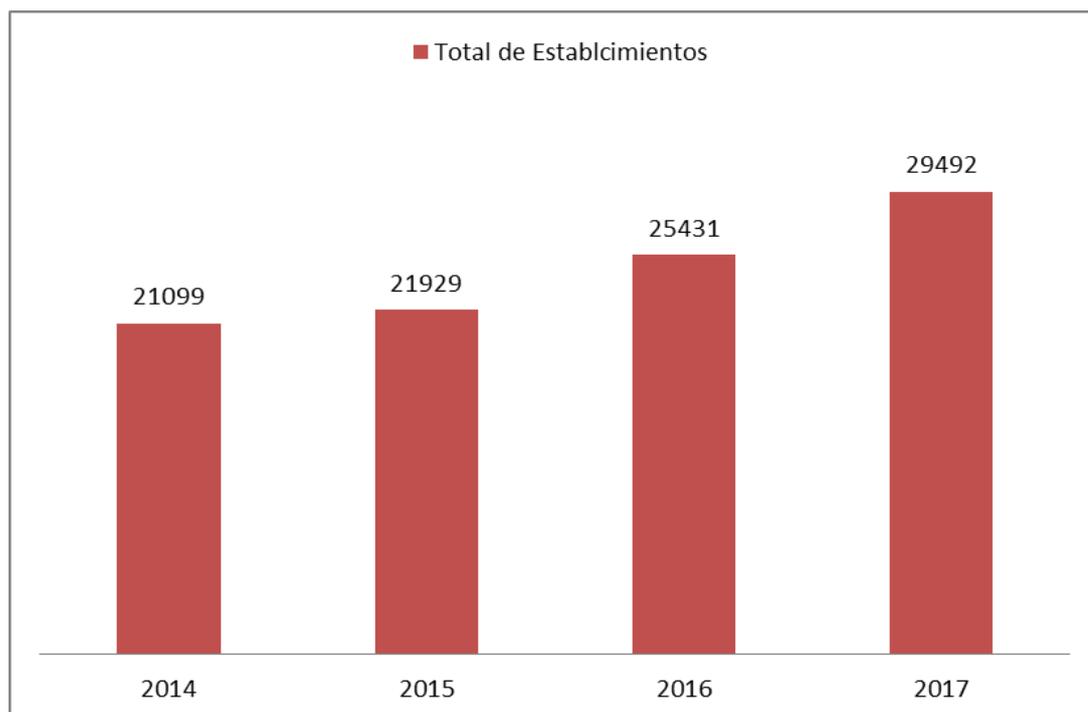


Gráfico 12. Total de establecimientos turísticos en Ecuador 2014-2017
Fuente: Ministerio de Turismo, Programa Nacional para la Excelencia Turística
Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

En base a los datos con los que se cuenta por parte del Ministerio de Turismo a nivel nacional los emprendimientos turísticos que se han establecido han ido en aumento a partir de año 2014, aproximadamente cada año se registra un aumento del 16% en base a los establecimientos registrados en el catastro turístico nacional, esto significa que alrededor de 4000 emprendimientos se vinculan cada año al sector turismo en sus diferentes actividades.

Competitividad

Los datos presentados a continuación corresponden a las variables que se consideran influyentes en la competitividad turística, según una investigación realizada por el Foro Económico Mundial o World Economic Forum (2013), el Ecuador ocupó la posición número 81 entre 140 países a nivel mundial, la escala utilizada para medir estos indicadores es de 1-7, siendo 1 la puntuación más baja y 7 el puntaje máximo. En base a ello los indicadores más bajos del país corresponden a 2,2 recursos culturales y 2,7 transporte aéreo, mientras los más altos son recursos naturales 5,3 y

la competitividad en precios favorece al país con 5,2. Los datos corresponden al año 2013, siendo esta la publicación más actual sobre la competitividad turística del país.

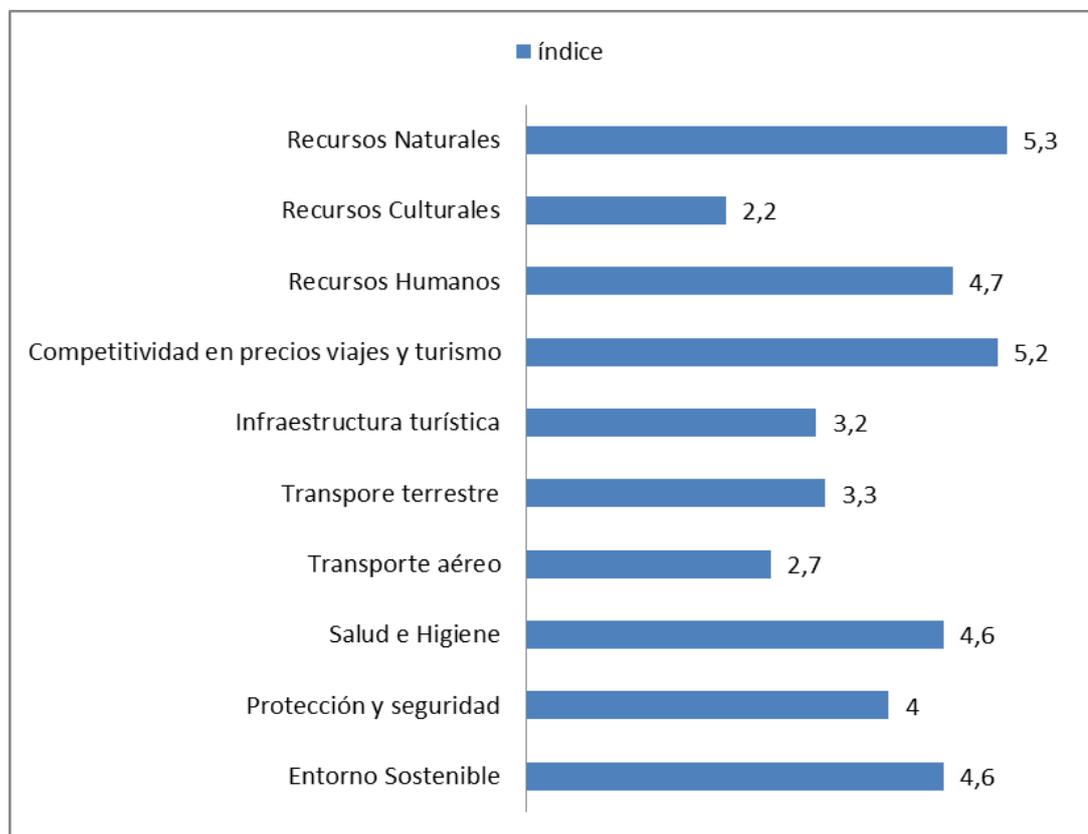


Gráfico 13. Competitividad en Viajes y Turismo Ecuador 2013
 Fuente: Ministerio de Turismo, Programa Nacional para la Excelencia Turística
 Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

Desde el gobierno central se han adoptado a lo largo de los 4 últimos años varias iniciativas para fortalecer la industria turística, para diversificar las fuentes de ingresos del país al explotar y desarrollar de manera consciente los recursos turísticos con los que cuenta. Las estrategias que han cobrado mayor relevancia se mencionan a continuación:

2.5.8. Estrategias

Certificaciones turísticas: La sostenibilidad indudablemente es un tema que se trata conjuntamente con el turismo, siendo esta el motivo por el cual las diferentes organizaciones internacionales de turismo han buscado ir normando las practicas a fin de garantizar el turismo como modelo de operaciones sustentables, estas

iniciativas han sido acatadas por nuestro país otorgando certificaciones como por ejemplo:

Distintivo Q. En un inicio fue un reconocimiento que otorgaba el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, y que fue acogido por el Ministerio de Turismo como ente rector para su difusión a nivel nacional, este distintivo se lo otorga a “los establecimientos turísticos que han implementado sistemas de gestión de turismo sostenible y cuentan con un equipo humano preparado que permiten elevar la calidad de la oferta turística...” (Quito Turismo, 2013, pág 6). La vigencia del Distitivo Q es de un año y genera bebenficios como mayor ineteres de los tutistas, promoción y prestigio.

Certificación de playas: Existe un programa de certificación de playas emprendido en el año 2013 por parte del Ministerio de Turismo y los Gobiernos Autónomos Descentralizados del litoral ecuatoriano, las primeras certificaciones fueron emitidas en el año mencionado anteriormente, sin embargo no se cuenta con información sobre las playas que han sido ya certificadas hasta la actualidad.

Las certificaciones están divididas en tres grupos según lo indica el Instituto Ecuatoriano de Normalización (2012):

Clasificación A: las palayas deben gestionar de manera racional el uso de sus recursos naturales, además deben contar con estándares ambientales, de seguridad, sanitarios.

Clasificación B: playas cuyas observaciones recaen en la infraestructura y mejora de seguridad integral

Clasificación C: Deben cumplir con los parámetros mininos de seguridad integral.

Pág. 4.

En lo que respecta a certificaciones específicas de las sub actividades del turismo, la corporación Qualitur es la única entidad privada que está avalada para certificar a establecimientos turísticos y a su personal. En vista de los escasos de organismos certificadores en competencias turísticas, el Servicio de Acreditación Ecuatoriano (SAE) prevé intervenir mediante el mecanismo dictados por el Sistema Nacional de Calidad Turística.

Actualmente las certificaciones se las realiza de acuerdo a la actividad turística que se realiza y en base a las normas INEN que corresponda según sea el caso.

Tabla 7. Normas INEN para el Sector Alojamiento

Sector Alojamiento	
camarera de pisos	NTE INEN 2 428:2007
Recepcionista	NTE INEN 2 429:2007
Ama de llaves	NTE INEN 2 430:2007
Botones	NTE INEN 2 431:2007
Camarera de pisos	NTE INEN 2 432:2007
Servicio de información turística	NTE INEN 2 433:2007
Encargado de mantenimiento	NTE INEN 2 434:2007
Recepcionista Polivalente	NTE INEN 2 446:2007
Jefe de recepción	NTE INEN 2 447:2007
Coordinador de eventos	NTE INEN 2 448:2007
Auditor nocturno	NTE INEN 2 449:2007
Administrador de empresas de alojamiento	NTE INEN 2 450:2007

Fuente: Ministerio de Turismo, Programa Nacional para la Excelencia Turística
Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

Tabla 8. Normas INEN para el Sector Comidas y bebidas

Sector Comidas y bebidas	
Posillero	NTE INEN 2 435:2007
Barman	NTE INEN 2 438:2007
Capitán de meseros	NTE INEN 2 439:2007
Mesero	NTE INEN 2 440:2007
Cocinero Polivalente	NTE INEN 2 441:2007
Chef de cocina	NTE INEN 2 442:2007
Mesero Polivalente	NTE INEN 2 453:2007
Ayudante de mesero	NTE INEN 2 454:2007
Chef de partida	NTE INEN 2 455:2007
Chef pastelero-panadero	NTE INEN 2 457:2007
Seguridad alimentaria personal operativo	NTE INEN 2 458:2007
Seguridad alimentaria para supervisores y gerentes	NTE INEN 2 459:2007
Instructor de seguridad alimentaria	NTE INEN 2 460:2007
Servicio de vinos y licores	NTE INEN 2 456:2007
Administrador de restaurante	NTE INEN 2 436:2007

Fuente: Ministerio de Turismo, Programa Nacional para la Excelencia Turística
Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

Tabla 9. Normas INEN para el Sector de Operación turística

Sector Operación Turística	
Guía nacional	NTE INEN 2 443:2007
Guía especializado en áreas naturales	NTE INEN 2 444:2007
Guía especializado en turismo de aventura	NTE INEN 2 461:2007
Guía especializado en turismo cultural	NTE INEN 2 462:2007
Conductor de transporte turístico terrestre	NTE INEN 2 463:2007
Agente de ventas	NTE INEN 2 445:2007
Gerente de operadora	NTE INEN 2 464:2007
Capitán de embarcación turística	NTE INEN 2 467:2007
Agente de seguridad para lugares turísticos	NTE INEN 2 466:2007

Fuente: Ministerio de Turismo, Programa Nacional para la Excelencia Turística
Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

Tabla 10. Normas INEN para Otras ocupaciones

Otras ocupaciones	
Vendedor	NTE INEN 2 465:2007
Cajero	NTE INEN 2 437:2007
Organizador de eventos	NTE INEN 2 452:2007

Fuente: Ministerio de Turismo, Programa Nacional para la Excelencia Turística
Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

Inversión

La inversión realizada desde el gobierno central para la promoción y fortalecimiento del turismo se encuentra contemplada en el Programa Nacional para la Excelencia Turística realizado en el año 2014 y que se encuentra vigente hasta el año 2017, ahí se detalla que la inversión se la realizará en base a los componentes del proyecto y estos son:

Tabla 11. Inversión en turismo 2014-2017

Componente	Actividad	Valor Total
Promoción, difusión y fortalecimiento de la excelencia turística	Mediante la formación, capacitación, calidad e innovación turística a nivel nacional, para lo cual se incurre en requerimientos de talento humano y campañas de comunicación masiva	7.288.243,36

Generación del Subsistema Nacional de Capacitación y Formación Turística	Servicios de capacitación presencial y virtual en todas las ramas de sector turismo	10.507.345,00
Mejoramiento del Subsistema Nacional de Calidad Turística	Hacer operativo el Consejo de Calidad Turística, instaurar un subsistema desprendido del mismo, desarrollar un esquema de certificación y desarrollar un sistema tecnológico para el mismo	1.211.743,50
Fomento e implementación de mecanismos que promuevan la cultura de la innovación en destinos, servicios y productos turísticos	Proponer, desarrollar y elaborar estrategias e instrumentos para posicionar los productos turísticos en el mercado	20.981.202,50
Total del Proyecto		39.988.534,36

Fuente: Ministerio de Turismo, Programa Nacional para la Excelencia Turística
Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

2.6. Preguntas directrices y/ o hipótesis

2.6.1. Preguntas directrices

¿Cuál fue el comportamiento del crecimiento económico del sector turismo del cantón Baños de Agua Santa 2014 – 2015 en relación a la adopción de prácticas socialmente responsables?

¿Qué tan importante es el sector turismo para la economía del cantón Baños de Agua Santa?

¿Cuántos emprendimientos turísticos establecidos en Baños de Agua Santa conocen y aplican el compromiso voluntario que implica la Responsabilidad Social Empresarial?

¿Cuál era la situación de los subsectores turísticos en materia de Responsabilidad Social Empresarial en los años de estudio?

¿Cuáles han sido los efectos sociales y ambientales que se generaron al no adoptar prácticas socialmente responsables en el sector turismo?

¿Cuáles serían las posibles alternativas que podrían ayudar en la difusión de información sobre la Responsabilidad Social Empresarial?

2.6.2. Hipótesis

Ho: La Responsabilidad Social Empresarial no es un factor que influye significativamente en el crecimiento económico del sector turismo en el Cantón Baños de Agua Santa, 2014 – 2015

H1: La Responsabilidad Social Empresarial es un factor que influye significativamente en el crecimiento económico del sector turismo en el Cantón Baños de Agua Santa, 2014 – 2015.

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

3.1. Modalidad, enfoque y nivel de investigación

3.1.1. Modalidad

La modalidad de investigación utilizada para el presente proyecto fue documental – bibliográfica y de campo, a continuación se explica más detalladamente cada una de ellas:

3.1.1.1. Investigación Documental-Bibliográfica

Esta modalidad de investigación, fue el camino para poder recopilar información sobre el tema investigado, una vez analizadas las diferentes teorías y aportes de diversos autores se logró ampliar el conocimiento científico de las variables estudiadas, y a la vez dar sustento conceptual a la investigación.

En cuanto se refiere a Responsabilidad Social y el sector turismo, los aportes fueron extraídos de literaturas como libros, artículos científicos, revistas indexadas, publicaciones, trabajos investigativos y páginas web de instituciones gubernamentales principalmente.

Para argumentar Baena Paz (2014), recibe el nombre de investigación documental por la indagación de documentos, que se realiza en búsqueda de información y respuestas que ayuden a fortalecer la comprensión de cualquier tema.

3.1.1.2. Investigación de campo

La investigación de campo está presente al momento de recoger información en el lugar de los hechos, en este caso a los emprendimientos turísticos del cantón Baños de Agua Santa, los mismos que se encuentran concentrados principalmente en la cabecera cantonal.

La investigación de campo “consiste en el desplazamiento del investigador al sitio de estudio, el examen y registro de los fenómenos sociales y culturales de su interés mediante la observación y participación directa en la vida social del lugar” (Tamayo & Tamayo, 2003, pág. 62).

Para poder recoger los datos de interés en la localidad mencionada fue necesario estructurar y aplicar una encuesta que nos permitiera rescatar y visibilizar aspectos relevantes sobre la RSE y su práctica, así como niveles de crecimiento económico del sector turismo, esta herramienta fue aplicada a los propietarios o encargados de los diferentes establecimientos dedicados a actividades turísticas del Cantón ya que estos representan a la población objeto de investigación y sobre la cual recae el presente estudio.

3.1.2 Enfoque

De acuerdo los requerimientos de la investigación el enfoque utilizado es el cualicuantitativo.

El enfoque cualitativo consiste en “...describir y evaluar las respuestas generalizadas, con el objetivo de explicarlas, comprobar la hipótesis y obtener conclusiones” (Bastar Gómez, 2012, pág. 72).

Mientras el enfoque cuantitativo definido según Monje Álvarez (2011), busca “la objetividad y la cuantificación se orientan a establecer promedio a partir del estudio de las características de un gran número de sujetos”. (pág. 14).

Por lo tanto la combinación de los enfoques anteriores con sus respectivas características, significan un correcto tratamiento de la información, en otras palabras: desde el punto de vista cuantitativo el manejo de datos, comprobación de la hipótesis y recolección de información sobre el crecimiento económico del sector turismo permiten demostrar los posibles patrones de comportamiento de los sujetos estudiados, esto será complementado con las explicaciones, descripción e interpretación detallada de los aspectos que engloba la RSE en los establecimientos

y por ende del sector mismo, dentro del escenario en el cual se desenvuelven los entes económicos.

3.1.3. Nivel

3.1.3.1. Exploratorio

(Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 1997) Se utiliza este nivel de investigación para estudiar de manera general el tema, darnos una visión global del objeto de estudio, en base a las ideas abstraídas de la revisión bibliográfica y suelen preceder los niveles explicados a continuación.

3.1.3.2. Descriptivo

Corresponde la investigación descriptiva, debido a que mediante el presente trabajo se pudo describir la situación económica del sector de Baños de Agua Santa en los años 2014 y 2015; así como los aspectos de RSE dentro de las empresas turísticas, a la misma vez se identificó y explico las características de los elementos que influyen relevantemente a los dos variables.

3.1.3.3. Relacional

Al tratarse de un estudio bivariado, se busca establecer la relación y/o dependencia existente entre las dos variables Responsabilidad Social Empresarial y el crecimiento económico del sector turismo, dicho de otra forma se analiza cómo se comporta una variable dependiente en función del comportamiento de la variable independiente.

3.2. Población, Muestra y Unidad De Investigación

3.2.1. Población

Se refiere al conjunto total de elementos a estudiar, agrupados por una característica en común y que es de interés para la investigadora. El presente estudio la población

corresponde al total a los establecimientos turísticos existentes en el cantón Baños de Agua Santa.

Los datos fueron obtenidos del catastro turístico nacional con corte abril 2016, avalado por la Dirección Provincial de Turismo donde figuran 555 establecimientos, repartidos en sus parroquias; Ulba, Río Negro, Río Verde y principalmente en la cabecera cantonal, a continuación la clasificación de los Establecimientos turístico según la actividad turística principal.

Tabla 12. Población, Establecimientos turísticos según su actividad principal

ACTIVIDAD TURÍSTICA	EMPRESAS
Agencias de viajes	68
Alojamiento	213
Comidas y bebidas	249
Recreación, diversión	20
Transporte Turístico	5
TOTALES	555

Fuente: Dirección Provincial de Turismo, Catastro turístico 2016

Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

3.2.2. Muestra

Se define a los muestra como el “conjunto de objetos y sujetos procedentes de una población; es decir un subconjunto de la población, cuando esta es definida como un conjunto de elementos que cumplen con unas determinadas especificaciones. De una población se pueden seleccionar diferentes muestras”. (Monje Álvarez, 2011, pág. 123).

Es importante aclarar que debido a la magnitud de la población podrían presentarse dificultades de acceso a la misma, además factores como el tiempo empleado, y recursos humanos y económicos que serían necesarios para cubrir toda la información, es recomendable trabajar con una muestra.

Entre los tipos de muestreo que se emplean para seleccionar un muestra están el probabilístico, y el no probabilístico; la diferencia más notable entre estos es que en el primero la selección de los elementos que conforman la muestra depende del azar,

esto quiere decir que todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser elegidos, a diferencia del muestreo no probabilístico donde la selección de los elementos de la muestra son elegidos en base a la experiencia del investigador (**Levin & Rubin, 2010**).

La muestra en este caso de estudio es representativa, es decir refleja las características de la población de donde se obtuvo por lo cual se puede realizar inferencias con sus resultados en la población misma. (**Monje Álvarez, 2011**).

Para el presente proyecto investigativo, se trabajó con un muestreo probabilístico, explicado anteriormente, obteniendo la muestra mediante la siguiente fórmula de cálculo:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{Z^2 * P * Q + N * e^2}$$

Dónde:

n = tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza =95% = 1,96

P = Probabilidad de ocurrencia = 0,5

Q= Probabilidad de no ocurrencia = 0,5

N= Población

e= error muestral = 0,05

$$n = \frac{1.96^2 * 0,5 * 0,5 * 555}{1.96^2 * 0,5 * 0,5 + 555 * 0,05^2}$$
$$n = \frac{533,022}{2.3479}$$
$$n = 227,02$$

El tamaño de la muestra para el caso de este estudio los constituirán 227 establecimientos turísticos.

Al tratarse de una población susceptible a clasificarse o dividirse en grupos de acuerdo a la actividad turística principal, el muestreo que se lleva a cabo es el estratificado, puesto que se busca reflejar de manera precisa la situación actual de los emprendimientos turísticos y la RSE como factor influyente del crecimiento económico de este sector de la Economía.

Una ventaja de este tipo de muestreo aparte de lograr representatividad de cada estrato dentro de la muestra en base a la presencia de estos en la población, es que; se pueden obtener estimaciones para cada estrato lo cual permitirá ampliar los comentarios acerca de cada uno de ellos dentro de su participación en el sector estudiado. (Anderson, Sweeney, & Williams, 2008).

En referencia a la tabla de población la muestra estratificada, fue trabajada de la siguiente manera:

Tabla 13. Muestra estratificada por actividad turística

Estratos	Empresas	Frecuencia %	MUESTRA	
Agencias de viajes	68	12,25%	27,8152	28
Alojamiento	213	38,38%	87,1269	87
Comidas y bebidas	249	44,86%	101,8525	102
Recreación, diversión	20	3,60%	8,1809	8
Transporte Turístico	5	0,90%	2,0452	2
TOTALES	555	1	227,02	227

Fuente: Tabla 11, Población, Establecimientos turísticos según su actividad principal

Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

Como se expone; la muestra estratificada la constituyen 28 establecimientos correspondientes a agencias de viajes, 87 a alojamiento, 102 a comidas y bebidas, 8 a recreación y 2 a transporte turístico.

Para determinar los establecimientos que serán encuestados, posteriormente a las muestras obtenidas se aplicó en cada estrato un muestreo aleatorio simple, **Levin & Rubin** (2010), explican los mecanismos mediante los cuales se obtienen los elementos muestrales en este tipo de muestreo, así: "... es mediante el uso de

números aleatorios. Estos números pueden generarse ya sea con una computadora programada para revolver números o mediante una tabla de números aleatorios, que, propiamente, debería llamarse tabla de dígitos aleatorios” Pág.239

En este caso se trabajó con el programa de cálculo Excel, el cual facilitó tanto la obtención de la muestra, la frecuencia y los números aleatorios, de tal manera que la muestra está constituida por lo establecimientos que presenta el Anexo 1

3.3. Operacionalización de las Variables

3.3.1. Operacionalización de la Variable Independiente: Responsabilidad Social Empresarial

Tabla 14. Operacionalización de la Variable Independiente: Responsabilidad Social Empresarial

Concepto	Categorías	Indicadores	Ítems	Instrumento/ Técnica
La RSE es un compromiso voluntario por parte de las empresas hacia sus Stakeholders o grupos de interés (empresarios, trabajadores, clientes / consumidores, proveedores, Estado y comunidad) en tres aspectos: económico, social y ambiental, lo que	Social	Aborda temas como la equidad, la salud ocupacional, desarrollo de recursos humanos, y derechos humanos	¿La selección del personal se realiza sin discriminación de ningún tipo? Capacita o posee un programa sobre salud y seguridad para sus trabajadores	Checklist dirigido a los propietarios o representantes de los establecimientos turísticos
	Ambiental	Respeto a las disposiciones ambientales y actividades en favor del medio ambiente	Cumple todas las leyes ambientales nacionales y ordenanzas municipales Desarrolla periódicamente campañas internas y/o externas de concientización ambiental	Checklist dirigido a los propietarios o representantes de los establecimientos turísticos

<p>genera como resultado el mejoramiento de la posición e imagen empresarial y el bienestar de la sociedad en su conjunto a través de la sustentabilidad.</p>			<p>Ha invertido en tecnología para reducir/sustituir el uso de insumos que generen daño ambiental.</p>	
	<p>Económico</p>	<p>Acatamiento de la normativa económica y actividades en favor de la economía de la localidad</p>	<p>Cumple con la legislación impositiva y se encuentra al día en el pago de impuestos</p> <p>Reconoce el trabajo de sus empleados mediante incentivos económicos</p> <p>Cumple con la normativa de seguridad social vigente.</p> <p>A patrocinado o apoyado la inversión social</p>	<p>Checklist dirigido a los propietarios o representantes de los establecimientos turísticos</p>

Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

3.3.2. Operacionalización de la Variable Dependiente: Crecimiento Económico del Sector Turismo

Tabla 15. Operacionalización de la variable Independiente: Crecimiento Económico del Sector Turismo

Concepto	Categorías	Indicadores	Ítems	Instrumento/ Técnica
El crecimiento económico del sector turismo se está constituyendo como un referente de ingresos para la nación, favoreciendo así la mejora de la calidad de vida de las personas que forman parte de las actividades derivadas del mismo , dicho crecimiento se mide por el aumento de viene s y servicios producidos por el sector y en este caso por la participación que ha logrado frente al PIB	Económico	Valor Agregado Bruto	¿Cuál fue el valor del VAB de las actividades turísticas en el Catón Baños de Agua Santa?	Información secundaria del anuario de cuentas regionales del Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

3.4. Descripción detallada del tratamiento de la información

3.4. 1. Plan de recolección de la información

La información que se recolecto por medio de la observación no es suficiente para sustentar la presente investigación, por lo cual se utilizó herramientas como el checklist para obtener información de los sujetos de estudio, en este caso de los propietarios o representantes de los establecimientos turísticos del cantón Baños de Agua Santa con respecto al cumplimiento de las diferentes áreas en las que se enfoca la RSE tanto interna como externamente al ser una variable categórica o cualitativa.

El checklist se puede conceptualizar como una lista que agrupa varios elementos de interés para su verificación o comparación, esto se realiza mediante una marca que indica el cumplimiento, presencia o incumplimiento, ausencia de cada ítem sujeto de evaluación.

Para el caso de la variable crecimiento económico del sector turismo en el cantón Baños de Agua Santa, Se recolectó además información de fuentes secundarias respecto al crecimiento económico del sector turístico, esto se realizó en la página del Banco Central del Ecuador y sobre las prácticas de RSE vinculadas al turismo en Baños de Agua Santa, en el municipio de la ciudad.

3.6. Plan de procesamiento de la información

Una vez obtenida la información mediante el checklist, tabulan los datos con ayuda del programa Excel por la facilidad que brinda al momento de realizar cálculos y gráficos, los datos tabulados son representados por medio de tablas y gráficos que facilitan la comprensión de los mismos por ser un medio visual.

La tabulación de los datos referentes a la RSE se la realizó por bloque de preguntas, estructurados de acuerdo a los grupos de interés que se identificó: público interno, proveedores, gobernabilidad, comunidad, ambiente y clientes mientras el crecimiento

económico fue tabulado por preguntas individuales, además de ello en ambos casos se trabajó con valores promedio de los datos y presentados en porcentajes, esta manera se facilita su comprensión.

CAPÍTULO IV RESULTADOS

4.1. Principales resultados

Mediante el checklist que se aplicó a los propietarios o encargados a su vez de los emprendimientos del sector turismo, en el Cantón Baños de Agua Santa, provincia Tungurahua, se llegó a la obtención de los siguientes resultados mismos que son presentados de manera global como sector y a su vez divididos por actividad turística. Es importante manifestar también que la información recolectada en todas las preguntas planteadas corresponde a los años de estudio 2014-2015.

El checklist fue estructurado por bloques, de acuerdo a los grupos de interés:

Público Interno

En este grupo se encuentran quienes conforman la empresa la parte directiva y los trabajadores, el mejoramiento del clima laboral busca cuidar la relación y el equilibrio entre las dos partes mediante la evaluación de subtemas como: la equidad, la salud ocupacional, desarrollo de recursos humanos, derechos humanos, y seguridad social.

Tabla 16. Público Interno

No.	PÚBLICO INTERNO	SI	%	NO	%
1	Tiene usted conocimiento sobre acciones empresariales socialmente responsables	102	44,9	125	55,1
2	¿La selección del personal se realiza sin discriminación de ningún tipo?	186	81,9	41	18,1
3	Da oportunidades laborales a personas de raza afro ecuatoriana y/o indígena	225	99,1	2	0,9
4	Cumple con la normativa de seguridad social vigente.	222	97,8	5	2,2
5	Capacita o posee un programa sobre salud y seguridad para sus trabajadores	71	31,3	156	68,7
6	Brinda oportunidades laborales a personas con discapacidad o en estado de embarazo	179	78,9	48	21,1
7	Reconoce el trabajo de sus empleados mediante incentivos económicos	138	60,8	89	39,2
8	Ha tenido reclamos laborales relacionados a despidos	27	11,9	200	88,1

Fuente: Checklist aplicado a los propietarios de establecimientos turísticos, 2016
Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

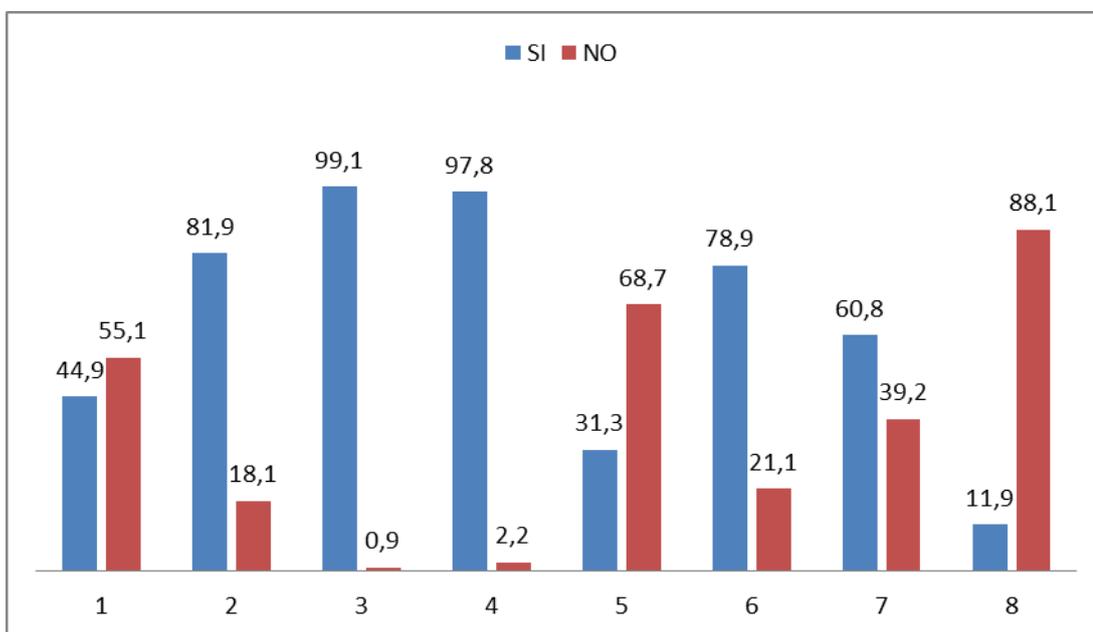


Gráfico 14. Público Interno

Fuente: Checklist aplicado a los propietarios de establecimientos turísticos, 2016
Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

Análisis e interpretación

Respecto al conocimiento sobre RSE en el sector turismo (**columna 1**) existe un 44,9% de establecimientos que afirma conocer sobre el tema, pese a ello los conocimientos con los que cuentan son muy superficiales dado que no se ha establecido una estrategia de capacitación sobre el tema a nivel cantonal, tratando la discriminación laboral al momento de seleccionar el personal (**columna 2**) el 81,9% manifiesta que rechazan la discriminación actualmente se garantiza la inclusión de las personas sin discriminación alguna a actividades laborales.

En lo referente a las oportunidades laborales brindadas a personas de raza afro ecuatoriana o indígenas (**columna 3**) el 99,1% declara que han dado apertura a dichas personas y en caso de no tener un colaborador en estas condiciones estarían dispuestos a brindarles una oportunidad laboral, el cumplimiento con la normativa de seguridad social vigente (**columna 4**) se encuentra en un 97,8% al ser un beneficio del trabajador obligado por ley los propietarios afirman dar cumplimiento a este para evitar multas, sanciones o denuncias por parte de sus trabajadores, el 68,7% de los

encuestados expresa que no cuenta con un programa sobre salud y seguridad para sus trabajadores (**columna 5**), en gran parte porque en las microempresas que constituyen la mayoría de sujetos estudiados en este proyecto, no existe la cultura de capacitación y certificación; el 78,9% dice que da oportunidades laborales a personas con discapacidad o en estado de embarazo(**Columna 6**), la totalidad de encuestados contestó esta pregunta a manera de posibilidad, ya que argumentaron que no se les había presentado el caso.

Sobre el reconocimiento del trabajo de sus empleados mediante incentivos económicos (**columna 7**) el 60,8% afirmó realizarlo entendido este como comisiones o bonificaciones extras por el trabajo realizado satisfactoriamente, finalmente los reclamos relacionados a despidos (**columna 8**) el 88,1% no ha presentado problemas con ex trabajadores, la desvinculación de un trabajador se ha realizado de manera voluntaria y amigable en su mayoría.

Proveedores

Integrado por quienes abastecen de bienes o servicios necesarios para que la empresa pueda realizar su actividad económica, los problemas de desarrollo de la sociedad no le competen únicamente a la empresa, sino a la cadena productiva que esta acarrea.

Tabla 17. Proveedores

No.	PROVEEDORES	SI	%	NO	%
1	Posee normas explícitas que exigen que los proveedores cumplan con la ley.	165	72,7	62	27,3
2	Da prioridad a los proveedores que poseen prácticas de RSE	89	39,2	138	60,8
3	Incluye entre sus proveedores cooperativas de pequeños productores o de iniciativas solidarias, asociaciones de barrio, etc.	171	75,3	56	24,7
4	Utiliza mecanismos para comunicarse y relacionarse con la competencia, promoviendo así una competencia leal.	140	61,7	87	38,3
5	Al seleccionar proveedores, incluye como criterio la práctica de procesos éticos	147	64,8	80	35,2

Fuente: Checklist aplicado a los propietarios de establecimientos turísticos, 2016
Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

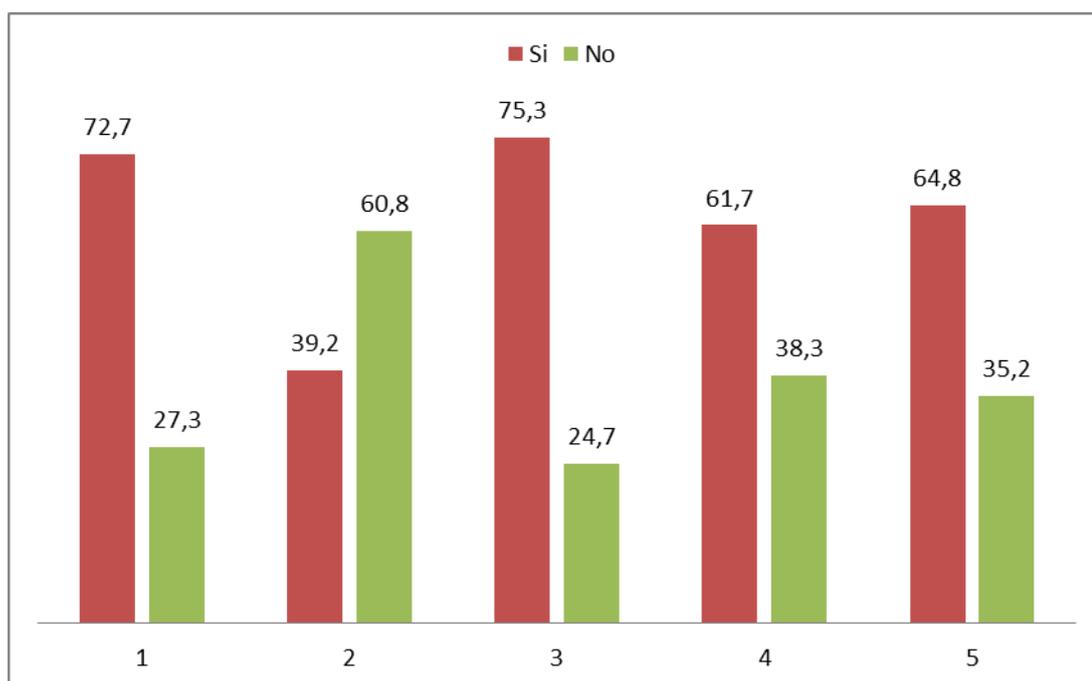


Gráfico 15. Proveedores

Fuente: Checklist aplicado a los propietarios de establecimientos turísticos, 2016
Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

Análisis e interpretación

Según manifiestan los encuestados respecto al cumplimiento de la ley por parte de sus proveedores (**columna 1**) el 72,7% exige que sus proveedores lo hagan, esto se debe a que en su mayoría la cadena de abastecimiento la constituyen empresas grandes por ejemplo supermaxi, petróleos y servicios, cervecería nacional las cuales son vigiladas por las entidades gubernamentales correspondientes asegurándose que sus prácticas sean correctas, en la **columna 2** el 60,8% afirma no dar prioridad a proveedores que practiquen la RSE, esto se debe a que no se realiza un estudio previo por falta de interés para seleccionar proveedores, simplemente se guían por quienes les ofrezcan un precio accesible por los insumos necesarios, la inclusión de pequeños productores a su cadena de abastecimiento (**columna 3**) representa un 75,3% dado que según expresan en el caso de los productos alimenticios por ejemplo es mejor comprar en las plazas y mercados de la ciudad por el precio, de igual forma los insumos para el funcionamiento de los vehículos son llevados a los talleres mecánicos, más no a los concesionarios para su mantenimiento.

Sobre la comunicación con la competencia para promover una competencia leal (**columna 4**) el 67,1% manifiesta realizarlo, sin embargo se pudo apreciar que en lo que se refiere a fijación de tarifas y oferta de servicios se guían por el movimiento del mercado y sus precios, en la **columna 5** el 64,8% afirma considerar necesario que sus proveedores sean éticos. De manera general en este apartado se observan las repercusiones del conocimiento superficial sobre RSE ya que las personas no están relacionadas con conceptos como la cadena de abastecimiento ni les resulta interesante evaluar la misma, sino que las respuestas las dan según lo que ellos creen sería lo correcto.

Gobernabilidad

Evalúa la parte interna y externa de la empresa, la manera cómo se gestiona la misma en sus relaciones con los grupos de interés establecidos; se tratan subtemas como la transparencia y la corrupción.

Tabla 18. Gobernabilidad

No.	GOBERNABILIDAD	SI	%	NO	%
1	Posee procedimientos específicos para el control de prácticas corruptas y coimas.	197	86,8	30	13,2
2	Cumple con la legislación impositiva y se encuentra al día en el pago de impuestos	214	94,3	13	5,7
3	Desarrolla alianzas con entidades públicas para mejorar su desempeño (municipalidades, ministerios, etc.)	104	45,8	123	54,2

Fuente: Checklist aplicado a los propietarios de establecimientos turísticos, 2016
Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

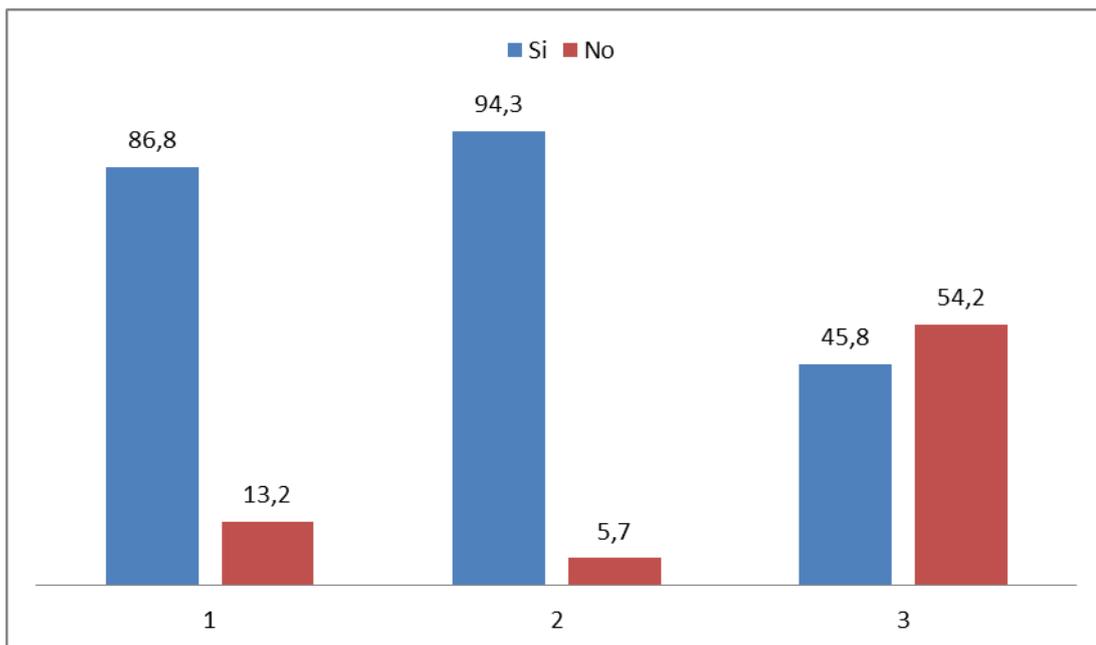


Gráfico 16. Gobernabilidad

Fuente: Checklist aplicado a los propietarios de establecimientos turísticos, 2016

Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

Análisis e interpretación

Sobre las prácticas corruptas y coimas (**columna 1**) el **86,8%** las rechazan dentro de sus empresas, en el pago de impuestos (**columna 2**) el 94,3% afirma estar al día puesto que consideran es mejor evitar las multas y sanciones que acarrearía el incumplimiento de los mismos, en lo referente a alianzas con entidades públicas (municipalidades, ministerios, etc.) y que mejoran su desempeño el 45,8% afirma que de alguna manera le ha favorecido, el 54,2% afirma lo contrario, es necesario aclarar que según expresaron los encuestados la afiliación a instituciones como la cámara de turismo es una obligatoriedad para su funcionamiento, el Ministerio de Turismo por su parte a dado apoyo en lo referente a promoción turística del cantón, por lo cual las opiniones se encuentran divididas, también es importante aclarar que el único subsector que manifestó recibir algún tipo de capacitación o charla es el transporte, lo cual fue considerado por el gremio como una contribución positiva.

Comunidad

La empresa al afectar a una sociedad/comunidad por su actividad económica deberá retribuir y establecer una relación con ella, mediante la participación en la solución de los problemas de desarrollo que pudiera presentar, a fin de mejorar la calidad de

vida de la misma en su conjunto, para ello se abordan temas como la filantropía, el empoderamiento, voluntariado y acción social.

Tabla 19. Comunidad

No.	COMUNIDAD	SI	%	NO	%
1	¿Promueve la educación en todos sus niveles dentro de la comunidad?	129	56,8	98	43,2
2	Contribuye con mejoras en la infraestructura o en el ambiente local que pueda disfrutar la comunidad (vivienda, carreteras, puentes, escuelas, hospitales etc.).	97	42,7	130	57,3
3	Dentro de su planificación, establece una política de apoyo a la comunidad.	117	51,5	110	48,5
4	Genera y/o participa de alianzas con otras empresas u organizaciones para desarrollar acciones de apoyo a la comunidad.	99	43,6	128	56,4
5	A patrocinado o apoyado la inversión social	127	55,9	100	44,1

Fuente: Checklist aplicado a los propietarios de establecimientos turísticos, 2016
Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

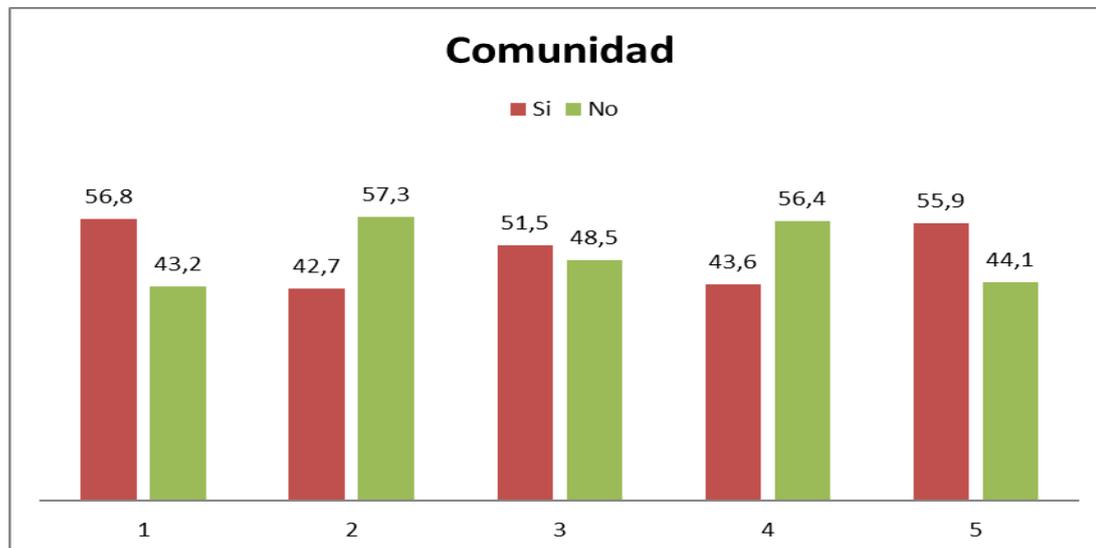


Gráfico 17. Comunidad

Fuente: Checklist aplicado a los propietarios de establecimientos turísticos, 2016
Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

Análisis e interpretación

La promoción de la educación en la comunidad (**columna 1**) tiene un apoyo del 56,8% debido a la concepción de la importancia del estudio en una comunidad, indican que a nivel familiar realizan el esfuerzo porque todos los miembros de su

familia alcancen al menos el nivel primario de estudio, más no se establece la relación directa con la comunidad, el sector turismo contribuye en un 42,7% en mejoras de infraestructura o en el ambiente para el disfrute de la comunidad (**columna 2**), de igual forma las políticas de apoyo a la comunidad (**columna 3**) tiene un respaldo del 51,5% pero estas son exigidas por la municipalidad, el 56,4% (**columna 4**) no realiza ningún tipo de alianzas para apoyar a la comunidad debido al poco interés que despierta esta temática en el sector, en la **columna 5** encontramos el patrocinio o apoyo en inversión social el 55,9% manifiesta haberlo realizado alguna vez, sin embargo estas contribuciones han sido realizadas bajo el pedido de alguna organización más no por iniciativa de los emprendimientos del sector.

Ambiente

Establece la relación hombre entorno, los recursos suelo, aire, clima, agua, flora y fauna son tomados del ambiente por lo que la intervención del hombre modifica las características.

Tabla 20. Ambiente

No.	AMBIENTE	SI	%	NO	%
1	Cumple todas las leyes ambientales nacionales y ordenanzas municipales	221	97,4	6	2,6
2	En su administración y operación, posee metas y objetivos ambientales.	67	29,5	160	70,5
3	Desarrolla periódicamente campañas internas y/o externas de concientización ambiental	100	44,1	127	55,9
4	Ha invertido en tecnología para reducir/sustituir el uso de insumos que generen daño ambiental.	84	37,0	143	63,0
5	Realiza o ha realizado estudios para medir el impacto ambiental de su actividad económica	45	19,8	182	80,2

Fuente: Checklist aplicado a los propietarios de establecimientos turísticos, 2016
Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

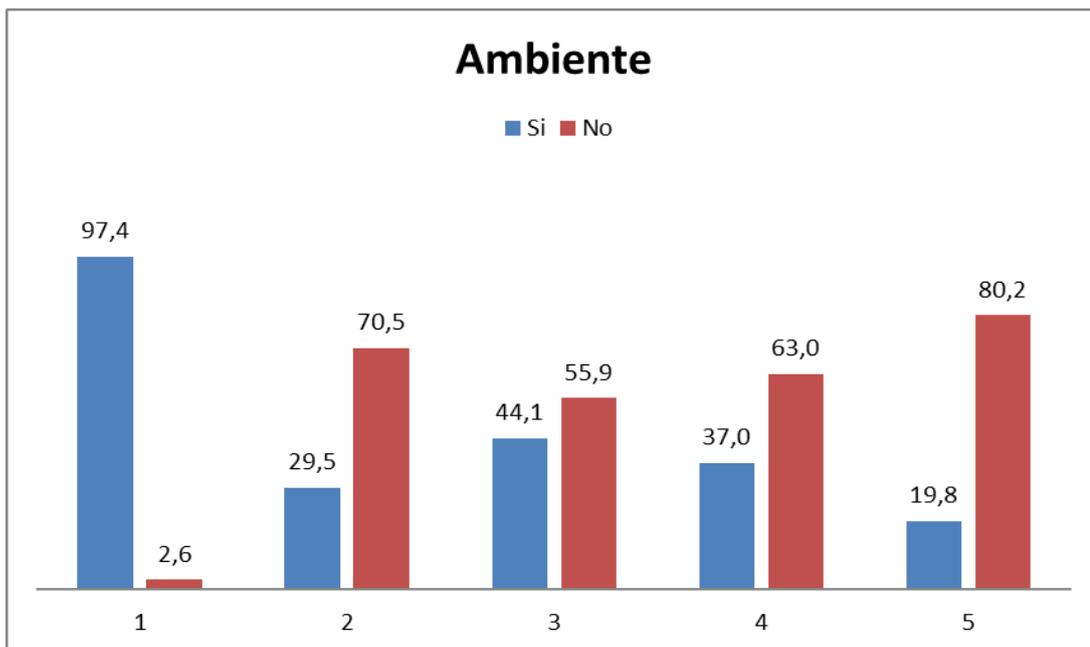


Gráfico 18. Ambiente

Fuente: Checklist aplicado a los propietarios de establecimientos turísticos, 2016
Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

Análisis e interpretación

Sobre el cumplimiento de las leyes ambientales exigidas (**columna 1**) el 97,4% acata y cumple las disposiciones, es decir la gran mayoría, el 70,5% de los establecimientos turísticos (**columna 2**) no posee objetivos ambientales, **respecto al** desarrollo de campañas de concientización **ambientela** (**columna 3**) el 55,9% no realiza ni ha realizado campañas, el 63% de la población tampoco ha realizado cambios tecnológicos con la finalidad de disminuir el impacto ambiental que genera la actividad turística (**columna 4**), finalmente 80,2% (**columna 5**) no ha realizado ningún tipo de estudio previo al funcionamiento de la empresa para medir el grado de impacto ambiental que generaría, al ofrecer netamente servicios el sector no se ha visto obligado a realizar dichos estudios.

Clientes

Una parte importante del mercado la constituyen os clientes, ya que se estudia en contexto donde se ven inmersos y en base a ello se puede determinar las tendencias de demanda de un bien o servicio así se establecen los correctos mecanismos de comercialización, acceso, distribución y hasta los precios.

Tabla 21. Clientes

No.	CLIENTES	SI	%	NO	%
1	Tiene algún tipo de procedimiento para conocer el nivel de satisfacción de sus clientes	193	85,0	34	15,0
2	Tiene un sistema de control de calidad para sus productos o servicios	181	79,7	46	20,3
3	¿Se asegura que los insumos necesarios para su actividad económica no afecten la salud del consumidor?	204	89,9	23	10,1
4	Conoce y respeta los derechos de los consumidores	176	77,5	51	22,5

Fuente: Checklist aplicado a los propietarios de establecimientos turísticos, 2016
Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

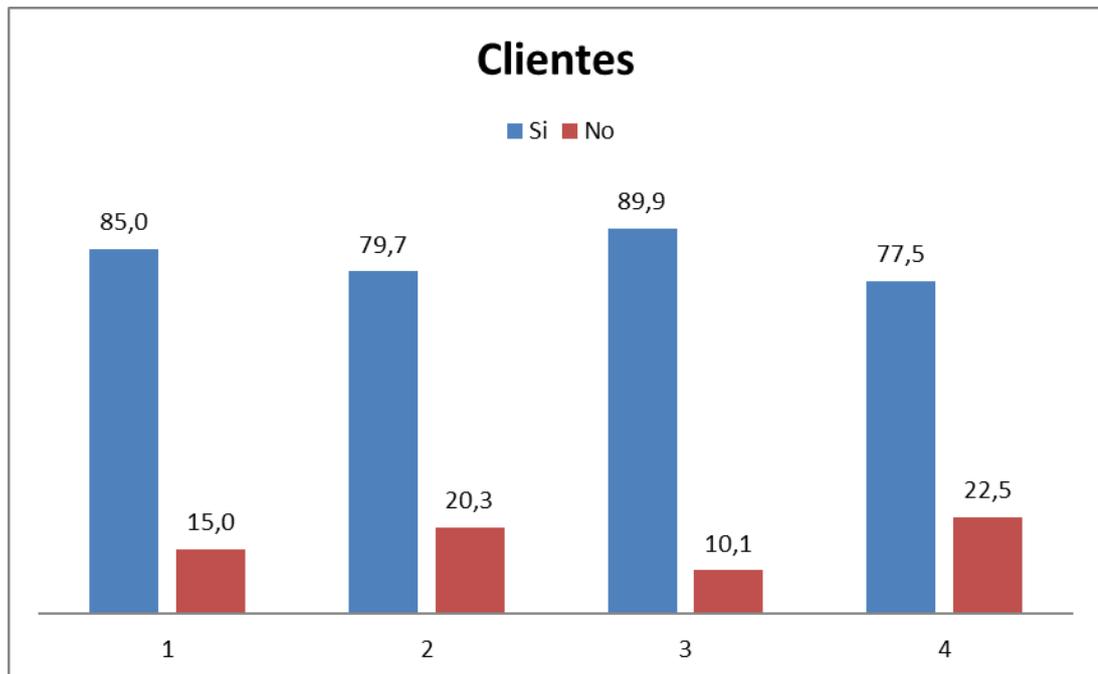


Gráfico 19. Clientes

Fuente: Checklist aplicado a los propietarios de establecimientos turísticos, 2016
Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

Análisis e interpretación

La satisfacción del cliente (**columna 1**) el 85% manifiesta contar con algún tipo de mecanismo que les permita medir la satisfacción del cliente sobre el servicio

prestado, generalmente el diálogo directo es considerado por los encuestados como un mecanismo a esto se debe al porcentaje obtenido.

En el caso del sistema de control de calidad para los servicios (**columna 2**) el 79,7% afirma contar con un sistema que garantice que los servicios ofrecidos sean de calidad, esto se lo realiza mediante inspecciones realizadas por los mismos encargados; el 89,9% asegura que los insumos necesarios para llevar a cabo su actividad turística no afecta en absoluto la salud del consumidor (**columna 3**), de igual forma la mayor parte del sector, el 77,5% del sector conoce y respeta los derechos del consumidor.

Para evaluar el cumplimiento de los postulados de RSE se manejan datos promedio de las empresas encuestadas de esta forma se sintetiza en la tabla 22.

Tabla 22. Cumplimiento promedio de RSE

Responsabilidad Social Empresarial	Grupos de interés	Alternativas	Respuestas	%	Análisis global	Respuestas	%	
	Público Interno	Si		1150	16,9	Si	4217	61,9
		No		666	9,8			
	Proveedores	Si		712	10,5			
		No		423	6,2			
	Gobernabilidad	Si		515	7,6			
		No		166	2,4			
	Comunidad	Si		569	8,4	No	2593	38,1
		No		566	8,3			
	Ambiente	Si		517	7,6			
No			618	9,1				
Clientes	Si		754	11,1				
	No		154	2,3				
Total			6810	100,0		6810	100	

El cumplimiento de RSE de los emprendimientos se determina en base a la muestra cumpliendo de esta forma en un 61,9% con las nociones básicas de RSE, el porcentaje más significativo se concentra en público interno ya que se abordó temas como equidad, derechos humanos y afiliaciones al IESS.

Crecimiento económico del sector turismo

El principal indicador del crecimiento económico que se consideró en la investigación es el valor agregado bruto, ya que mide de igual la producción de bienes y servicios durante un periodo de tiempo determinado; sin el efecto de los impuestos. Al no tener estadísticas cantonales de PIB, el VAB ayudará a estimar el crecimiento del sector estudiado en la investigación.

Tabla 23. VAB por concepto de Alojamiento y comidas (miles de USD)

Cantón	2014	2015	crecimiento
Ambato	57113	58522	2%
Baños de Agua Santa	25409	26256	3%
Cevallos	285	318	12%
Mocha	738	677	-8%
Patate	1006	1114	11%
Quero	0	0	0%
San Pedro de Pelileo	533	580	9%
Santiago de Píllaro	661	808	22%
Tisaleo	60	75	25%
VAB Tungurahua	85805	88350	3%

Fuente: Banco Central del Ecuador, Cuentas Regionales
Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

Para analizar el caso del cantón Baños de Agua Santa, se toman en cuenta los subsectores del turismo con mayor participación dentro del mismo, es decir Alojamiento y Comidas, el VAB aportado por dicho sector es liderado por Ambato y en segundo lugar esta Baños de Agua Santa, pese a que en los demás cantones el mencionado subsector es de igual forma es el más grande dentro del sector turismo, los montos que reúnen son minoritarios, debido en gran parte a la concentración limitada de establecimientos dedicados a estas actividades.

En los cantones como Píllaro existen 45 establecimientos turísticos, Pelileo cuenta con 37, Patate con 21, Cevallos posee 7, mientras Quero y Mocha apenas con 3, todo esto frente a Ambato que cuenta con 930 y Baños 555; estos establecimientos están repartidos entre las sub actividades que el turismo engloba.

A demás de lo expuesto es importante manifestar que aunque Ambato y Baños han logrado consolidarse en estas actividades el crecimiento porcentual de las mismas entre los años 2014-2015 alcanzó apenas un 2% y 3% respectivamente, mientras en Tisaleo el 26%, Píllaro 22% y Cevallos 12%, esto se debe por los nuevos emprendimientos que se han vinculado a la economía, el impulso que se ha dado al sector en dichos lugares, las obras como la reactivación del ferrocarril en algunos casos favoreció la llegada de turistas y también las festividades propias de cada cantón que se han convertido en un atractivo más.

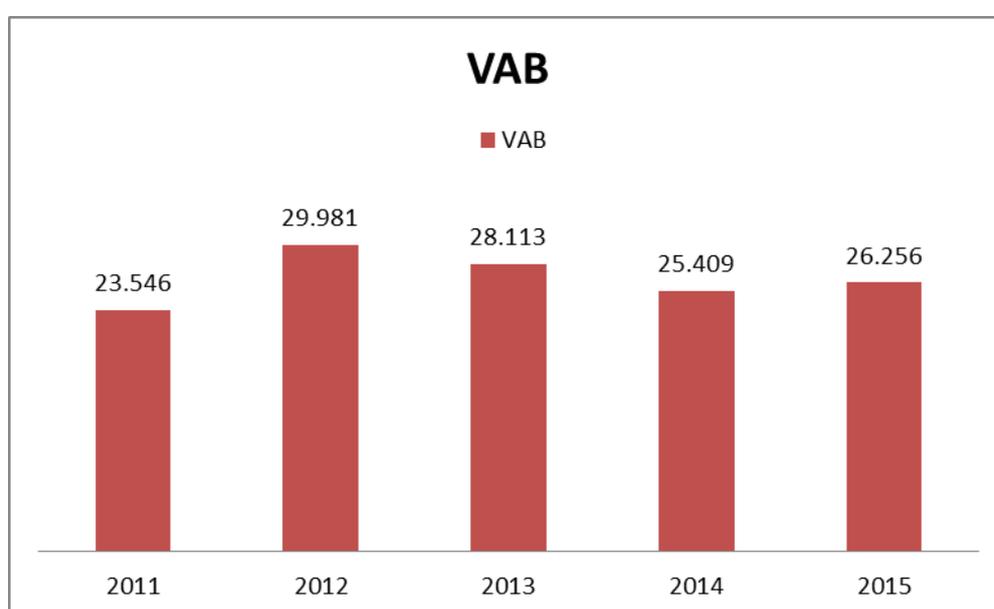


Gráfico 20. VAB actividades turísticas Baños de Agua Santa
 Fuente: Banco Central del Ecuador, Cuentas Regionales
 Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

Baños de Agua Santa aporta al VAB turístico en promedio un 31% ocupando así el segundo lugar, luego de Ambato que aporta con un 66%, el crecimiento más significativo se dio en el año 2012 donde se alcanzó un incremento del 27% durante los dos años siguientes, es decir 2013 y 2014 el crecimiento decayó en 6% y 10% respectivamente, hacia el año 2015 se registró una recuperación del 3%.por lo cual en promedio el sector mantiene una tasa de crecimiento del 4%.

4.2. Análisis comparativo de los subsectores

Tabla 24. Peso de cada subsector en el sector turismo

Actividad Turística	Empresas	Peso términos porcentuales
Agencias de viajes	68	12,25%
Alojamiento	213	38,38%
Comidas y bebidas	249	44,86%
Recreación, diversión	20	3,60%
Transporte Turístico	5	0,90%

Fuente: Dirección Provincial de Turismo, Catastro turístico 2016
Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

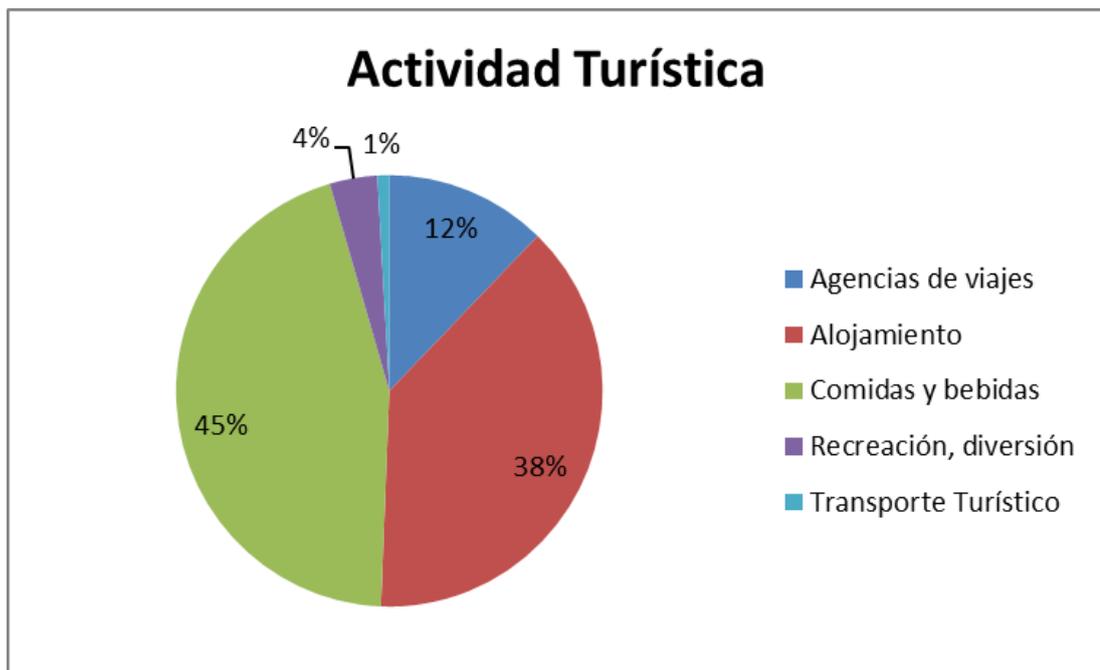


Gráfico 21. Peso de cada subsector en el sector turismo
Fuente: Dirección Provincial de Turismo, Catastro turístico 2016
Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

Análisis e interpretación

La sub actividad turística con mayor relevancia dentro del sector turismo del Cantón Baños de Agua Santa lo ocupan las comidas y bebidas con el 45%, en segundo lugar se ubica el alojamiento con el 38%, luego las agencias de viajes representan el 12% de total del sector, el 4% corresponde a las actividades de recreación y diversión y el 1% en la quinta posición lo ocupa el transporte turístico.

Cumplimiento de RSE en público interno

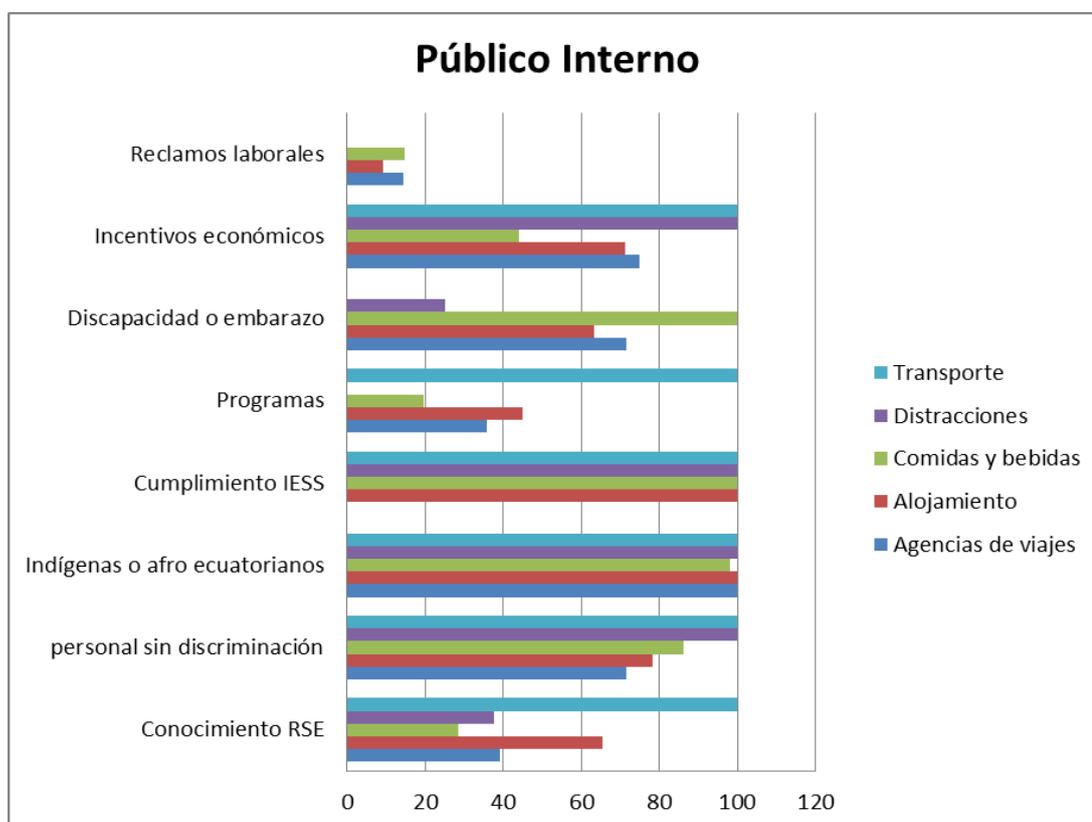


Gráfico 22. Cumplimiento de RSE en público interno

Fuente: Checklist aplicado a los propietarios de establecimientos turísticos, 2016

Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

Análisis e interpretación

Los subsectores donde existe mayor conocimiento de la RSE son transporte y Alojamiento con el 100% y 66% respectivamente, en el caso de comidas y bebidas apenas el 28% cuenta con algún conocimiento de RSE, la difusión de la información como es lógico es más rápida cuando se trata de un grupo pequeño como el de transporte donde existen únicamente 5 operadores caso, en el caso de alojamiento se han vinculado a este tema mediante la intervención del Ministerio de Turismo y sus capacitaciones por medio de la municipalidad.

Al momento de realizar la selección del personal, las agencias de viajes y actividades de alojamiento en exigen contar con experiencia por lo cual muchas personas no califican para trabajar en estos subsectores, lo que es considerado como una forma de

discriminación, esto no quiere decir que en el resto de subsectores no ocurra, sin embargo, su mayor incidencia se encuentra en los grupos mencionados.

Todos los sectores estarían dispuestos a brindar oportunidades laborales a personas de raza afro ecuatoriana o indígena sin ningún problema, de igual forma el 100% de los sectores se encuentra cumpliendo con la normativa de seguridad social vigente.

Por otra parte una notable falencia en la que se ven inmersos todos los sub sectores del sector turismo es la falta de programas sobre salud y seguridad para los trabajadores de acuerdo a la rama de actividad donde labore, esto en realidad es una falla que se acarrea desde el ente máximo en materia turística, ya que como se mencionó en el capítulo dos los organismos de brindar apoyo en capacitación y certificación son escasos y las iniciativas privadas peor aún.

De presentarse el caso de poder emplear a personas discapacitadas o en estado de embarazo a excepción de los sectores de distracciones y transporte lo harían, esta excepción cabe manifestar se da debido a las exigencias de las actividades a realizar al laborar en una discoteca o manejando un vehículo.

En lo referente a reconocimiento económico, entendido como comisiones o bonificaciones extras por el trabajo realizado satisfactoriamente, el subsector comidas y bebidas lo realiza en un 44%, mientras los otros sub sectores afirman realizarlo como estímulo a sus trabajadores.

Los reclamos laborales relacionados a despidos, los sectores con mayor ocurrencia son agencias de viajes y comidas y bebidas, en el caso del sub sector transporte y distracciones la ocurrencia es nula.

Cumplimiento de RSE en Proveedores

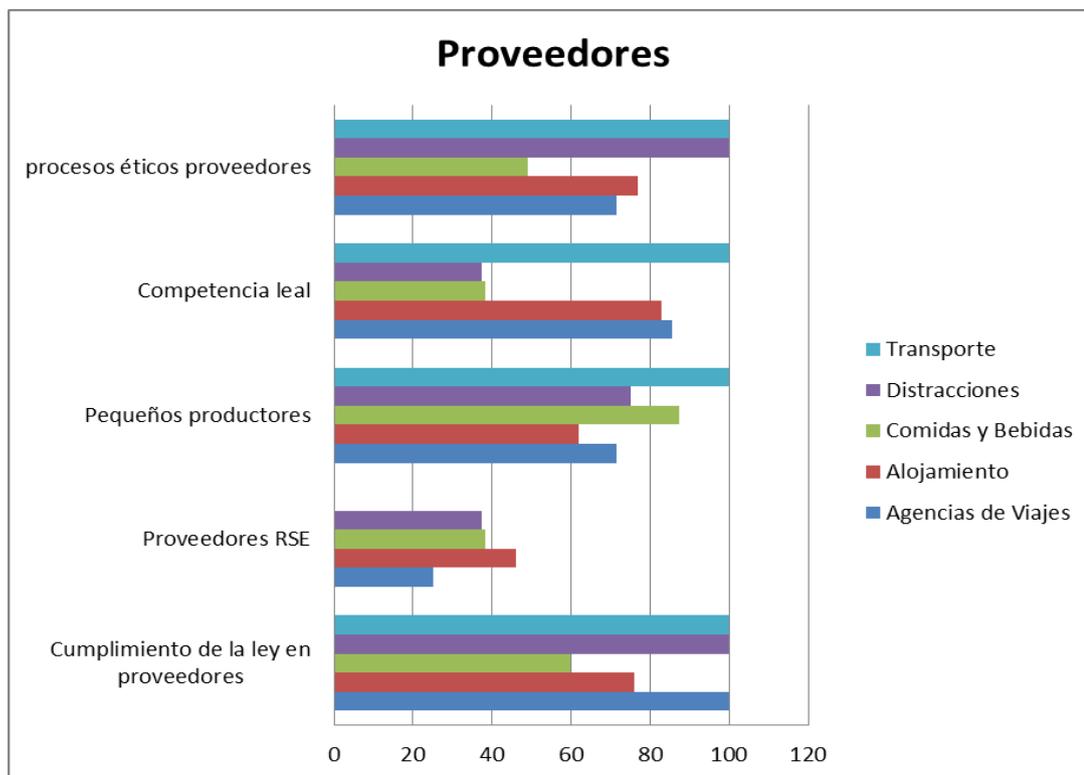


Gráfico 23. Cumplimiento de RSE en Proveedores

Fuente: Checklist aplicado a los propietarios de establecimientos turísticos, 2016

Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

Análisis e interpretación

El porcentaje más bajo de exigencia del cumplimiento de la ley por parte de los proveedores se encuentra en comidas y bebidas 60% en gran parte no toman en consideración la cadena de abastecimiento y al trabajar con productos alimenticios manifiestan es mejor comprar en las plazas y mercados de la ciudad por el precio.

Otra falencia evidente es que no se prioriza a los proveedores que son socialmente responsables en ningún sub sector.

Por otra parte los pequeños productores forman parte de los proveedores, están presentes en todos los sub sectores, aunque con menor incidencia en el alojamiento.

Sobre los mecanismos para promover la competencia leal el transporte turístico lidera la iniciativa, ya que se han visto afectados por la llegada de nuevos

competidores solo en temporadas de alta demanda ofertando sus servicios a menor precio, lo que se considera como competencia desleal.

Cumplimiento de RSE en Gobernabilidad

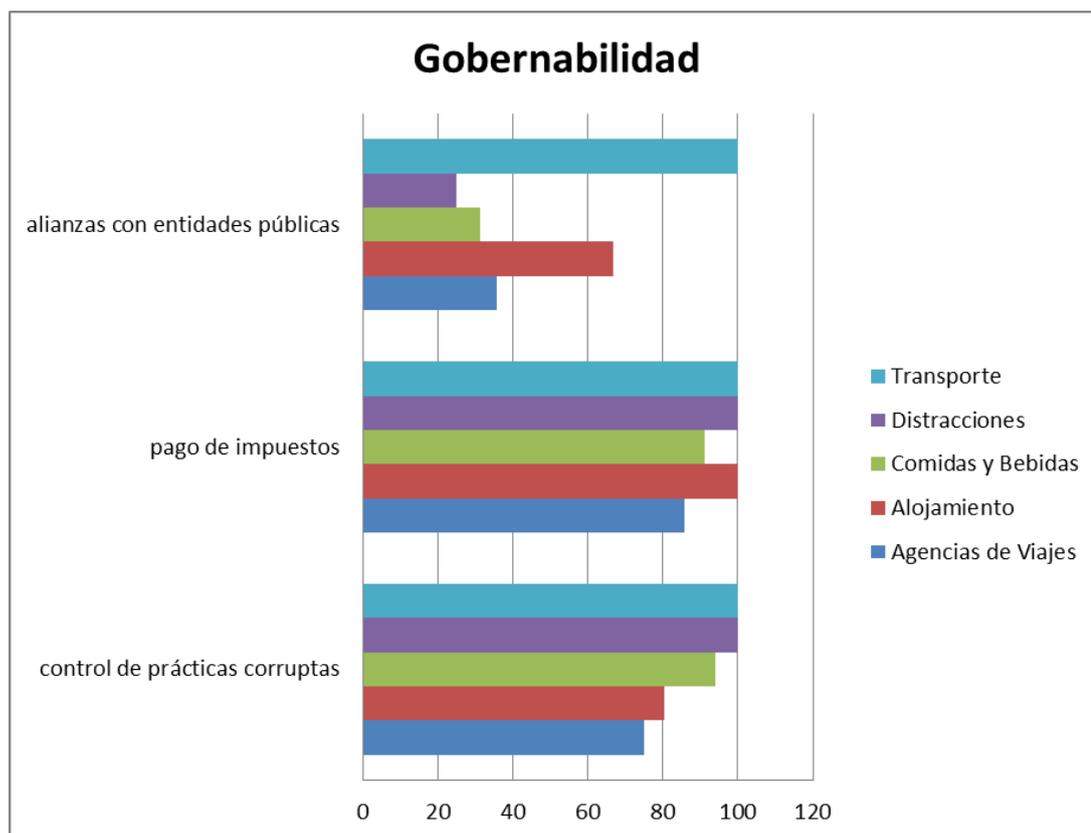


Gráfico 24. Cumplimiento de RSE en Gobernabilidad

Fuente: Checklist aplicado a los propietarios de establecimientos turísticos, 2016
Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

Análisis e interpretación

En lo que se refiere al control de prácticas corruptas el cumplimiento más bajo corresponde a las agencias de viajes 75%, transporte y distracciones alcanzan el 100%, sobre el pago de impuestos transporte, distracciones y alojamiento alcanzan el 100% de cumplimiento mientras comidas y bebidas el 91% y agencias viajes el 86%. En tanto a las alianzas que mejoren el desempeño de los establecimientos turísticos transporte manifiesta realizar alianzas con instituciones públicas como el gobierno cabe indicar que la afiliación a instituciones como la cámara de turismo es una obligatoriedad para su funcionamiento.

Cumplimiento de RSE en Comunidad

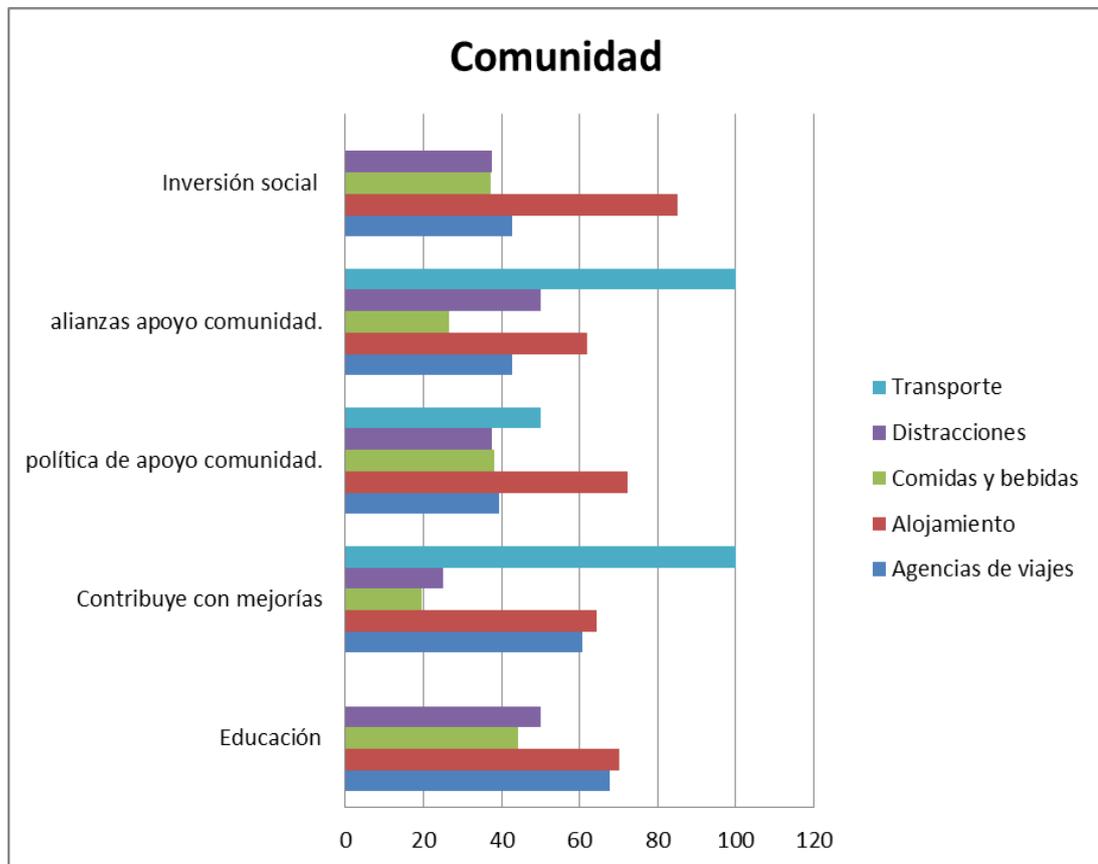


Gráfico 25. Cumplimiento de RSE en Comunidad

Fuente: Checklist aplicado a los propietarios de establecimientos turísticos, 2016

Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

Análisis e interpretación

A excepción del transporte, las demás actividades turísticas manifiestan promover la educación en la comunidad en todos sus niveles, sin embargo es solo una opinión ya que han manifestado no contribuir con la causa, respecto a la contribución en mejoras de infraestructura el transporte alcanza el 100% ya que expresan dar apoyo económico para el mantenimiento de las carreteras, el sector alojamiento con el 64% de cumplimiento manifiesta que su manera de contribuir con la sociedad en esta temática es realizar el pago de impuestos de manera transparente, de esta manera las dos ramas turísticas han establecido su política de apoyo a la comunidad y son las más representativas en ambos casos.

En lo referente a la inversión social el sector alojamiento afirma cumplir en un 85% con este apartado, mediante los donativos que realizan los establecimientos cuando alguna entidad de apoyo comunitario lo solicita.

Cumplimiento de RSE en Ambiente

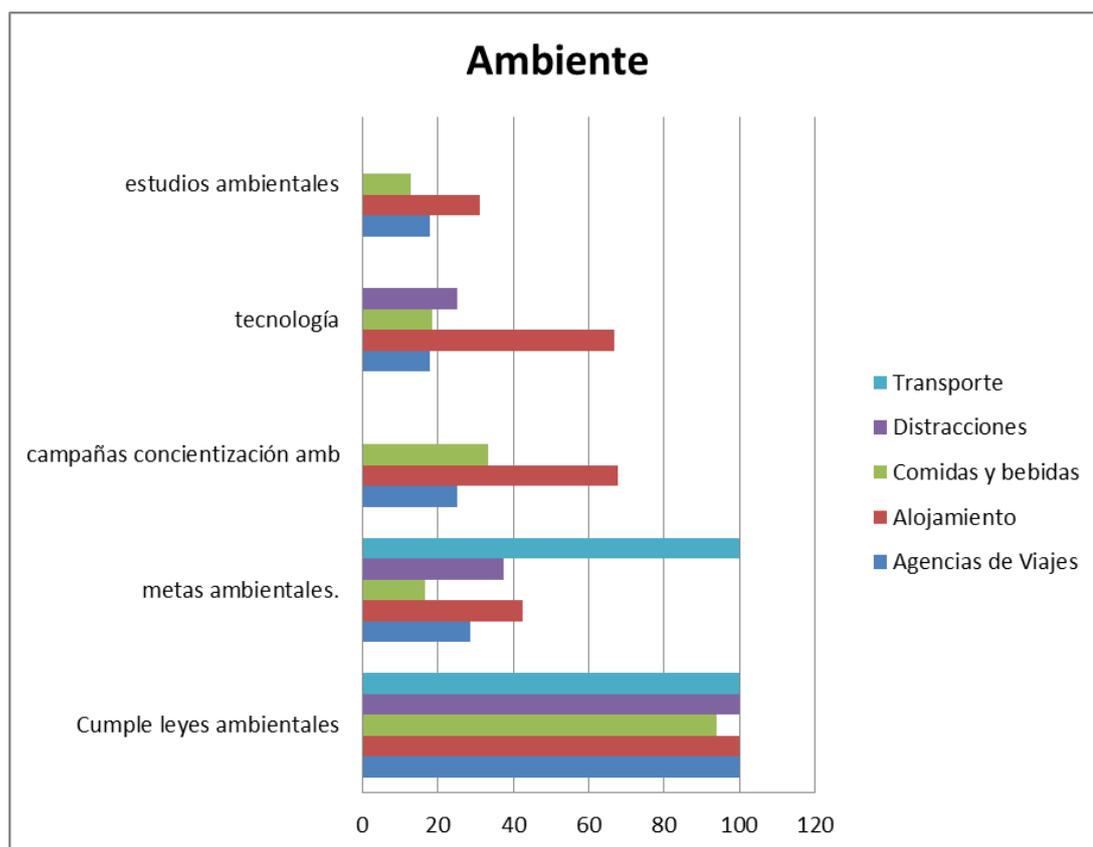


Gráfico 26. Cumplimiento de RSE en Ambiente

Fuente: Checklist aplicado a los propietarios de establecimientos turísticos, 2016

Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

Análisis e interpretación

El cumplimiento de las leyes ambientales en su mayoría son acatadas por todos los sectores, transporte, alojamiento y agencias de viajes llegan al 100% existe una ligera falta en comidas y bebidas dado que su porcentaje de cumplimiento llega al 94%, manteniéndose en niveles deseables, el único sector que se ha planteado metas ambientales es el transporte, el resto de sectores lo han hecho en menos del 50%. El sector alojamiento presenta un 68% de realización de campañas de concientización ambiental y el 67% de interés por innovar la tecnología para disminuir los posibles

impactos ambientales igualmente un 31% de haber realizado algún tipo de estudio que determine los impactos ambientales de su actividad económica, en los tres últimos puntos tratados la participación de transporte y distracciones es nula.

Cumplimiento de RSE en Clientes

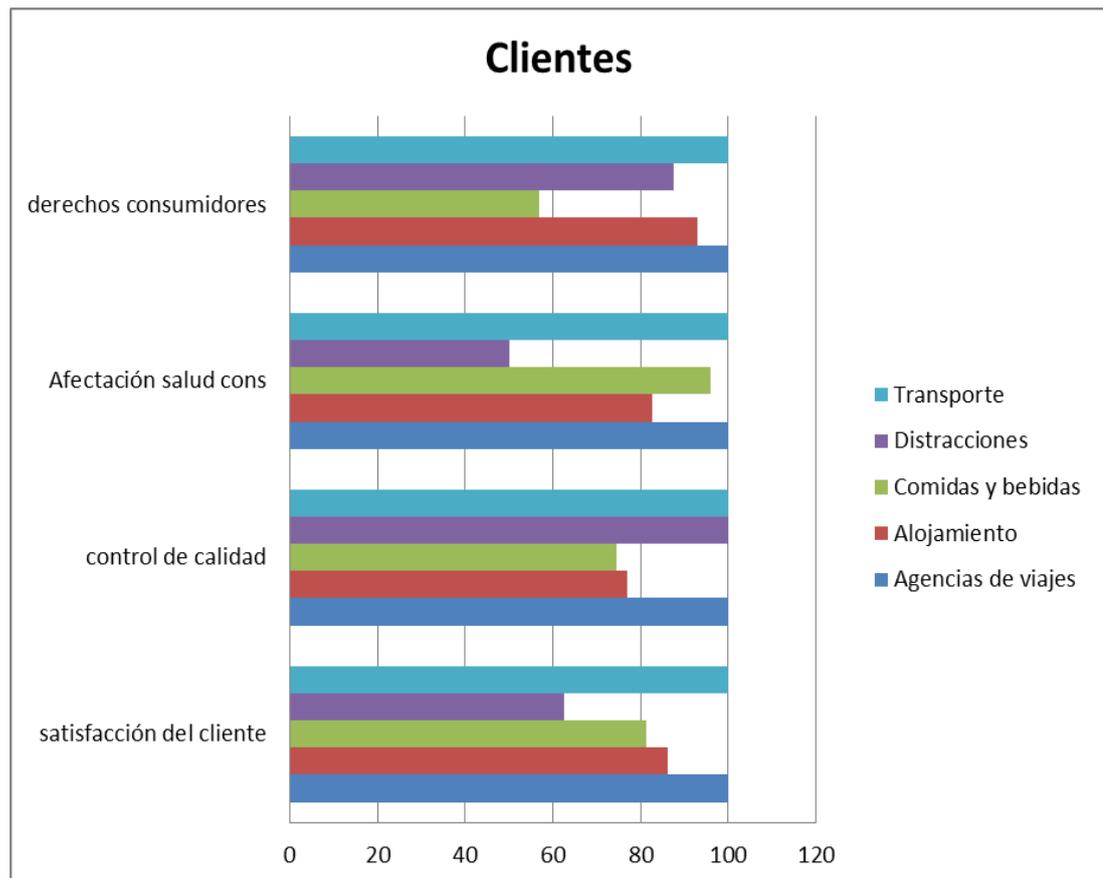


Gráfico 27. Cumplimiento de RSE en Clientes

Fuente: Checklist aplicado a los propietarios de establecimientos turísticos, 2016

Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

Análisis e interpretación

Para todos los emprendimientos es importante brindar un servicio de calidad y satisfacer los requerimientos del cliente de manera eficaz, transporte y agencias de viaje cubren el 100% en sistemas para medir el nivel de satisfacción de los clientes, distracciones, registra el más bajo porcentaje de cumplimiento con el 63%, cabe indicar que su principal sistema es el dialogo directo sobre la opinión que brindan los clientes, el control de calidad de los servicios prestados son minoritarios en comidas y bebidas, y finalmente sobre el conocimiento y respeto de los derechos del

consumidor los sectores dominantes son agencias de viajes y turismo, comidas y bebidas es el más bajo 57%.

4.3. Verificación de la hipótesis

Los datos obtenidos de las dos variables de estudio se realizó en fuentes secundarias, el crecimiento económico representado por el Valor Agregado Bruto de las actividades turísticas del cantón Baños de Agua Santa y la Responsabilidad Social Empresarial representada por el presupuesto que se destina para las Actividades de RSE en el sector turismo, cuyos principales componentes son la gestión de desechos sólidos y líquidos, actividades de formación y capacitación en los diferentes subsectores turísticos. Lo que permitió realizar la comprobación de hipótesis con T – student, cuyo proceso de detalla a continuación:

4.3.1. Modelo Lógico

Ho: La Responsabilidad Social Empresarial no es un factor que influye significativamente en el crecimiento económico del sector turismo en el Cantón Baños de Agua Santa, 2014 – 2015

H1: La Responsabilidad Social Empresarial es un factor que influye significativamente en el crecimiento económico del sector turismo en el Cantón Baños de Agua Santa, 2014 – 2015.

4.3.2. Modelo Matemático

Ho: $\mu_1 = \mu_2$

H1: $\mu_1 \neq \mu_2$

Nivel de significancia

$\alpha = 0.10$

4.3.3. Cálculo de las desviaciones estándar y de las medias de las muestras

Tabla 25. VAB de las actividades turísticas en Baños de Agua Santa (S1)

Crecimiento económico (miles de dólares)		
Años	X1	X1 ²
2013	28,10	789,61
2014	25,40	645,16
2015	26,30	691,69
2016	27,10	734,41
	106,90	2.860,87

Fuente: Banco Central del Ecuador, Cuentas regionales
Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

Tabla 26. Presupuesto en gestión de turismo y desarrollo sostenible (S2)

Gestión de Turismo y desarrollo sostenible (miles de dólares)		
Años	X2	X2 ²
2013	1,23	1,51
2014	0,91	0,83
2015	0,96	0,92
2016	0,99	0,98
	4,09	4,24

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado de Baños de Agua Sana
Elaborado por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

4.3.4. Varianza muestral

$$S^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n - 1}$$

$$S^2 = \frac{2.860,87 - \frac{106,90^2}{4}}{4 - 1}$$

$$S_1^2 = 191,78$$

$$S_1 = 13,85$$

$$\bar{X} = \frac{106,90}{4}$$

$$\bar{X} = 26,73$$

$$S^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n-1}$$

$$S^2 = \frac{4,24 \frac{4,09^2}{4}}{4-1}$$

$$S_1^2 = 0,02$$

$$S_2 = 0,14$$

$$\bar{X} = \frac{4,09}{4}$$

$$\bar{X} = 1,02$$

4.3.5. Combinación de las varianzas de las muestras

Varianza combinada

$$Sp^2 = \frac{(n_1-1)(S_1)^2 + (n_2-1)(S_2)^2}{(n_1+n_2)-2}$$

$$Sp^2 = \frac{(4-1)(13,85)^2 + (4-1)(0,14)^2}{(4+4)-2}$$

$$Sp^2 = 95,90$$

4.3.6. Determinación "t"

$$tc = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{Sp^2 \left[\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right]}}$$

$$tc = \frac{26,72 - 1,02}{\sqrt{95,92 \left[\frac{1}{4} + \frac{1}{4} \right]}}$$

$$tc = \frac{25,07}{\sqrt{47,96}}$$

$$tc = 3,71$$

Grados de libertad

$$gl = (n1 + n2) - 2$$

$$gl = (4 + 4) - 2$$

$$gl = 6 \text{ grados de libertad}$$

$$\alpha = 0.10/2 = 0.05$$

4.3.7. Determinación “t” valor crítico

t tabular (tt) = -1.94 y +1.94

Regla de decisión

si $tc < tt$ se acepta H_0 y se rechaza H_1

si $tc > tt$ se rechaza H_0 y se acepta H_1

4.3.8. Gráfica “t- student”

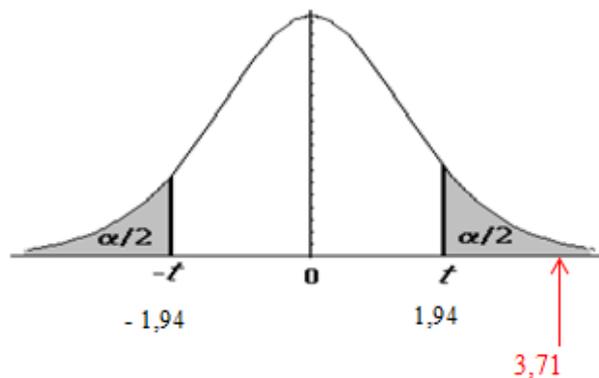


Gráfico 28. Gráfico T Student
Elaborador por: Ramos Barrera Joselyn Cristina

Se compara el parámetro muestral estandarizado y los parámetros críticos

Por lo tanto:

3,71 es $>$ 1,94; por lo que, el valor calculado se encuentra en la región de rechazo; por lo tanto la Hipótesis nula se RECHAZA, y se concluye que La Responsabilidad Social Empresarial es un factor que influye significativamente en el crecimiento económico del sector turismo en el Cantón Baños de Agua Santa, 2014 – 2015.

4.4. Conclusiones

El sector turismo del Cantón Baños de Agua Santa sin duda es un pilar de la economía local, posicionado hace ya varios años, durante los años de estudio 2014-2015 este sector mostró un crecimiento económico promedio del 4% , impulsado por las microempresas cuya presencia es dominante en el sector, por esta misma razón los emprendimientos de estructura familiar principalmente, cuentan con conocimientos superficiales y en algunos casos erróneos sobre la Responsabilidad Social Empresarial, lo que no les ha permitido potencializar y volver eficientes a todas las áreas de sus negocios.

La importancia del sector turístico para el Cantón Baños de Agua Santa es notable ya es la segunda actividad dominante luego del comercio, en el turismo se encuentran empleadas 1.751 personas correspondiente al 8% aproximadamente de la población de la localidad, cabe indicar que las actividades de comercio están estrechamente relacionadas al turismo, además Baños de Agua Santa es el segundo cantón dentro de la provincia de Tungurahua que concentra la mayor cantidad de establecimientos turísticos y de igual forma el segundo cantón con mayor presencia en el VAB de Alojamiento y comidas, el turismo es el eje de su economía y da paso a la generación de actividades desprendidas del mismo

En promedio el 61,9% de establecimientos turísticos, conocen y aplican prácticas socialmente responsables, hay que insistir en que los conocimientos sobre RSE son superficiales por ello se ha ido configurando un marco legal que de alguna manera haga cumplir las nociones básicas de RSE en materia de derechos Humanos, ámbito laboral, medio ambiente y anti corrupción.

El subsector con mejores indicadores de cumplimiento de RSE es el transporte turístico en promedio cumple en un 717% con los indicadores evaluados de RSE, aquí existe conocimiento de la misma en un 100%, ha realizado contribuciones sociales tales como aportes para mantener en buen estado las carreteras, se han planteado objetivos ambientales específicamente reducir la contaminación por smock, cuentan con el apoyo en capacitaciones por parte del municipio, esto se debe también a que los mecanismos de capacitación y difusión de la información son eficientes ya que se trata de un grupo minoritario de apenas 5 compañías de transporte turístico, el subsector más conflictivo es el de comidas y bebidas donde existe mayor desconocimiento respecto a los demás subsectores y menos participación en la solución de problemas sociales; respecto a los demás subsectores se encuentran en una condición aceptable.

El débil crecimiento económico a largo plazo, la limitada participación del sector privado en la solución de problemas sociales, la contaminación ambiental, la ineficiencia productiva, la falta de participación del sector privado de los emprendimientos turísticos en la solución de problemas sociales son los efectos que se han producido por no contar con prácticas socialmente responsables y que se seguirán acarreado a futuro de no existir un compromiso voluntario por parte de los actores implicados

4.5. Recomendaciones

El sector turístico es uno de los más dinámicos dentro de la economía del Cantón Baños de Agua Santa, sin embargo, debido al desconocimiento de la RSE, muchos emprendimientos no se vuelven competitivos, por lo que se recomienda impulsar desde las entidades gubernamentales mecanismos de seguimiento y apoyo mediante

directrices vinculadas a la Responsabilidad Social Empresarial, para que surjan y se fortalezcan los emprendimientos que han sido mayor aporte a la comunidad.

Es recomendable que las estadísticas relacionadas al aporte del sector turismo en el Cantón Baños de Agua Santa sean manejadas eficazmente, principalmente se mantengan actualizadas, por parte de alguna entidad competente; de esta forma la comunidad en general tenga una conciencia de lo que significa para su economía y a su vez poder potencializar las diferentes actividades derivadas del sector.

Considerando que la mayor parte de los emprendimientos son microempresas, se estimó que en promedio el 61,9% de establecimientos turísticos, conocen y aplican prácticas socialmente responsables, básicamente el cumplimiento se da porque la ley lo exige, sería recomendable que dentro de los emprendimientos se realicen socializaciones sobre RSE por gremio de actividad turística dado que en cada subsector las prácticas difieren unas de otras.

Se recomienda realizar un trabajo de seguimiento y análisis en los subsectores del turismo, con especial atención en aquellos que presenta falencias en su actividad respecto a la RSE, en este caso se debería trabajar en el subsector de comidas y bebidas para poder unificarlos y organizarlos mediante guías que normen su actividad turística, de esta forma se podría canalizar la contribución realizada por este sector en términos sociales y económicos hacia el beneficio de la población.

El débil crecimiento económico a largo plazo, la limitada participación del sector privado en la solución de problemas sociales, la contaminación ambiental, la ineficiencia productiva, la falta de participación del sector privado de los emprendimientos turísticos en la solución de problemas sociales son los efectos que se han producido por no contar con prácticas socialmente responsables y que se seguirán acarreado a futuro de no existir un compromiso voluntario por parte de los actores implicados.

Se deberá trabajar mediante tres ejes principales; gobierno, empresas y sociedad, de esta forma se podrían implementar incentivos desde el gobierno que favorezcan a las

empresas que basan su actividad en la RSE y estas a su vez generen impacto positivo en los consumidores.

Referencias Bibliográficas

- Anderson, D., Sweeney, D., & Williams, T. (2008). *Estadística para Administración y Economía* (Décima ed.). (S. Cervantes González, Ed.) Cuidad de México, México: Cengage Learning Editores.
- Asamblea Nacional de la República del Ecuador. (2008). *ASAMBLEA NACIONAL REPÚBLICA DEL ECUADOR*. Montecristi, Manabí, Ecuador. Recuperado el 25 de Agosto de 2016, de <http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/Constitucion-2008.pdf>
- Baena Paz, G. (2014). *Metodología de la investigación* (primera ed.). México: Patria.
- Banco Central del Ecuador. (2014). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 23 de noviembre de 2016, de Sistema de Información Macroeconómica: <http://sintesis.bce.ec:8080/BOE/BI/logon/start.do?ivsLogonToken=bceqsappbo01:6400@875680JAc1KUMFFxjlDyGKiYWNuIR875678JtMzxRSqhzZ2Rdl2YZsyHr3>
- Baños Aventura, descanso y diversión. (2016). *Sitio Oficial de Turismo en Baños*. Recuperado el 19 de enero de 2017, de <http://www.banios.com/banosecuador/ubicacion.html>
- Bastar Gómez, S. (2012). *Metodología de la Investigación* (primera ed.). tlalnepantla, México: Red Tercer Milenio.
- Bayón Martínez, P. (2006). *Educación ambiental, participación y transformación social sostenible en Cuba*. Cuba.
- Blanchard, O., Amighini, A., & Giavazzi, F. (2012). *Macroeconomía* (quinta ed.). (E. Rabasco Espáriz, Trad.) Madrid, España: Pearson education.
- Bonet Pérez, J. (2010). *Nociones básicas sobre el régimen jurídico internacional del trabajo* (primera ed.). Barcelona, España: Huygens. Recuperado el 15 de julio de 2016, de <http://www.ilo.org/public/spanish/bureau/inf/download/brochure/pdf/page5.pdf>
- Brown Grossman, F. (marzo de 2010). Los Principios de la Responsabilidad Social Empresarial. *Economía informa*(363), 100-106.

- Brundtland, G., & Khalid, M. (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future*. Organizaciones de las Naciones Unidas. Oxford University Press.
- Calvente M, A. (2007). El concepto moderno de sustentabilidad. *Universidad Abierta Interamericana Sustentabilidad UAIS*, 2-4.
- Congreso Nacional. (2014). *Ley de Turismo*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social. (2008). *El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)* (primera ed.). (C. Salvador, Ed.) Quito, Ecuador: Mantis Comunicación.
- Djendoel Soejato, D. (1973). The limits to growth. *Actualidades Biológicas*, 2(3), 17-20.
- Ekos Negocios. (2011). Empresas con Responsabilidad Social Corporativa. *Ekos RSE2 011*, 54-85.
- Elizalde Angeles, E. (2012). *Macroeconomía* (Primera ed.). Tlalnepantla, Tlalnepantla: Red Tercer Milenio.
- Fernández Cadena, M. (s/f). La Abundancia de Recursos Naturales y el Crecimiento Económico de América Latina. *Cuestiones económicas*, 85-125.
- Fernández García, R. (2009). *Responsabilidad Social Corporativa* (primera ed.). España: Club Universitario.
- Font Playán, I., Gudiño Pérez, P., Medina Salgado, C., Sánchez Martínez, A., & Cardoso Brum, M. (2010). Responsabilidad social empresarial en América latina: Un panorama general. *Administración y Organizaciones*, 59-73.
- García López, J. (5 de agosto de 2015). EL PROCESO DE CAPACITACIÓN, SUS ETAPAS E IMPLEMENTACIÓN PARA MEJORAR EL DESEMPEÑO DEL RECURSO HUMANO EN LAS ORGANIZACIONES. *Enciclopedia y Biblioteca Virtual de las Ciencias Sociales, Económicas y Jurídicas*, 3-10.
- Global Reporting Initiative. (2011). *GRI Empowering Sustainable Decisions*. Recuperado el 16 de diciembre de 2016, de <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-G3.1-Complete.pdf>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipaliad Cantón Baños de Agua Santa. (s.f.). *Baños Aventura, descanso y diversión*. Recuperado el 31 de enero de 2017, de <http://banos-ecuador.com/>

- Gómez de Segura, R. B. (2014). *Del desarrollo sostenible según Brundtland a la sostenibilidad como biomimesis* (primera ed.). Valencia, España: Hegoa.
- Gómez López, R. (2002). *EVOLUCIÓN CIENTÍFICA Y METODOLÓGICA DE LA ECONOMÍA: Escuelas de pensamiento* (primera ed.). Málaga, España: Universidad de Málaga.
- González González, M. J., & Pérez Zabaleta, A. (2009). *Introducción a la Economía* (segunda ed.). (A. Cañizal, Ed.) Madrid, España: Peaeson Education.
- Graue Russek, A. (2009). *Fundamentos de Economía* (primera ed.). (P. Guerrero Rosas, Ed.) Ciudad de México, México: Pearson Education de México.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (1997). *Metodología de la Investigación* (primera ed.). Colombia: McGraw Hill.
- Honorable Consejo Provincial de Tungurahua. (2015). *Honorable Consejo Provincial de Tungurahua*. Recuperado el 17 de enero de 2017, de Honorable Consejo Provincial de Tungurahua:
<http://www.tungurahua.gob.ec/index.php/la-institucion-hgpt/informacion-de-la-provincia>
- Ibarra Zavala, D., & González Sesmas, D. (2012). *Macroeconomía para México y América Latina*. (S. Jiménez Bautista , & R. Durán Gómez, Edits.) México, México: Laboratorio de Análisis Económico y Social, A. C.
- Ibarra Zavala, D., & González Sesmas, D. (2012). *Macroeconomía para México y América Latina teoría y aplicaciones* (primera ed.). (S. Jiménez Bautista, & R. Valencia Arriaga, Edits.) Ciudad de México, México: Laboratorio de Análisis Económico y Social, A. C.
- Instituto Ecuatoriano de Normalización. (marzo de 2012). *Instituto Ecuatoriano de Normalización*. Recuperado el 3 de febrero de 2017, de
<https://law.resource.org/pub/ec/ibr/ec.nte.2631.2012.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). *INEC*. Recuperado el 10 de Julio de 2016, de
<http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CENEC&MAIN=WebServerMain.inl>
- Landeira, L. (2009). RESPONSABILIDAD SOCIAL Y DESARROLLO TURÍSTICO.OPORTUNIDADES EN FERROL - ORTEGAL. *ROTUR/REVISTA DE OCIO Y TURISMO*, 195-228.

- Levin, R., & Rubin, D. (2010). *Estadística para Administración y Economía* (séptima ed.). (R. Fuerte Rivera, Ed., & M. González Osuna, Trad.) Atlacomulco, México: Person Education.
- Medina Espín, A. (2015). *“LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DEL SECTOR HOTELERO EN LA ZONA DE PLANIFICACIÓN 3 DEL ECUADOR*. Ambato, Tungurahua, Ecuador.
- Ministerio de Turismo. (26 de septiembre de 2007). *Ministerio de Turismo*. Recuperado el 31 de enero de 2017, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- Ministerio de Turismo. (enero de 2014). *Ministerio de Turismo*. Recuperado el 31 de enero de 2017, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/Documento-Programa-Nacional-para-la-Excelencia-Turistica3.pdf>
- Ministerio de Turismo. (11 de octubre de 2015). *Ministerio de Turismo*. Recuperado el 1 de junio de 2016, de <http://www.turismo.gob.ec/ecuador-triunfa-nuevamente-en-los-premios-wta-2015-latinoamerica-con-14-premios/>
- Ministerio de Turismo. (marzo de 2015). *Ministerio de Turismo*. Recuperado el 29 de enero de 2017, de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/19-inteligencia-de-mercados/boletin-mensual/>
- Ministerio de Turismo. (s.f.). *Ministerio de Turismo*. Recuperado el 2 de junio de 2016, de <http://servicios.turismo.gob.ec//descargas/Turismo-cifras/BoletinesEstadisticos/Anuario/Boletin-Estadisticas-Turisticas-2010-2014.pdf>
- Ministerio del Ambiente. (2011). *Ministerio del Ambiente del Ecuador*. Recuperado el 1 de junio de 2016, de <http://snia.ambiente.gob.ec:8090/indicadoresambientales/pages/indicators.jsf>
- Monje Álvarez, C. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa* (primera ed.). Neiva, Colombia: Universidad Surcolombiana.
- Muñoz Razo, C. (2011). *Como elaborar y asesorar una investigación de tesis* (segunda ed.). (L. Gaona Figueroa, Ed.) Ciudad de México, México: Pearson Education.

- Navarro Espigares, J., & Gonzáles López, J. (2006). Responsabilidad Social Coporativa y crecimiento económico. *Estudios de Economía Aplicada*, 24-2, 723-749.
- Observatorio Económico y Social de Tungurahua OBEST. (Junio de 2014). Valor Agregado Bruto de Tungurahua. (E. t. OBSET, Ed.) *Boletín de Coyuntura*(1), 8-10.
- Organización mundial del Turismo. (1999). *CÓDIGO ÉTICO MUNDIAL PARA EL TURISMO* (primera ed.). Santiago de Chile, Chile.
- Parkin, M., Esquivel, G., & Muñoz, M. (2007). *Macroeconomía Versión para Latinoamérica* (séptima ed.). (P. Guerrero Rosas, Ed., & M. Martínez Gay, Trad.) Ciudad de México, México: Pearson Education.
- Peinado Vara, E. (2011). *La Responsabilidad Social de la Empresa en América Latina* (primera ed.). Washington: Antonio Vives y Estrella Peinado-Vara.
- Quito Turismo. (2013). *Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico*. Recuperado el 3 de febrero de 2017, de Quito Turismo: www.quito-turismo.gob.ec/index.php/es/component/.../17-distintivo-q?...distintivo-q
- Rivera Rodríguez, H., & Malaver Rojas, M. (2011). La organización: los stakeholders y la Responsabilidad Social. *Centro de Estudios Empresariales para la Perdurabilidad*, 27-34.
- Ruiz Jiménez, C. (25 de octubre de 2015). *Univerdidad de Jaén*. Recuperado el 2 de febrero de 2017, de <http://www4.ujaen.es/~cruiz/diplot-4.pdf>
- Samuelson, P., & Nordhaus, W. (2006). *Economía* (decimoctava ed.). (R. Del Bosque Alayón, Ed.) Ciudad de México, México: McGraw-Hill Interamericana.
- Samuelson, P., & Nordhaus, W. (2010). *Economía* (decimoctava ed.). (M. Cevallos Almada, V. Pozo Hernández, M. Hano Roa, & M. De lara Choy, Trads.) México: McGrawHill.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2015). *Agenda Zonal zona 3-centro provincias de Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo y Pastaza* (primera ed.). Quito, Pichincha, Ecuador.
- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, Senplades. (2014). *Plan Nacional de Desarrollo/Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017. Versión*

- resumida*. Quito, Pichincha, Ecuador: Senplades. Recuperado el 26 de agosto de 2016, de <http://www.buenvivir.gob.ec/>
- Social Accountability International SAI. (2014). *Social Accountability International*. Recuperado el 22 de noviembre de 2016, de <http://www.sai-intl.org/index.cfm?fuseaction=Page.ViewPage&PageID=937>
- Strandberg, L. (marzo de 2010). El compromiso con los grupos de interés. *Cuadernos de la Cátedra "la Caixa" de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo*, 14-17.
- Strandberg, L. (Diciembre de 2010). La medición y la comunicación de la RSE: indicadores y normas. *Cuadernos de la cátedra "La Caixa" de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Coporativo*(IESE Business School Universidad de Navarra), 15-19.
- Tamayo, M., & Tamayo. (2003). *El proceso de la investigación científica* (cuarta ed.). ciudad de México, México: Limusa S.A.
- Viajandox. (s/f). *Viajandox*. Recuperado el 20 de enero de 2017, de http://www.viajandox.com/tungurahua/tung_banos_mapa.jpg
- Wojtarowski Leal, A., Silva Rivera, E., Piñar Alvarez, M., & Negrete Ramírez, J. (2016). La Responsabilidad Social Empresarial como pieza clave en la transición hacia el desarrollo sustentable en el sector turístico. *14*, 127-139.
- World Economic Forum. (2013). *World Economic Forum*. Recuperado el 5 de febrero de 2017, de <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-index/country-profiles/#economy=ECU>
- Zelada Padilla, D. (s.f.). *Observatorio RSE*. Recuperado el 21 de julio de 2016, de http://www.observatorio-rse.org.es/Publicaciones/diego_padilla_zelada.pdf

Anexos



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE ECONOMÍA



CHECK LIST

Objetivo: Recoger información sobre los aspectos de Responsabilidad Social Empresarial que influyen en el crecimiento económico del sector Turismo en el Cantón Baños de Agua Santa, 2014 – 2015.

Datos Informativos

Nombre del Establecimiento:...

Actividad Turística :...

Instrucciones : Conteste con honestidad

1. PÚBLICO INTERNO		SI	N O
1.1	Tiene usted conocimiento sobre acciones empresariales socialmente responsables		
1.2	¿La selección del personal se realiza sin discriminación de ningún tipo?		
1.3	Da oportunidades laborales a personas de raza afro ecuatoriana y/o indígena		
1.4	Cumple con la normativa de seguridad social vigente.		
1.5	Capacita o posee un programa sobre salud y seguridad para sus trabajadores		
1.6	Brinda oportunidades laborales a personas con discapacidad o en estado de embarazo		
1.7	Reconoce el trabajo de sus empleados mediante incentivos económicos		
1.8	Ha tenido reclamos laborales relacionados a despidos		
2. PROVEEDORES		SI	N O
2.1	Posee normas explícitas que exigen que los proveedores cumplan con la ley.		
2.2	Da prioridad a los proveedores que poseen prácticas de RSE		
2.3	Incluye entre sus proveedores individuos o grupos de la comunidad, tales como cooperativas de pequeños productores o de iniciativas solidarias, asociaciones de barrio, etc.		
2.4	Utiliza mecanismos para comunicarse y relacionarse con la competencia, promoviendo así una competencia leal.		
2.5	Al seleccionar proveedores, incluye como criterio la práctica de procesos éticos		
3. GOBIERNO Y SOCIEDAD		SI	N O
3.1	Posee procedimientos específicos para el control de prácticas corruptas y coimas.		
3.2	Cumple con la legislación impositiva y se encuentra al día en el pago de impuestos		
3.3	Desarrolla alianzas con entidades públicas para mejorar su desempeño (municipalidades, ministerios, etc.)		
4. COMUNIDAD		SI	N O
4.1	¿Promueve la educación en todos sus niveles dentro de la comunidad?		

4.2	Contribuye con mejoras en la infraestructura o en el ambiente local que pueda disfrutar la comunidad (vivienda, carreteras, puentes, escuelas, hospitales etc.).		
4.3	Dentro de su planificación, establece una política de apoyo a la comunidad.		
4.4	Genera y/o participa de alianzas con otras empresas u organizaciones para desarrollar acciones de apoyo a la comunidad.		
4.5	A patrocinado o apoyado la inversión social		
5. AMBIENTE		SI	N O
5.1	Cumple todas las leyes ambientales nacionales y ordenanzas municipales		
5.2	En su administración y operación, posee metas y objetivos ambientales.		
5.3	Desarrolla periódicamente campañas internas y/o externas de concientización ambiental		
5.4	Ha invertido en tecnología para reducir/sustituir el uso de insumos que generen daño ambiental.		
5.5	Realiza o ha realizado estudios para medir el impacto ambiental de su actividad económica		
6. CLIENTES		SI	N O
6.1	Tiene algún tipo de procedimiento para conocer el nivel de satisfacción de sus clientes		
6.2	Tiene un sistema de control de calidad para sus productos o servicios		
6.3	¿Se asegura que los insumos necesarios para su actividad económica no afecten la salud del consumidor?		
6.4	Conoce y respeta los derechos de los consumidores		