

# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**Trabajo de titulación en la modalidad de artículo académico previo a la obtención del Título de Ingenieros en Marketing y Gestión de Negocios**

**TEMA: “Responsabilidad social como estrategia publicitaria de las empresas turísticas”**

**AUTORES:**

**Karla Estefanía Pashma Jácome**

**Christian Andrés Rueda Cepeda**

**TUTOR: Dr. Víctor Hugo Córdova Aldás. PhD.**

**AMBATO – ECUADOR**

**Marzo 2021**



## APROBACIÓN DEL TUTOR

**Dr. Víctor Hugo Córdova Aldás. PhD.**

### **CERTIFICA:**

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Responsabilidad social como estrategia publicitaria de las empresas turísticas**” presentado por los señores **Karla Estefanía Pashma Jácome** y **Christian Andrés Rueda Cepeda**, para optar por el título de Ingenieros en Marketing y Gestión de Negocios, **CERTIFICO**, que dicho artículo académico ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 01 de marzo de 2021

---

**Ing. Víctor Hugo Córdova Aldás, PhD**  
**C.I. 180230156-2**

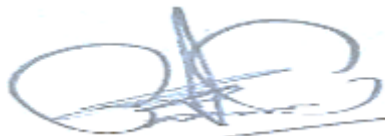
## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotros, **Karla Estefanía Pashma Jácome** y **Christian Andrés Rueda Cepeda**, declaramos que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingenieros en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



---

**Karla Estefanía Pashma Jácome**  
C.I. 180493714-0



---

**Christian Andrés Rueda Cepeda**  
C.I. 160063858-7

## **APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO**

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

---

**Ing. César Andrés Guerrero Velástegui, Mg.**  
**C.I. 180310124-3**

---

**Ing. Elías David Caisa Yucailla, Mg.**  
**C.I. 180345866-8**

Ambato, 01 de marzo de 2021

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizamos a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedemos los derechos en línea patrimoniales de nuestro artículo académico con fines de difusión pública, además aprobamos la reproducción de este artículo académico dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando nuestros derechos de autor.



---

**Karla Estefanía Pashma Jácome**  
**C.I. 180493714-0**



---

**Christian Andrés Rueda Cepeda**  
**C.I. 160063858-7**

## RESUMEN EJECUTIVO

Actualmente, el sector hotelero del cantón Baños de Agua Santa - Ecuador se encuentra en una lenta y paulatina recuperación en sus ejes económicos y comerciales. El contexto actual de emergencia sanitaria, obligo a todos los hoteles del país a suspender sus actividades hasta inicios de septiembre, en donde los hoteles retomaron dichas actividades, pero bajo ciertas condiciones y regulaciones en los aspectos de recepción y hospedaje del número de personas e implementación de protocolos de bioseguridad.

Por tal motivo, la presente investigación consiste en determinar el nivel de influencia de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) bajo el Modelo de Pirámide de Carroll en los hoteles del cantón Baños de Agua Santa-Ecuador. Este modelo de RSE mide la contribución de una determinada empresa hacia su comunidad, bajo el cumplimiento de cuatro dimensiones o responsabilidades, que son: 1) dimensión filantrópica, 2) dimensión ética, 3) dimensión legal y 4) dimensión económica.

En general, los resultados de investigación demuestran una percepción positiva de los huéspedes hacia los hoteles del cantón Baños de Agua Santa. Los huéspedes consideran que todas estas dimensiones abarcan actividades o acciones que se deben cumplir para crear una buena estrategia publicitaria para los hoteles. Las actividades con mayor aceptación son: 1) realización de proyectos comunitarios, 2) optimización de recursos naturales, 3) apoyo a grupos descuidados y 4) apoyo a la realización de proyectos de inversión social.

La propuesta resultante de la investigación demuestra que los huéspedes de los hoteles del cantón Baños de Agua Santa-Ecuador perciben un entorno seguro, debido a que los hoteles otorgan un buen trato y experiencia de bioseguridad en sus productos y/o servicios. Sin embargo, esta percepción se ve mermada en mínima medida, puesto que la mayoría de hoteles aún no tienen habilitados los servicios de gimnasio, piscina y bares que generaban cierto grado mínimo de desconfianza.

**PALABRAS CLAVES:** ARTÍCULO ACADÉMICO, RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, HOTELES, MODELO DE PIRÁMIDE DE CARROLL, GRUPOS DE INTERÉS, ESTRATEGIA PUBLICITARIA.

## ABSTRACT

Currently, the hotelery sector of the Baños de Agua Santa - Ecuador is in a slow and gradual recovery in its economic and commercial axes. The current context of sanitary emergency, forced all the hotels in the country to suspend their activities until the beginning of September, when the hotels return their activities, but under certain conditions and regulations regarding the reception and lodging of the number of people and implementation of biosafety protocols.

For this reason, this research consists of determining the level of influence of Corporate Social Responsibility (CSR) under the Carroll Pyramid Model in the hotels of the Baños de Agua Santa - Ecuador. This CSR model measures the contribution of a given company to its community, under the fulfillment of four dimensions or responsibilities, which are: 1) philanthropic dimension, 2) ethical dimension, 3) legal dimension and 4) economic dimension.

In general, the research results show a positive perception of the guests towards the hotels of the Baños de Agua Santa. The guests consider that all these dimensions encompass activities or actions that they must comply with to create a good advertising strategy for hotels. The most widely accepted activities are: 1) carrying out community projects, 2) optimizing natural resources, 3) supporting neglected groups, and 4) supporting social investment projects.

The proposal resulting from the investigation shows that the guests of the hotels in the Baños de Agua Santa-Ecuador canton perceive a safe environment, because the hotels provide good treatment and biosafety experience in their products and / or services. However, this perception is diminished to a minimum extent, since most hotels still do not have gym, pool and bar services enabled, which generated a certain minimum degree of distrust.

**KEYWORDS:** ACADEMIC ARTICLE, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, HOTELS, RSE CARROLL'S PYRAMID MODEL, STAKEHOLDERS, ADVERTISING STRATEGY.

**LINK ARTÍCULO ACADÉMICO PUBLICADO**

[https://www.593dp.com/index.php/593 Digital Publisher/article/view/384/565](https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/384/565)