



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Carrera de Contabilidad y Auditoría

“Responsabilidad Social Empresarial en el Ámbito Consumidores y su incidencia en la Rentabilidad Financiera. Análisis en seis establecimientos de alojamiento de Cuenca - Ecuador, 2019”

**Trabajo de titulación previo
a la obtención del título de
Contador Público Auditor**

Autoras:

Jaqueline Dayana Arebalo Naulaguari

CI: 010633423-8

jackydaya.1997@gmail.com

Estefania Michelle Tapia Alvarez

CI: 010553114-9

michelletapia0803@gmail.com

Tutora:

Ing. Com. Johanna Catalina Armijos Cordero

CI: 010356958-8

Co-tutora:

Econ. Gladys Victoria Fernández Avilés Mgst.

CI: 010140449-9

Cuenca - Ecuador

08 de septiembre de 2021



Resumen

Las prácticas socialmente responsables se aplican como estrategia de gestión empresarial para el bienestar de los grupos de interés o stakeholders, y contribuyen al impulso de procesos para el desarrollo sostenible (Villacís et al., 2016). El objetivo de este artículo es determinar la relación entre las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial del Ámbito Consumidores y la rentabilidad financiera de seis establecimientos de alojamiento de la ciudad de Cuenca. La investigación combina una vertiente descriptiva y correlacional, con enfoque cuantitativo. Para establecer la relevancia de las variables del Ámbito Consumidores, se tuvieron presente las propuestas más importantes de implementación de Responsabilidad Social Empresarial a nivel mundial, y para determinar la relación entre variables se utilizaron métodos estadísticos. Los resultados manifestaron la existencia de una relación positiva entre el Índice RSE-Consumidores y el Rendimiento sobre Ventas, y la relación entre el criterio Relacionamiento con el Cliente y el Rendimiento sobre Ventas. Así, este estudio provee nueva información para las empresas de países en vías de desarrollo y para ciudades consideradas Patrimonio de la Humanidad.

Palabras claves: Responsabilidad social empresarial. Rentabilidad financiera. Consumidor. Establecimiento de alojamiento.

Códigos JEL: L25, L83, M14



Abstract

Socially responsible practices are applied as a business management strategy for the well-being of stakeholders and contribute to the promotion of sustainable development processes (Villacís et al., 2016). The objective of this article is to determine the relationship between Corporate Social Responsibility practices in the Consumer field and the financial profitability of six lodging establishments in the city of Cuenca. The research conglomerates a descriptive and correlational aspect, with a quantitative approach. In order to establish the relevance of the variables in the Consumer dimension, the most important proposals for implementing Corporate Social Responsibility worldwide were taken into account, and statistical methods were used to determine the relationship between variables. The results showed the existence of a positive relationship between the CSR-Consumer Index and Return on Sales, and between the Customer Relationship criterion and Return on Sales. Thus, this study provides new information for companies of developing countries and for a city considered a World.

Keywords: Corporate social responsibility. Financial profitability. Consumer. Lodging establishment.



Índice de Contenidos

Resumen	2
Abstract	3
Cláusulas.....	6
Introducción	10
Marco Teórico.....	12
Materiales y Métodos.....	15
Resultados.....	17
Discusión.....	21
Conclusiones y Recomendaciones	23
Bibliografía.....	25
Anexos	31
Anexo 1. Protocolo del Artículo Académico	31



Índice de tablas

Tabla 1. Variables de RSE-Consumidores y rentabilidad financiera	16
Tabla 2. Nivel de aplicación del RSE-Consumidores en los establecimientos de alojamiento	18
Tabla 3. Rentabilidad financiera de los establecimientos de alojamiento.....	19
Tabla 4. Estadísticos descriptivos	19
Tabla 5. Correlaciones del Índice RSE – Consumidores sobre los indicadores financieros de rentabilidad	20
Tabla 6. Correlación por cada criterio del Ámbito Consumidores sobre los indicadores financieros de rentabilidad	20

Índice de figuras

Figura 1. Criterios del Ámbito Consumidores del RSE en los establecimientos hoteleros de Cuenca.....	17
Figura 2. Indicadores de Rentabilidad en los establecimientos hoteleros de Cuenca	18



Cláusulas

Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

Jaqueline Dayana Arebalo Naulaguari en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Responsabilidad Social Empresarial en el Ámbito Consumidores y su incidencia en la Rentabilidad Financiera. Análisis en seis establecimientos de alojamiento de Cuenca - Ecuador, 2019", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 08 de septiembre de 2021

Jaqueline Dayana Arebalo Naulaguari

C.I: 010633423-8



Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

Estefania Michelle Tapia Alvarez en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Responsabilidad Social Empresarial en el Ámbito Consumidores y su incidencia en la Rentabilidad Financiera. Análisis en seis establecimientos de alojamiento de Cuenca - Ecuador, 2019", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 08 de septiembre de 2021

Estefania Michelle Tapia Alvarez

C.I: 010553114-9



Cláusula de Propiedad Intelectual

Jaqueline Dayana Arebalo Naulaguari, autora del trabajo de titulación "Responsabilidad Social Empresarial en el Ámbito Consumidores y su incidencia en la Rentabilidad Financiera. Análisis en seis establecimientos de alojamiento de Cuenca - Ecuador, 2019", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, 08 de septiembre de 2021

Jaqueline Dayana Arebalo Naulaguari

C.I: 010633423-8



Cláusula de Propiedad Intelectual

Estefania Michelle Tapia Alvarez, autora del trabajo de titulación "Responsabilidad Social Empresarial en el Ámbito Consumidores y su incidencia en la Rentabilidad Financiera. Análisis en seis establecimientos de alojamiento de Cuenca - Ecuador, 2019", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, 08 de septiembre de 2021

Estefania Michelle Tapia Alvarez

C.I: 010553114-9



Introducción

En los últimos años, los cambios rápidos e impredecibles comerciales han colocado a las empresas en condiciones desfavorables y de incertidumbre por la sobreoferta de productos y servicios en el mercado (Ormaza et al., 2020). Las necesidades y las grandes presiones por parte de los stakeholders, ha obligado a que los empresarios desarrollen e implementen políticas y estrategias que no solo consideren aspectos monetarios, sino también sociales y ambientales (Lopez et al., 2016; Utria et al., 2017). Una de estas estrategias es la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que tiene como propósito convertir a las empresas en organizaciones sostenibles, en beneficio de la sociedad y del medio ambiente.

En el debate actual, la divulgación de las prácticas de la RSE se extiende a todos los sectores económicos en cualquier parte del mundo, como es el caso del sector turístico. Las empresas hoteleras, elementos clave en la cadena de actividad, han incorporado estrategias de gestión de RSE, debido a su contribución en empleo y en rentabilidad, así como por el efecto ambiental, económico y social que conllevan dichas estrategias (Flores-Ruiz et al., 2016; Santiago et al., 2017; Wojtarowski et al., 2016). En Ecuador, el turismo representa la tercera fuente de ingresos no petroleros, por su gran demanda de hoteles y servicios relacionados. Entre las ciudades más importantes del país, Cuenca, Patrimonio Cultural de la Humanidad ocupa el tercer lugar, pues posee una importante riqueza cultural materializada en un entorno privilegiado (Ministerio de Turismo, 2019; Serrano et al., 2019). Independientemente del tipo de empresa, la correcta implementación de modelos de gestión como la RSE, genera ventaja competitiva a mediano o largo plazo, mejorando la reputación corporativa y la imagen ante la sociedad (Iturrioz del Campo et al., 2019; Lopez et al., 2016).

Los grupos de interés considerados como prioritarios y primarios son los consumidores, quienes en su conjunto, forman comunidades que demandan mayor atención en relación al cuidado del medio ambiente, la producción limpia, la contribución de las empresas con la sociedad a partir de



su enriquecimiento, entre otros aspectos (Hernández et al., 2019; Lopez et al., 2019; Saltos & Velázquez, 2019; Tapia et al., 2018; Téllez-Bedoya & Bernal-Rodríguez, 2019). Para captar la atención de este grupo se deben conocer sus necesidades y motivaciones (Fernández et al., 2017), y así las empresas podrán tener un mejor rendimiento financiero y desarrollo económico sostenible (Coba et al., 2017; Espinoza, 2016).

La rentabilidad es el rendimiento de una empresa medido en unidades monetarias a partir de sus valores invertidos (Baena, 2014). La evaluación de la rentabilidad financiera proporciona directrices importantes para los dueños y administradores, al relacionar la capacidad de generar recursos en la operación de corto plazo de la organización (Arimany-Serrat et al., 2016; Caiza et al., 2020; Nogueira-Rivera et al., 2017). Una medición a largo plazo permite que las empresas garanticen su permanencia en el mercado y por consiguiente, la generación de valor (Gaytán, 2017).

El desarrollo de la RSE y la rentabilidad financiera implican un alto interés con la correcta aplicación de las políticas de RSE que garanticen un desempeño eficiente en las organizaciones. Ahora bien, Díaz (2017) y Vilar et al. (2019) identifican y evalúan a la RSE en dimensiones relacionadas con la comunidad, los empleados, el medio ambiente, el gobierno corporativo y la economía, mientras que para medir el desempeño financiero proponen el uso de indicadores de liquidez, solvencia y rentabilidad. Por otro lado, en Ecuador, a diferencia del presente estudio, Padilla-Lozano et al. (2018) y Padilla et al. (2017) realizan un análisis en otros sectores industriales midiendo a la RSE en tres dimensiones: social, económica y ambiental, y al desempeño financiero según el grado de rentabilidad sobre activos, patrimonio y ventas. La implementación de actividades de RSE en todas sus dimensiones, repercute en la adquisición de conocimientos valiosos y diversos que redundan positivamente en el rendimiento financiero empresarial.

En este sentido, la presente investigación tiene como objetivo determinar la relación entre las prácticas de RSE del Ámbito Consumidores y la rentabilidad financiera de seis establecimientos de alojamiento de la ciudad



de Cuenca. Esto permitirá a los directivos del sector hotelero y de otros sectores económicos, conocer la importancia de la aplicación de prácticas socialmente responsables en sus empresas, no solo con el propósito de mejorar su desempeño financiero, sino de brindar productos y servicios que satisfagan las necesidades de los consumidores, sin dejar de lado la idea de mejorar día a día su reputación e imagen corporativa.

Marco Teórico

La Responsabilidad Social Empresarial, ha sido conceptualizada ampliamente en la literatura, pues existen varios argumentos tratados por diferentes autores y organismos. Las empresas han ido adoptando a la RSE como una forma de gestión organizacional y de valor añadido para el desarrollo sostenible (Bermúdez-Colina & Mejías-Acosta, 2018). Según la norma ISO 26000 (2010), la RSE es un compromiso ético y transparente que posee una organización con la sociedad y el medio ambiente, por los efectos que originan sus decisiones y actividades, involucrando a sus partes interesadas y cumpliendo con la legislación aplicable. Así mismo, Rovira (2016) interpreta: “la Responsabilidad Social Empresarial es el conjunto de obligaciones y compromisos, legales y éticos tanto nacionales como internacionales que adquiere una compañía en el ámbito social, laboral, medioambiental y de derechos humanos” (p. 35).

La RSE ha venido ganando influencia año tras año en el mundo empresarial y en la investigación académica (Bernal et al., 2018; Peña et al., 2019). Es un término innovador, diferente y eficaz (Rovira, 2016), aplicado inicialmente por las multinacionales que incluyeron cambios en sus estrategias, generando mayores expectativas en sus partes interesadas (Mendoza et al., 2018). Hoy en día, las empresas de todos los sectores y tamaños han ido incorporando esta concepción como parte de sus estrategias organizacionales.

En América Latina, la implementación de las prácticas de RSE se realiza bajo un modelo adaptado a la realidad de cada país y sector industrial,



es decir, un propio modelo eficiente que sea rentable (Bermúdez-Colina & Mejías-Acosta, 2018). En Ecuador, la RSE no ha sido acogida por todas las empresas, debido al sector al que pertenecen, al grado de incidencia en la sociedad y a la poca participación del gobierno (Acosta et al., 2018; Villacís et al., 2016). Por lo que, la poca aplicación de este modelo, significa que las normas internacionales relacionadas con la RSE, son guías no obligatorias que emplean voluntariamente los empresarios, para vincular con la ética que tratan en sus empresas.

Al ser un compromiso voluntario la implementación de la RSE, las empresas lo asumen como una actuación moral, promocionando buenas prácticas que buscan el bien común de la sociedad (Araiza et al., 2020; Vallaeys, 2020). Por ello, existe variedad de documentos institucionales que son una herramienta de autoevaluación, desarrollados por consultores, en su mayoría, (Bermúdez-Colina & Mejías-Acosta, 2018), tales como: Adec-Ethos (2009); CentraRSE (2019); ComprometeRSE (2010); Fundemas (2012); Global Reporting Initiative (GRI, 2013) y ProHumana (2006) que plantean a la RSE en diferentes dimensiones: económica, social y ambiental. Los stakeholders son de gran relevancia y en este contexto los consumidores forman el grupo de mayor trascendencia de las acciones de la empresa (Armijos, 2017).

Los consumidores y clientes, considerados organizaciones y miembros individuales de la sociedad que adquieren o utilizan productos y servicios para satisfacer sus necesidades (ISO 26000, 2010), se han convertido en personajes influyentes al conseguir gran protagonismo en la toma de decisiones empresariales (Matus, 2017). La creciente preocupación por parte de los clientes y la sociedad en general, sobre los impactos de las industrias en el medio ambiente, hace que este grupo se identifique y prefiera a las organizaciones distinguidas con la iniciativa de empresas socialmente responsables (Hernández et al., 2018). En concordancia con lo anterior, Zapata (2012) (como se citó en Araiza et al., 2020) a través de una correlación



positiva, demuestra una relación directa entre la satisfacción del cliente con la RSE, concluyendo que percibir la preferencia del consumidor es importante.

Entre las teorías y estudios realizados con referencia a la relación entre las prácticas de RSE y el desempeño financiero de una empresa se encuentran diferentes investigaciones. Ansof (1983) (como se citó en Padilla et al., 2017) fue uno de los pioneros en determinar la correlación entre la RSE y el rendimiento empresarial, vinculando lo ambiental y lo social con la formulación estratégica. Los estudios sobre RSE y rentabilidad financiera, por ejemplo Muñoz-Murcia et al. (2020) muestran en su revisión literaria una relación positiva, como resultado de los hallazgos más numerosos. A nivel internacional, otros estudios han entregado evidencia que apoya a esta relación, en el sector industrial Vilar et al. (2019) determinan que la relación entre aspectos sociales y financieros en las empresas tiene un efecto positivo, y es un tema de interés y motivación para las organizaciones e investigadores. En el sector de mercado de valores, Díaz (2017) en su trabajo demuestra la relación entre el resultado financiero y la RSE, donde concluye que existe una correlación, pero no causalidad.

En el Ecuador, pocos estudios académicos se han centrado en la relación entre la RSE y la rentabilidad financiera, entre ellos: Coba et al. (2017); Padilla-Lozano et al. (2018) y Padilla et al. (2017), quienes indagan la adopción de prácticas socialmente responsables y analizan la relación entre los pilares de la RSE y el desempeño financiero en diferentes sectores empresariales, los que confirman que la inversión en asesoría y difusión de actividades de RSE producen efectos positivos sobre el rendimiento del capital invertido, y por ende, en el aumento del nivel de ingresos. De la misma forma, Freire et al. (2018) establece que la RSE sí incide en la rentabilidad económica de empresas ecuatorianas, pero los resultados obtenidos son adyacentes, debido a que en su estudio le falta incluir variables adicionales de rentabilidad y examinar con profundidad las diferentes dimensiones de la RSE.



En relación al **Ámbito Consumidores** no se han localizado estudios, ni existen investigaciones que enlacen este ámbito con la rentabilidad financiera, y en concreto en el sector hotelero.

Materiales y Métodos

La presente investigación combina una vertiente descriptiva y correlacional, con enfoque cuantitativo, para conocer el nivel de aplicación con respecto a los criterios de la RSE-Consumidores en los establecimientos de alojamiento, así como también, determinar la existencia de la relación entre la RSE en el **Ámbito Consumidores** y el rendimiento financiero.

El estudio se realizó en seis establecimientos de alojamiento de la ciudad de Cuenca constituidos como personas jurídicas cumpliendo con los requisitos establecidos por la Ley de Compañías (2014), y que presentaron la información económica-financiera a la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, correspondiente al periodo fiscal 2019.

La información para el análisis se obtendrá de las encuestas que fueron aplicadas en el proyecto de investigación, denominado: “Sistema de Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial en el Sector Hotelero Microempresarial de la Ciudad de Cuenca” y de los estados financieros a través de la página web de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. Para mantener el sigilo sobre la información de las empresas estudiadas, se establece la nomenclatura EA que significa establecimiento de alojamiento, y va enumerada desde EA1 hasta EA6.

Para determinar la relevancia de las variables del **Ámbito Consumidores** y medir el nivel de profundidad se consideró la metodología realizada por Armijos et al. (2020), en donde, analizaron las propuestas más importantes de implementación de RSE a nivel mundial como: Adec-Ethos (2009); Global Reporting Initiative (2013); ISO 26000 (2010); CentraRSE (2019) y ProHumana (2006), además, indagaron el Plan Nacional de Desarrollo - Toda una Vida (2017) de Ecuador, y a su vez los Objetivos de



Desarrollo Sostenible. Posteriormente, adoptaron el modelo de Adec Ethos y de Deming con su ciclo de mejora continua (planificar, hacer, verificar y actuar). Por otra parte, las variables para evaluar el desempeño financiero han sido definidas en torno a investigaciones previas relacionadas con el impacto que tienen las prácticas de RSE sobre la rentabilidad financiera (Coba et al., 2017; Padilla-Lozano et al., 2018; Padilla et al., 2017).

En este sentido, se definieron variables tanto para la RSE como para el desempeño financiero, la información se puede visualizar en la Tabla 1.

Tabla 1. Variables de RSE-Consumidores y rentabilidad financiera

	Ámbito	Variables
Responsabilidad Social Empresarial	Consumidores	Relacionamiento con el Cliente
		Servicio al Cliente
		Manejo de Riesgos del Servicio
Desempeño Financiero	Rentabilidad	Rendimiento sobre Activos (ROA)
		Rendimiento sobre Patrimonio (ROE)
		Rendimiento sobre Ventas (ROS)

Fuente: información recuperada de Adec-Ethos, Global Reporting Initiative, ISO 26000, CentraRSE, ProHumana, Plan Nacional de Desarrollo - Toda una Vida, Objetivos de Desarrollo Sostenible, Coba et al. (2017), Padilla-Lozano et al. (2018) y Padilla et al. (2017).

Elaborado por: las autoras

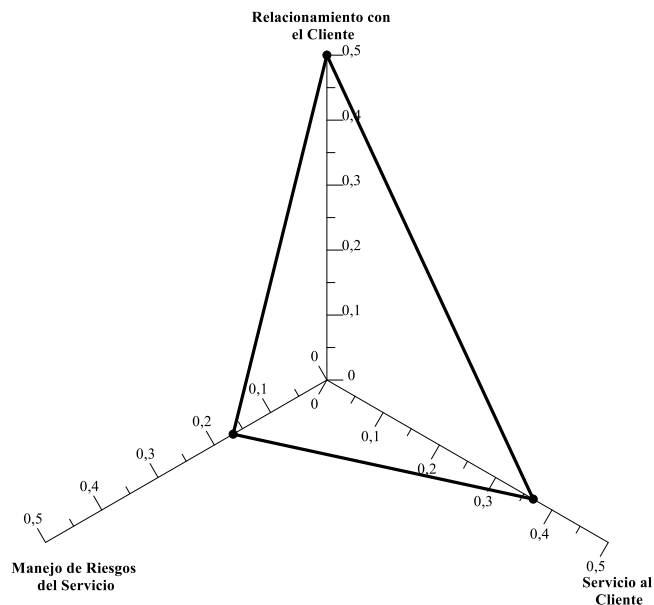
Después de identificadas las variables del Ámbito Consumidores se definió un Índice RSE-Consumidores, el cual se calculó mediante la multiplicación de la relevancia de las variables y los resultados de las encuestas obtenidas.

Finalmente, para el análisis de los datos se procedió a realizar pruebas para comprobar su normalidad, mediante la prueba de Shapiro – Wilk que se utiliza para menos de cincuenta elementos, lo que determinó que no todos los datos se encuentran dentro de la curva de normalidad. En efecto, se aplicó la correlación de Spearman considerando niveles de significancia de 0.05 y 0.01, ambas de 2 colas.

Resultados

Una vez identificados los criterios principales del Ámbito Consumidores de la RSE, y calculado los indicadores financieros de rentabilidad, se presentan los resultados del estudio planteado. En primer lugar, este análisis corresponde a la determinación del criterio más relevante del Ámbito Consumidores en los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Cuenca. Mediante el cual se manifestó que Relacionamiento con el Cliente y Servicio al Cliente tuvieron el mayor desarrollo, mientras que Manejo de Riesgos del Servicio presentó el menor desarrollo en la aplicación de RSE, como se visualiza en la Figura 1.

Figura 1. Criterios del Ámbito Consumidores del RSE en los establecimientos hoteleros de Cuenca



Fuente: información obtenida de las encuestas realizadas a los establecimientos de alojamiento

Elaborado por: las autoras

Como complemento del análisis anterior, se evalúa el nivel de aplicación de RSE-Consumidores por establecimiento de alojamiento, la Tabla 2 destaca que el EA4 presentó el mejor nivel de aplicación con 4.12. Por otro lado, EA1, EA2 y EA3 mostraron bajos niveles con 0.83, 0.44 y 0.61, respectivamente.

Tabla 2. Nivel de aplicación del RSE-Consumidores en los establecimientos de alojamiento

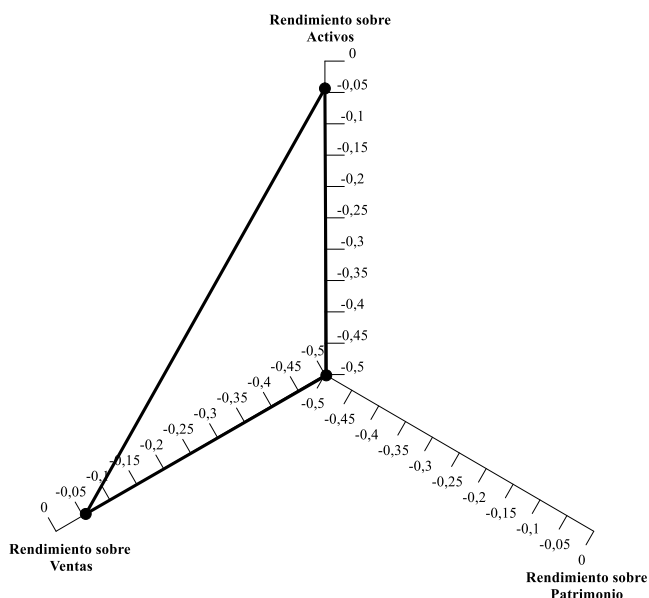
Índice RSE - Consumidores	
EA1	0,83
EA2	0,44
EA3	0,61
EA4	4,12
EA5	1,78
EA6	2,44

Fuente: información obtenida de las encuestas realizadas a los establecimientos de alojamiento

Elaborado por: las autoras

Por otra parte, en la Figura 2 se aprecia el promedio general alcanzado por los establecimientos de alojamiento de Cuenca en cada uno de los indicadores de rentabilidad. El rendimiento representado por los tres indicadores ROA, ROE y ROS demostraron un comportamiento negativo.

Figura 2. Indicadores de Rentabilidad en los establecimientos hoteleros de Cuenca



Fuente: información obtenida de los estados financieros de los establecimientos de alojamiento

Elaborado por: las autoras

Por consiguiente, se presentan los indicadores de rentabilidad financiera por establecimiento de alojamiento, en este aspecto el EA4 alcanzó el mejor rendimiento sobre activos con 0.09, sobre patrimonio con 0.26 y sobre

ventas con 0.04. Por el contrario, los demás establecimientos obtuvieron rendimientos negativos, la información se puede visualizar en la Tabla 3.

Tabla 3. Rentabilidad financiera de los establecimientos de alojamiento

	ROA	ROE	ROS
EA1	-0,21	0,12	-0,12
EA2	-0,06	-0,12	-0,14
EA3	-0,06	-3,21	-0,06
EA4	0,09	0,26	0,04
EA5	-0,00	-0,01	-0,01
EA6	-0,01	-0,02	-0,04

Fuente: información obtenida de los estados financieros de los establecimientos de alojamiento

Elaborado por: las autoras

Ahora bien, en la Tabla 4 se muestra un análisis descriptivo (media, desviación estándar, valor mínimo y valor máximo) de las variables de la RSE evaluadas. El Índice RSE-Consumidores alcanzó un promedio general de 1.70, lo que representa que los establecimientos de alojamiento aplican prácticas de RSE en un nivel básico, además, los datos tienen una dispersión de 1.41 con respecto a la media. De igual manera, el valor mínimo es de 0.44 y el valor máximo de 4.12 en relación al nivel de aplicación de RSE.

Tabla 4. Estadísticos descriptivos

	Media	Desv. Desviación	Mínimo	Máximo	N
Índice RSE-Consumidores	1,703	1,410	0,440	4,120	6
Relacionamiento con el Cliente	0,975	0,809	0,000	1,950	6
Servicio al Cliente	0,403	0,257	0,220	0,880	6
Manejo de Riesgos del Servicio	0,325	0,796	0,000	1,950	6

Fuente: información obtenida de las encuestas realizadas a los establecimientos de alojamiento

Elaborado por: las autoras

Finalmente, se realiza un análisis de correlación de Spearman entre las variables, en la Tabla 5 se aprecian los resultados del Índice RSE-Consumidores e indicadores financieros de rentabilidad. Desde el punto de

vista del coeficiente de correlación se mostró una relación positiva de todas las variables estudiadas, y considerando el nivel de significancia se determinó que la única relación fuerte y directa es de 0.886 que se presenta entre el índice y el indicador financiero ROS, este resultado es significativo en el nivel $p = 0.05$.

Tabla 5. Correlaciones del Índice RSE – Consumidores sobre los indicadores financieros de rentabilidad

		Índice RSE	ROA	ROE	ROS
Índice RSE – Consumidores	CS	1,000	0,714	0,714	0,886
	Sig.		0,111	0,111	0,019
	N	6	6	6	6
Rendimiento sobre Activos	CS	0,714	1,000	0,429	0,829
	Sig.	0,111	.	0,397	0,042
	N	6	6	6	6
Rendimiento sobre Patrimonio	CS	0,714	0,429	1,000	0,543
	Sig.	0,111	0,397	.	0,266
	N	6	6	6	6
Rendimiento sobre Ventas	CS	0,886	0,829	0,543	1,000
	Sig.	0,019	0,042	0,266	.
	N	6	6	6	6

Fuente: información obtenida de las encuestas realizadas a los establecimientos de alojamiento

Elaborado por: las autoras

Un análisis más específico por cada criterio del Ámbito Consumidores y los indicadores financieros, evidenció la existencia de una relación estadísticamente significativa, entre Relacionamiento con el Cliente y el indicador ROS con 0.971, resultado significativo en el nivel p valor de 0.01, como se puede observar en la Tabla 6.

Tabla 6. Correlación por cada criterio del Ámbito Consumidores sobre los indicadores financieros de rentabilidad

		ROA	ROE	ROS
Relacionamiento con el Cliente	CS	0,794	0,647	0,971
	Sig.	0,059	0,165	0,001
	N	6	6	6

Servicio al Cliente	CS	-0,339	-0,123	-0,494
	Sig.	0,510	0,816	0,320
	N	6	6	6
Manejo de Riesgos del Servicio	CS	0,655	0,655	0,655
	Sig.	0,158	0,158	0,158
	N	6	6	6

Fuente: información obtenida de las encuestas realizadas a los establecimientos de alojamiento

Elaborado por: las autoras

Discusión

El presente estudio se plantea como objetivo determinar la relación entre la RSE-Consumidores y la rentabilidad financiera de seis establecimientos de alojamiento de la ciudad de Cuenca, para ofrecer conocimiento a los directivos y administradores de los diferentes sectores económicos sobre la aplicación de prácticas de RSE y su posibilidad de mejorar el desempeño financiero.

Los resultados de esta investigación indican que existe una correlación positiva de 0.886 entre Índice RSE-Consumidores y el indicador financiero ROS de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Cuenca, además, analizando los criterios del Ámbito Consumidores se demuestra una relación positiva de 0.971 entre el criterio Relacionamiento con el Cliente y el indicador ROS. Esto se evidencia en el EA4 que obtuvo el mejor nivel de aplicación de RSE con 4.12, y al mismo tiempo, alcanza un valor de 0.04 en el ROS, siendo este el mayor. Mientras que, el EA2 cuenta con el más bajo nivel de aplicación de RSE con 0.44, y con respecto al ROS con -0.14. Estos resultados sugieren que los establecimientos de alojamiento que invierten eficientemente sus recursos en la implementación de políticas, procesos y sistemas de medición y evaluación de RSE, con enfoque en los consumidores, generarán beneficios económicos a largo plazo.

El principal hallazgo del estudio apoya a investigaciones previas en la existencia de una correlación positiva, aunque la RSE haya sido analizada en



un solo ámbito. El tema actual es muy controvertido con respecto a la relación entre la RSE y el desempeño financiero, pues la investigación realizada por Cubillos & Rosero (2016) y Muñoz-Murcia et al. (2020) establecen tres tipos de relaciones: positiva, negativa y neutral, sin embargo, concluyen que son más numerosos los estudios que han presentado una relación positiva entre la RSE y la rentabilidad. Cabe mencionar que no se han realizado estudios comparando el Ámbito Consumidores con la rentabilidad financiera, no obstante trabajos anteriormente publicados analizan a la RSE en su totalidad.

Del estudio se establece el vínculo positivo entre el Índice RSE-Consumidores con la rentabilidad financiera en el indicador ROS de los establecimientos de alojamiento. Esto se debe a que, al incrementar las actividades de RSE en las empresas el nivel de rendimiento tiende a aumentar, porque los clientes prefieren las empresas que implementan estrategias de RSE, pues estas generan una ventaja competitiva y un factor que las hace diferentes en el mercado, asemejándose a los resultados de Coba et al. (2017); Padilla-Lozano et al. (2018) y Padilla et al. (2017). De igual forma, los resultados obtenidos tienen similitud con los alcanzados por Correa-García & Vásquez-Arango (2020); Díaz (2017) y Vilar et al. (2019) quienes determinan la existencia de una relación con signo positivo entre la RSE y el desempeño financiero. Por otro lado, Madorran & Garcia (2016) difieren con esta investigación al demostrar una relación neutral entre las variables estudiadas, debido a que la variable RSE está condicionada por factores intangibles y no existe un modelo empírico ideal para su medición.

En general, los resultados muestran un apoyo parcial al objetivo, por la carencia de relación entre la RSE y todos los indicadores seleccionados que miden la rentabilidad financiera de los establecimientos de alojamiento. De los seis establecimientos analizados, el promedio de aplicación de RSE representa un nivel básico, esto se podría explicar porque en Latinoamérica las empresas desarrollan acciones concretas de RSE y no existe una implementación integral (Flores-Ruiz et al., 2016). Mientras, que el promedio general por cada indicador de rentabilidad demuestra un comportamiento



negativo, esto podría haber sido generado por varios factores, entre ellos: la crisis generada por la construcción del tranvía de Cuenca, la disminución de rutas aéreas, el mal estado de la infraestructura terrestre, y la falta de una política pública nacional y local que respalde al sector turístico (Armijos et al., 2020; Serrano et al., 2018).

No obstante, uno de los problemas que surge en esta investigación es la falta de actualización de la información financiera por parte de las empresas controladas por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, que interfiere en el reducido número de empresas que se analizan. Por lo hallado, sería interesante analizar la temática en distintos sectores empresariales considerando a los pilares de la RSE en conjunto, con la finalidad de identificar cómo las organizaciones están respondiendo a la problemática social y ambiental presente en la actualidad, y cómo las mismas trascienden en los resultados financieros.

Conclusiones y Recomendaciones

El interés en adoptar prácticas de RSE en los diferentes ámbitos empresariales ha ido incrementándose por los beneficios que generan a mediano y largo plazo. Por lo tanto, este estudio propuso establecer la relación entre la RSE en el Ámbito Consumidores y la rentabilidad financiera en seis establecimientos de alojamiento de la ciudad de Cuenca.

Los resultados de esta investigación muestran la relación positiva entre el Índice RSE-Consumidores y el indicador ROS. Del mismo modo, analizando cada criterio del Ámbito Consumidores se demuestra la existencia de una relación significativa entre Relacionamiento con el Cliente y el ROS. Resultados que pueden ser explicados porque se evidencia que el establecimiento que presenta el más alto nivel de aplicación de RSE, a la vez es el único que obtuvo rentabilidad financiera en el indicador ROS en comparación con las otras organizaciones.



Al mismo tiempo, el estudio genera una importante contribución al enriquecimiento de la literatura, al analizar las estrategias de RSE del Ámbito Consumidores, y cómo las mismas tienen efecto en la rentabilidad de las empresas hoteleras de un país en vías de desarrollo y en una ciudad considerada Patrimonio Cultural de la Humanidad.

El turismo en el Ecuador contribuye directamente al PIB siendo la tercera fuente de ingresos no petroleros, al contar con una alta demanda de hoteles y servicios relacionados. Es así, que la actividad hotelera está avanzando en la implementación de políticas de RSE como parte de sus estrategias de gestión, con la finalidad de satisfacer a sus grupos de interés. Pero en la actualidad su aplicación se basa en acciones concretas y básicas, es decir, que aún falta mucho para conseguir su implementación integral.

Los seis establecimientos de alojamiento de Cuenca analizados, en el Ámbito Consumidores de la RSE, prestan mayor atención a la relación con su cliente considerando estrategias para mejorar su comunicación y por ende sus ventas, lo que impacta positivamente en el rendimiento financiero, aunque no alcanzan a cumplir las etapas y niveles de desarrollo para estar en la cima de la implementación de la RSE. Se confirma que el aumento de ingresos puede verse influenciado positivamente, como efecto de las acciones de RSE dirigidas a los consumidores.

Como futuras líneas de investigación, será necesario realizar estudios complementarios que consideren los demás ámbitos de la RSE y otros indicadores financieros, para conocer si existe relaciones significativas entre las variables nuevas, y tomando como base datos actualizados.



Bibliografía

- Acosta, M., Lovato, S., & Buñay, J. (2018). La responsabilidad social corporativa y su rol en las empresas ecuatorianas. *Revista Lasallista de Investigación*, 15(2), 105–117. <https://doi.org/10.22507/rli.v15n2a8>
- Adec-Ethos. (2009). *Guía de Autoaplicación: Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial*.
- Araiza, Z., De León, V., Sierra, M., & Hernández, V. (2020). Dimensiones de la responsabilidad social empresarial como determinantes de la preferencia de compra de los consumidores en la industria refresquera. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 13(2), 27–36.
- Arimany-Serrat, N., Farreras, À., & Rabaseda, J. (2016). Análisis económico financiero del sector vinícola de La Rioja en un entorno de crisis. *Intangible Capital*, 12(1), 268–294. <https://doi.org/10.3926/ic.686>
- Armijos, J. (2017). La Responsabilidad Social Empresarial. Una óptica desde los stakeholders. *Revista Economía y Política*, XIII(26), 103–123. <https://doi.org/10.25097/rep.n26.2017.04>
- Armijos, J., Fernández, G., Alvarado, A., & Freire, S. (2020). Gobernanza y público interno en el sector hotelero microempresarial de la ciudad de Cuenca, 2019. *Revista de Geografía Espacios*, 10(20), 102–119. <https://doi.org/10.25074/07197209.20.1880>
- Baena, D. (2014). *Análisis financiero. Enfoque y proyecciones* (Ecoe Ediciones (ed.); Segunda).
- Bermúdez-Colina, Y., & Mejías-Acosta, A. (2018). Medición de la responsabilidad social empresarial: casos en pequeñas empresas Latinoamericanas. *Ingeniería Industrial*, 39(3), 315–325.
- Bernal, J., Rossi, E., & Navarrete, M. (2018). Responsabilidad Social Empresarial de los servicios hoteleros: valoración de los consumidores. *RAN. Revista Academia & Negocios*, 4(2), 107–114.
- Caiza, E., Valencia, E., & Bedoya, M. (2020). Decisiones de inversión y rentabilidad bajo la valoración financiera en las empresas industriales grandes de la provincia de Cotopaxi, Ecuador. *Universidad & Empresa*, 22(39), 1–26.



- <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.8099>
CentraRSE. (2019). *Estrategia de trabajo 2016-2020*.
- Coba, E., Díaz, J., Zurita, E., & Proaño, P. (2017). La responsabilidad social empresarial en las empresas del Ecuador. Un test de relación con la imagen corporativa y desempeño financiero. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, 5(18), 23–44.
- ComprometeRSE. (2010). *Responsabilidad Social Empresarial. Manual de Implementación*.
- Correa-García, J., & Vásquez-Arango, L. (2020). Desempeño ambiental, social y de gobierno (ASG): incidencia en el desempeño financiero en el contexto latinoamericano. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 28(2), 67–83.
<https://doi.org/10.18359/rfce.4271>
- Cubillos, C., & Rosero, O. (2016). Relación entre Desempeño Financiero y Responsabilidad Social Empresarial: un análisis de literatura (1984-2013). *Face*, 16(2), 90–101.
<https://doi.org/10.24054/01204211.v2.n2.2016.2294>
- Díaz, R. (2017). La relación entre desempeño financiero y responsabilidad social empresarial (un estudio de 63 empresas emisoras de la Bolsa Mexicana de Valores). *The Anáhuac Journal*, 17(1), 101–123.
<https://doi.org/10.36105/theanahuacjour.2017v17n1.04>
- Espinoza, M. (2016). La responsabilidad social empresarial en las micro, pequeñas y medianas empresas de Ecuador. *Teuken Bidikay*, 8, 39–58.
- Fernández, G., Uribe, C., Pérez, J., & Ríos, I. (2017). Festivales Gastronómicos y Turismo en Latinoamérica. El Festival Raíces de Festivales Gastronómicos y Turismo. *Rosa Dos Ventos*, 9(3), 356–376.
<https://doi.org/10.18226/21789061.v9i3p356>
- Flores-Ruiz, D., Bino-Raya, R. E., & De La O Barroso-González, M. (2016). Responsabilidad social en el sector hotelero. Análisis de caso en Córdoba (Argentina). *Journal Globalization, Competitiveness and Governability*, 10(3), 116–135. <https://doi.org/10.3232/GCG.2016.V10.N3.04>
- Freire, C., Govea, K., & Hurtado, G. (2018). Incidencia de la responsabilidad



- social empresarial en la rentabilidad económica de empresas ecuatorianas. *Revista Espacios*, 39(19), 7–17.
- Fundemas. (2012). *Guía práctica de RSE para Pymes, mejores prácticas para mayor productividad*.
- Gaytán, J. (2017). Cuestiones conceptuales de recursos y capacidades como determinantes del desempeño financiero. *Mercados y Negocios*, 36, 171–184.
- Global Reporting Initiative. (2013). *G4 Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad*. GRI.
- Hernández, F., Mendoza, S., Hernández, J., Barragán, J., & Guerra, P. (2018). Propuesta de Modelo de la Responsabilidad Social Empresarial y su Impacto en la Percepción del Cliente, en la PyMES de Nuevo Laredo, Tamaulipas. *Revista Daena (International Journal of Good Conscience)*, 13(2), 165–181.
- Hérrnandez, N., Araiza, Z., Gutiérrez, L., & Saucedo, Y. (2019). Dimensiones de la responsabilidad social empresarial: Caso empresa procesadora de productos lácteos. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 12(1), 69–78.
- ISO 26000, (2010). www.iso.org
- Iturrioz del Campo, J., Masa, C., & Medina, A. (2019). La transparencia sobre Responsabilidad Social Corporativa y su implicación con el comportamiento económico-financiero: efectos en las empresas de Economía Social. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 132, 122–143. <https://doi.org/10.5209/reve.65487>
- Lopez, J., Fornés, R., & Carrasco, A. (2019). Modelo De Responsabilidad Social Empresarial Orientado a Los Clientes De Empresas De La Nutrición Animal. *Revista Global de Negocios*, 7(1), 11–25.
- Lopez, J., Ochoa, S., & Ochoa, B. (2016). La cultura organizacional como un apoyo para implementar la responsabilidad social empresarial. *Revista Global de Negocios*, 4(8), 11–21.
- Madorran, C., & Garcia, T. (2016). Corporate Social Responsibility and Financial Performance: The Spanish Case. *Revista de Administração de*



- Empresas*, 56(1), 20–29. <https://doi.org/10.1590/S0034-759020160103>
- Matus, J. (2017). El millennial universitario y la responsabilidad social empresarial. Un análisis cuantitativo sobre su actitud de compra. *XXII Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática*.
- Mendoza, A., Avila, P., Meza, J., Zambrano, A., & Chavarría, M. (2018). La Responsabilidad Social Empresarial Las Pymes En El Ecuador. *III Congreso Virtual Internacional Sobre Desafíos de Las Empresas Del Siglo XXI Abril 2018*.
- Ministerio de Turismo. (2019). *¿Por qué Cuenca es Patrimonio Cultural de la Humanidad? – Ministerio de Turismo*. <https://www.turismo.gob.ec/por-que-cuenca-es-patrimonio-cultural-de-la-humanidad/>
- Muñoz-Murcia, N., Ruiz-Acosta, L., & Camargo-Mayorga, D. (2020). Relación entre responsabilidad social empresarial y rentabilidad: una revisión de literatura. *Encuentros*, 18(2), 128–141. <https://doi.org/10.15665/encuen.v18i02.2406>
- Nogueira-Rivera, D., Medina-León, A., Hernández-Nariño, A., Comas-Rodríguez, R., & Medina-Nogueira, D. (2017). Análisis económico-financiero: talón de Aquiles de la organización. Caso de aplicación. *Ingeniería Industrial*, 38(1), 106–115.
- Ormaza, J., Ochoa, J., Ramírez, F., & Quevedo, J. (2020). Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 26(3).
- Padilla-Lozano, C., Arévalo-Avecillas, D., & Wong-Laborde, N. (2018). Influencia de la responsabilidad social en el desempeño financiero del sector químico-farmacéutico. *Equidad y Desarrollo*, 1(32), 121–141. <https://doi.org/10.19052/ed.4366>
- Padilla, C., Arévalo, D., Bustamante, M., & Vidal, C. (2017). Responsabilidad Social Empresarial y Desempeño Financiero en la Industria del Plástico en Ecuador. *Informacion Tecnologica*, 28(4), 93–102. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642017000400012>
- Peña, M. J., Vallejo, J. B., Malla, F. Y., & Sarmiento, G. del P. (2019). Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador y las organizaciones



- financieras de la Economía Popular y Solidaria. *YACHANA Revista Científica*, 8(2), 39–51. <https://doi.org/10.1234/yach.v8i2.597>
- ProHumana. (2006). *Manual de RSE para PYMES*.
- Rovira, C. (2016). *Responsabilidad social competitiva*. Barcelona: Empresa Activa.
- Saltos, M., & Velázquez, R. (2019). Apuntes teóricos para la promoción de la Responsabilidad Social Empresarial en Ecuador. *Revista Espacios*, 40(43), 1–13.
- Santiago, N., Romero, A., & Álvarez, G. (2017). Actualidad y proyecciones de desarrollo del turismo internacional en Ecuador. *Revista de Ciencia, Tecnología e Innovación*, 4(3), 276–287.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - Ecuador. (2017). *Toda una Vida - Plan Nacional de Desarrollo 2017 - 2021*.
- Serrano, A., Freire, S., & Espinoza-Figueroa. (2018). *Boletín de indicadores turísticos del cantón Cuenca*. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/31373>
- Serrano, A., Freire, S., & Villafuerte, E. (2019). Estudio y aplicación de indicadores turísticos en la oferta y demanda turística por periodos de tiempo en la ciudad de Cuenca - Ecuador. *Siembra*, 6(1), 156–164. <https://doi.org/10.29166/siembra.v6i1.1718>
- Ley de Compañías, (2014).
- Tapia, A., Gavilánez, M., Jácome, S., & Balseca, J. (2018). La Responsabilidad Social Empresarial: Un desafío para la sostenibilidad de las empresas del Ecuador. *3C Empresa. Investigación y Pensamiento Crítico.*, 7(4), 68–89. <https://doi.org/dx.doi.org/10.17993/3cemp.2018.070436.68-89/>
- Téllez-Bedoya, C. A., & Bernal-Rodríguez, E. A. (2019). La Responsabilidad Social Empresarial en el sector calzado: Estudio de caso en Bogotá, Colombia. *Saber, Ciencia y Libertad*, 14(1), 101–117. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2019v14n1.5209>
- Utria, L. V., De La Espriella, L. E., & Cásseres, M. I. (2017). Análisis de la evolución teórica de la Responsabilidad Social Empresarial. *Gerencia*



Libre, 3, 15–24.

- Vallaes, F. (2020). ¿Por qué la responsabilidad social empresarial no es todavía transformadora? Una aclaración filosófica. *Andamios*, 17(42), 309–333. <https://doi.org/10.29092/uacm.v17i42.745>
- Vilar, J., Fé, J., & Vasallo, A. (2019). El sector de la construcción en Galicia: Responsabilidad social empresarial y resultados financieros. *Revista Galega de Economía*, 28(1), 40–56. <https://doi.org/10.15304/rge.28.1.6162>
- Villacís, C., Suarez, Y., & Guillín, X. (2016). Análisis de la Responsabilidad Social en el Ecuador. *Revista Publicando*, 3(8), 452–466.
- Wojtarowski, A., Silva, E., Piñar, M. de los A., & Negrete, J. (2016). La Responsabilidad Social Empresarial como pieza clave en la transición hacia el desarrollo sustentable en el sector turístico. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(1), 127–139. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2016.14.008>



Anexos

Anexo 1. Protocolo del Artículo Académico



UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

“Responsabilidad Social Empresarial en el Ámbito Consumidores y su incidencia en la Rentabilidad Financiera. Análisis en seis establecimientos de alojamiento de Cuenca - Ecuador, 2019”

PROTOCOLO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Modalidad: “Artículo Académico”

AUTORAS:

Jaqueline Dayana Arebalo Naulaguari

Estefania Michelle Tapia Alvarez

ASERORA:

Ing. Com. Johanna Armijos Cordero

Cuenca – Ecuador

2020



1. Resumen de la propuesta

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) contribuye al impulso de procesos de desarrollo sostenible en cualquier sector empresarial. El turismo actúa como un motor de progreso económico y de fuerza social en todo país, la aplicación de prácticas positivas de RSE benefician tanto a la sociedad a través de generación de empleo como a la organización con el aumento de beneficios económicos. La RSE en el sector turístico es un tema poco analizado en la literatura científica, pese a que cada vez este modelo es acogido por más organizaciones. Este artículo pretende analizar la relación de las prácticas de RSE del Ámbito Consumidores en la rentabilidad financiera de seis establecimientos de alojamiento de la ciudad de Cuenca, a través de una investigación descriptiva y explicativa con el estudio de variables cuantitativas para establecer la posible relación entre ellas y describir el impacto de la RSE en la rentabilidad financiera. Los resultados obtenidos aportarán al conocimiento científico, así como también ayudará a los directivos de los establecimientos a tomar decisiones de mejora con respecto a estas prácticas.

2. Razón del ser del trabajo académico

2.1. Identificación

Las necesidades y las grandes presiones por parte de los consumidores, proveedores, empleados, inversores, instituciones no gubernamentales, e incluso el poder del Estado, han llevado que las empresas comiencen a implementar modelos de gestión como es la Responsabilidad Social Empresarial. Inicialmente, las multinacionales de los países desarrollados han sido las promotoras en aplicar este tipo de prácticas, pero con el pasar de los años la adopción de la RSE se extiende a todo tipo de organizaciones de cualquier parte del mundo. En el caso del sector turístico, no se ha quedado atrás y las empresas hoteleras, han incorporado estrategias de gestión de RSE, por su contribución en el empleo y en la rentabilidad, como por su impacto medioambiental, económico y social.



El turismo en el Ecuador representa la tercera fuente de ingresos no petroleros, en el año 2019, la contribución directa del turismo al PIB alcanzó el 2,2%. Por otro lado, el VAB creció en 2,3% con respecto al año 2018, esto se dio por el incremento del 1,6% de la llegada de extranjeros al país, debido a una alta demanda de hoteles y servicios relacionados (Banco Central del Ecuador, 2020; Ministerio de Turismo, 2019b; Vistazo, 2020). Entre las ciudades más importantes del Ecuador, Cuenca ocupa el tercer lugar, pues desde el año 1999, la UNESCO otorgó la designación de Ciudad Patrimonio Cultural de la Humanidad, al poseer una importante riqueza cultural materializada en un entorno privilegiado e inicialmente fue conocida como El Valle del Tomebamba, razón por la cual, los turistas se sienten motivados por visitar la ciudad (Ministerio de Turismo, 2019a). Por lo citado anteriormente, se evidencia la necesidad de conocer el impacto que provoca el Ámbito Consumidores de la RSE en la rentabilidad financiera de los establecimientos de alojamiento de Cuenca, para garantizar a dichas organizaciones conocer la importancia y mejora de sus prácticas.

2.2. Justificación

Debido a la globalización, las estrategias de gestión empresariales han ido evolucionando, entre ellas la aplicación de prácticas de RSE, que tienen como propósito convertir a las empresas en organizaciones sostenibles, en beneficio de la sociedad y del medio ambiente.

La actividad hotelera es una de los pilares fundamentales del sector turístico. El turismo en el Ecuador, no solo constituye una de las principales fuentes de ingreso, sino también es una alternativa sostenible que beneficia el desarrollo de la población. Por su parte, el Estado ha implementado políticas para el fomento y aplicación del turismo como recurso para la diversificación de la economía ecuatoriana.

En el debate actual, la RSE se ha convertido en uno de los temas más atractivos de discusión y menos comprendido, es por ello que el presente artículo pretende contribuir al enriquecimiento de la literatura existente sobre



las posibles relaciones entre la RSE y la rentabilidad financiera de la siguiente manera: Primero, debido a que en el Ecuador son escasos los estudios científicos en el tema, más aún en el sector turístico y en particular, en el hotelero. Segundo, porque en la ciudad de Cuenca las investigaciones son nulas y hasta la fecha no existe ningún trabajo que analice una variable específica de la RSE (Consumidores) con la rentabilidad financiera. Tercero, porque se trata de un estudio con enfoque cuantitativo a través de una investigación de tipo descriptiva y explicativa con un método inductivo. Y cuarto, porque permitirá a los altos directivos del sector hotelero y de otros sectores económicos, conocer la importancia de la aplicación de prácticas socialmente responsables en sus empresas, no solo con el objetivo de mejorar su desempeño financiero, sino de brindar productos y servicios que satisfagan las necesidades de los consumidores, sin dejar de lado la idea de mejorar día a día su reputación e imagen corporativa.

Finalmente, la investigación es viable pues se cuenta con los datos necesarios para el estudio y los recursos económicos, humanos y técnicos, así como también la accesibilidad a bases digitales proporcionadas por la Universidad de Cuenca y otras de libre acceso.

3. Breve revisión de la literatura y el estado del arte donde se enmarcará el trabajo académico

Entre las teorías y estudios realizados con referente al signo de relación entre la RSE y el resultado económico-financiero de una organización se encuentra en diferentes investigaciones. Con una revisión literaria exhaustiva, los autores identifican a la RSE como variable independiente, pero también se propone que la misma se puede tomar como variable dependiente. Además, que es posible que la relación de ambas variables sea sinérgica y que exista una interdependencia entre ellas.

Para la investigación empírica sobre la relación entre ambas variables se consideró un período entre el año 2010 hasta el presente año, habiéndose encontrado con trabajos que efectúan revisiones o metaanálisis de la



evidencia previa al tema, así como también, estudios aplicados a distintos sectores empresariales. Entre ellos se tiene:

Para Muñoz-Murcia et al. (2020) y Saavedra (2011) en sus estudios realizados de análisis documental sobre la RSE y las finanzas, concuerdan que no existe un consenso en los resultados de las investigaciones, sin embargo, los hallazgos más numerosos muestran una relación positiva entre RSE y Rentabilidad, sin considerar el enfoque metodológico utilizado en los diferentes trabajos. Además, concluyen que la información proporcionada por sus artículos sirve para tomar decisiones con respecto a la implementación y mejora de los modelos de gestión de RSE.

A nivel internacional, en el sector industrial Kakakhel et al. (2015); Vilar et al. (2019) y Wen-Min et al. (2013) determinan que la relación entre aspectos sociales y financieros en las empresas es un tema de interés y motivación en la actualidad de las organizaciones y de los investigadores; con sus distintas metodologías y considerando los factores importantes que pueden influir en la relación entre ambas variables concluyen un efecto positivo de la RSE sobre la rentabilidad financiera. Por otro lado, Aguilera-Caracuel et al. (2015) demuestran que no existe una relación directa entre el desarrollo de iniciativas socialmente responsables y el desempeño financiero, sin embargo, al ser un estudio de empresas multinacionales, concluyen que éstas pueden adquirir conocimiento valioso y diverso que redunde en una mejora de su desempeño financiero y social. Además, los directivos al incorporar en las estrategias de la empresa aspectos de la RSE, deben considerar dichas iniciativas útiles y beneficiosas tanto para la sociedad en su conjunto, como también para la propia empresa al ser consolidada como fuente de ventaja competitiva. En el sector financiero, Martínez-Campillo et al. (2013) analizan la dirección de la causalidad entre la RSC y el resultado financiero de las Cajas de Ahorros español, y sus hallazgos encontrados es la presencia de una relación interactiva negativa, esto significa, que el menor gasto en labor social lleva hacia mejores resultados financieros. En otro estudio, Ofori et al. (2014) examinaron el impacto de la RSE en el desempeño financiero del sector



bancario de Ghana y contribuyen que existe una relación positiva pero insignificante entre las variables, pero dado los numerosos beneficios de la RSE, recomiendan que las empresas continúen dando prioridad a esta práctica. Y para el sector de mercado de valores, Díaz (2017) en su trabajo demuestra la relación entre el desempeño financiero y la RSE, donde concluye que existe una correlación, más no causalidad, es por esto que los accionistas, invierten en la RSE como actividad estratégica y táctica cotidiana en su industria.

Otras dimensiones importantes que se asocia con la RSE y la rentabilidad financiera es imagen corporativa e impacto del género. Entre los estudios, Valenzuela et al. (2015) investigan si la aplicación de actividades de RSE tiene incidencia en el desempeño financiero y la reputación corporativa, y encontraron que la implementación de cuatro dimensiones de la RSE (medioambiental, ética, social y colaboradores) influyen positivamente. Por otro lado, en unos estudios recientes de Ajaz et al. (2020) y Brusca-Alijarde et al. (2017) aparte de considerar las variables RSE y desempeño financiero adoptan una nueva variable diversidad de género, en las que relacionan para conocer la incidencia y como afecta a los resultados financieros de la entidad.

Solo unos pocos estudios académicos en el Ecuador han analizado la relación entre la RSE y la rentabilidad financiera. Los estudios en esta área buscaron cómo la divulgación de las prácticas socialmente responsables mantiene incidencia sobre la imagen corporativa y el rendimiento financiero de la empresa. Con respecto a ello, Coba et al. (2017) realizan un estudio cualitativo de la aplicación de prácticas de RSE y un análisis correlacional de las dimensiones de la RSE sobre la imagen corporativa y el rendimiento financiero, lo que concluye que existe un impacto significativo para quienes han invertido en asesoría de actividades de RSE. Para Freire et al. (2018), la RSE sí incide en la rentabilidad económica de empresas ecuatorianas, debido a que los resultados obtenidos son adyacentes, sin embargo, a su estudio le falta incluir variables adicionales de rentabilidad y examinar con profundidad las diferentes dimensiones de la RSE. Finalmente, Padilla et al. (2017)



analizan la RSE y el desempeño financiero en empresas ecuatorianas del sector industrial del plástico, demostrando la carencia de relación entre las variables generales, no obstante, al analizar a la RSE en sus tres pilares (económica, social y ambiental), determinan la existencia de una relación significativa; lo que confirma que las inversiones a favor de la comunidad y del entorno producen rendimientos positivos en el capital invertido y en los ingresos.

En general, las prácticas socialmente responsables, en conjunto con las medidas para fomentar la sostenibilidad son distintas según el tipo de industria (Padilla et al., 2017). Los resultados de las investigaciones evidenciaron que la relación RSE y el desempeño financiero difiere al sector industrial de estudio, indicando que las buenas estrategias de RSE y los mejores asesorados pueden generar un efecto positivo en el desempeño financiero.

4. Contexto del problema y preguntas de investigación

4.1. Contexto del problema

Desde los años 90, las empresas vienen aplicando diferentes estrategias de gestión tomando en cuenta los intereses y la responsabilidad de los distintos grupos con los que se relacionan (Saltos & Velázquez, 2019; Vallaeys, 2020; Wagenberg, 2006). Una de estas estrategias es la RSE, cuya práctica se originó en los países desarrollados y poco a poco se expandió a nivel mundial, aunque, su manejo en Latinoamérica y en Ecuador es limitado (Villacís et al., 2016). Sin embargo, el que no apliquen todas las organizaciones este modelo, significa que las normas internacionales relacionadas con la RSE, son guías no obligatorias que emplean voluntariamente los empresarios.

La RSE llega al Ecuador a través de las multinacionales que incluyeron cambios en sus estrategias generando grandes expectativas en sus stakeholders (Mendoza et al., 2018). Este modelo de gestión no ha sido acogido por todas las empresas ecuatorianas, debido al sector empresarial al



que pertenecen, al grado de incidencia en la sociedad y a la poca participación del gobierno (Acosta et al., 2018; Villacís et al., 2016). Para que las empresas puedan percibir un mejor desarrollo económico se ha desencadenado la necesidad de incorporar prácticas socialmente responsables con el objetivo de conservar buenas relaciones con sus grupos de interés al igual que un rendimiento financiero sostenible (Coba et al., 2017; Espinoza, 2016).

El interés en acoger el concepto de RSE en diferentes ámbitos empresariales se incrementa de manera constante (Fernandez & Cuadrado, 2011; Hernández et al., 2018; Téllez, 2017). Aunque existen diversas limitantes para lograr un buen desarrollo sostenible, en Latinoamérica se encuentra en práctica dentro del turismo (Wojtarowski et al., 2016), en específico, en la actividad hotelera, donde existe poco conocimiento y acciones aisladas de la RSE, pero para conseguir una implementación integral falta mucho camino por recorrer (Flores-Ruiz et al., 2016). En el Ecuador, los establecimientos de alojamiento han prosperado en las últimas épocas por promover un turismo sostenible, sustentable, social y comunitario, convirtiéndose en un segmento lucrativo, ya que cuentan con mayor acogida (Gaibor-Delgado et al., 2018).

4.2. Pregunta de investigación

¿Cómo incide las prácticas de la Responsabilidad Social Empresarial del Ámbito Consumidores en la rentabilidad financiera de los seis establecimientos de alojamiento de Cuenca-Ecuador?

5. Marco Teórico

Responsabilidad Social Empresarial

Es la actuación ética de la empresa desde el punto de vista de su relación con la sociedad, que posee una cierta autoría organizacional similar a la autoría personal y en su desempeño racional y diligente, respetuoso y proactivo en el desarrollo humano en sociedad (Preziosa, 2005).



Consumidor

Miembro individual que pertenece al público general cuyo objetivo es adquirir productos o servicios para satisfacer sus necesidades (ISO 26000, 2010).

Establecimiento de alojamiento

Es la unidad íntegra de negocio cuya actividad es el hospedaje no permanente de turistas y servicios complementarios. Previamente deberá obtener el registro de turismo y la licencia única anual de funcionamiento mediante la Autoridad Nacional de Turismo o de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (Reglamento de Alojamiento Turístico, 2016).

Información Financiera

Es la información cuantitativa reflejada en unidades monetarias y descriptivas, que indica la situación financiera de una empresa, y cuya finalidad es ser útil para la toma de decisiones económicas (Santillana, 2013).

Turismo

Son aquellas actividades de las personas que se desplazan hacia un lugar distinto al de su entorno habitual, cuya permanencia es por un corto tiempo y con la finalidad ejercer actividades distintas a las laborales (Agüí, 1994).

Servicio

Acción de una organización para satisfacer una demanda o necesidad (ISO 26000, 2010).

Stakeholder

Son los individuos o grupos que pueden influir sobre la consecución de los objetivos de una organización o verse afectados (Freeman & McVea, 2001).



Rentabilidad

Expresión de competencia o capacidad de la empresa para generar utilidades o resultados con los medios invertidos, es el razón financiera más utilizada en el momento de calcular el nivel de acierto o fracaso en la gestión empresarial (Cano et al., 2013).

Responsabilidad Social Empresarial en el Plan Nacional para el Buen Vivir

El 22 de septiembre del 2017, los miembros del Consejo Nacional de Planificación (CNP) aprobaron la actualización del Plan Nacional para el Buen Vivir 2017-2021. El eje dos denominado Sistema Económico Sostenible al Servicio de la Sociedad y el Ambiente, en el objetivo número ocho contiene la política pública referida al Fomento de la producción nacional con responsabilidad social y ambiental, promoviendo el manejo eficiente de los recursos naturales y el uso de tecnologías duraderas y ambientalmente limpias, para garantizar el abastecimiento de bienes y servicios de calidad (Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 Toda una Vida de Ecuador, 2017).

Responsabilidad Social Empresarial en la Norma ISO 26000

La ISO 26000 fue publicada por la Secretaria Central de ISO como traducción oficial al español en Suiza en el año 2010. Esta norma manifiesta que el desempeño de las empresas en relación con la sociedad en la que se desenvuelve y con su impacto sobre el medio ambiente, se ha convertido en una parte importante al medir el desempeño y la habilidad para continuar operando de forma eficaz (ISO 26000, 2010).

6. Objetivos e hipótesis

6.1. Objetivo General

Analizar la relación de las prácticas de responsabilidad social empresarial del Ámbito Consumidores con la rentabilidad financiera de seis establecimientos de alojamiento de la Ciudad de Cuenca.

6.2. Objetivos Específicos

- Determinar las variables relevantes del Ámbito Consumidores como parte de la RSE.
- Evaluar la dimensión consumidores de la RSE de los establecimientos de alojamientos de la ciudad de Cuenca.
- Identificar los indicadores financieros más relevantes para medir el desempeño financiero de los establecimientos de alojamientos de la ciudad de Cuenca.
- Determinar la relación entre las variables del Ámbito Consumidores de la RSE con la rentabilidad financiera de los seis establecimientos de alojamiento de Cuenca.
- Sintetizar los resultados en base a la información obtenida.

6.3. Hipótesis

H1: Las prácticas de RSE según el Ámbito Consumidores se relacionan con la rentabilidad financiera de los establecimientos de alojamiento.

7. Variables y Datos

7.1. Variables

Las variables a considerar para el presente estudio, se detallan a continuación:

Tabla 1

Variables por Dimensión

	Ámbito	Variable	Medición
Responsabilidad Social Empresarial	Consumidores y Clientes	Relacionamiento con el Cliente	Variable porcentual, calculada mediante la sumatoria de las respuestas a las preguntas dicotómicas



			dividido para el total de preguntas.
		Servicio al Cliente	Variable porcentual, calculada mediante la sumatoria de las respuestas a las preguntas dicotómicas dividido para el total de preguntas.
		Manejo de Riesgos del Servicio	Variable porcentual, calculada mediante la sumatoria de las respuestas a las preguntas dicotómicas dividido para el total de preguntas.
Desempeño Financiero	Rentabilidad	Rendimiento sobre Ventas	Variable porcentual, mide la rentabilidad de la empresa. Se determina mediante la división de la utilidad neta para las ventas netas.
		Rendimiento sobre Activos	Variable porcentual, muestra la

capacidad del activo en la generación de utilidades. Se determina mediante la división de la utilidad neta para el activo total.

Rendimiento sobre Patrimonio	Variable porcentual, muestra la rentabilidad de la inversión. Se determina mediante la división de la utilidad neta para el patrimonio.
------------------------------	---

Fuente: Adec-Ethos, Global Reporting Initiative, ISO 26000, CentraRSE, ProHumana, Plan Nacional de Desarrollo – Toda una Vida, Objetivos de Desarrollo Sostenible, y Baena (2014)

Elaborado por: los autores

7.2. Datos

Los datos a emplearse para el estudio se obtendrán de las encuestas aplicadas en el proyecto de investigación de la carrera, denominado: “Sistema de Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial en el Sector Hotelero Microempresarial de la Ciudad de Cuenca”, y de los estados financieros del año 2019.

8. Descripción de la metodología a utilizar

8.1. Tipo de investigación

La presente investigación combina una vertiente de tipo explicativa y descriptiva por tratar de encontrar la respuesta a si la RSE en el Ámbito



Consumidores tiene relación con el rendimiento financiero de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Cuenca, en la cual, al ser un tema muy poco estudiado se pretende recabar la información y establecer la relación potencial entre dos o más conceptos o variables. En este sentido, describir la significatividad de la RSE en la rentabilidad financiera.

8.2. Método de investigación

Se empleará un método de investigación inductivo, este indica que para llegar a una conclusión general se parte de indicios particulares. El uso de este razonamiento es de gran importancia para el trabajo científico en general, pues consiste en recolectar datos sobre casos específicos y analizarlos para la creación de teorías o hipótesis.

8.3. Población y muestra

La población de estudio para el desarrollo de esta investigación está conformada por seis establecimientos de alojamiento de la ciudad de Cuenca. Al ser un estudio de casos, se considera en su totalidad la población, razón por la cual no se determina la muestra poblacional.

8.4. Métodos de recolección de datos

Los datos para la presente investigación se obtendrán de las encuestas que fueron utilizadas en el proyecto de investigación de la carrera, denominado: "Sistema de Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial en el Sector Hotelero Microempresarial de la Ciudad de Cuenca", y del portal web de la página web de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

8.5. Tratamiento de la información

La información se analizará mediante el software estadístico IBM SPSS (Versión 25.0), así como también el Microsoft Excel y los recursos bibliográficos para análisis y comparación.



8.6. Fuentes de información

Se considera las siguientes fuentes de información:

Fuentes Primarias

- Encuestas a los seis establecimientos de estudio
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

Fuentes Secundarias

- Artículos científicos relacionados al tema

Fuentes terciarias

- Ministerio de Turismo
- Cámara de Turismo

9. Explicación del contenido mínimo

El contenido para el presente artículo académico se considera el formato establecido por la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, que consta de:

- a. Título del artículo
- b. Nombre de los autores
- c. Resumen abreviado del artículo
- d. De 3 a 5 palabras claves redactas en español e inglés
- e. Introducción
- f. Marco teórico
- g. Metodología
- h. Resultados
- i. Discusión
- j. Conclusiones y Recomendaciones
- k. Bibliografía
- l. Anexos (de ser del caso)



10. Bibliografía inicial

- Acosta, M., Lovato, S., & Buñay, J. (2018). La responsabilidad social corporativa y su rol en las empresas ecuatorianas. *Revista Lasallista de Investigación*, 15(2), 105–117. <https://doi.org/10.22507/rli.v15n2a8>
- Agúí, J. L. (1994). Definiciones: Turismo-Turista. *Papers de Turisme*, 77–94.
- Aguilera-Caracuel, J., Guerrero-Villegas, J., & Morales-Raya, M. (2015). Responsabilidad social y desempeño financiero en multinacionales: influencia de la diversificación internacional. *Revista Venezolana de Gerencia*, 20(71). <https://doi.org/10.31876/revista.v20i71.20195>
- Ajaz, A., Zhou, S., & Sarfraz, M. (2020). Delineating the Influence of Boardroom Gender Diversity on Corporate Social Responsibility, Financial Performance, and Reputation. *LogForum*, 16(1), 61–74. <https://doi.org/10.17270/J.LOG.2019.376>
- Baena, D. (2014). *Análisis financiero. Enfoque y proyecciones* (Ecoe Ediciones (ed.); Segunda).
- Banco Central del Ecuador. (2020). *La economía ecuatoriana creció 0,1% en 2019*. <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1359-la-economia-ecuatoriana-crecio-01-en-2019>
- Brusca-Alijarde, I., Labrador-Barrafón, M., Blasco-Burriel, M. P., & Esteban-Salvador, L. (2017). Impacto del género y la responsabilidad social en la rentabilidad empresarial cuando se controlan los recursos estructurales e intangibles. *Revista Perspectiva Empresarial*, 4(2), 59–72. <https://doi.org/10.16967/rpe.v4n2a6>
- Cano, M., Olivera, D., Balderrabano, J., & Pérez, G. (2013). Rentabilidad y competitividad en la PYME. *Ciencia Administrativa*, 2, 80–86.
- Coba, E., Díaz, J., Zurita, E., & Proaño, P. (2017). La responsabilidad social empresarial en las empresas del Ecuador. Un test de relación con la imagen corporativa y desempeño financiero. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, 5(18), 23–44.
- Díaz, R. (2017). La relación entre desempeño financiero y responsabilidad social empresarial (un estudio de 63 empresas emisoras de la Bolsa Mexicana de Valores). *The Anáhuac Journal*, 17(1), 101–123.



<https://doi.org/10.36105/theanahuacjour.2017v17n1.04>

- Espinoza, M. (2016). La responsabilidad social empresarial en las micro, pequeñas y medianas empresas de Ecuador. *Teuken Bidikay*, 8, 39–58.
- Fernandez, M., & Cuadrado, R. (2011). La Responsabilidad Social Empresarial En El Sector Hotelero: Revisión De La Literatura Científica. *Cuadernos de Turismo*, 28, 47–57.
- Flores-Ruiz, D., Bino-Raya, R. E., & De La O Barroso-González, M. (2016). Responsabilidad social en el sector hotelero. Análisis de caso en Córdoba (Argentina). *Journal Globalization, Competitiveness and Governability*, 10(3), 116–135. <https://doi.org/10.3232/GCG.2016.V10.N3.04>
- Freeman, R. E., & McVea, J. F. (2001). A Stakeholder Approach to Strategic Management. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.263511>
- Freire, C., Govea, K., & Hurtado, G. (2018). Incidencia de la responsabilidad social empresarial en la rentabilidad económica de empresas ecuatorianas. *Revista Espacios*, 39(19), 7–17.
- Fundemas. (2012). *Guía práctica de RSE para Pymes, mejores prácticas para mayor productividad*.
- Gaibor-Delgado, J., Naranjo-Lozada, S., Toaza-López, V., Carranza-Guerrero, M., & Gavilanes-Carranza, E. (2018). ¿Hotelería y turismo con responsabilidad social empresarial? Caso: la empresa hotelera en la ciudad de Baños, provincia de Tungurahua. *Ciencia Digital*, 2(4), 1–19. <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v2i4.217>
- Hernández, A., Vargas, E., Castillo, M., & Villarreal, L. (2018). Responsabilidad Social Empresarial En La Hotelería. Un Enfoque Ético. *Gestão & Regionalidade*, 34(102). <https://doi.org/10.13037/gr.vol34n102.4356>
- ISO 26000, (2010). www.iso.org
- Kakakhel, S. J., Ilyas, M., Iqbal, J., & Afeef, M. (2015). Impact of Corporate Social Responsibility on Financial Performance: Evidence from Pakistan's Cement Industry. *Abasyn Journal of Social Sciences*, 8(2), 392–404.
- Martínez-Campillo, A., Cabeza-García, L., & Marbella-Sánchez, F. (2013).



- Responsabilidad Social Corporativa y resultado financiero: Evidencia sobre la doble dirección de la causalidad en el sector de las Cajas de Ahorros. *Cuadernos de Economía y Dirección de La Empresa*, 16(1), 54–68. <https://doi.org/10.1016/j.cede.2012.04.005>
- Mendoza, A., Avila, P., Meza, J., Zambrano, A., & Chavarría, M. (2018). La Responsabilidad Social Empresarial Las Pymes En El Ecuador. *III Congreso Virtual Internacional Sobre Desafíos de Las Empresas Del Siglo XXI Abril 2018*.
- Ministerio de Turismo. (2019a). *¿Por qué Cuenca es Patrimonio Cultural de la Humanidad? – Ministerio de Turismo*. <https://www.turismo.gob.ec/porque-cuenca-es-patrimonio-cultural-de-la-humanidad/>
- Ministerio de Turismo. (2019b). *Turismo aportó con más de 2.300 millones a la economía ecuatoriana en 2018*. <https://www.turismo.gob.ec/turismo-aporto-con-mas-de-2-300-millones-a-la-economia-ecuatoriana-en-2018/>
- Muñoz-Murcia, N., Ruiz-Acosta, L., & Camargo-Mayorga, D. (2020). Relación entre responsabilidad social empresarial y rentabilidad: una revisión de literatura. *Encuentros*, 18(2), 128–141. <https://doi.org/10.15665/encuen.v18i02.2406>
- Ofori, D. F., Nyuur, R. B., & S-Darko, M. D. (2014). Corporate social responsibility and financial performance: Fact or fiction? A look at Ghanaian banks. *Acta Commercii*, 14(1), 1–11. <https://doi.org/10.4102/ac.v14i1.180>
- Padilla, C., Arévalo, D., Bustamante, M., & Vidal, C. (2017). Responsabilidad Social Empresarial y Desempeño Financiero en la Industria del Plástico en Ecuador. *Informacion Tecnologica*, 28(4), 93–102. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642017000400012>
- Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 Toda una Vida de Ecuador, 1 150 (2017). <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/07/Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2017-2021.pdf>
- Preziosa, M. M. (2005). La definición de «Responsabilidad Social Empresaria» Como Tarea Filosófica. *Journal of Economics, Finance and Administrative*



Science, 10(18–19), 39–59.

Reglamento de Alojamiento Turístico, 1 (2016).

<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>

Saavedra, M. (2011). La Responsabilidad Social Empresarial y las finanzas. *Cuadernos de Administración*, 27(46), 39–54.

Saltos, M., & Velázquez, R. (2019). Apuntes teóricos para la promoción de la Responsabilidad Social Empresarial en Ecuador. *Revista Espacios*, 40(43), 1–13.

Santillana, J. (2013). *Auditoría Interna*. Pearson Educación.

Téllez, C. (2017). Regulación en responsabilidad social empresarial en la hotelería de Colombia. *Turismo y Sociedad*, 21, 217–229. <https://doi.org/10.18601/01207555.n21.10>

Valenzuela, L., Jara-Bertin, M., & Villegas, F. (2015). Prácticas de Responsabilidad Social, Reputación Corporativa Y Desempeño Financiero. *Revista de Administração de Empresas*, 55(3), 329–344. <https://doi.org/10.1590/s0034-759020150308>

Vallaey, F. (2020). ¿Por qué la responsabilidad social empresarial no es todavía transformadora? Una aclaración filosófica. *Andamios*, 17(42), 309–333. <https://doi.org/10.29092/uacm.v17i42.745>

Vilar, J., Fé, J., & Vasallo, A. (2019). El sector de la construcción en Galicia: Responsabilidad social empresarial y resultados financieros. *Revista Galega de Economía*, 28(1), 40–56. <https://doi.org/10.15304/rge.28.1.6162>

Villacís, C., Suarez, Y., & Guillín, X. (2016). Análisis de la Responsabilidad Social en el Ecuador. *Revista Publicando*, 3(8), 452–466.

Vistazo. (2020). ¿Cuántos millones perderá el sector turístico de Ecuador mensualmente, por la pandemia? <https://www.vistazo.com/actualidad/nacional/cuantos-millones-perdera-el-sector-turistico-de-ecuador-LWVI183181>

Wagenberg, A. (2006). La Narrativa De La Responsabilidad Social



Empresarial. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 2(2), 113–120. <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v2i2.1495>

Wen-Min, L., Wei-kang, W., & Hsiao-lan, L. (2013). The relationship between corporate social responsibility and corporate performance : evidence from the US semiconductor industry. *International Journal of Production Research*, 51(19), 5683–5695. <https://doi.org/10.1080/00207543.2013.776186>

Wojtarowski, A., Silva, E., Piñar, M. de los A., & Negrete, J. (2016). La Responsabilidad Social Empresarial como pieza clave en la transición hacia el desarrollo sustentable en el sector turístico. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(1), 127–139. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2016.14.008>

11. Cronograma de actividades

Cronograma de actividades																								
Actividades	Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Desarrollo del Protocolo	X	X	X	X																				
Análisis de la información primaria.					X	X																		
Determinación de la metodología final.								X																
Aplicación y generación de resultados en el programa SPSS.									X															
Redacción del cuerpo principal del informe.									X	X	X	X												
Revisión y ajustes del cuerpo principal del informe.													X	X										
Revisión final del cuerpo principal del informe.															X	X								
Correcciones y envío a la comisión general de titulación.																	X	X						



Aprobación del proyecto de titulación.	X	X	
Revisión y sustentación del artículo.	X	X	X
