



**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

La responsabilidad social empresarial y el crecimiento sostenible en el sector
turístico en la parroquia Salinas de Guaranda.

**Trabajo de titulación para optar al título de Licenciada de
Administración de Empresas**

Autor:

Masabanda Duran, Nancy Eliana

Tutor:

Mgs. Cecilia Cristina Mendoza Basantes

Riobamba, Ecuador 2025

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo **Nancy Eliana Masabanda Duran**, con cédula de ciudadana **0202346698**, autora del trabajo de investigación titulado: **LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y EL CRECIMIENTO SOSTENIBLE EN EL SECTOR TURÍSTICO EN LA PARROQUIA SALINAS DE GUARANDA**, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mi exclusiva responsabilidad.

Así mismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, a 4 de junio del 2025.



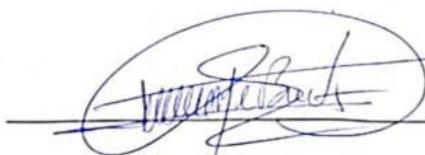
Nancy Eliana Masabanda Duran

C.I: 0202346698

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, **Mgs. Cecilia Cristina Mendoza Bazantes**, catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: **LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y EL CRECIMIENTO SOSTENIBLE EN EL SECTOR TURÍSTICO EN LA PARROQUIA SALINAS DE GUARANDA**, bajo la autoría de **Nancy Eliana Masabanda Duran**; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a 4 de junio del 2025.



Mgs. Cecilia Cristina Mendoza Bazantes

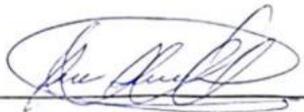
C.I: 0201899309

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

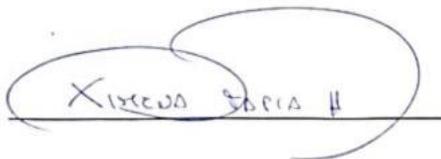
Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación **LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y EL CRECIMIENTO SOSTENIBLE EN EL SECTOR TURÍSTICO EN LA PARROQUIA SALINAS DE GUARANDA** por Nancy Eliana Masabanda Duran, con cédula de identidad número 0202346698, bajo la tutoría de Dr./ Mg. Cecilia Cristina Mendoza Bazantes, certificamos que recomendamos la **APROBACIÓN** de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba a 4 de junio del 2025.

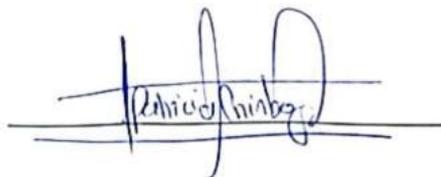
PhD. Rene Abdón Basantes Avalos
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



Mgs. Ligia Ximena Tapia Hermida
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Mgs. Patricia Alexandra Chiriboga Zamora
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO





Dirección
Académica
VICERRECTORADO ACADÉMICO

en movimiento



UNACH-RGF-01-04-08.17
VERSIÓN 01: 06-09-2021

CERTIFICACIÓN

Que, **NANCY ELIANA MASABANDA DURAN** con CC: **0202346698**, estudiante de la Carrera **ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y EL CRECIMIENTO SOSTENIBLE EN EL SECTOR TURÍSTICO EN LA PARROQUIA SALINAS DE GUARANDA**", cumple con el 9%, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **COMPILATIO**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente, autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 22 de mayo de 2025.



CELEBRADO EL 22 DE MAYO DE 2025
CECILIA CRISTINA
MENDOZA BAZANTES
VALIDAR DOCUMENTOS CON FIRMADO

Mgs. Cecilia Mendoza
TUTOR(A)

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a Dios, fuente de toda sabiduría y bendición, que me ha guiado en este camino académico. En especial a mis padres, Nancy Durán y Raúl Masabanda, pilares de mi vida, que con su amor, sacrificio y dedicación me han permitido alcanzar mis metas. Su apoyo incondicional ha sido mi motivación constante. A mis hermanos, Geovanna López, Elizabeth López, Gabriel López y Fiorela Masabanda, que con su compañía, risas y apoyo me han hecho sentir acompañado en cada paso de este camino.

A mi familia, que ha sido mi roca, mi refugio y mi inspiración. Sin su amor y sacrificio, nada de esto habría sido posible. Les dedico este trabajo, fruto de mi esfuerzo y dedicación, como un pequeño tributo a su amor y apoyo incondicional.

Nancy Eliana Masabanda Duran

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi profundo agradecimiento a Dios, cuya guía y fortaleza han sido fundamentales durante todo mi camino académico. Su presencia ha sido un pilar en los momentos de desafío y una fuente de inspiración constante.

Expreso mi más profundo agradecimiento a mis padres, quienes son dos ángeles que el destino colocó en mi vida. Les debo reconocer por ser mi refugio, mi orientación y mi impulso creativo. Han sido pilares fundamentales, manteniéndome firme en cada uno de mis momentos de debilidad; su incondicional cariño, su apoyo incesante y su permanente dedicación han actuado como el impulso fundamental que me ha permitido alcanzar cada uno de mis objetivos. Su constante presencia es un regalo invaluable. Gracias a ellos la confianza en mi interior creció, impulsándome a perseguir cada una de mis aspiraciones y a perseverar en mi camino.

Extiendo mi más sincero agradecimiento a mi familia, por su constante apoyo, comprensión y direccionamiento en cada una de la fase de mi trayectoria académica; sus palabras de aliento y su permanente confianza en mí persona han forjado mi carácter y mi compromiso con la excelencia, cada uno de ustedes ha tenido un impacto importante en el presente logro, y por ello, les estaré agradecido por siempre.

Quiero reconocer con especial énfasis a mi hermana Fiorela Masabanda, por su amor constante e inquebrantable y su apoyo durante mi carrera estudiantil. Siempre ha estado a mi lado en los momentos más difíciles, ofreciéndome soporte, motivación y alegría. Su compañía ha sido como un refugio y su afecto, una fuente de inspiración. Su rol ha superado el de una hermana, convirtiéndose en una figura maternal que me ha brindado atención y protección.

Mi gratitud especial a Mgs. Cecilia Mendoza, mi tutora de tesis, por su guía, paciencia y apoyo incondicional a lo largo de este proceso académico. Su gran conocimiento ha sido fundamental para el desarrollo y éxito del proyecto de investigación.

Agradezco sinceramente a la Universidad Nacional de Chimborazo por proporcionar los recursos necesarios y los ambientes adecuados para mis estudios, así como las oportunidades de crecimiento personal y profesional.

Nancy Eliana Masabanda Duran

INDICE GENERAL

DEDICATORIA DE AUTORIA.....	
DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR.....	
CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL.....	
CERTIFICADO ANTIPLAGIO.....	
AGRADECIMIENTO.....	
INDICE GENERAL.....	
INDICE DE TABLAS.....	
INDICE DE GRÁFICOS.....	
RESUMEN.....	
ABSTRACT	
CAPÍTULO I	13
1.INTRODUCCIÓN.....	13
1.1.Planteamiento del Problema.....	14
1.1.1 Formulación del problema.....	15
1.2. Justificación	15
1.3. Objetivos	16
1.3.1. General	16
1.3.2. Específicos	16
CAPÍTULO II.....	17
2.MARCO TEÓRICO	17
2.1. Antecedentes	17

2.2. La Responsabilidad Social Empresarial	18
2.2.1. Reseña Histórica	18
2.2.2. Definiciones de la RSE	20
2.2.3. Importancia de la RSE	21
2.2.4. Principios de la RSE	21
2.2.5. Beneficios y objetivos de la RSE.....	22
2.2.6. Características de la RSE	24
2.2.7. Responsabilidad Social Empresarial en las PyMEs.....	24
2.2.8. Grupos de interés o Stakeholders.....	25
2.2.9. Crecimiento Sostenible	26
2.2.10. Definiciones del Crecimiento Sostenible.....	26
2.2.11. Importancia de un Crecimiento Sostenible	27
2.2.12. Beneficios de un crecimiento sostenible a largo plazo	27
2.2.13. Claves para que tu empresa sea sostenible.....	28
2.2.14. Crecimiento sostenible y resiliencia	28
2.2.15. Desarrollo humano y crecimiento económico	29
2.2.16. Desafíos del desarrollo sostenible.....	29
2.2.17. Principios del crecimiento sostenible.....	29
CAPÍTULO III.....	31
3. METODOLOGIA	31
3.1. Metodología	31
3.2. Método hipotético – deductivo.....	31

3.3.	Tipo de investigación	32
3.3.1.	Investigación Descriptiva	32
3.4.	Investigación de campo	32
3.5.	Hipótesis.....	32
3.6.	Técnica e instrumento	33
3.6.1.	Técnica.....	33
3.6.2.	Instrumento.....	33
3.7.	Población y muestra	33
3.7.1	Población.....	33
3.7.2	Muestra	34
CAPÍTULO IV.....		35
4.RESULTADOS YDISCUSIÓN		35
4.1	Análisis de los resultados	35
4.2	Análisis de datos.....	36
4.3	Discusión de resultados	53
4.3.1	Comprobación de hipótesis.....	54
4.3.2	Interpretación de resultados	56
CAPÍTULO V.....		57
5.CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES		57
CAPÍTULO VI.....		59
6.PROUESTA.....		59
6.	Bibliografía.....	64

7. ANEXOS.....69

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Población.....	33
Tabla 2. Genero.....	37
Tabla 3. Edad	38
Tabla 4. Nivel de educación.....	39
Tabla 5. Existen políticas formales	40
Tabla 6. Capacitaciones sostenibles	41
Tabla 7. Fomenta recursos naturales	42
Tabla 8. Trabajan con proyectos sostenibles.....	43
Tabla 9. Involucran a la población en proyectos sostenibles	44
Tabla 10. Implementan medidas de ahorro de agua y energía	45
Tabla 11. Fomentan practicas responsables	47
Tabla 12. Cuentan con proyectos de reducir la contaminación.....	48
Tabla 13. Se reciclan residuos.....	49
Tabla 14. Ha invertido tecnologías limpias.....	50
Tabla 15. Participa usted en actividades de voluntariado	51
Tabla 16. Fomenta empleo local	52
Tabla 17. Estadísticas de fiabilidad.....	54
Tabla 18. Resumen de procesamiento de casos	54
Tabla 19. Tabla cruzada.....	55
Tabla 20. Chi.cuadrado	55

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfica 1. Genero.....	37
Gráfica 2. Edad	38
Gráfica 3. Nivel de educación.....	39
Gráfica 4. Existen políticas formales	40
Gráfica 5. Capacitaciones de sostenibilidad.....	41
Gráfica 6. Fomenta recursos naturales.....	42
Gráfica 7. Trabajan con proyectos sostenibles.....	43
Gráfica 8. Involucran a la población en proyectos sostenibles	45
Gráfica 9. Implementan medidas de ahorro de agua y energía.....	46
Gráfica 10. Fomentan practicas responsables	47
Gráfica 11. Cuentan con proyectos de reducir la contaminación.....	48
Gráfica 12. Se reciclan residuos.....	49
Gráfica 13. Ha invertido tecnologías limpias	50
Gráfica 14. Participa usted en actividades de voluntariado	51
Gráfica 15. Fomenta empleo local	53

RESUMEN

Esta presente investigación de estudio trata sobre cómo la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) influye en el crecimiento sostenible del sector turístico en la parroquia Salinas de Guaranda. La RSE no solo se encarga de mejorar la imagen de las empresas, sino que también aporta a su cuidado continuo en relación con el medio ambiente y a mejorar la calidad de vida de todas las comunidades locales. Su aplicación permite aportar un equilibrio entre el progresivo desarrollo económico y la correspondiente protección del entorno, certificando que el turismo sea responsable y beneficioso para la zona en cuestión.

En el presente estudio, se han revelado distintos problemas a las empresas turísticas, como por ejemplo la falta de estrategias claras para equilibrar adecuadamente el crecimiento económico con la respectiva estabilidad, falta o ausencia de recursos financieros y limitada cooperación de capacitación en el campo de la RSE. Para ostentar información, encuestas y diversas entrevistas con gerentes y diversas empresas que nos permiten entender la realidad del turismo en ciudades como Salinas de Guaranda y la capacidad de desarrollar la introducción de actividades de carácter sostenibles.

Cada uno de los resultados muestran que la cooperación existente entre empresas, comunidades y gobiernos es muy importante para impulsar el turismo sostenible. A pesar del logro, la ausencia de conciencia sobre la importancia de la RSE y la deficiente implementación de estrategias estructurales para limitar y reducir su impacto. Es por eso que lo que es extremadamente necesaria e importante para robustecer cada uno de los programas de capacitación e impulsar o alentar a muchas empresas a aceptar una práctica de carácter responsable y sostenible.

Se determina que se requiere un enfoque de gestión fundamentado en la responsabilidad social empresarial que promueva un turismo más responsable en Salinas de Guaranda, garantizando un progreso económico que favorezca a todos sin comprometer el futuro del entorno y la comunidad. La puesta en marcha de políticas definidas y de iniciativas educativas en sostenibilidad para los empresarios y empleados del área será esencial para alcanzar un crecimiento armónico y sustentable en la zona.

Palabras claves: La Responsabilidad Social Empresarial, Crecimiento Sostenible, Sector Turístico, Stakeholders

ABSTRACT

The current research analyzes the influence of Corporate Social Responsibility (CSR) on the sustainable growth of the tourism sector in Salinas Parish, Guaranda - Ecuador. CSR plays a critical role not only in enhancing the public image of tourism enterprises but also in promoting environmental conservation and improving the quality of life for local communities. Its effective implementation supports a balance between economic development and environmental stewardship, contributing to more responsible and inclusive tourism in the region.

The study identified several challenges faced by local tourism businesses, including the absence of clear strategies to reconcile growth with sustainability, limited financial resources, and insufficient training in CSR practices. Data collection was carried out through surveys and interviews with business owners and managers, providing insights into the current state of tourism in Salinas de Guaranda and the potential for integrating sustainable practices.

Findings underscore the importance of collaboration among businesses, communities, and government entities in advancing sustainable tourism. However, the research also reveals a general lack of awareness about CSR and inadequate structural strategies for its implementation. These gaps highlight the urgent need to strengthen training programs and actively promote CSR adoption among tourism enterprises.

The study concludes that adopting a CSR-based management approach is essential for fostering sustainable tourism in Salinas de Guaranda. This requires the development and enforcement of clear policies, as well as educational initiatives aimed at business owners and employees. Such efforts will be key to achieving long-term economic progress that respects both the environment and the well-being of the local population.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Sustainable Growth, Tourism Sector, Stakeholders.

Reviewed by

ADRIANA
XIMENA
CUNDAR
RUANO

Firmado digitalmente
por ADRIANA XIMENA
CUNDAR RUANO
Fecha: 2025.06.19
11:29:18 -05'00'

MsC. Adriana Cundar Ruano, Ph.D.

ENGLISH PROFESSOR

C.C. 1709268534

CAPÍTULO I.

1. INTRODUCCIÓN

En años recientes, la Responsabilidad Social de las Empresas (RSE) ha cobrado importancia como una estrategia que facilita a las organizaciones incluir valores éticos y sostenibles en su funcionamiento. Esto significa que no solo se persigue la obtención de ganancias financieras, sino también se fomenta el bienestar de la sociedad y se protege el medio ambiente. (Carroll & Shabana, 2010). La responsabilidad social empresarial es vista como un recurso esencial para aumentar la imagen de la empresa, cultivar la credibilidad entre los clientes y potenciar el crecimiento de las comunidades donde operan las compañías. (Garriga & Melé, 2004)

Por su parte, el concepto de crecimiento sostenible se centra en satisfacer las necesidades actuales sin afectar los recursos para las generaciones futuras. Este método integra elementos económicos, sociales y ambientales como fundamentos esenciales para el avance sostenible. (Brundtland, 1987). En el campo del turismo, esto lleva a la aplicación de actividades responsables de garantizar el mantenimiento del patrimonio cultural y natural, mientras que se crean las capacidades económicas para la comunidad local (Sachs, 2014).

La importancia de este estudio es crear estrategias que contribuyan al turismo sostenible, lo que puede equilibrar los requisitos económicos con las responsabilidades sociales y ambientales. En el contexto de Ecuador, en el que el turismo es una fuente significativa de ingresos y empleo, especialmente en las zonas rurales, es importante aceptar métodos complejos que tengan en cuenta las características culturales y geográficas de cada región. Salinas de Guaranda, debido a su capacidad para atraer turistas y su riqueza comunitaria, ofrece un entorno perfecto para establecer modelos de responsabilidad social empresarial. Esto también ayuda a fomentar el desarrollo económico, apoyar a las fuentes de ingreso de los habitantes y conservar su herencia natural y cultural. (Ecuador, 2020).

En Salinas de Guaranda, que se encuentra en la provincia de Bolívar, el sector turístico lidia con varios desafíos introducidos por la Responsabilidad Social Empresarial para alcanzar un desarrollo sostenible, aunque hay un notable potencial turístico y esfuerzos gubernamentales en la región.

Las empresas locales no tienen estrategias suficientes para equilibrar el desarrollo económico con responsabilidad social, dificultando la falta de recursos financieros, la falta de capacitación y la falta de apoyo estatal, evitando el desarrollo del turismo sostenible en este campo (Chavez & Ortega, 2021).

En este contexto, el presente trabajo de investigación analiza el impacto de la RSE en el crecimiento sostenible del sector turístico en Salinas de Guaranda. Además, se propone diseñar un modelo de gestión que facilite la implementación de la RSE en las empresas turísticas locales, contribuyendo al desarrollo sostenible y al mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes. (González & Castro, 2024)

1.1. Planteamiento del Problema

Según (Carroll & Shabana, 2010), la responsabilidad social (RSE) se centra en el hecho de que las empresas integran reglas éticas y estables con las actividades diarias, tratando de equilibrar las ganancias por las ayudas ambientales y sociales. Este método resalta la relevancia de cultivar relaciones éticas con las partes interesadas, favoreciendo elecciones que sean ventajosas para la comunidad y el entorno. La responsabilidad social empresarial busca fortalecer la reputación de la compañía, ganar la fe de los clientes y apoyar el crecimiento de las comunidades en las que tienen presencia las empresas. (Garriga & Melé, 2004)

Por otra parte, el crecimiento sostenible intenta armonizar el avance económico con la justicia social y la conservación del medio ambiente. Esta idea fue propuesta en un inicio por (Brundtland, 1987), mismo doctrinario determinó la importancia de que un líder político certifique y asegure que cada una de las demandas presentes sean atendidas completamente sin perjudicar todos los recursos de las próximas generaciones (Sachs, 2014). En el contexto turístico, esto significa utilizar cada uno de los recursos para preservar el legado cultural y ambiental, a la par que se encausan diversas oportunidades económicas para la población en cuestión.

En la región y localidad de Bolívar, particularmente en la parroquia de Salinas de Guaranda, la realidad turística enfrenta a retos significativos e importantes en la adopción y direccionamiento eficiente de la responsabilidad de carácter social empresarial y en alcanzar un desarrollo estable y duradero. Aunque el potencial turístico y las iniciativas públicas, las empresas locales no tienen suficientes estrategias brillantes para permitirles equilibrar el desarrollo económico con responsabilidades sociales y ambientales.

Uno de los temas más importantes es la falta de recursos financieros y capacitación, lo que limita la aplicación de práctica sostenible y responsable. Además, la falta de coordinación entre actores locales y el escaso apoyo gubernamental dificultan el crecimiento del turismo sostenible en la región, (Chavez & Ortega, 2021)

Por lo tanto, es vital explorar de qué manera la responsabilidad social empresarial puede ser aplicada eficientemente en el ámbito del turismo en Salinas de Guaranda, teniendo en cuenta las particularidades de la zona y las aspiraciones de sus residentes. Se necesitan investigaciones que evalúen el efecto de estas acciones en el avance sostenible, además de crear estructuras que promuevan la aceptación de la RSE en las compañías turísticas. Este análisis también tiene como objetivo formular un esquema que posibilite a las organizaciones turísticas ayudar al desarrollo sostenible, elevando el bienestar de las comunidades locales. (González & Castro, 2024).

1.1.1 Formulación del problema

¿Cómo la responsabilidad social empresarial afecta en el crecimiento sostenible en el sector turístico en la parroquia Salinas de Guaranda?

1.2. Justificación

La razón por la que decidí llevar a cabo esta investigación nace del interés genuino en impulsar un turismo más responsable y sostenible en la parroquia Salinas de Guaranda. A lo largo del tiempo, he podido observar cómo el turismo puede convertirse en una fuente importante de desarrollo económico. Sin embargo, también creo firmemente que su crecimiento debe ir de la mano con el cuidado del entorno y el bienestar de las comunidades que lo hacen posible.

En la actualidad, numerosas compañías del sector turístico en la zona todavía no han incorporado por completo la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en su modelo de gestión. Esto mitiga su habilidad para encausar efectos favorables en aspectos como la por ejemplo la creación de empleo local, la preservación de recursos naturales y el bienestar dentro de la comunidad. Es preocupante denotar que a pesar de las posibilidades que brinda Salinas de Guaranda, persisten desafíos como por ejemplo la falta de estrategias de carácter sostenibles, el escaso apoyo de tipo gubernamental y la limitada capacitación empresarial, misma realidad dificulta que el turismo se transmute en un verdadero impulsor y gestor del desarrollo.

El propósito de este análisis no es solamente detectar la situación vigente de la responsabilidad social empresarial en el sector turístico local, sino también ofrecer alternativas concretas que asistan a las compañías en la adopción de modelos de gestión sostenibles. A través de la evaluación y el diseño de un enfoque de RSE que se adapte a la situación de la parroquia, se busca proporcionar herramientas y tácticas que favorezcan el crecimiento del turismo responsable y mejoren la calidad de vida.

La investigación se realiza desde un enfoque personal y profesional: el turismo debe ser visto más allá de una simple actividad comercial, debe convertirse en un proceso que genere beneficios tanto sociales como ambientales. Con este proyecto, mi deseo es ayudar a construir un futuro donde el crecimiento económico de Salinas de Guaranda no ponga en peligro su patrimonio natural.

1.3. Objetivos

1.3.1. General

- Determinar como la responsabilidad social empresarial afecta en el crecimiento sostenible en el sector turístico en la parroquia Salinas de Guaranda

1.3.2. Específicos

- Diagnosticar la situación actual de la responsabilidad social de carácter empresarial y el crecimiento sostenible en el sector turístico en la parroquia Salinas de Guaranda
- Fundamentar teóricamente la responsabilidad social empresarial y el crecimiento sostenible en el sector turístico en la parroquia Salinas de Guaranda.
- Proponer un modelo de la responsabilidad social empresarial para el crecimiento sostenible en el sector turístico en la parroquia Salinas de Guaranda

CAPÍTULO II.

2. MARCO TEÓRICO.

2.1. Antecedentes

El análisis exhaustivo de la Responsabilidad Social Empresarial en las compañías de calzado de la provincia de Tungurahua ha logrado los objetivos planteados relacionados con el diseño e implementación de elementos del modelo de RSE, el cual ha sido respaldado teóricamente por diversas corrientes científicas como un impulsor del desarrollo sostenible. En realidad, se observa que el avance hacia un desarrollo sostenible en las empresas de calzado es escaso debido a la baja participación voluntaria en el cumplimiento completo de sus responsabilidades. Por otro lado, los consumidores muestran una alta intención de adquirir productos que cuentan con RSE, lo que indica que están dispuestos a apoyar las responsabilidades de las empresas (Azogue, Montenegro, Calderon, & Luna, 2017).

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) representa un enfoque gerencial que, en la administración contemporánea, se vuelve fundamental debido a las demandas y expectativas de la comunidad. Su implementación debe abarcar toda la organización, contribuyendo al Desarrollo Sostenible. Esto asegura un uso adecuado de los recursos naturales y pone de manifiesto ante la sociedad las prácticas empresariales positivas, generando aportes a la conservación del medio ambiente y, al mismo tiempo, incrementando los beneficios económicos. La combinación de estos tres aspectos: comunidad, medio ambiente y rentabilidad, da lugar a la formación de una empresa Sostenible. Esto a su vez mejora la reputación de la empresa, facilita mayor acceso al mercado, genera lealtad entre los clientes actuales y atrae a nuevos, logrando de esta manera los objetivos organizacionales. Es responsabilidad de los líderes y accionistas de cada empresa evaluar la viabilidad de llevar a cabo un plan a largo plazo orientado hacia el Desarrollo Sostenible, buscando estar al día en un entorno globalizado y lograr un impacto significativo en los diversos grupos de interés, tanto internos como externos (Coronel & Naranjo, 2018).

La investigación académica sobre Responsabilidad Social (RS), ya sea en su variante corporativa (RSC) o empresarial (RSE), ha aumentado en las últimas décadas. No obstante, sigue siendo escasa, sobre todo en lo que respecta a estudios por sectores. Al analizar las publicaciones más relevantes, notamos que hay pocos análisis y estudios

de caso acerca de la gestión de la RS en el ámbito turístico, a pesar de su importancia en nuestro país. El propósito principal de este artículo es ofrecer una breve revisión de algunos estudios y perspectivas sobre la RS, sugiriendo una línea de investigación que unos ambos temas: RS y turismo. Así, esta revista, al comenzar con este número, estaría fomentando la investigación en un ámbito crucial para el futuro: el turismo sostenible. (Miñan, 2001).

Este análisis investiga la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el ámbito turístico en su totalidad, y de manera particular, dentro del contexto del turismo sostenible. Se propone desde la perspectiva de que este ámbito financiero, vital para el desarrollo de varios países, debe evolucionar de manera sostenible a lo largo del tiempo. Por lo tanto, el turismo no puede florecer únicamente enfocándose en los beneficios económicos, pasando por alto la importancia de conservar y salvaguardar los recursos naturales, culturales, sociales e históricos de las áreas y comunidades en las que se realiza.

Por lo tanto, las acciones de responsabilidad social en el ámbito del turismo necesitan enfocarse en fomentar hábitos de turismo que sean sostenibles y respetuosos con el medio ambiente. Esto debe incluir a todos los involucrados en la industria, abarcando a las firmas que obtienen beneficios indirectos y, de manera particular, a los viajeros o turistas. Es esencial desarrollar en ellos una conciencia ecológica acerca de su entorno natural y rural. (Castillo & Pinilla, 2023).

2.2. La Responsabilidad Social Empresarial

2.2.1. Reseña Histórica

(Cevallos & MalvarezII, 2018) Mencionan que los primeros indicios de la **Responsabilidad Social Empresarial** pueden rastrearse hasta el siglo XIX, vinculándose a las acciones filantrópicas de los primeros hombres de negocio. Posteriormente, en la década de 1920, la entidad pasó de ser una organización benéfica individual para convertirse en una empresa. En los años 50, la globalización provocó un crecimiento acelerado del emprendimiento, generando desigualdades entre naciones y dentro de ellas, ya que algunos países acumularon riqueza mientras que otros quedaron rezagados. En varias naciones, esto resultó en un deterioro de las condiciones laborales, junto con un incremento en la contaminación derivada de las grandes escalas de industrialización y la explotación de recursos naturales no renovables. Estas circunstancias han llevado a que

el concepto de (RSE) sea cada vez más comentado en el sector empresarial y organizacional durante esos tiempos.

La historia de la responsabilidad social, según el sitio web expok, no tiene un punto de partida definido, pero si buscamos un antecedente, podemos mencionar que hay documentos que se remontan al siglo XIX, e incluso antes, que evidencian la actuación de algunas empresas en beneficio de sus trabajadores. La creación de las Naciones Unidas y más tarde de la Organización de Derechos Humanos estableció una base firme para promover la conciencia social. En la actualidad, la responsabilidad social ha sido formalizada mediante la formación de varias organizaciones a nivel global; en la actualidad, este concepto se aborda de manera distinta. Se han producido documentos relevantes como el Libro Verde y el Libro Blanco; además, se han emitido directrices importantes como las “Instrucciones de Emergencia”. Ni las normas de la OCDE ni la esperada norma ISO26000 son efectivas. No se trata de un sistema de certificación o gestión, sino más bien de un recurso para las entidades que realizan actividades que benefician a la sociedad. (Terrazas, 2013)

El origen de la RSE se remonta a las décadas de 1950 y 1960 en Estados Unidos y se estableció en Europa en los años 90, cuando la Comisión Europea empleó este concepto para motivar a los empresarios a participar en una estrategia laboral que promoviera una mayor cohesión social. La integración de los empresarios en las soluciones sociales permitió la reconciliación entre las empresas y la comunidad; esta situación facilitó la creación de conexiones sociales, el sentido de solidaridad y el respeto por el entorno. En la actualidad, la Responsabilidad Social Empresarial funciona como un medio que ayuda a crear relaciones de beneficio mutuo entre las metas empresariales y los intereses colectivos de la sociedad. Sin embargo, la organización utiliza estas relaciones para fomentar su crecimiento y asegurar la sostenibilidad total del negocio (Aguilera Castro & Puerto Becerra, 2012).

La coyuntura mundial en la actualidad se encuentra caracterizada por una serie de retos tanto sociales, como ambientales y económicos respectivamente, exige que busquemos nuevas y distintas formas de organizarnos. Existen ciertos elementos que podrían apoyar en el presente proceso, como por ejemplo la responsabilidad social de cada una de las empresas; sin embargo, persiste cierta confusión acerca de cada uno de los beneficios que se derivan de ello.

Por este motivo, se realiza un estudio literario para otorgar al lector una visión más clara y precisa sobre el presente tema. Los hallazgos sugieren que la responsabilidad social empresarial está asociada de manera favorable con factores significativos como la imagen de la marca, la intención de compra, el trabajo voluntario, el nivel de compromiso, la sostenibilidad y el desempeño organizacional, entre otros. Así, es vital continuar avanzando en la evolución teórica y práctica de la responsabilidad social tanto en el ámbito académico como en el sector empresarial. (Valdez, Hernández, & Jiménez, 2021).

2.2.2. Definiciones de la RSE

La responsabilidad social empresarial se puede entender como la obligación de las organizaciones de contribuir al progreso social, económico y ecológico mediante iniciativas que favorecen a la comunidad y a la sociedad. Esta práctica del negocio se basa en la consideración hacia las personas, la integridad ética, la conservación del medio ambiente y el desarrollo sostenible en su estrategia comercial. (Content, 2019)

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se refiere a la participación y voluntaria de las empresas en la mejora de los aspectos sociales, económicos y ambientales. Este enfoque de gestión incluye un conjunto de estrategias, prácticas y sistemas que buscan equilibrar las dimensiones económica, social y ambiental. Desde esta perspectiva, la RSE implica que las empresas integren, de manera voluntaria, preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones y en las relaciones con sus grupos de interés (Libro Verde de la Unión Europea, 2001, citado por Porto y Castromán, 2006).

Ser socialmente responsable no se limita al cumplimiento de las leyes, sino que implica ir más allá, invirtiendo en el desarrollo del capital humano, el entorno y las conexiones con los interlocutores. Según Gallo, citado por Verduzco (2006), la RSE es considerada como la capacidad de una empresa para entender, además de atender y satisfacer cada una de las legítimas expectativas de quienes contribuyen y aportan a su desarrollo, alineando sus actividades con las necesidades de sus miembros, de la sociedad en general y de quienes se benefician de su trabajo, promoviendo simultáneamente (Tanoira, 2008).

La responsabilidad social de carácter empresarial implica un compromiso amplio, decidido y continuo de cada una de las organizaciones para alcanzar y ostentar sus objetivos, tanto internos como externos; el presente enfoque toma en cuenta las cada una

de las expectativas financieras, sociales y ecológicas respectivamente de todos los interesados en cuestión, destacando la importancia del respeto hacia los ciudadanos y personas, además de incluir los principios éticos, junto a la comunidad y el entorno, para fomentar e impulsar el bienestar colectivo. La responsabilidad de carácter social de cada una de las empresas ha evolucionado y progresado hacia un modelo moderno de gestión, en el que cada una de las entidades persiguen la sostenibilidad en los diversos aspectos económicos, sociales y también ambientales. Además, dan prioridad a los intereses de los diversos grupos con los que se relacionan, fomentando la conservación del medio ambiente y el correspondiente bienestar de las futuras generaciones (Calderón, 2017).

La responsabilidad social empresarial juega un papel fundamental en el impulso del crecimiento de las empresas, ya que ayuda a crear iniciativas que mejoran la visibilidad de la marca, actualizan la imagen de la empresa y fortalecen la lealtad de los consumidores. Además, al acrecentar la reputación y la confianza respectivamente en la organización, se aporta y favorece en cuanto a la aceptación entre los grupos interesados, con especial atención a las actividades que se consideran éticas, así como reflexivas y genuinas. En el presente contexto, la RSE no solo impulsa y alienta el crecimiento de la organización, sino que también mejora sustancial y notablemente su imagen y credibilidad, logrando reconocimiento ante cada uno de sus grupos de interés, sobre todo cuando el compromiso con la presente estrategia de responsabilidad social se observa como considerado, además de moral y auténtico respectivamente (Aguilera Castro & Puerto Becerra, 2012).

2.2.3. Importancia de la RSE

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es esencial para las organizaciones, dado que mejora su imagen y proporciona ventajas concretas como la fidelidad de los consumidores y la disminución de gastos operativos. Además, ayuda a crear una sociedad más equitativa al impulsar condiciones de trabajo adecuadas, abordar las necesidades y retos de la comunidad, y apoyar la conservación del entorno natural (Calderon, 2023).

2.2.4. Principios de la RSE

Según (Guzman, 2022), a finales del año 2010 se lanzó la norma ISO 26000 con la intención de ofrecer una guía útil sobre las bases que respaldan la adopción de la responsabilidad social empresarial, ayudando así a las empresas a ser vistas como socialmente responsables.

- **Responsabilidad:** Este principio se aplica no sólo a la información financiera sino también a la rendición de cuentas a nivel corporativo. ¿Cómo se comunican y monitorean actualmente los resultados y procesos? ¿Está garantizada la transparencia?
- **Transparencia:** Las empresas deben ser responsables de revelar información relacionada con sus operaciones; comprender sus impactos positivos o negativos sobre el medio ambiente y la sociedad.
- **Respetar la posición de las partes involucradas:** Una empresa debe tomar las medidas y métodos necesarios para respetar la posición de las partes interesadas, como inversores y accionistas.
- **Comportamiento ético:** Las empresas deben integrar valores éticos en sus prácticas y procesos de toma de decisiones, así como en sus comunicaciones internas y en su entorno de trabajo. Para garantizar el cumplimiento de este principio, la mejor estrategia es crear un Código Ético que defina los valores de la empresa y que todo empleado debe respetar.
- **Cumplimiento de los principios legales:** Las empresas están obligadas a cumplir el marco legal, reglamentos, leyes y normas aplicables en su ámbito de actuación y mercado.
- **Respetar las normas internacionales de conducta:** El cumplimiento de los compromisos y estándares internacionales de RSE también forma parte de los principios de funcionamiento de la asociación.
- **Respetar los derechos humanos:** El conocimiento y la protección de los derechos humanos es uno de los fundamentos principales de la responsabilidad social empresarial, permitiendo comprender la base de las actividades internas y externas de la empresa (Guzman, 2022).

2.2.5. Beneficios y objetivos de la RSE

Más allá de los compromisos, la importancia de la responsabilidad social corporativa también se centra en cada uno de los beneficios que impactan y mejoran progresivamente el desempeño de su negocio. También se convierten en indicadores objetivos que nos permiten comprobar si se están alcanzando los objetivos deseados por la empresa (Guzman, 2022).

Por tanto, además de los beneficios, los objetivos de la responsabilidad social corporativa incluyen:

- Mejorar los productos y procesos de fabricación. Teniendo en cuenta las opiniones y necesidades de los clientes o consumidores, se introducirán mejoras innovadoras en el proceso de producción, que en última instancia conducirán a una mejor calidad del producto.
- Reclutamiento y retención del talento. Actualmente, los principios de la organización y la consideración de los derechos humanos y el cuidado del medio ambiente son factores que los profesionales tienen en cuenta al buscar opciones para su crecimiento a largo plazo. El personal que coincide con los principios de la organización y colabora entre sí fomenta una mayor fidelidad y reduce la rotación.
- Aumentar la productividad mejorando la motivación y la lealtad de los empleados mediante condiciones de trabajo buenas y seguras ayudará a aumentar sus niveles de productividad.
- El ahorro y el aumento de las ganancias son otros beneficios tangibles de la responsabilidad social corporativa, mientras que el aumento de la productividad mejora el rendimiento del negocio.
- La lealtad de los clientes y proveedores a través de la divulgación transparente de la información y los valores de la empresa aumentará la confianza de los consumidores y proveedores, aumentando así la lealtad. Los consumidores de hoy esperan más que sólo calidad; A la hora de adquirir un servicio o producto tienen en cuenta los valores y el respeto al medio ambiente.
- Optimizar la percepción pública. Este elemento, que guarda relación con lo previamente expuesto, se centra en generar valor y comunicar datos de forma transparente, aumentando así su posición como marca y negocio, al tiempo que fortalece su imagen.
- Aumentar la eficiencia en el uso de energía mediante la adopción de métodos y prácticas sostenibles, incorporando tecnologías más innovadoras en el funcionamiento de la empresa para mitigar los efectos negativos en el medio ambiente y maximizar el ahorro energético.

- Ventaja competitiva: la adopción de nuevas tecnologías mejorará el nivel y la calidad de producción en su proceso, dándole así una ventaja competitiva en el mercado (Guzman, 2022).

2.2.6. Características de la RSE

- La RSE se concibe como un enfoque holístico de los negocios, donde la empresa busca crear valor no solo económico (beneficios), sino también ambiental (cuidado del planeta) y social (bienestar de las personas).
- La RSE está presente en todos los procesos empresariales. Esto implica que cada decisión tomada busca equilibrar los intereses de todos los actores involucrados.
- La implementación de la RSE es única para cada empresa, adaptándose a su tamaño, sector, cultura y estrategia corporativa.
- La RSE es un enfoque que permite a las compañías obtener ganancias sostenibles en el tiempo, ya que disminuye gastos al mejorar los procedimientos, impulsa la expansión (mediante productos, mercados y clientela nueva) y aumenta la imagen de la organización.
- La RSE es aplicable tanto en pequeñas y medianas empresas (PYMES) como en grandes corporaciones. En muchos casos, puede ser más fácil de implementar en una PYME, ya que el modelo de gestión sostenible se introduce desde el inicio del crecimiento, integrándose en la cultura organizacional (Ruiz, 2023).

2.2.7. Responsabilidad Social Empresarial en las PyMEs

Las organizaciones actuales comprenden que su prosperidad no se basa únicamente en los ingresos, sino también en la importancia de colaborar con todos los grupos involucrados para aumentar su competitividad y adaptarse a las transformaciones del mercado global contemporáneo. El estudio se realizó utilizando un método transversal, enfocándose en las pequeñas y medianas empresas que actualmente aplican principios de responsabilidad social corporativa y que son parte de CANACINTRA en Hermosillo, Sonora. (Encina, Zolano, & Guillermo, 2018).

El objetivo de esta investigación es analizar si las iniciativas y políticas de responsabilidad social empresarial influyen en el logro empresarial. Los hallazgos indicaron que, para la mayoría de los encuestados, la responsabilidad social empresarial eleva la calidad de vida laboral de los trabajadores y su participación en la comunidad. Sin embargo, sus acciones se centran en manipular y crear una imagen ante los ojos de

los clientes con el fin de aumentar las ventas. Pocos mencionan las preocupaciones y la protección del medio ambiente o el tema de las actividades caritativas. Ninguna empresa cumple plenamente con este concepto y, por tanto, no puede considerarse una empresa socialmente responsable, ni en el sentido amplio ni en el estrecho de la palabra (Encina, Zolano, & Guillermo, 2018).

2.2.8. Grupos de interés o Stakeholders

Desde la perspectiva de la disponibilidad social, las empresas inteligentes reconocen que tanto el entorno interno como externo está compuesto por diversos grupos y personas interesadas en ellas, conocidos en la literatura administrativa como grupos de interés o Stakeholders (Daft, 2000). Según Weiss (2006), un Stakeholders es cualquier individuo o grupo que puede ser afectado por las acciones, decisiones, políticas o prácticas de la empresa. Freeman (1984), define que cada uno de los grupos o individuos implicados e involucrados son aquellos que "pueden redireccionar o influir en cada una de las metas de una compañía o que son influidos o afectados por ellas".

Freeman (1984), la hipótesis de cada uno de los grupos de presión indica y señala que las compañías necesitan determinar y establecer una relación evidente, precisa y bien gestionada con los diversos participantes en cuestión, mismo que impactan o son impactados por su posterior labor. Esta relación puede ser direccionada o analizada en tres categorías fundamentales: el nivel de vínculos, que se enfoca en la adecuada conexión que se desarrolla con cada grupo de trabajo; el nivel de gestión, que alude y delimita a la forma en que esa relación se administra correctamente en la práctica; y el nivel de intercambios, donde se realizan cada una de las transacciones entre la compañía y sus respectivos grupos de presión. Entender esta teoría ayuda a prevenir conflictos y a establecer expectativas definidas. Además, sugiere que las organizaciones optimicen sus procesos estratégicos, considerando las necesidades e intereses de los diferentes sectores con los que se relacionan.

Las empresas no interactúan con la sociedad de manera general, sino a través de diversos grupos de interés, lo cual facilita el establecimiento de conexiones más directas y específicas. Por esta razón, es crucial que las organizaciones establezcan objetivos claros con cada uno de estos grupos, para mejorar la comunicación y la comprensión entre ambas partes. Respecto a la empresa en sí, la Responsabilidad Social consiste en generar valor financiero, fomentar una conducta ética dentro de la organización y mantener una

visión que esté en sintonía con su misión, entorno y sostenibilidad; En lo que se refiere a los accionistas, el objetivo es asegurar la transparencia en la administración y salvaguardar sus derechos mediante normas equitativas y claramente definidas; Con respecto a los empleados, el enfoque del compromiso debe centrarse en ofrecer oportunidades para su crecimiento tanto personal como profesional, lo que ayuda a mejorar su calidad de vida (Castro & Becerra, 2012).

2.2.9. Crecimiento Sostenible

2.2.10. Definiciones del Crecimiento Sostenible

El desarrollo sostenible se manifiesta y describe como una forma y manera de administración que considera cada uno de los efectos sociales y medioambientales que una entidad puede encausar en el largo plazo, en el presente ámbito de su desarrollo de carácter económico. La presente perspectiva promueve e impulsa la permanencia de la empresa en cuestión, orientada y encaminada por principios éticos y obligaciones en sus diversas acciones, a diferencia de aquellas compañías que prefieren las ganancias inmediatas sin importar las repercusiones y consecuencias; la relevancia del desarrollo sostenible se encuentra en su capacidad de impulsar un efectivo equilibrio entre el progreso económico y la correspondiente protección del medioambiente.

De forma similar, la efectiva sostenibilidad examina cada una de las implicancias económicas de las decisiones de carácter estratégicas de una empresa, así como el posterior impacto social de tales decisiones, especialmente en diversos grupos y comunidades en riesgo. Además, es importante y esencial fomentar un ambiente de innovación dentro de la correspondiente empresa, enfocándose en diversas ideas creativas que promuevan e impulsen el uso responsable de los recursos sin perjudicar o afectar la competitividad, la eficiencia y la calidad. (cocur, 2024).

La preocupación por el crecimiento de carácter económico y cada uno de sus efectos se está volviendo cada vez más importante y relevante, sobre todo para las empresas, que deben hallar diversas formas de adaptarse a un mercado más feroz. En este contexto, la correspondiente sostenibilidad, que abarca cada una de las dimensiones ambientales, sociales y también económicas, puede ser una estrategia importante y clave para las organizaciones. El objetivo principal y esencial de la sostenibilidad es armonizar adecuadamente el desarrollo económico con la gestión del entorno social y la respectiva conservación del medio ambiente. Sin embargo, en un contexto de incertidumbre, las

empresas necesitan recursos que les ayuden tanto en sus decisiones como en el diseño de sus estrategias (Lafuente & Paula, 2010).

2.2.11. Importancia de un Crecimiento Sostenible

El desarrollo sostenible es importante por varias razones. En primer lugar, implica un método de gestión que favorece la armonía entre el progreso económico y la protección del entorno.

De igual manera, toma en cuenta no solo los impactos económicos de las decisiones estratégicas de la organización, sino también las consecuencias sociales que estas pueden generar en las comunidades y grupos más desfavorecidos. En otro sentido, la correspondiente sostenibilidad es parte fundamental para fomentar e impulsar una mentalidad innovadora en la respectiva empresa, promoviendo e impulsando ideas ingeniosas que favorezcan a aporten al uso consciente de cada uno de los recursos, sin afectar la adecuada competitividad, la efectividad y la excelencia.

Es menester destacar que las empresas que adoptan y acogen este enfoque de desarrollo poseen un importante compromiso social más sólido y denotan una mayor habilidad para reajustarse a cada una de las transformaciones del mercado y a las nuevas y actuales normativas legales. (Cocur, 2024)

2.2.12. Beneficios de un crecimiento sostenible a largo plazo

- Reducción en gastos operativos y comerciales, gracias a métodos más eficientes que maximizan recursos y eliminan costos innecesarios.
- Aumento en los ingresos, ya que la eficacia en las operaciones internas resulta en mejores rendimientos financieros y una mayor eficiencia global.
- Mejora en la imagen de la empresa, lo cual facilita la atracción de talento capacitado y genera confianza entre consumidores y socios estratégicos.
- Mayor satisfacción y retención del personal; gracias a la incorporación de un ambiente laboral mucho más positivo que fomenta e impulsa el crecimiento profesional y personal de cada uno de los empleados.
- Compromiso permanente con la sostenibilidad social, reflejado en la reducción o disminución de diversas emisiones contaminantes, el correspondiente reciclaje de materiales, junto a la reducción de residuos y la participación en cada una de las necesidades comunitarias.

- Oportunidad de inmiscuir e incursionar en nuevos mercados y mejorar la efectiva posición competitiva, al proyectar una imagen mucho más responsable y sostenible ante distintos clientes y socios.
- Obtención de incentivos fiscales y empresariales, como reconocimiento a sus prácticas sostenibles y su aporte al desarrollo económico y social.

Estos beneficios han sido ampliamente reconocidos en estudios sobre sostenibilidad empresarial. (Latam, 2024)

2.2.13. Claves para que tu empresa sea sostenible

- Responsabilidad Social Corporativa (RSC), estableciendo un plan de acción claro con objetivos orientados a mejorar los aspectos ambientales, sociales y económicos de la empresa
- Transparencia, por ejemplo, mediante la publicación en el sitio web de la empresa de indicadores como la huella fiscal, de carbono o hídrica, lo cual fortalecerá la confianza en la empresa y sus iniciativas.
- Certificaciones éticas, garantizando que los materiales utilizados en la producción cumplen con estándares que respetan los derechos laborales y el medio ambiente.
- Aplicación de la regla de las tres R: Reducir, reciclar y reutilizar, promoviendo un consumo responsable, otorgando una segunda vida a los productos y generando nuevos productos a partir de estos materiales (Latam, 2024).

2.2.14. Crecimiento sostenible y resiliencia

Un aspecto sustancial es de qué manera la habilidad de adaptación de cada una de las empresas y los diversos sistemas económicos fomenta un progreso de carácter sostenible y justo. Situaciones de crisis, como por ejemplo la pandemia, han puesto de manifiesto la efectiva importancia de contar con diversos sistemas económicos que puedan reajustarse y enfrentar las distintas disrupciones. Las presente estrategias centradas en la capacidad de recuperación, como por ejemplo la capacitación del personal y la correspondiente inversión en habilidades digitales, pueden impulsar un incremento de hasta un 4. 5% cada año en ciertos contextos hasta el año 2030. Así, la resiliencia se convierte en un factor estratégico que ayuda a sostener el crecimiento y a mitigar los impactos negativos en tiempos de crisis (Brende & Sternfels, 2022).

2.2.15. Desarrollo humano y crecimiento económico

El avance económico que perdure en el tiempo no debería ser únicamente un objetivo financiero, sino que debe relacionarse con el bienestar de las personas. Esto significa que los beneficios económicos deben destinarse a la optimización de la salud, la educación y las oportunidades para todos, fomentando una distribución justa. Este enfoque tiene como finalidad garantizar que el crecimiento económico mejore la calidad de vida sin poner en riesgo los recursos para el futuro, un concepto que la ONU describió como "desarrollo sostenible" en su documento "Nuestro Futuro Común". (Grábalos, Lafuente, & Bahillo, 2017)

2.2.16. Desafíos del desarrollo sostenible

Aunque el desarrollo sostenible se presenta como una meta ideal, su implementación enfrenta dificultades prácticas y críticas. Existen diversas y distintas interpretaciones del término, especialmente cuando se aplica o incorpora a sistemas económicos centrados y encasillados en el crecimiento continuo. El progresivo desarrollo sostenible necesita la combinación de cada uno de los elementos económicos, sociales y también medioambientales, pero a menudo se aborda de manera y modo superficial, sin la incorporación de un compromiso auténtico con sus verdaderos fundamentos.

La posterior ejecución del desarrollo sostenible enfrenta diversos retos al intentar pasar a economías inclusivas y también responsables con el medio ambiente; cada una de las restricciones incluyen políticas y diversos sistemas económicos que favorecen e impulsan las ganancias inmediatas, lo que bloquea cada uno de los compromisos reales con la aplicación de prácticas sostenibles. Además, el concepto puede ser malentendido, aplicándose de manera simplista, sin tener en cuenta la justicia social y la conservación ambiental en su conjunto. Estos retos destacan la importancia de una reestructuración que ponga la sostenibilidad como prioridad en todos los niveles de planificación y ejecución. (Palacios & Hernández, 2018)

2.2.17. Principios del crecimiento sostenible

- **Principio 1.** Respeto por el medio ambiente y la biodiversidad: Este principio subraya la necesidad de reconocer y corregir los daños históricos a los ecosistemas causados por actividades humanas. Implica adoptar medidas para proteger los hábitats naturales, promover la conservación de especies y erradicar prácticas destructivas como la deforestación y la contaminación.

- **Principio 2.** Empleo responsable de cada uno de los ecosistemas: Es esencial impulsar y promover el uso eficiente y sostenible de todos los recursos naturales; a esto se incluye impulsar el reciclaje, adoptar diversas fuentes de energía renovables y mitigar desechos, siempre con la meta de reducir progresivamente el impacto ambiental y salvaguardar que cada uno de los recursos estén accesibles para futuras generaciones.
- **Principio 3.** Justicia social y económica: Certificar que todos los individuos en la comunidad puedan acceder equitativamente a cada uno de recursos y oportunidades; el presente enfoque busca el bienestar social a través de la incorporación de iniciativas que promueven e impulsan la equidad económica, reduciendo y mitigando las desigualdades y brindando apoyo a cada uno de los grupos más necesitados.
- **Principio 4.** Involucramiento ciudadano y decisiones colectivas: Para alcanzar un desarrollo de carácter sostenible, es importante que los ciudadanos participen en la toma de decisiones adecuadas en los ámbitos político y económico respectivamente; la democracia participativa asegura y certifica que se consideren las voces de todos los sectores de la sociedad, lo que mejora adecuadamente la efectividad de las políticas y fomenta un sentido evidente de responsabilidad compartida en general.
- **Principio 5.** Educación y conciencia ambiental para el cambio positivo: Es crucial crear una cultura que valore la sostenibilidad. Esto se logra mediante la educación ambiental, que sensibiliza a la población desde temprana edad sobre los impactos de las actividades humanas y promueve prácticas que ayudan a preservar el medio ambiente (Guevara, 2024).

CAPÍTULO III.

3. METODOLOGIA

3.1. Metodología

Según (People, 2024), la metodología es el conjunto de estrategias, técnicas y procedimientos empleados en un estudio para recolectar, analizar e interpretar datos, permitiendo a los investigadores responder de manera sistemática a sus preguntas de investigación.

3.2. Método hipotético – deductivo

En la presente investigación se aplicó el método hipotético- deductivo el cual permitió su desarrollo. Según (Popper, 2002), este enfoque consiste en formular las dos hipótesis y luego someterlas a prueba mediante observación y experimentación para verificar si se cumplen en la realidad. Este método permitió descartar hipótesis incorrectas y centrarse en aquellas que se ajustan a los datos observados.

Los pasos del método Hipotético-Deductivo según (Jácome, 2016), son:

- **Observación**

En la presente investigación realizada en la parroquia Salinas de Guaranda, se identificó la ausencia de un modelo que promuevan el crecimiento sostenible.

- **Construcción de la Hipótesis**

Para la presente investigación se estableció dos hipótesis probabilísticas que expliquen el fenómeno de estudio.

- **Deducción de consecuencias a partir de la hipótesis**

A través de la investigación teórica y la recolección de datos que se realizó mediante encuestas se verifico las hipótesis.

- **Contrastación de enunciados**

Se encontró determinaciones sobre el estudio de los resultados del trabajo realizado.

- **Confirmación o refutación**

Se confirma o rechaza la hipótesis.

3.3. Tipo de investigación

3.3.1. Investigación Descriptiva

Este método permitió comprender las características de un grupo o fenómeno específico, como preferencias de consumo o comportamientos, pero no proporciona una base para establecer relaciones de causalidad (Arellano, 2023).

Este tipo de investigación permitió obtener información sobre las variables estudiadas. Además, se describió claramente la situación de la responsabilidad social empresarial y su impacto en el crecimiento sostenible del sector turístico en la parroquia Salinas de Guaranda.

3.4. Investigación de campo

La investigación de campo es especialmente útil para estudiar el comportamiento humano en contextos específicos o la interacción entre los sujetos y su entorno, permitiendo obtener información detallada y contextualizada del fenómeno en su entorno real (Rhoton, 2023).

En esta investigación se obtuvo información directamente del sector turístico de la parroquia Salinas de Guaranda, donde se recopiló todos los datos necesarios mediante documentos específicos como encuestas y entrevistas.

3.5. Hipótesis

Una hipótesis es una suposición de algo que podría ser posible o no. En este sentido, la hipótesis representa una idea a partir de la cual se cuestionó por qué ocurre algo, ya sea un fenómeno, un hecho o un proceso (Coelho, 2021).

H_i: La responsabilidad social empresarial afecta en el crecimiento sostenible en el sector turístico en la parroquia Salinas de Guaranda.

H₀: La responsabilidad social empresarial no afecta en el crecimiento sostenible en el sector turístico en la parroquia Salinas de Guaranda

3.6. Técnica e instrumento

3.6.1. Técnica

Generalmente, se refiere a todas las normas, procedimientos y/o protocolos que se implementan para alcanzar un propósito específico y claro. Este concepto se puede aplicar en diversos campos, desde el arte y la informática hasta el deporte, la ciencia y prácticamente todas las actividades humanas (Enciclopedia Concepto, 2024).

- Encuesta

La encuesta es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas (Hernández, García, Abejón, & Zazo, 2010), está dirigida a todos los trabajadores de cada empresa del sector turístico de la parroquia de Salinas de Guaranda

3.6.2. Instrumento

Según (Navarro, 2018), es una herramienta utilizada para realizar algún tipo de actividad, generalmente una actividad manual el término instrumento también se utilizó para referirse a un objeto.

- Cuestionario de la encuesta

Un cuestionario es el tipo de encuesta que se realiza por escrito, utilizando un formato de papel que contiene una serie de preguntas. (Arias, 2012), este cuestionario será aplicado a todos los gerentes de cada empresa en el sector turístico de la parroquia Salinas de Guaranda

3.7. Población y muestra

3.7.1 Población

Es un conjunto de elementos que contienen ciertas características que se pretenden estudiar. (Ventura-León, 2017)

Tabla 1: Población

Descripción	Números
Total, de gerentes de las empresas turísticas	4
Total, de las personas que trabajan en las empresas	27
Total, de la población	31

Elaborado Por: Masabanda E, (2025)

3.7.2 Muestra

Una muestra es entendida como un subconjunto de la población conformado por unidades de análisis. (Ventura-León, 2017)

Debido al número reducido no se aplicó el muestreo y se trabajará con el universo.

CAPÍTULO IV.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Análisis de los resultados

En las entrevistas realizadas a los gerentes de cada empresa del sector turístico en Salinas de Guaranda, se ha observado la falta de compromiso con el cuidado del medio ambiente y en crear proyectos a largo plazo, sería de vital importancia llegar más a fondo con lo que es la responsabilidad social empresarial y el crecimiento sostenible de estas empresas para que tengan mucho éxito a futuro, ellos nos cuenta su experiencia en base a la forma que piensan ellos en generar trabajo para los jóvenes es a base de capacitaciones en camino con el Ministerio de Turismo, de esa manera ayudamos a los jóvenes para que no emigren, también en esta parte de reducir residuos contaminantes había un emprendimiento llamado “Ecoaldea” que se centra en reciclar las botellas de vidrio y también lo que es la madera en base a eso tenía una casa ecológica.

Salinas hoy en día la batuta a la hemos estado tomando los jóvenes y como CTC brindamos el apoyo a este grupo de jóvenes existe un colectivo que se llama “ Sembrando Vida” prácticamente cada año se siembran plantas alrededor de 1500 a 2500 plantas y como CTC se les brinda este apoyo para que puedan hacer todas las gestiones, esta es una parte fundamental para conservar los espacio naturales, la Comuna Matiavi Salinas han estado trabajando en adjudicar todos estos espacios turísticos y que se cumplan las normativas respectivas en el tema de los recursos hídricos. Por otra parte, las comunidades también han contado con capacitaciones en reducir residuos como el agua en el cual están haciendo reservorios de agua para evitar la sequía de ahí poco a poco ir conservando el agua.

También se llevan a cabo las capacitaciones más que generar empleo es generar emprendimientos. muchos de los jóvenes han sido participes de crear emprendimientos se les ha capacitado en el manejo de alimentos, atención al cliente y en facturación ya que hoy en día es bastante importante para nuestra pequeña o media empresa. También se trata con el Ministerio de Turismo para crear más espacios turísticos ya que Salinas tiene un gran potencial se ha estado dando más importancia al mirador del Gavilán entonces con ellos hemos estado trabajando con el proyecto de reestructuración de la infraestructura ya que es un espacio amplio, se ha podido hacer convenios con diferentes

universidades una de ellas es la Universidad Técnica de Ambato de la carrera de arquitectura a través de ello hemos estado capacitando.

Hoy en día también se trabaja con un proyecto turístico vivencial cuenta con una parte del páramo y la del subtropical es lo que hace increíble a Salinas, las comunidades como Natahua se les ha brindado llegar con turistas lo cual se les ha capacitado a las personas con atención al cliente y también se ha implementado un convenio con la Universidad de Bolívar y también un poco el tema de guíaanza lo cual tienen un sin número de artesanías, también en estas zonas tenemos diferentes atractivos turísticos también hemos trabajado en esta parte de la señalización de los caminos para los turistas, dentro de estas rutas del páramo están lo que es el cachimán camino de la sal en la parte céntrica, la ruta del emprendimiento y en la zona subtropical, la ruta del contrabando con el fin de mantener los senderos, que no haya contaminación y cuidando el tema de la señaléticas.

Como proyectos sociales existen las mingas esto viene desde hace años, de generación en generación dentro de esto están involucrados colaboradores como los prestadores de servicios, los restaurantes, los hoteles, el grupo Salinas, lo cual pertenece a las empresas de Salinas, el GAD parroquial, etc. Con el fin de mejorar los atractivos turísticos de Salinas el principal que es las minas de sal ya que el año anterior han hecho unas mingas y se ha rescatado parte del patrimonio así mismo van fortaleciendo año tras año el cuidado con la naturaleza.

Finalmente es importante recalcar que dan capacitaciones a los turistas en conservar los recursos naturales y cuidar de ello, es primordial una charla comunitaria con un líder comunitario que en este caso es el padre Antonio Polo a través del damos un mensaje de un “Salinas Limpio”, tenemos espacios donde tenemos contacto directo con la naturaleza como: la Laguna de los Sueños es un referente muy importante de mucha tranquilidad libre de contaminación , aire puro, parte de la guíaanza turística de los guías mencionamos de que siempre, si generamos basura pues tratar de cuidar estos espacios también se está trabajando en esta parte de los contenedores sabemos que una ciudad o un pueblito limpio no es el que más se limpia si no el que menos se ensucia, se trata en lo más mínimo de contaminar Salinas.

4.2 Análisis de datos

Una vez que se ha concluido con la recopilación de información, es decir cuando hemos obtenido la información necesaria sobre las encuestas sobre la Responsabilidad

Social Empresarial y el Crecimiento Sostenible del Sector Turístico de la Parroquia Salinas de Guaranda, aplicado a 27 personas que trabajan en las empresas.

Pregunta 1. Género

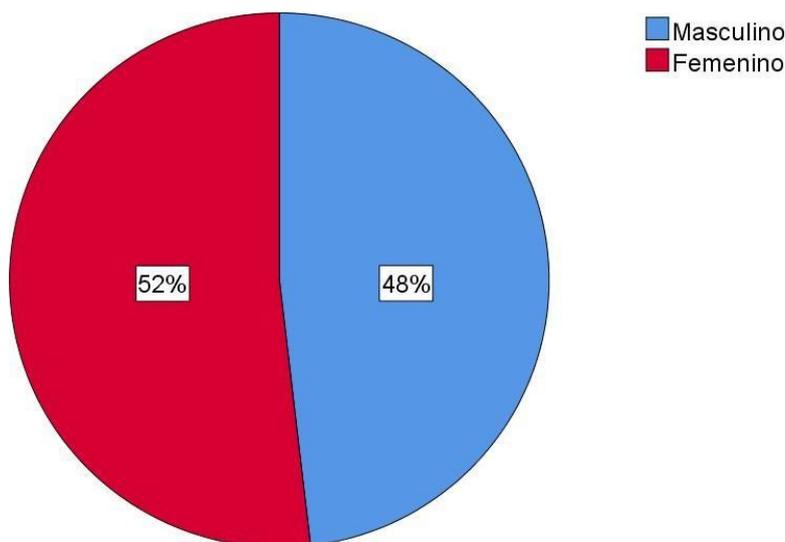
Tabla 2. Género

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Masculino	13	48%
Femenino	14	52%
Total	27	100%

Fuente: Empresas turísticas de la parroquia Salinas de Guaranda

Elaborado: Masabanda E, (2025)

Grafica 1. Género



Fuente: Empresas turísticas de la parroquia Salinas de Guaranda

Elaborado: Masabanda E, (2025)

Análisis e interpretación: En esta grafica se muestra la distribución de genero de 27 personas, 13 personas del género masculino lo que representa 48% del total. Por otro lado, 14 personas del género femenino lo que representa el 52%. Podemos decir que la RSE en el sector turístico de Salinas no solo Contribuye con el crecimiento sostenible, sino que también asegura la inclusión y la diversidad de género, lo cual es crucial para el progreso social y económico de la parroquia, podemos decir que muestra un indicador positivo que refleja un potencial del sector encaminado así un futuro sostenible.

Pregunta 2. Edad

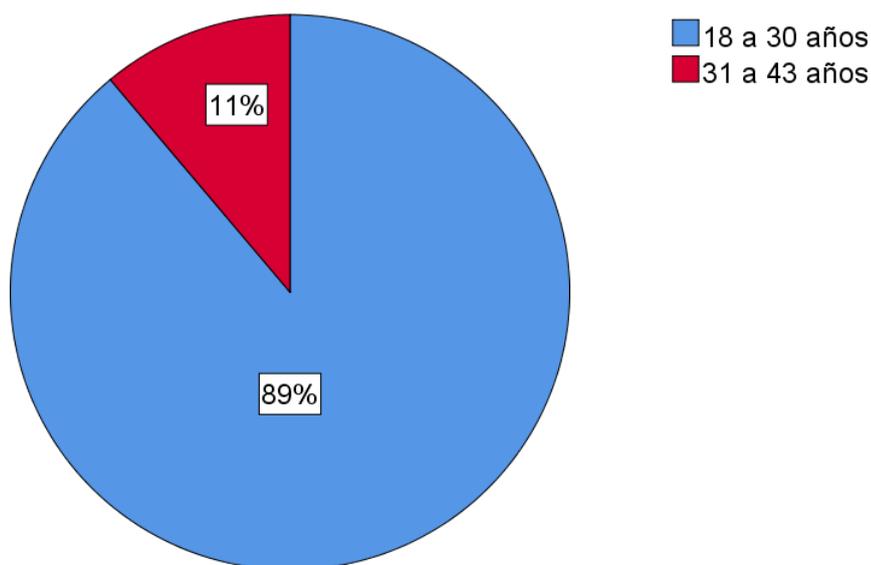
Tabla 3. Edad

Descripción	Cantidad	Porcentaje
18 a 30 años	24	89%
31 a 43 años	3	11%
44 a 56 años	0	0%
57 a más años	0	0%
Total	27	100%

Fuente: Empresas turísticas de la parroquia Salinas de Guaranda

Elaborado: Masabanda E, (2025)

Grafica 2. Edad



Fuente: Empresas turísticas de la parroquia Salinas de Guaranda

Elaborado: Masabanda E, (2025)

Análisis e interpretación: En esta grafica se muestra, la distribución de la edad entre la muestra de 27 personas revela que el grupo más representativo es el de 18 a 30 años, con un 89% del total, también está el de 31 a 43 años que representa el 11% del total, entonces las distribuciones de las empresas en el sector turístico de Salinas, reflejan que trabajan más personas jóvenes y eso es bueno dando a entender la diversidad en la RSE y el crecimiento sostenible a largo plazo con nuevas ideas o expectativas nuevas.

Pregunta 3. Nivel de educación

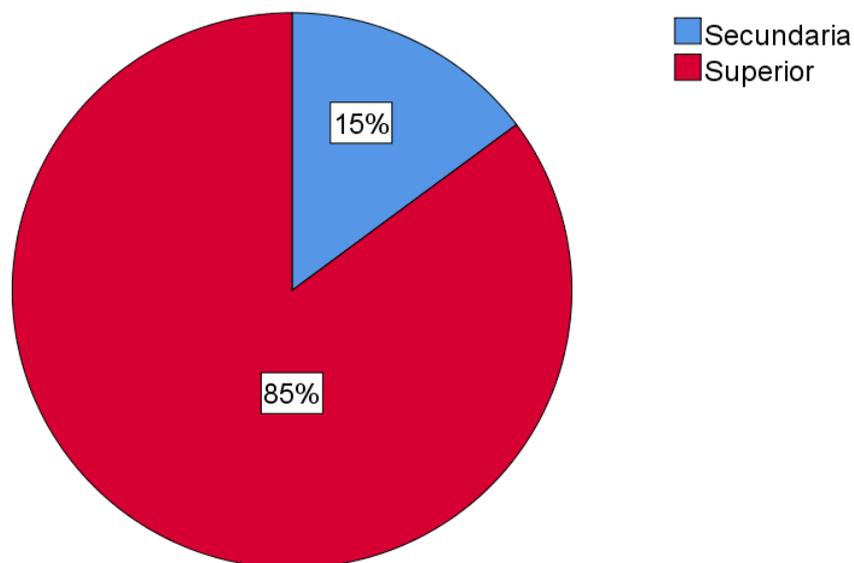
Tabla 4. Nivel de educación

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Primaria	0%	0%
Secundaria	3%	15%
Superior	23%	85%
Total	26	100%

Fuente: Empresas turísticas de la parroquia Salinas de Guaranda

Elaborado: Masabanda E, (2025)

Grafica 3. Nivel de educación



Fuente: Empresas turísticas de la parroquia Salinas de Guaranda.

Elaborado: Masabanda E, (2025)

Análisis e interpretación: En esta grafica se muestra el 85% de los empleados del sector turístico de Salinas tienen educación superior, por otro lado el 15% de los empleados tiene una educación secundaria, esto da a entender que en las empresas del sector turístico de Salinas existen personas que tienen la capacidad para trabajar en ello porque todos tienen un título universitario ya que reflejan que las personas son más preparadas sin embargo sería de vital importancia dar capacitaciones a las empresas sobre el manual de la RSE en camino con el crecimiento sostenible.

Pregunta 4. ¿En su empresa existen diversas políticas formales de sostenibilidad implementadas?

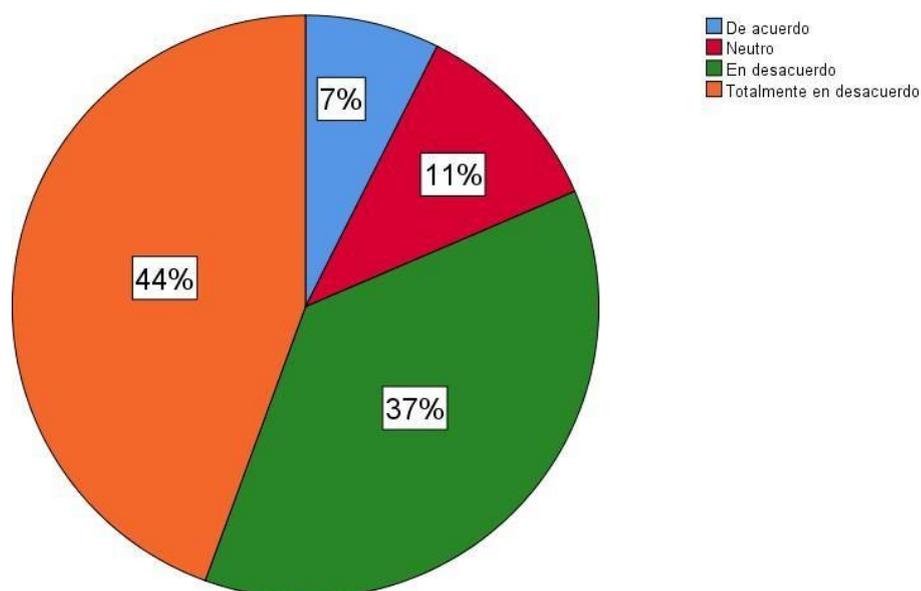
Tabla 5. Existen políticas formales

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	2	7%
Neutro	3	11%
En desacuerdo	10	37%
Totalmente en desacuerdo	12	44%
Total	27	100%

Fuente: Empresas turísticas de la parroquia Salinas de Guaranda

Elaborado: Masabanda E, (2025)

Grafica 4. Existen políticas formales



Fuente: Empresas turísticas de la parroquia Salinas de Guaranda

Elaborado: Masabanda E, (2025)

Análisis e interpretación: Una gran parte de los participantes dentro de la presente encuesta, específicamente el 81%, piensa que su organización carece o no posee estrategias formales y efectivas en relación con la sostenibilidad.; del presente grupo, el

37% expresa descontento continuo, y el 44% indica estar completamente en desacuerdo con la evidente existencia de tales políticas. Solo un 7% concluye que existen políticas en vigor, mientras que el 11% se sitúa e incorpora en una posición neutral; indicando que la sostenibilidad no está definida de manera específica y clara.

Pregunta 5. ¿Ha recibido capacitación sobre prácticas de sostenibilidad?

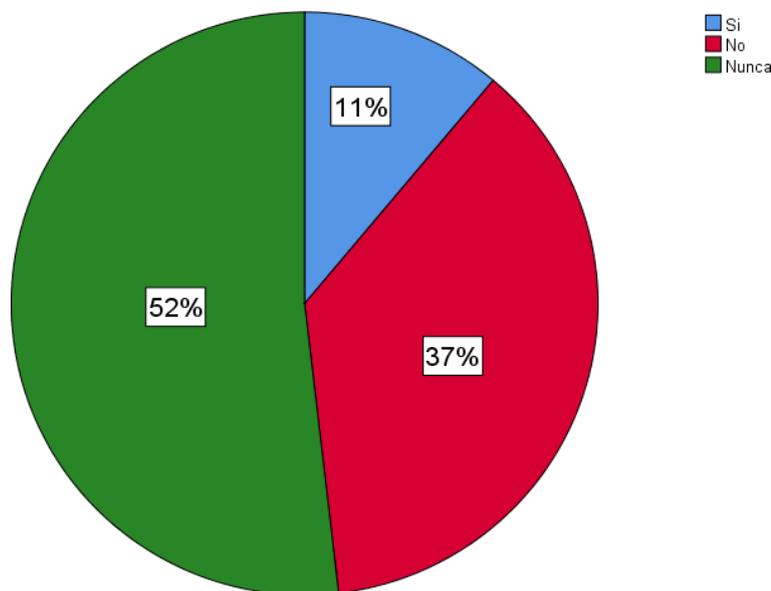
Tabla 6. Capacitaciones sostenibles

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Si	3	11%
No	10	37%
Nunca	14	52%
Total	27	100%

Fuente: Empresas turísticas de la parroquia Salinas de Guaranda

Elaborado: Masabanda E, (2025)

Grafica 5. Capacitaciones de sostenibilidad



Fuente: Empresas turísticas de la parroquia Salinas de Guaranda

Elaborado: Masabanda E, (2025)

Análisis e interpretación: En esta grafica se muestran los resultados de la mayoría de los encuestados 89% no ha recibido capacitación sobre prácticas de

sostenibilidad, ya que el 37% respondió “No” y el 52% “Nunca”. Solo un 11% indicó haber recibido algún tipo de capacitación. Esto refleja una falta de formación en sostenibilidad dentro de las empresas turísticas de la parroquia Salinas de Guaranda, lo que podría limitar la implementación de prácticas sostenibles

Pregunta 6, ¿Considera que su empresa fomenta la conservación de recursos naturales?

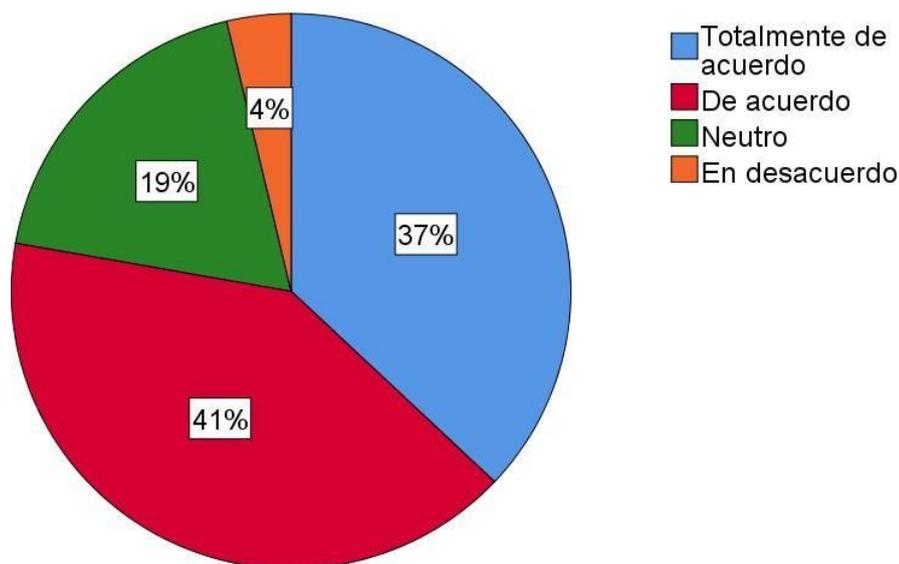
Tabla 7. Fomenta recursos naturales

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	10	37%
De acuerdo	11	41%
Neutro	5	19%
En desacuerdo	1	4%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	27	100%

Fuente: Empresas turísticas de la parroquia Salinas de Guaranda

Elaborado: Masabanda E, (2025)

Grafica 6. Fomenta recursos naturales



Fuente: Empresas turísticas de la parroquia Salinas de Guaranda

Elaborado: Masabanda E, (2025)

Análisis e interpretación: En esta grafica se muestra el 78% considera que sus empresas fomentan la conservación de los recursos naturales, lo que refleja una actitud positiva hacia la sostenibilidad en el sector turístico de la parroquia Salinas de Guaranda. Un 19% de los participantes se muestra neutral, lo que podría indicar que las acciones de conservación no son lo suficientemente claras o visibles para todos. Solo un 4% expresa desacuerdo, lo cual es bajo, pero sugiere que existen áreas de mejora en la implementación de prácticas sostenibles. Los resultados muestran que, aunque hay un enfoque favorable hacia la conservación, se requiere mayor claridad y esfuerzo para involucrar a todo.

Pregunta 7. ¿Su empresa trabaja directamente con comunidades locales en proyectos sostenibles?

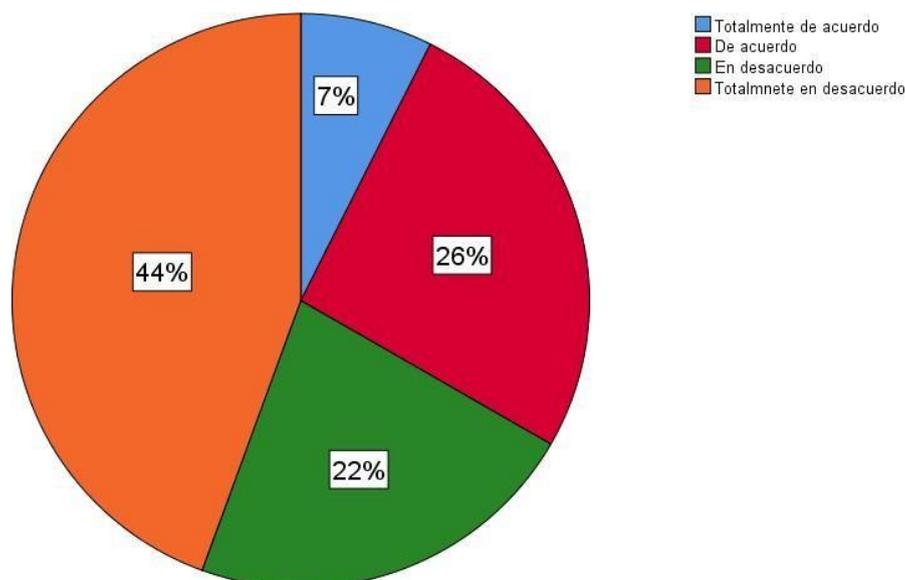
Tabla 8. Trabajan con proyectos sostenibles

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	1	7%
De acuerdo	7	26%
Neutro	0	0%
En desacuerdo	6	22%
Totalmente en desacuerdo	13	44%
Total	27	100%

Fuente: Empresas turísticas de la parroquia Salinas de Guaranda

Elaborado: Masabanda E, (2025)

Grafica 7. Trabajan con proyectos sostenibles



Fuente: Empresas turísticas de la parroquia Salinas de Guaranda

Elaborado: Masabanda E, (2025)

Análisis e interpretación: En esta grafica se muestran los resultados que indican que la mayoría de las empresas turísticas en la parroquia Salinas de Guaranda no trabajan directamente con comunidades locales en proyectos sostenibles, ya que el 66% de los encuestados el 44% totalmente en desacuerdo y 22% en desacuerdo niega esta colaboración. Solo un 33% afirma que sí existe este trabajo conjunto y el 7% totalmente de acuerdo y 26% de acuerdo. Esto sugiere que, aunque algunas empresas han iniciado acciones en sostenibilidad con la comunidad, la mayoría aún no ha integrado estos proyectos en su modelo de gestión, lo que podría limitar el impacto positivo del turismo en el desarrollo local.

Pregunta 8. ¿La empresa involucra a la población local en proyectos sostenibles?

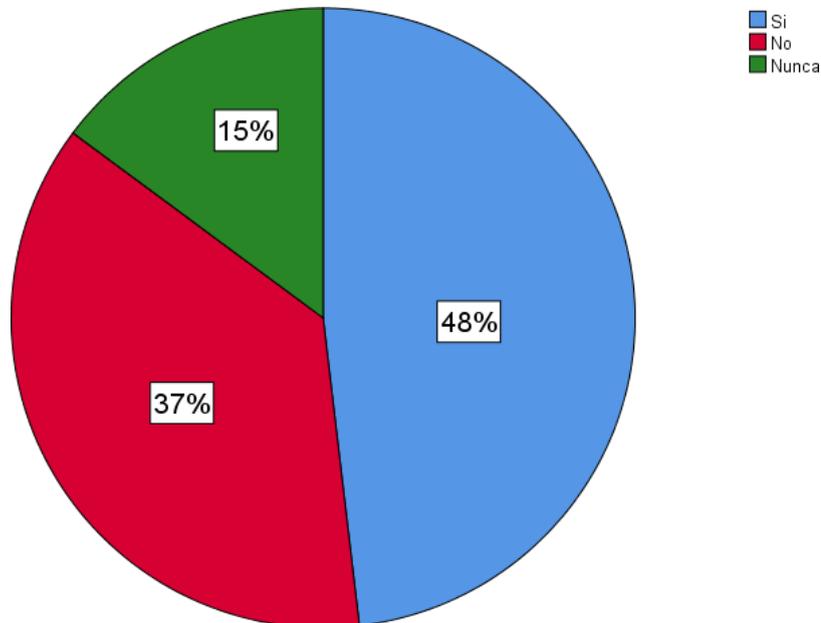
Tabla 9. Involucran a la población en proyectos sostenibles

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Si	8	37%
No	15	48%
Nunca	4	15%
Total	27	100%

Fuente: Empresas turísticas de la parroquia Salinas de Guaranda

Elaborado: Masabanda E, (2025)

Grafica 8. Involucran a la población en proyectos sostenibles



Fuente: Empresas turísticas de la parroquia Salinas de Guaranda

Elaborado: Masabanda E, (2025)

Análisis e interpretación: En esta grafica se muestra el 48%, señala que la empresa no involucra a la población local en proyectos sostenibles. Un 37% con 8 respuestas indica que sí se involucra, mientras que un 15% con 4 respuestas menciona que nunca lo hace. Esto sugiere que, aunque hay una proporción considerable que considera que la empresa incluye a la comunidad en sus iniciativas, la mayoría percibe que no se da esta participación, lo que podría indicar un área de mejora en la relación de la empresa con la población.

Pregunta 9, ¿La empresa implementa medidas de ahorro de agua y energía?

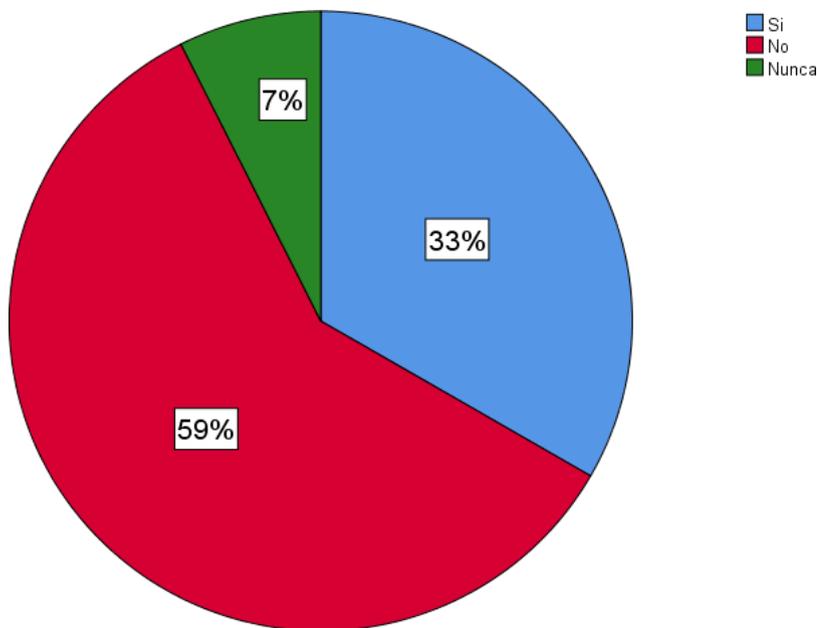
Tabla 10. Implementan medidas de ahorro de agua y energía

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Si	9	33%
No	16	59%
Nunca	2	7%
Total	27	100%

Fuente: Empresas turísticas de la parroquia Salinas de Guaranda

Elaborado: Masabanda E, (2025)

Grafica 9. Implementan medidas de ahorro de agua y energía



Fuente: Empresas turísticas de la parroquia Salinas de Guaranda

Elaborado: Masabanda E, (2025)

Análisis e interpretación: De la presente grafica se muestra el 59%, indica que la empresa no implementa ninguna de las medidas de ahorro de agua y energía, lo que sugiere y denota una falta de acciones en este contexto; por otro lado, un 33% de los participantes señala y define que sí se implementan cada una de estas medidas, mientras que solo un 7% menciona y define que nunca se tomó en cuenta. Esto sugiere que, aunque existe un porcentaje notable que valora positivamente las iniciativas de ahorro, la mayor parte de la población determina que la empresa aún no está adoptando hábitos o prácticas suficientes y efectivas en cuanto a la conservación se refiere.

Pregunta 10. ¿La empresa fomenta prácticas responsables entre los turistas?

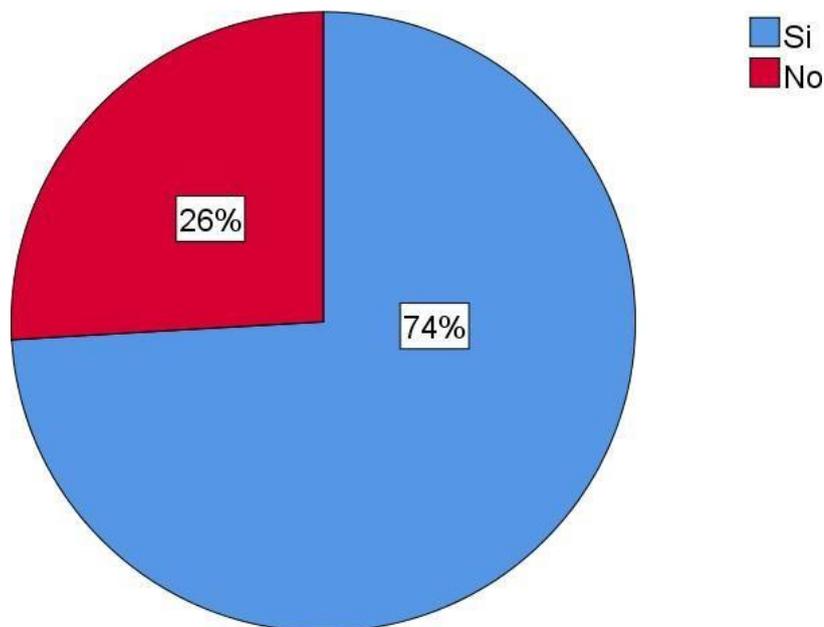
Tabla 11. Fomentan practicas responsables

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Si	17	74%
No	10	26%
Nunca	0	0%
Total	27	100%

Fuente: Empresas turísticas de la parroquia Salinas de Guaranda

Elaborado: Masabanda E, (2025)

Grafica 10. Fomentan practicas responsables



Fuente: Empresas turísticas de la parroquia Salinas de Guaranda

Elaborado: Masabanda E, (2025)

Análisis e interpretación: En el presente gráfico, se revela que el 74% afirma que sus compañías apoyan y alientan comportamientos responsables entre los cada uno de los visitantes, lo que denota un compromiso considerable y notable hacia el turismo sostenible y consciente. Esto implica que todas las organizaciones están dedicadas a instruir y alentar a cada uno de los turistas a actuar de manera responsable con el correspondiente entorno. No obstante, solo un 26% de los participantes indica que las

presentes prácticas no se promueven ni impulsan, lo cual resalta una efectiva posibilidad para que ciertas empresas intensifiquen cada uno de sus esfuerzos en concienciar a los turistas respectivamente.

Pregunta 11. ¿La empresa cuenta con proyectos para reducir las emisiones contaminantes?

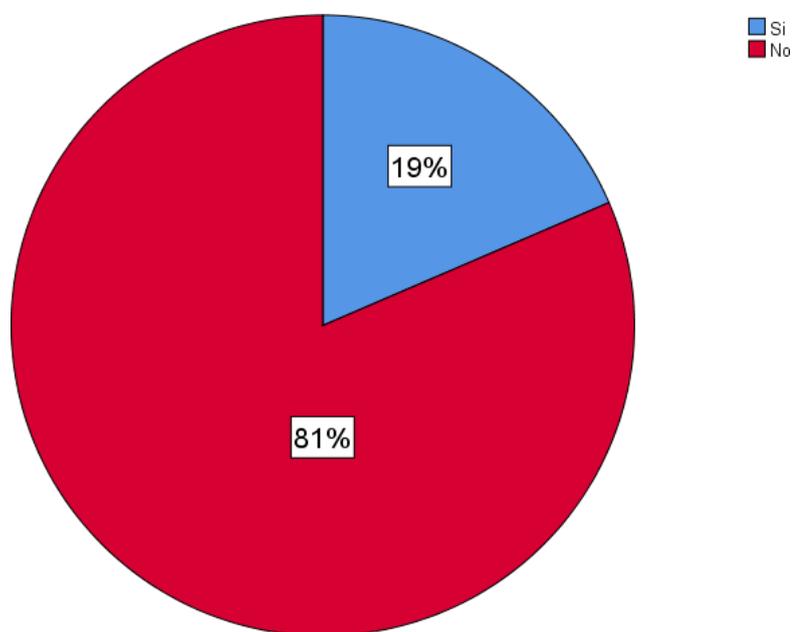
Tabla 12. Cuentan con proyectos de reducir la contaminación

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Si	5	19%
No	22	81%
Nunca	0	0%
Total	27	100%

Fuente: Empresas turísticas de la parroquia Salinas de Guaranda

Elaborado: Masabanda E, (2025)

Grafica 11. Cuentan con proyectos de reducir la contaminación



Fuente: Empresas turísticas de la parroquia Salinas de Guaranda

Elaborado: Masabanda E, (2025)

Análisis e interpretación: En esta grafica se muestra el 81%, piensa que la empresa no tiene proyectos para reducir las emisiones contaminantes. Solo un 19% cree que sí hay iniciativas en este sentido. Esto sugiere que la empresa no está tomando medidas suficientes para reducir su impacto en el medio ambiente, y que la mayoría de las personas percibe que no se están haciendo esfuerzos en este aspecto.

Pregunta 12. ¿Se reciclan los residuos generados en su lugar de trabajo?

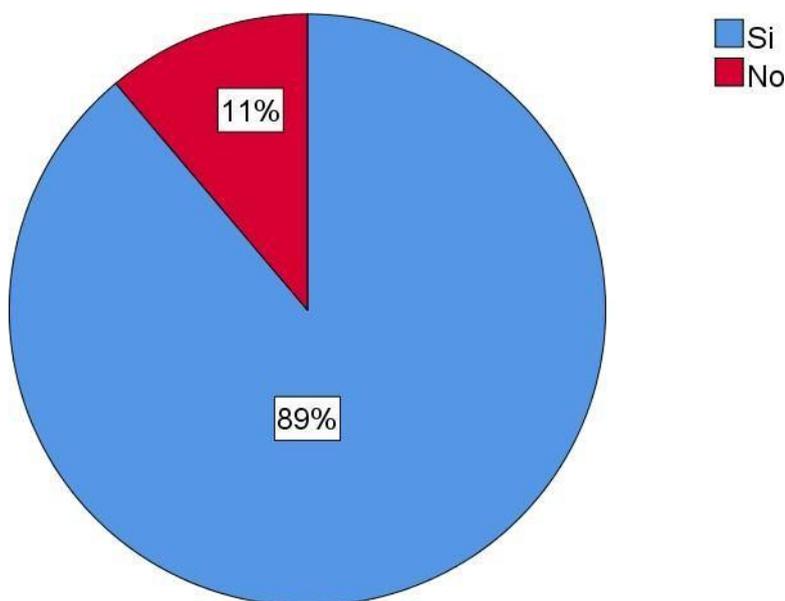
Tabla 13. Se reciclan residuos

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Si	24	89%
No	3	11%
Nunca	0	0%
Total	27	100%

Fuente: Empresas turísticas de la parroquia Salinas de Guaranda

Elaborado: Masabanda E, (2025)

Grafica 12. Se reciclan residuos



Fuente: Empresas turísticas de la parroquia Salinas de Guaranda

Elaborado: Masabanda E, (2025)

Análisis e interpretación: En la presente gráfica, se concluye que el 89% de las personas afirma reciclar cada uno de los desechos producidos en su lugar laboral p de trabajo, lo que demuestra un fuerte y evidente compromiso con la administración responsable de los residuos y la posterior protección del medio ambiente. Esto implica que cada una de las organizaciones están adoptando diversos métodos apropiados para disminuir su huella ecológica. No obstante, un 11% indica y señala que no se realiza el reciclaje, lo que podría enmarcar oportunidades de mejora en algunas empresas para establecer y determinar o hacer más evidentes estas prácticas.

Pregunta 13. ¿La empresa ha invertido en tecnologías limpias o sostenibles?

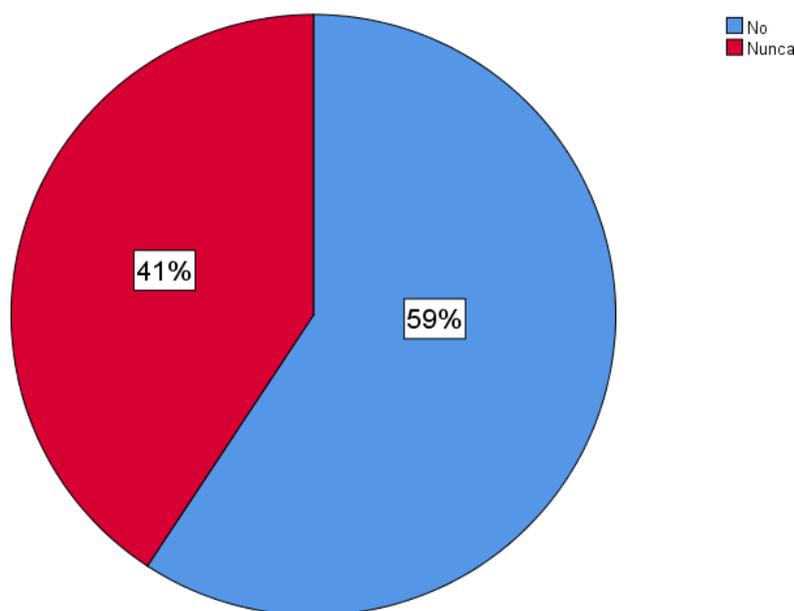
Tabla 14. Ha invertido tecnologías limpias

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Si	0	0%
No	16	59%
Nunca	11	41%
Total	27	100%

Fuente: Empresas turísticas de la parroquia Salinas de Guaranda

Elaborado: Masabanda E, (2025)

Grafica 13. Ha invertido tecnologías limpias



Fuente: Empresas turísticas de la parroquia Salinas de Guaranda

Elaborado: Masabanda E, (2025)

Análisis e interpretación: En esta grafica se muestra el 59% de los encuestados señala que la empresa no ha invertido en tecnologías limpias o sostenibles, y un 41% afirma que nunca ha hecho esta inversión. Esto sugiere que la empresa no ha implementado estas tecnologías, probablemente debido a los altos costos que implican. Las tecnologías limpias suelen ser costosas, lo que podría ser una razón principal por la cual la empresa aún no ha dado ese paso.

Pregunta 14. ¿Participa usted en diversas actividades de voluntariado organizadas por la empresa en cuestión?

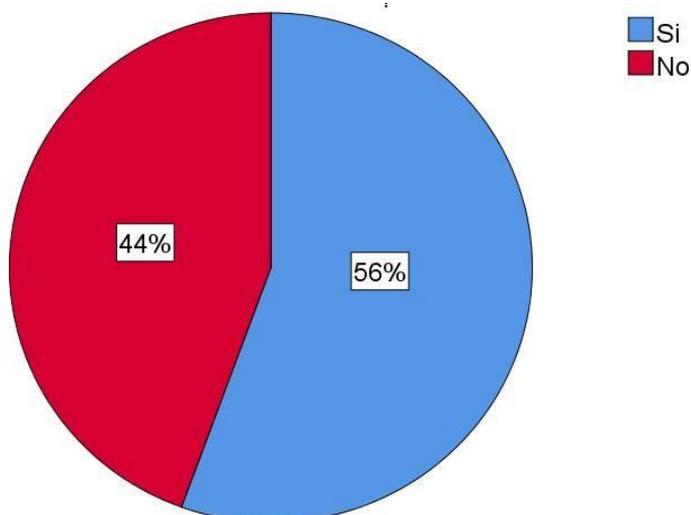
Tabla 15. Participa usted en actividades de voluntariado

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Si	15	56%
No	12	44%
Nunca	0	0%
Total	27	100%

Fuente: Empresas turísticas de la parroquia Salinas de Guaranda

Elaborado: Masabanda E, (2025)

Grafica 14. Participa usted en actividades de voluntariado



Fuente: Empresas turísticas de la parroquia Salinas de Guaranda

Elaborado: Masabanda E, (2025)

Análisis e interpretación: En este gráfico se señala que el 56% de todos los empleados se involucra en diversos programas de voluntariado organizados y redireccionados por la compañía, evidenciando un fuerte compromiso con cada una de las acciones sociales y comunitarias propiciadas e impulsadas por las empresas en cuestión. Esto sugiere que, al menos, un grupo importante y considerable de trabajadores está dispuesto a formar parte y participar en iniciativas que apoyan a la comunidad o al entorno respectivamente; no obstante, un 44% se halla al margen, lo que implica que pueden existir diversos obstáculos, como por ejemplo la falta de tiempo, motivación o la respectiva información acerca de cada una de estas actividades.

Pregunta 15. ¿La empresa fomenta el empleo local en su comunidad?

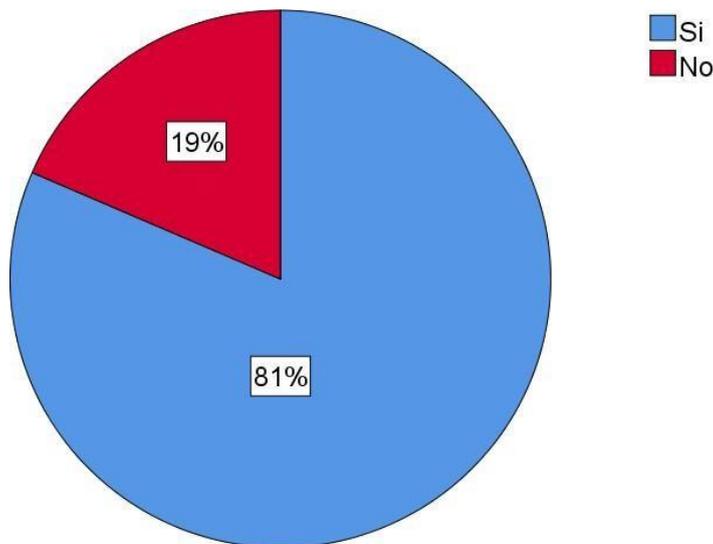
Tabla 16. Fomenta empleo local

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Si	22	81%
No	5	19%
Nunca	0	0%
Total	27	100%

Fuente: Empresas turísticas de la parroquia Salinas de Guaranda

Elaborado: Masabanda E, (2025)

Grafica 15. Fomenta empleo local



Fuente: Empresas turísticas de la parroquia Salinas de Guaranda

Elaborado: Masabanda E, (2025)

Análisis e interpretación: El presente gráfico revela que el 81% de los encuestados afirmó que cada una de sus organizaciones apoyan o alientan la creación de empleo local, lo que aporta evidencia en respaldo a la dedicación al avance de carácter económico y social en la zona; esto indica que todas las organizaciones están ayudando a la prosperidad de la comunidad al ofrecer distintos empleos para quienes viven allí. Por otro lado, un 19% señala y redirecciona que no se impulsa el empleo en el contexto local, lo que implica que ciertas empresas aún no consideran importante o prioritario contratar dentro de la misma comunidad o podrían estar desaprovechando la ferviente oportunidad de fortalecer la economía regional.

4.3 Discusión de resultados

En base al estudio realizado se planteó la hipótesis alternativa “La Responsabilidad Social Empresarial afecta al Crecimiento Sostenible en el sector turístico de la parroquia Salinas de Guaranda”. Para validar dicha hipótesis, se utilizaron diversas pruebas estadísticas y análisis de los datos recopilados a través de las 27 personas encuetadas que se realizó a las empresas del sector turístico de la parroquia de Salinas.

4.3.1 Comprobación de hipótesis

H₁: La responsabilidad social empresarial afecta en el crecimiento sostenible en el sector turístico en la parroquia Salinas de Guaranda.

H₀: La responsabilidad social empresarial no afecta en el crecimiento sostenible en el sector turístico en la parroquia Salinas de Guaranda

Análisis de fiabilidad

Tabla 17. Estadísticas de fiabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,818	15

Fuente: Base de datos del Spps en base a las encuestas.

Elaborado: Masabanda E, (2025)

Tabla 18. Resumen de procesamiento de casos

	Resumen de procesamiento de casos					
	Casos Válidos		Perdido		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
¿Su empresa trabaja directamente con comunidades locales en proyectos sostenibles? *	27	96,4%	1	3,6%	28	100,0%
¿La empresa ha invertido en tecnologías limpias o sostenibles?						

Fuente: Base de datos del Spps en base a las encuestas.

Elaborado: Masabanda E, (2025)

Tabla 19. Tabla cruzada

Tabla cruzada ¿Su empresa trabaja directamente con comunidades locales en proyectos sostenibles?* ¿La empresa ha invertido en tecnologías limpias o sostenibles?

		¿La empresa ha invertido en tecnologías limpias o sostenibles?		Total	
		No	Nunca		
¿Su empresa trabaja directamente con comunidades locales en proyectos sostenibles?	Totalmente de acuerdo	Recuento	1	1	2
		% del total	3,7%	3,7%	7,4%
	De acuerdo	Recuento	0	7	7
		% del total	0,0%	25,9%	25,9%
	En desacuerdo	Recuento	3	3	6
		% del total	11,1%	11,1%	22,2%
Totalmente en desacuerdo	Recuento	12	0	12	
	% del total	44,4%	0,0%	44,4%	
Total	Recuento	16	11	27	
	% del total	59,3%	40,7%	100,0%	

Fuente: Base de datos del Spps en base a las encuestas.

Elaborado: Masabanda E, (2025)

Tabla 20. Chi.cuadrado

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	18,716 ^a	3	,000
Razón de verosimilitud	25,408	3	,000
Asociación lineal por lineal	13,538	1	,000
N de casos válidos	27		

a. 7 casillas (87,5%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento de carácter mínimo esperado es ,81.

Fuente: Base de datos del Spps en base a las encuestas

Elaborado: Masabanda E, (2025)

La Responsabilidad Social Empresarial y el Crecimiento Sostenible en el sector turístico en la parroquia Salinas de Guaranda, se consideraron las dos preguntas principales, para verificar la hipótesis:

- ¿Su empresa trabaja directamente con comunidades locales en proyectos sostenibles?
- ¿La empresa ha invertido en tecnologías limpias o sostenibles?

4.3.2 Interpretación de resultados

El análisis de Chi-cuadrado se utilizó para evaluar si existe una relación entre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y el Crecimiento Sostenible.

Los resultados muestran lo siguiente:

- Chi-cuadrado de Pearson = 18,716, con una significación de 0.000
- Razón de verosimilitud =25,408, con una significación de 0.000
- Asociación lineal por lineal =13,538, con una significación de 0.000.

Finalmente, podemos concluir que dado que la significación de la Razón de Verosimilitud (0.000) y la Asociación lineal por lineal (0.000) son menores a 0.05, se puede concluir que hay una relación estadísticamente significativa entre la RSE y el Crecimiento Sostenible en el contexto que se estudió estudiando. Es decir, los resultados sugieren que la RSE tiene un impacto importante en el Crecimiento Sostenible

Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa que es:

H₁: La responsabilidad social empresarial afecta en el crecimiento sostenible en el sector turístico en la parroquia Salinas de Guaranda.

CAPÍTULO V.

5. CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ejerce un impacto positivo en el crecimiento sostenible del sector turístico en la parroquia Salinas de Guaranda, ya que promueve un equilibrio entre el desarrollo económico, la conservación del medio ambiente y el bienestar social. No obstante, se identifican limitaciones en su aplicación efectiva, debido a la ausencia de políticas claras, la escasez de financiamiento y la falta de capacitación, lo cual evidencia la necesidad de fortalecer estrategias sostenibles mediante una colaboración activa entre empresas, comunidad y autoridades locales
- El análisis del estado presente de la RSE en Salinas de Guaranda evidenció que, pese a que ciertas compañías del sector turístico implementan prácticas sustentables, numerosas no poseen estrategias formales que aseguren su continuidad y crecimiento. La ausencia de una organización estructurada y de recursos suficientes limita la puesta en marcha de la RSE, obstaculizando que sus ventajas se vean de manera general en el crecimiento turístico de la parroquia.
- La base teórica permitió determinar que la RSE y el crecimiento sostenible mantienen una estrecha relación. La Responsabilidad Social Empresarial no solo aspira a incrementar las ganancias financieras de las entidades, sino también a aportar a la preservación del medio ambiente y al progreso social. Las compañías que implementan estrategias de Responsabilidad Social Empresarial en su administración tienen más oportunidades de fortalecerse en el sector turístico y de producir un efecto positivo en su ambiente.
- La propuesta de un modelo de Responsabilidad Social Empresarial adaptado a la situación actual de Salinas de Guaranda constituye una opción factible para potenciar el turismo sostenible en la parroquia. Este modelo posibilitaría que las compañías funcionen con responsabilidad ecológica y social, fomentando la implicación de todos los participantes y produciendo ventajas económicas, culturales y ambientales a largo plazo.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda diseñar e implementar un modelo de gestión turística basado en los principios de la Responsabilidad Social Empresarial. Este modelo debe incluir procesos de capacitación continua, incentivos para la adopción de prácticas sostenibles y mecanismos de coordinación entre el sector turístico y las autoridades locales. Es fundamental que dicho modelo promueva un turismo responsable que garantice el uso adecuado de los recursos naturales y fomente la participación de las comunidades locales.
- Se recomienda crear e implementar diversos programas de capacitación en el contexto de responsabilidad Social Empresarial direccionados a los dueños de negocios y a diversos trabajadores del ámbito turístico. Cada uno de estos cursos deben abordar diversos temas clave como por ejemplo la gestión eficiente de residuos, la correspondiente reducción del consumo energético junto al uso de recursos renovables y la posterior adopción de prácticas que respeten el medio ambiente y la cultura local en general.
- Se sugiere la generación de incentivos financieros, impuestos y también normativas que alienten y premien la inversión en tecnologías sostenibles y prácticas que salvaguarden el medio ambiente. El apoyo de distintas instituciones gubernamentales y privadas será importante y vital para facilitar y apoyar el acceso a fondos y recursos, otorgando a las empresas establecer políticas responsables que se preserven a lo largo del tiempo.
- Se recomienda robustecer la cooperación entre empresas, diversos organismos gubernamentales y las comunidades para impulsar y alentar proyectos conjuntos de turismo sostenible. Este tipo de colaboración aportara al desarrollo y a la implementación de diversas iniciativas que beneficien e impulsen el crecimiento de carácter económico de la región sin comprometer o arriesgar el patrimonio natural y cultural del área, certificando la inclusión y el bienestar de los residentes locales.

CAPÍTULO VI.

6. PROPUESTA

Propuesta de un Modelo de Responsabilidad Social Empresarial para fomentar el crecimiento sostenible del turismo en la parroquia Salinas de Guaranda

1. Introducción y justificación

Salinas de Guaranda es una localidad con un gran potencial turístico debido a su cultura, naturaleza y los productos elaborados por la comunidad. No obstante, aún enfrenta desafíos como la contaminación, el uso excesivo de recursos, el escaso apoyo de la comunidad al turismo y la necesidad de poner en valor su cultura y los pequeños negocios locales.

Por lo tanto, se propone un modelo de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para promover un turismo responsable, que cuide el medio ambiente, apoye a la población local y genere beneficios para todos.

2. Objetivos del Modelo

Objetivo general:

Promover un modelo de RSE que impulsa un turismo sostenible en Salinas, preservando el medio ambiente, apoyando la economía local y trabajando de la mano con la comunidad.

Objetivos específicos:

- Implementar acciones que protejan el medio ambiente dentro de las empresas turísticas.
- Apoyar a los emprendedores y productores locales para que se beneficien del turismo.
- Reforzar la identidad cultural como un atractivo turístico.
- Enseñar tanto a empresarios como a turistas sobre prácticas de turismo responsable.

3. Estructura del Modelo

El modelo consta de tres pilares fundamentales:

Pilar 1: Sostenibilidad ambiental

Objetivo: Minimizar el impacto del turismo en el medio ambiente.

Estrategias:

- Reduzca el uso excesivo del consumo de agua y energía en hoteles y restaurantes.
- Utilizar energías limpias, como paneles solares.
- Disminuir la generación de residuos y eliminar plásticos de un solo uso.
- Fomentar actividades ecológicas como caminatas y recorridos por la naturaleza.
- Capacitar a la comunidad y empresarios sobre buenas prácticas ambientales.

Pilar 2: Desarrollo económico local

Objetivo: Asegurar que el turismo aporte ventajas económicas a la comunidad.

Estrategias:

- Emplear a individuos locales en las empresas de turismo.
- Fomentar la adquisición de productos autóctonos, tales como productos artesanales, quesos y chocolates.
- Crear colaboraciones entre guías de turismo y productores de pequeña escala.
- Formar a la comunidad en la formación y administración de empresas de turismo.
- Coordinar ferias y acontecimientos desmedidos para difundir los productos autóctonos.

Pilar 3: Responsabilidad social y cultural

Objetivo: Apreciar y fomentar la cultura local, incluyendo a la comunidad en el sector turístico.

Estrategias:

- Incluir en las actividades de turismo la historia, costumbres y cultura de Salinas.
- Incorporar a comunidades indígenas y colectivos en situación de vulnerabilidad en las propuestas de turismo.
- Fijar reglas para que los visitantes honren la cultura autóctona.
- Crear itinerarios turísticos que exhiban los elementos más emblemáticos de Salinas, tales como museos o industrias.
- Coordinar iniciativas de voluntariado para respaldar a la comunidad local.

4. Implementación del Modelo

Fase 1: Diagnóstico y planificación

En esta fase se realiza un diagnóstico inicial de la situación del turismo en Salinas de Guaranda.

Claves de acciones:

- Escuchar y ver: Reconocer cada uno de los inconvenientes que perjudican y limitan al turismo, como por ejemplo los desechos, la escasa o nula implicación de los residentes y la limitada utilización de productos locales y regionales.
- Reunir a cada uno de los protagonistas importantes: Negocios locales, además de ciudadanos, autoridades y diversos colectivos se juntan para establecer y determinar responsabilidades.
- Definir diversos indicadores para evaluar adecuadamente el impacto ambiental, económico y de carácter social que tiene el turismo.

Este paso es crucial para comprender la situación y ayudar en la creación de un plan de acción con objetivos claros.

Fase 2: Ejecución y capacitación

En la presente etapa, se implementan cada una de las tácticas y se brinda efectiva capacitación a la población en cuestión.

Claves de acciones:

- Adoptar técnicas apropiadas: Reducir el uso de plásticos, optar por productos de origen local y cuidar el uso de recursos naturales.
- Capacitar a la comunidad: Ofrecer formación a empresarios, trabajadores del turismo y habitantes sobre prácticas sostenibles.
- Realizar iniciativas educativas: Desarrollar acciones para informar a turistas y locales sobre la importancia de un turismo responsable.

Esta etapa es crucial para asegurar que las ideas se implementen de manera adecuada.

Fase 3: Evaluación y mejora continua

Se analizan los hallazgos del modelo y se modifican las estrategias conforme se requiera.

Claves de acciones:

- Analizar los hallazgos: Emplear cuestionarios, entrevistas y recopilación de datos para evaluar si se están alcanzando las metas establecidas.
- Prestar atención a la comunidad: Recabar las opiniones de los habitantes acerca de lo que ha resultado efectivo y lo que requiere mejora.
- Modificar y perfeccionar: Efectuar modificaciones a las estrategias y difundir buenas prácticas con otras empresas o regiones.

Esta etapa es esencial para asegurar el perfeccionamiento constante del modelo.

5. Resultados esperados

Se anticipa que los empresarios de turismo se involucren más en la sostenibilidad, que el turismo genere menos daño al medio ambiente y que la comunidad se involucre de manera activa en las actividades de turismo. Además, se persigue el crecimiento de la economía local mediante un turismo responsable y la revitalización de la cultura de Salinas de Guaranda.

6. Conclusión

El propósito del modelo de Responsabilidad Social Empresarial sugerido es convertir el turismo en Salinas de Guaranda en una actividad respetuosa con el medio

ambiente, equitativa con la comunidad y ventajosa para todos. Con su puesta en marcha, Salinas puede transformarse en un modelo de turismo sostenible, produciendo ventajas a largo plazo para negocios, residentes y visitantes. La propuesta persigue un balance entre el crecimiento económico y la preservación del medio ambiente, al mismo tiempo que involucra de manera activa a la comunidad en el proceso. Este modelo puede establecer un hito en el desarrollo del turismo, fomentando un futuro más equitativo, responsable y perdurable para todos.

6. Bibliografía

1. Aguilera Castro, A., & Puerto Becerra, D. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. . *Pensamientos & Gestion* , (32). 1-26.
2. Aguilera Castro, A., & Puerto Becerra, D. P. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento & Gestion* , num 32 (1-26).
3. Arellano, F. (23 de noviembre de 2023). *Enciclopedia Significados*. Obtenido de Investigación Descriptiva: <https://www.significados.com/investigacion-descriptiva/>
4. Arias, F. (2012). *El proyecto de investigacion. Introduccion a la metodologia cientifica* . Caracas : Editorial episteme (6° edicion).
5. Azogue, L. E., Montenegro, H. F., Calderon, M. I., & Luna, R. E. (2017). *La responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible: un estudio*. Obtenido de <file:///C:/Users/Hp/Downloads/972-Texto%20del%20art%C3%ADculo-3846-1-10-20180115.pdf>
6. Brende, B., & Sternfels, B. (2022). Resiliencia para un crecimiento sostenible e inclusivo. *McKinsey & Compañía* , 2-6.
7. Brundtland, B. (1987). *Nuestro futuro común*. Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo.
8. Buitrón, R. (2015). *La corresponsabilidad en los servicios del MIES*. Quito: Ministerio de Inclusión Económica y Social.
9. Calderón, J. F. (2017). EL CONCEPTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL. *Cemefi*, 2-3.
10. Calderon, J. F. (13 de marzo de 2023). *¿Por qué es importante la responsabilidad social para su empresa y la sociedad?* Obtenido de LinkedIn: <https://es.linkedin.com/pulse/por-qu%C3%A9-es-importante-la-responsabilidad-social-para-felipe>
11. Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). El caso empresarial de la responsabilidad social corporativa: una revisión de conceptos, investigación y práctica. *International Journal of Management Reviews* , 12 (1), 85–105.

12. Castillo, D. E., & Pinilla, E. L. (2023). LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL TURISMO SOSTENIBLE. *Societas*, 25(2), 48–69. Obtenido de LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL TURISMO SOSTENIBLE.
13. Castro, A. A., & Becerra, D. P. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento & Gestion*, 11-13.
14. Cevallos, C. D., & MalvarezII, M. C. (2018). De la responsabilidad social empresarial al balance social. *Cofin Habana*, vol 12 (num 1).
15. Chavez, L., & Ortega, M. (2021). El desarrollo turístico sostenible en Ecuador: Retos y oportunidades. *Revista Latinoamericana de Turismo*, 15(2), 45–60.
16. cocur, S. (24 de marzo de 2024). *¿Qué es el crecimiento sostenible?* Obtenido de <https://www.concur.com.mx/blog/article/que-es-el-crecimiento-sostenible#:~:text=El%20crecimiento%20sostenible%20es%20un,su%20proceso%20de%20desarrollo%20financiero.>
17. Cocur, S. (22 de marzo de 2024). *¿Por qué es importante el crecimiento sostenible?* Obtenido de <https://www.concur.com.mx/blog/article/que-es-el-crecimiento-sostenible#:~:text=%C2%BFPor%20qu%C3%A9%20es%20importante%20el,mercado%20y%20nuevas%20regulaciones%20legales.>
18. Coelho, F. (05 de febrero de 2021). *Enciclopedia Significados*. Obtenido de Qué es una Hipótesis: <https://www.significados.com/hipotesis/>
19. Content, R. R. (23 de julio de 2019). *¿Qué es la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?* Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/responsabilidad-social-empresarial/>
20. Coronel, E. T., & Naranjo, E. P. (mayo de 2018). *LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL DESARROLLO SOSTENIBLE DE LAS EMPRESAS EN EL ECUADOR*. Obtenido de <https://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/3932/1/LA%20RESPONSABILIDAD%20SOCIAL%20EMPRESARIAL%20EN%20EL%20DESARROLLO%20SOSTENIBLE%20DE%20LAS%20EMPRESAS%20EN%20EL%20ECUADOR.pdf>

21. Ecuador, M. d. (2020). *Diagnóstico de prácticas de sostenibilidad en el sector turístico en la provincia de Bolívar*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/>
22. *Enciclopedia Concepto*. (17 de septiembre de 2024). Obtenido de Técnica : <https://concepto.de/tecnica/>
23. Encima, L. d., Zolano, L. M., & Guillermo, M. A. (2018). Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las PYME's. *Trascender, contabilidad y gestión*, (3) 2-4.
24. FLASCO. (2010). *Boletín sobre responsabilidad social empresarial en pymes*. Obtenido de Sector Turístico: <https://flasco.edu.ec/ciepymes/media/boletines/06.pdf>
25. Garriga, E., & Melé, D. (2004). Teorías de la responsabilidad social corporativa. *Journal of Business Ethics*, 53(1-2), 51–71.
26. González, F., & Castro, R. (2024). Efectos de la responsabilidad social empresarial en el crecimiento sostenible del sector turístico en Ecuador. *Revista Scopus de Gestión Ambiental.*, 1 (2), 113-130.
27. Grábalos, E. F., Lafuente, P. P., & Bahillo, C. G. (2017). Desarrollo humano desde la perspectiva del crecimiento. *Ciencias Sociales*, 1-2.
28. Guevara, D. (1 de agosto de 2024). *Principios del Desarrollo Sustentable: ¿Cómo Pueden Cambiar el Futuro?* Obtenido de <https://www.greentecher.com/descubre-los-principios-del-desarrollo-sustentable/>
29. Guzman, A. (29 de julio de 2022). *La importancia de la Responsabilidad Social Empresarial*. Obtenido de <https://welcome.atlasgov.com/es/blog/esg/la-importancia-de-la-responsabilidad-social-empresarial/>
30. Hernández, M. A., García, S. C., Abejón, N. L., & Zazo, M. R. (2010). Estudio de encuestas . *Estudio de encuestas* , 3.
31. Jácome, S. (2016). *ELABORACIÓN Y APLICACIÓN DE LA GUÍA TRABAJANDO EN EQUIPO CON MI HIJO, PARA DESARROLLAR LA INTELIGENCIA EMOCIONAL DE LOS ALUMNOS DEL CUARTO AÑO BÁSICO PARALELO B DEL CENTRO DE EDUCACIÓN BÁSICA SIMÓN BOLÍVAR DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA [Tesis Posgrado]*. Universidad Nacional de Chimborazo.

32. Lafuente, A. M., & Paula, L. B. (2010). UNA APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA DE LOS EFECTOS OLVIDADOS: LOS FACTORES QUE CONTRIBUYEN AL CRECIMIENTO SOSTENIBLE DE LA EMPRESA. *Cuadernos del CIMBAGE*, (12) 23-34.
33. Latam, P. I. (14 de septiembre de 2024). *Claves para asegurar el crecimiento sostenible en tu empresa*. Obtenido de <https://www.prosci.com/es/blog/claves-crecimiento-sostenible-empresa>
34. Miñan, E. d. (2001). *La literatura académica sobre la Responsabilidad Social (en adelante RS) dígase*. Obtenido de FUNDACIÓN CEER: [file:///C:/Users/Hp/Downloads/Dialnet-SocialResponsibilityAndSustainableTourismResponsab-5984810%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Hp/Downloads/Dialnet-SocialResponsibilityAndSustainableTourismResponsab-5984810%20(1).pdf)
35. Navarro, J. (abril de 2018). *Significados.com*. Obtenido de definicion de un instrumento: <https://significado.com/instrumento/>
36. Palacios, S. M., & Hernández, T. G. (2018). Desarrollo sostenible. Aplicabilidad y sus tendencias. *Revista Tecnología en Marcha*, vol 31.
37. People, U. o. (15 de junio de 2024). *Una guía completa sobre los diferentes tipos de investigación*. Obtenido de <https://www.uopeople.edu/blog/types-of-research/>
38. Popper, K. (2002). *La lógica del descubrimiento científico*. Signos Filosóficos.
39. Rhoton, S. (17 de noviembre de 2023). *Enciclopedia Significados*. Obtenido de Investigación de campo: <https://www.significados.com/investigacion-de-campo/>
40. Ruiz, P. V. (30 de mayo de 2023). *MINTECON*. Obtenido de RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.: [https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2013/05/30/responsabilidad-social-empresarial-10/#:~:text=ALGUNAS%20DE%20LAS%20PRINCIPALES%20CARACTER%20C3%8DSTICAS,%20y%20social%20\(personas\).](https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2013/05/30/responsabilidad-social-empresarial-10/#:~:text=ALGUNAS%20DE%20LAS%20PRINCIPALES%20CARACTER%20C3%8DSTICAS,%20y%20social%20(personas).)
41. Sachs, J. (2014). La era del desarrollo sostenible. *Prensa de la Universidad de Columbia*.

42. Tanoira, F. G. (2008). La responsabilidad social empresarial. Un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán. *Contaduría y administración*, 1-6.
43. Terrazas, R. M. (2013). El ABC de la Responsabilidad. *Responsabilidad Social Empresarial*, 2.
44. Valdez, M. Á., Hernández, C. A., & Jiménez, S. O. (2021). Los beneficios de la responsabilidad social empresarial: una revisión literaria. *Revista tiempos & economía* , 8 (2).
45. Ventura-León, J. L. (2017). ¿Población o muestra?: Una diferencia necesaria. *Revista Cubana de Salud Pública*, 1.

7. ANEXOS

Matriz de consistencia

Formulación del Problema	Objetivo General	Hipótesis General
¿Cómo La Responsabilidad Social Empresarial afecta en el crecimiento sostenible en el sector turístico en la parroquia Salinas de Guaranda?	Determinar como la responsabilidad social empresarial afecta en el crecimiento sostenible en el sector turístico en la parroquia Salinas de Guaranda.	La Responsabilidad Social Empresarial afecta en el crecimiento sostenible en el sector turístico en la parroquia Salinas de Guaranda
Problemas Derivados	Objetivos Específicos	Hipótesis Especificas
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo diagnosticar la situación actual de la responsabilidad social empresarial y el crecimiento sostenible en el sector turístico en la parroquia Salinas de Guaranda? • ¿Por qué fundamentar teóricamente la responsabilidad social empresarial y el crecimiento sostenible en el sector turístico en la parroquia Salinas de Guaranda? • ¿Para qué proponer un modelo de la responsabilidad social empresarial para el crecimiento sostenible en el sector turístico de la parroquia Salinas de Guaranda? 	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnosticar la situación actual de la responsabilidad social empresarial y el crecimiento sostenible en el sector turístico en la parroquia Salinas de Guaranda • Fundamentar teóricamente la responsabilidad social empresarial y el crecimiento sostenible en el sector turístico en la parroquia Salinas de Guaranda. • Proponer un modelo de la responsabilidad social empresarial para el crecimiento sostenible en el sector turístico de la parroquia Salinas de Guaranda 	

Fuente: Información propia.

Elaborado Por: Masabanda E, (2025)

Matriz de operacionalización de variables

VARIABLE DEPENDIENTE: Crecimiento sostenible			
Conceptualización	Categorías	Indicadores	Técnicas e instrumentos
El crecimiento sostenible es un modelo de gestión que toma en consideración el impacto social y ambiental que puede generar la organización a largo plazo, como parte de su proceso de desarrollo financiero. (concur, 2024)	Gestión	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de empresas turísticas con políticas formales de sostenibilidad • Porcentaje de empleados capacitados en prácticas de sostenibilidad • Porcentaje de recursos naturales conservados 	<p>Técnica</p> <p>Encuesta.</p> <p>Instrumento</p> <p>Cuestionario de encuesta.</p>
	Impacto social	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de empresas con proyectos colaborativos con comunidades locales • Número de empleos sostenibles generados. • Porcentaje de población involucrada en proyectos sostenibles 	
	Impacto ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de empresas que implementan medidas de ahorro de agua y energía • Porcentaje de turistas sensibilizados sobre prácticas responsables • Porcentaje de residuos reciclados en proyectos sostenibles 	

Fuente: Información propia.

Elaborado Por: Masabanda E, (2025)

VARIABLE INDEPENDIENTE: La Responsabilidad Social Empresarial			
Conceptualización	Categorías	Indicadores	Técnicas e instrumentos
<p>La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es el compromiso que cada organización tiene con el medio ambiente o sociedad en la que se desenvuelve y cómo contribuye a ella. Esto puede realizarse a través de la cooperación activa en forma de voluntariado corporativo en temas sociales, económicos, o ambientales, con el objetivo de mejorar la situación de la comunidad en la que trabaja; lo que va más allá del cumplimiento de las leyes medioambientales o la legislación laboral. (Chubb, 2024)</p>	Medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de reducción de emisiones contaminantes • Cantidad de residuos reciclados por la empresa • Inversión en tecnologías limpias o sostenibles 	<p>Técnica</p> <p>Encuesta.</p> <p>Instrumento</p> <p>Cuestionario de encuesta.</p>
	Cooperación	<ul style="list-style-type: none"> • Número de alianzas con comunidades locales para proyectos sostenibles • Porcentaje de empleados participantes en actividades de voluntariado • Número de programas sociales desarrollados en conjunto con las organizaciones. 	
	Ámbito socioeconómico	<ul style="list-style-type: none"> • Número de iniciativas para fomentar el empleo local. • Porcentaje de inversión destinado al desarrollo comunitario. • Número de capacitaciones ofrecidas para mejorar la empleabilidad en la comunidad. 	

Fuente: Información propia.

Elaborado Por: Masabanda E, (2025)

Encuesta

Encuesta para Determinar La Responsabilidad Social Empresarial y el Crecimiento Sostenible en el Sector Turístico en la Parroquia Salinas de Guaranda.

* Indica que la pregunta es obligatoria

Correo electrónico *

Registrar masabandaellana273@gmail.com como el correo que se incluirá al enviar mi respuesta

Género

Masculino

Femenino

Edad

18 a 30 años

31 a 43 años

44 a 56 años

57 a más años

Nivel de educación

Primaria

Secundaria

Superior

¿En su empresa existen políticas formales de sostenibilidad?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutro
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Ha recibido capacitación sobre prácticas de sostenibilidad?

- Sí
- No
- Nunca

¿Considera que su empresa fomenta la conservación de recursos naturales?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutro
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Su empresa trabaja directamente con comunidades locales en proyectos sostenibles?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutro
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿La empresa involucra a la población local en proyectos sostenibles?

- SI
 - No
 - Nunca
-

¿La empresa implementa medidas de ahorro de agua y energía?

- SI
 - No
 - Nunca
-

¿La empresa fomenta prácticas responsables entre los turistas?

- SI
 - No
 - Nunca
-

¿La empresa cuenta con proyectos para reducir las emisiones contaminantes?

- SI
 - No
-

¿Se reciclan los residuos generados en su lugar de trabajo?

- SI
- No
- Nunca

¿Se reciclan los residuos generados en su lugar de trabajo?

- Sí
- No
- Nunca

¿La empresa ha invertido en tecnologías limpias o sostenibles?

- Sí
- No
- Nunca

¿Participa usted en actividades de voluntariado organizadas por la empresa?

- Sí
- No
- Nunca

¿La empresa fomenta el empleo local en su comunidad?

- Sí
- No
- Nunca

Enviar

Borrar formulario

Entrevista

1. ¿Qué hace su empresa para reducir la contaminación, reciclar residuos y usar tecnologías limpias?

.....
.....
.....

2. ¿Qué proyectos realiza su empresa con comunidades locales y cómo contribuye al empleo y desarrollo en la zona?

.....
.....
.....

3. ¿Qué programas sociales tiene su empresa y cuántos empleados participan en actividades de ayuda comunitaria?

.....
.....
.....

4. ¿Qué capacitaciones ofrece su empresa para ayudar a las personas de la comunidad a conseguir empleo?

.....
.....
.....

5. ¿Qué hace su empresa para cuidar los recursos naturales, ahorrar agua y energía?

.....
.....
.....

6. ¿Qué proyectos realiza su empresa con la comunidad y cuántas personas participan en ellos?

.....
.....
.....

7. ¿Cuántos empleados están capacitados en sostenibilidad y cómo educan a los turistas sobre el cuidado del medioambiente?

.....
.....
.....