



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD
CARRERA DE TURISMO

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA FUNDACIÓN OBSERVATORIO DE
RESPONSABILIDAD SOCIAL CON EMPRESAS TURÍSTICAS EN CUENCA”**

**PROYECTO DE INTERVENCIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
“INGENIERO EN TURISMO”**

DIRECTORA:

ECON. SILVANA VANESSA ASTUDILLO DURÁN
C.I. 010392336-3

AUTOR:

PAOLO SANTIAGO ALVAREZ CRESPO
C.I. 010477592-9

CUENCA, ENERO, 2018



RESÚMEN

El desarrollo del presente proyecto de intervención, tiene como objetivo principal crear una propuesta de una Fundación observatorio con características de responsabilidad social para empresas turísticas en la ciudad de Cuenca, debido en que la urbe no existe un establecimiento dirigido al desarrollo de esta actividad.

Para el logro del objetivo planteado, es fundamental conocer las políticas que establece ser una organización con principios de responsabilidad social empresarial (RSE), el impacto que genera alrededor del mundo y las asociaciones que interpretan estas políticas en todo el planeta, se detalla los sistemas de gestión responsable, alianzas estratégicas, vinculación con la sociedad, el talento humano, la toma de decisiones responsables necesarios para el observatorio de responsabilidad social. También se presenta la fundamentación teórica de la organización con la finalidad de personalizar el servicio y la calidad del observatorio; así se analizan las empresas turísticas de la ciudad de Cuenca, poseen las características teóricas ideales para el desarrollo de actividades de RSE, debido a ello, se elabora un código de ética que permitirá relacionarse con todos los stakeholders.

Finalmente, para validar la propuesta del observatorio, se detallan los principios característicos de la organización que incentiven a una empresa turística trabajar con la comunidad.

Palabras clave: responsabilidad social, empresa turística, sostenibilidad, ética.



ABSTRACT

The development of the present intervention project has as main objective to create a proposal of an observatory foundation with characteristics of social responsibility with tourist companies, due to the fact that at present in the city of Cuenca there is no establishment directed to the development of this activity.

In order to achieve the stated objective, it is fundamental to know the policies that establishes being an organization with principles of corporate social responsibility, the impact it generates around the world and the associations that interpret these policies around the planet, it details the systems of responsible management, strategic alliances, partnership with society, human talent, responsible decision making necessary for the tourism observatory. It also presents the theoretical basis of the observatory with the purpose of personalizing the service and the quality of the observatory; So the tourist companies of the city of Cuenca will possess the ideal theoretical characteristics for the development of RSE activities, due to it, a code of ethics will be elaborated that will allow to be related with all the stakeholders.

Finally, to validate the proposal of the tourist observatory, it details the principles of the observatory that encourage a tourist company to work with the community

Key words: social responsibility, tourist company, sustainability, ethics.



Índice

Contenido	
RESÚMEN	1
ABSTRACT	2
DEDICATORIA:	8
AGRADECIMIENTO:	9
INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO 1	12
Historia y origen de la responsabilidad social empresarial	12
1.1 Precedentes y Generalidades de Responsabilidad Social Empresarial.....	15
1.2 Evolución de la RSE	18
1.3 Políticas de la de Responsabilidad Social Empresarial	21
1.4 Conceptos sobre la Responsabilidad Social Empresarial.....	24
1.5 Tipos de Responsabilidad Social Empresarial.	28
1.6 Normas y enunciados de la RSE	29
1.6.1 ISO 26000	30
1.6.2 Global Reporting Initiative.....	32
1.6.3 Pacto Mundial de las Naciones Unidas	34
1.6.4 ISO 9001.....	36
1.6.5 Indicadores ETHOS	37
1.6.6 La Norma de Aseguramiento AA1000	39
1.6.7 Principios Globales de Sullivan.....	41
1.6.8 Social Accountability 8000 (SA 8000).....	42
1.6.9 Principios de “The Caux Round Table” (CRT).....	43
1.6.10 AENOR	44
1.6.11 Los Objetivos del Milenio (2000)	45
1.6.12 SI 10000 Social Responsibility and Community Involvement	45



CAPÍTULO 2	47
“Fundamentación teórica de la organización fundación observatorio de responsabilidad social para cuenca como modelo de buenas prácticas”	47
2.1 Definición de observatorio de Responsabilidad Social.....	49
2.2 Modelo de Gestión del observatorio de Responsabilidad Social.....	52
2.3 Marco Legal que rigen la ONG (Fundación observatorio de Responsabilidad Social para Cuenca)	55
2.4 Plan de manejo de la “Fundación observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas en Cuenca”	56
2.4.1 Código de ética.....	56
2.4.2 Responsabilidad:.....	56
2.4.3 Aplicación del Código Ético	57
2.4.4 Misión de la Fundación observatorio	57
2.4.5 Visión de la Fundación observatorio	57
2.4.6 Valores de la Fundación Observatorio.....	58
2.4.7 Objetivos de la Fundación Observatorio.....	58
2.4.7.1 Objetivo General	58
2.4.7.2 Objetivos Específicos	58
2.4.8 Estrategia empresarial de la Fundación observatorio	59
2.4.9 Aceptación.....	61
2.4.10 Aprobación.....	61
2.5 Marco legal	61
a) Aprobación del certificado de nombre por parte del Ministerio del Ambiente	62
b) Estatutos	62
c) Aprobación	64
d) Requisitos legales	64
e) Acreditación.....	65
f) Patrimonio	65
g) Régimen laboral y de colaboración	66
h) Disolución y liquidación	67
i) Registro único de las organizaciones no gubernamentales	67
j) Obligación de los miembros.....	68
k) Código de ética y Responsabilidad Social	71



2.6 Organigrama estructural de la Fundación observatorio de responsabilidad social.	72
CAPÍTULO 3	74
Características de la organización Fundación observatorio con principios de responsabilidad social	74
3.1 Valores y principios éticos	75
3.2 Diálogo con los grupos de interés	77
3.3 Vínculo con la comunidad	79
3.4 Emprendimiento social	83
3.4.1 Presupuesto para el personal administrativo de la “Fundación Observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas para Cuenca”	89
3.4.2 Presupuesto anual e ingresos mensuales	90
3.5 Impacto social	91
3.6 Alianzas estratégicas	93
3.7 Estrategia de negocio y sistemas de gestión	97
3.7.1 Modelo del sistema y estrategia de gestión del Observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas de Cuenca	98
3.8 Informe y comunicacion de sustentabilidad	99
CONCLUSIONES	106
RECOMENDACIONES	109
BIBLIOGRAFÍA:	111
ANEXOS	118
a) Aprobación del certificado de nombre por parte del Ministerio del Ambiente	118
b) Diseño aprobado del Proyecto de Intervención	119



Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

Paolo Santiago Álvarez Crespo en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Propuesta para la creación de una fundación observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas en Cuenca", 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, 16 de enero de 2018

Paolo Santiago Álvarez Crespo

C.I: 0104775929



Universidad de Cuenca

Cláusula de Propiedad Intelectual

Paolo Santiago Álvarez Crespo, autor del trabajo de titulación "Propuesta para la creación de una fundación observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas en Cuenca", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Cuenca, 16 de enero de 2018

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Paolo Álvarez", written over a horizontal line.

Paolo Santiago Álvarez Crespo

C.I: 0104775929



Universidad de Cuenca

DEDICATORIA:

Dedico este trabajo a mi madre, mi padre, hermano y mi amigo Bruno, quienes me han apoyado toda la vida.

PAOLO ÁLVAREZ CRESPO



Universidad de Cuenca

AGRADECIMIENTO:

Agradezco a mi padre, mi hermano y de manera especial a mi madre, quienes me han apoyado moral y económicamente en el transcurso de mi carrera profesional.

A mi gran amigo Bruno, que me ha acompañado siempre; a ti Bruno por ser el mejor amigo y mi mejor compañero.

Y a todas las personas que estuvieron involucradas directa e indirectamente en la ejecución del presente trabajo.

A mi tutora Econ. Silvana Astudillo, quien supo aportar su conocimiento para el correcto desarrollo del presente proyecto de intervención, la cual damos por culminada, esperando que este sea un aporte más, para el futuro desarrollo e implementación de proyectos similares.

PAOLO ÁLVAREZ CRESPO



INTRODUCCIÓN

La responsabilidad social empresarial (R.S.E) es una política que utilizan las empresas y corporaciones para transmitir buenas prácticas ambientales, el buen gobierno corporativo, la ética empresarial y la excelencia en gestión administrativa. Por su buen uso las grandes empresas y corporaciones han difundido estas prácticas alrededor del mundo e incentivando a las demás a realizarlas ya que genera y satisface las necesidades de stakeholders o grupos de interés al mismo tiempo genera una mejora imagen empresarial.

La responsabilidad social es una herramienta fundamental para el desarrollo y progreso de un país, ayudando al mismo tiempo a cuidar el medio ambiente y siendo conscientes del cuidado en donde las empresas u organizaciones civiles ejecutan sus actividades turísticas, incentivando al voluntariado por parte de empresas y de la sociedad.

La propuesta planea utilizar estas políticas, herramientas y gestión administrativa en una Fundación observatorio con responsabilidad social que permitirá integrar a las empresas relacionadas en la actividad turística en la ciudad de Cuenca. Con la creación de este organismo de responsabilidad social con empresas turísticas de Cuenca se presentarán proyectos sostenibles para la ciudad y mejorando la actividad turística de manera innovadora y responsable con todos los grupos de interés, así ayudará al crecimiento y desarrollo del país como así lo plantea el Plan Nacional de Desarrollo del Buen Vivir.



Universidad de Cuenca

Para el desarrollo del presente proyecto se abordan tres capítulos. En el primer capítulo se analizan los precedentes y generalidades de la responsabilidad social empresarial, para lo cual, se estudian los conceptos referentes al tema de intervención, además es necesario conocer las organizaciones a nivel mundial que ejecutan políticas responsables en sus acciones.

En el segundo capítulo se realiza una fundamentación teórica de la Fundación y sus características básicas sobre un observatorio de responsabilidad social. Teniendo en cuenta la misión, visión y valores que ejercería el observatorio en el mercado turístico.

Finalmente el tercer capítulo, se da a conocer las características generales y los principios de responsabilidad social empresarial del observatorio. Se describe el vínculo con la comunidad, alianzas estratégicas, emprendimiento e impacto social, informes de sostenibilidad y sistemas de gestión responsable necesarios para la ejecución del proyecto.



CAPÍTULO 1

Historia y origen de la responsabilidad social empresarial

En la época de los años setenta se discute el término de la responsabilidad social empresarial (RSE) también conocida como responsabilidad social corporativa (RSC) era una idea del comportamiento de las empresas norteamericanas al crecimiento y desarrollo del país, instruyen las investigaciones sobre el efecto que causan las acciones de las empresas y como estas se relacionan con la sociedad, sin embargo la responsabilidad social empresarial era propagada con pocos fundamentos, su aplicación no era desarrollada y era vista cómo una inversión de alto costo.

A pesar de esto, el progreso de los estudios implican una expansión a nivel global, con el principio de desarrollar mecanismos para mejorar la calidad en administración y gestión empresarial de manera ética, la responsabilidad social empresarial es una forma de hacer negocios de manera transparente, así como el vínculo de nuevos procesos en sus operaciones, ya que permite relacionarse con las comunidades unidas a la actividad turística, permitiendo abrir vías para la calidad en los servicios turísticos a largo plazo.

En la empresa el término filantropía y la responsabilidad social corporativa son conceptos que están relacionados entre sí, se la relaciona con el negocio de la empresa con un impacto positivo. La filantropía corporativa se la considera la empresa que utiliza su gasto o sus utilidades, es decir, los recursos que las empresas donan o invierten socialmente (Collard, Álvarez, & Layton, 2008).

En la actualidad el tema de la responsabilidad social empresarial o corporativa ha transformado iniciativas de comercio para promover actividades empresariales que no solo piensen en producir utilidades, sino también involucren en sus impactos a la sociedad y el cuidado del medio ambiente dentro de la gestión de un negocio. El cambio más revelador son sus políticas empresariales que son diseñadas para satisfacer las necesidades de todos los grupos de interés.



Al observar cómo las decisiones de las empresas motivan a desarrollar acciones para una comercialización justa y digna, crea una especulación en el mejoramiento de la calidad de vida. Con todo esto, la responsabilidad social empresarial aún no ejecuta un concepto para definir qué acciones son socialmente responsables, por lo contrario han desarrollado varias teorías y discusiones presentadas por investigadores, y organizaciones a nivel mundial. En la actividad turística la responsabilidad social es vista como el turismo responsable o turismo sostenible. Por ello comenzaremos con la definición que nos ofrece la Organización Mundial del Turismo (OMT).

Según la (OMT, s. f.) indica “el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”.

Para Gómez (2005) la responsabilidad social empresarial consiste “la aceptación voluntaria por parte de las empresas de responsables derivadas de los efectos de su actividad sobre el mercado y la sociedad, así como sobre el medio ambiente y las condiciones de desarrollo humano” (p.19).

Para Martínez (2012) la responsabilidad social en los negocios comprende “las perspectivas legales, económicas, éticas y filantrópicas que la colectividad tiene de los organismos en un momento dado en el tiempo” (p.30).

En este sentido Martínez (2012) asevera “la responsabilidad social corporativa donde los directivos y la empresa deberán ser vistos como agentes morales que representan los intereses o exigencias de una variedad de grupos” (p.31).

La responsabilidad social de la empresa es el compromiso que esta tiene de contribuir con el desarrollo, el bienestar y el mejoramiento de la calidad de vida de los empleados, sus familias y la comunidad en general. Es la capacidad de valorar las consecuencias que tienen en la sociedad las acciones y decisiones



Universidad de Cuenca

que tomamos para lograr los objetivos y metas propias de nuestras organizaciones (Martínez, 2012, p.32).

Estas percepciones indican que la responsabilidad social empresarial son acciones por parte de toda organización que realiza de manera voluntaria y responsable con el fin de alcanzar un beneficio social, ambiental y económico.

Para apreciar de mejor manera la responsabilidad social empresarial en el concepto de turismo sostenible o turismo responsable propuesta por otros autores. El término “sostenible” comúnmente representa acciones en un periodo incierto (sostenible en el tiempo) en lo ambiental, social y económico, estos aspectos se los denomina como “triple rentabilidad” donde una empresa mejora aspectos en gestión y al mismo tiempo favorece al sector en estos tres aspectos donde ejecutan sus acciones

Elkington's (1997) denomina la “triple rentabilidad” como “las compañías estudian las consecuencias sociales, ambientales y económicas de su actuación sobre el entorno más amplio, comienza a mejorar su desempeño y comunica públicamente su progreso” (Bien, 2007, p.05).

Los autores Chávez y La O Osorio (2006) indican “la sustentabilidad del turismo requiere del crecimiento de la contribución del turismo a la economía y la sociedad por un lado y el uso sostenible de los recursos y el medio ambiente por otro” (p.205).

Además estos autores consideran que el desarrollo sostenible involucra a todos los grupos de interés y satisface las necesidades en el turismo.

“Es un modelo de desarrollo económico para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora, facilitar a los visitantes una experiencia de calidad y mantener las condiciones ambientales del destino del que depende tanto la comunidad receptora como los visitantes, debiendo llevarse criterios de soporte ecológicamente y a largo plazo, viable económicamente y equitativo socialmente para las comunidades receptoras” (Chávez y La O Osorio, 2006, p.206).



Otro concepto otorgado por la Comisión Mundial para el Desarrollo y el Medio Ambiente llamado también como el Informe Brundtland (1987), nos lleva a percibir de una mejor manera acerca sobre el concepto desarrollo sostenible, ONU (1987) revela “Desarrollo sostenible es el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”.

Como se puede observar estos conceptos relacionan la responsabilidad social empresarial con el turismo sostenible y que son fundamentales en la gestión en las empresas turísticas. La aplicación de estas políticas es esencial en el desarrollo económico, social y ambiental en el destino donde se ejerce la actividad turística y que brinda a la empresa relacionarse con todos los grupos de interés llamados “stakeholders”. Por lo que así que la responsabilidad social es un elemento notable para la sustentabilidad, la imagen de una empresa y sobre todo la confianza que se ofrece ante una sociedad.

1.1 Precedentes y Generalidades de Responsabilidad Social Empresarial.

Los precedentes del término responsabilidad social empresarial se encumbran desde diferentes siglos pasados. García (2009) refiere que en el transcurso de la historia el concepto ha ido evolucionando dando origen a las organizaciones para generar riqueza y también por los problemas ambientales, los abusos, explotación hacia el trabajador, el proceso de transformación económica de las industrias, originando la “Primera Revolución Industrial” que se inició en Reino Unido y Norteamérica.

Según Adam Smith (1776) quien fue un economista y filósofo que con su reflexión sobre pensamientos económicos en las industrias y la práctica moral en sus acciones publicó su primer ensayo donde expresaba los principios del proceder humano en la naturaleza. Pero su obra maestra fue el ensayo titulado “Las riquezas de las Naciones”, este ensayo refleja el pensamiento económico, la política liberal que manifestaba el egoísmo humano para aumentar la riqueza en las naciones. Por todo esto Adam Smith se lo considera como el “padre de la economía” (González, 2005).



Universidad de Cuenca

En la actividad turística, Thomas Cook se lo considera como “el padre del turismo” empleó viajes organizados para personas que sufrían problemas con el alcohol y junto a Beardsall incorporaron el movimiento denominado “Temperance Movement”. Este movimiento popular juntó a las sociedades de clase obrera en la época de la Revolución Industrial al “Cartismo” que era un movimiento para el trabajador con índole política. Donde aseguraban que los trabajadores de clase obrera manifestaban ser responsables para moderarse ante la bebida también lo eran para poder sufragar. Y con la idea de incorporar a la sociedad a los trabajadores con adicciones a la bebida alcohólica en 1841 se realizó el primer viaje de manera ordenada con 500 personas en ferrocarril al congreso antialcoholismo en Leicester en Inglaterra (Korstanje, 2007). Es por ello que se origina en el año 1845 la primera agencia de viajes llamada “Thomas Cook &son”.

Sin embargo, los altos directivos empresariales buscaban adquirir que las empresas se relacionan a la sociedad responsablemente para cambiar la situación que ocasionó la Revolución Industrial. Entre los líderes empresariales podemos referirnos a Howard R. Bowen denominado el “padre de la RSE”, quien fue el primero en asentar los fundamentos relacionados sobre la responsabilidad social empresarial, el vinculó la sociedad con la empresa y dio sentido a lo hoy comprendemos el concepto de ser socialmente responsable con nuestras acciones empresariales (Botero, 2009).

(Moral y Poyatos, 2010) sugiere “son obligaciones de las empresas emprender políticas que den valor a la sociedad. Señala que las corporaciones pueden repercutir en los problemas sociales y al mismo tiempo conseguir los objetivos trazados por las empresas” (p.79). Es importante mencionar que el concepto de la responsabilidad social empresarial ha ido cambiando constantemente y su significado ha evolucionado en acciones empresariales, sociales y ambientales, y este desarrollo ha marcado su posición a nivel mundial. Sus inicios fueron en Estados Unidos quienes plantearon los objetivos empresariales con visión socialmente responsable y morales para la sociedad y por parte en el



Universidad de Cuenca

continente de Europa de mejorar la calidad de vida de la comunidad basada en una economía que emprenda acciones transparentes.

Entre las asociaciones motivadas por estas acciones podemos indicar la Organización Mundial del Trabajo (OIT) formada en el Tratado de Versalles que finalizó con la primera Guerra Mundial, promovidos por una justicia social será fundamental para lograr una paz social en todo el mundo, la OIT es una agencia de la ONU que congrega a gobiernos, empleados y trabajadores con el fin de establecer normas para el trabajo, formula y elabora políticas para un trabajo decente para todos (Rodríguez, 2001).

A nivel mundial encontramos la Organización Naciones Unidas (ONU), sus objetivos ha sido lograr soluciones a nivel internacional en temas económicos, sociales y ambientales, el desarrollo sostenible que promueve la prosperidad y oportunidades para el mejoramiento de la calidad de vida, la protección de los derechos humanos en 1948, la organización expresó la protección universal de los Derechos Humanos mediante instrumentos legales formando la llamada Carta Internacional de los Derechos Humanos (ONU, s.f.).

Para la actividad turística existen varias organizaciones que realizan acciones de responsabilidad social empresarial en sus políticas, entre ellas tenemos la Organización Mundial del Turismo (OMT), que es un órgano parte de las Naciones Unidas, es agente del desarrollo de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos. La OMT apoya al progreso económico que incluye en sus objetivos la sostenibilidad ambiental y propone políticas turísticas para mejorar las actividades y conocimientos que contribuyan al sector turístico. La OMT ampara la práctica del Código Ético Mundial para el Turismo, herramienta que se maneja para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible enfocado en oprimir la pobreza y dar iniciativas de progreso sostenible a nivel mundial (OMT, 2016).

Como se puede observar la OMT posee estrategias de responsabilidad social empresarial que contribuyen al progreso de las sociedades, destinos turísticos y empresas vinculadas al turismo, es una acción donde todos “stakeholders”



son involucrados en sus actividades, logrando así ser una empresa socialmente responsable, sembrando políticas, códigos de conducta y normas para mejorar la calidad de vida. Esto con lleva a reflexionar que las empresas pueden actuar de manera libre y espontánea al desarrollo del sector donde ejercen sus actividades y más allá ser una filantropía corporativa es una estrategia de negocio que satisface las necesidades de la sociedad.

1.2 Evolución de la RSE

La RSE tiene como principal meta el desarrollo sostenible dentro de las actividades del turismo. Hoy las empresas turísticas responsables ejecutan sus políticas basadas en la equidad y transparencia hacia su grupo de interés tomando muy en cuenta el bienestar de la sociedad.

Para los investigadores (Neumann, Schlesinger, & Wigodski, s/f) afirma que el concepto de RSE se originó con lo planteado por Bowen (1953) donde indicaba que son responsabilidades de los directivos empresariales asumir sus actos de manera voluntaria y estas acciones tendrán un impacto en la sociedad.

En la misma década de los años cincuenta, Drucker plantea la existencia de un nuevo orden de organización y que la RSE esté dentro del nuevo orden y enfatiza que la responsabilidad social para las empresas identifica problemas y lo convierte en oportunidades (Mercado, 2011). Drucker de esta manera innovó para el común de la sociedad asimile la administración empresarial de manera más acorde a sus necesidades, en aquel momento la administración llegó a ser pensada como una disciplina, él propone la gestión en la dirección por objetivos empresariales éticos, calificándose a Drucker como uno de los importantes precursores del concepto de RSE.

(Moura-Leite & Padgett, 2014) expone que la responsabilidad social no solo es una beneficio para las sociedades, al contrario son acciones de las instituciones que tocan todo el sistema social, otra observación del autor



expone que el aumento del poder social de una empresa es establecida por su sociedad y es la misma que precisa las condiciones de uso del poder.

(Moura-Leite y Padgett, 2014) indica la contribución del autor Walton que afirma una relación voluntaria con la práctica de la responsabilidad social empresarial. En los años de 1970 se llega a incrementar el progreso del concepto de la RSE, con el objetivo de desarrollar la economía, dando varios enfoques por parte de investigadores de todo el mundo. En esta época se establecen modelos y menciones de la RSE.

(Wartick y Cochran, 1985) elaboran una clasificación donde detallan la evolución de un ejemplo de gestión social corporativa mediante tres retos:

- **Responsabilidad Económica:** presenta principios de desarrollo económico, busca un bien común, facilitando el uso adecuado del patrimonio de la empresa.
- **Responsabilidad Pública:** cumplir con todas las normas y leyes nacionales e internacionales con responsabilidad legal y ética.
- **Capacidad de respuesta social:** vigila los asuntos de gestión social como desempeño corporativo.

Según Wood (1991) la RSE es la unión de los negocios y la sociedad, esto nos indica que la sociedad tiene expectativas de un buen comportamiento de las industrias, considera que son procesos del comportamiento empresarial con la sociedad que demuestran los impactos que se genera al momento de tomar una decisión (Vásquez y Gonzales, 2009).

Wood (1991) elaboró un modelo de desempeño social empresarial fundamentada en tres principios:



- **Principio institucional:** legitimidad en el desempeño de la empresa cumpliendo todos los ámbitos legales y el cumplimiento de normas vigentes (Lirio, 2010).
- **Principio organizacional:** empresas responsables con la toma de decisiones administrativas causadas en la sociedad (Lirio, 2010).
- **Principio Individual:** gestión discreta por parte de la gerencia con la sociedad uso de técnicas metodologías para calcular daños causados en los planes administrativos (Lirio, 2010).

En este sentido Archie Carroll (1979) propone que la responsabilidad social está relacionada bajo cuatro términos entre sí: la económica, orientada en conservar un alto nivel de eficacia operativa; la legal, enfocada en ser un ciudadano corporativo y cumplir las leyes; la filantrópica, aportar con el desarrollo de la sociedad a través de la empresa; la ética, enfocada en principios y valores morales (Moral & Poyatos, 2010).

Para Mintzberg, los buenos managers poseen 3 particularidades como la visión, la experiencia y la ciencia; para lograr el éxito en los objetivos y las estrategias de negocio de las organizaciones (Daft, 2007).

Además de investigadores, los comités técnicos de las Normas Internacionales ISO (Organización Internacional de Normalización) aprobaron la Norma ISO 26000:2010 (2010) esta norma fue elaborada por el ISO/TMB (Grupo de Trabajo sobre Responsabilidad Social), con el objetivo de proporcionar orientación sobre la RS. “La responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que contribuya al desarrollo sostenible, tome las expectativas de las partes interesadas y que este organizada en toda la organización. Desarrollo sostenible satisface las



necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (ISO 26000, 2010, p10).

La nueva integración de nuevos actores en la evolución de la RSE en el siglo XXI incluye el término “sustentabilidad” en las actividades turísticas donde se promueven en medio de las investigaciones, encontramos críticas sobre la RSE en que se puede destacar la del teórico de la organización americana Daft (2015) que enfatiza la obligación de la gerencia de la empresa de determinar decisiones y emprender acciones para contribuir con la sociedad.

Dado a su evolución de la definición del término RSE ha llevado a muchas organizaciones internacionales crear actividades para su implementación y desarrollo, entre ellos tenemos a la Organización de las Naciones Unidas (ONU) que observaron los problemas ambientales causados por las empresas y corporaciones en todo el planeta, se juntan como intercesor estratégico, nace una organización sin fines de lucro (ONG), denominado “Pacto Global” donde las organizaciones se comprometen de manera voluntaria insertar en su gestión y operaciones la RSE en áreas de los derechos humanos, medio ambiente, calidad laboral y combatir la corrupción (Pacto Global, s. f.).

En este concepto de desarrollo de la RSE se forma la organización financiera BID (Banco Internacional de Desarrollo) para apoyar actividades de manera sostenible, es la primera fuente de financiación para el desarrollo en América latina y el Caribe, su compromiso es la igualdad de género, el cambio climático y la sostenibilidad ambiental (BID, s. f.).

1.3 Políticas de la de Responsabilidad Social Empresarial

Los compromisos de las empresas turísticas en sus acciones sobrellevan responsabilidades de crear herramientas de buen gobierno y de una buena gestión administrativa. La actividad turística es la figura de operar, la vinculación íntegra con el medio social, cultural y ambiental, que logren alcanzar los objetivos empresariales y de la sociedad, sin perjudicar el



ecosistema y alcanzar de esta manera la sostenibilidad. Por esto, la importancia de políticas de responsabilidad social empresarial como una actividad ideológica para tomar acciones que permitan alcanzar las metas de las empresas turísticas en los destinos donde elaboran sus operaciones.

Las políticas deben expresar los objetivos, metas y la visión precisa de las empresas turísticas que facilite una costumbre de gestión en la empresa, motivando a la formación de programas sostenibles. Estas políticas de RSE tienen que ser realizables y que perduren en el tiempo.

Por medio de políticas responsables con la sociedad y la actividad turística está se relaciona con las políticas sostenibles, que aseguren el desarrollo turístico con visión a futuro, deben ser consideradas de acatamiento obligatorio las políticas sociales, ambientales y económicas, como indica el “Plan Nacional de Desarrollo del Buen Vivir”.

Mediante el documento “Plan Nacional de Desarrollo de Buen Vivir 2013-2017”, enfatiza la integración de políticas responsables en las empresas, entre estas mencionaremos las siguientes:

- **Política social:** Esta política examina métodos de desarrollo local en sus variadas extensiones: productiva, social, cultural y organizativa, que manifiesten las realidades locales bajo una representación de articulación territorial, fortaleciendo a los gobiernos y a las organizaciones sociales locales. Con esta política se favorecerá un desarrollo local sustentable a través de una adecuada administración de las empresas que potencie los territorios rurales y urbanos (Ecuador, 2007).
- **Política Ambiental:** Siembra el manejo y conservación del patrimonio natural ligados a los proceso de planificación, el uso de la biodiversidad como recurso estratégico del país mediante el uso sustentable, para mejorar la calidad de vida de la población y promover la gestión de la biodiversidad de manera participativa reconociendo la participación de la



sociedad en la toma de decisiones, proponer la conservación y el uso de tecnologías verdes que permitan identificar beneficios a las comunidades, la preservación de las áreas ecológicas frágiles, diseñando programas de control de la huella ecológica, priorizar la inversión pública y privada en investigación, educación y desarrollo tecnológico para la sustentabilidad de los procesos productivos y la conservación de la biodiversidad (Ecuador, 2007).

- **Política Económica:** Impulsar la designación recursos económicos para promover empleo y satisfacer las necesidades mediante la inversión social, la obtención de oportunidades en productividad y competencia, impulsar la transformación de la matriz productiva, la inclusión financiera para el desarrollo de mecanismos estratégicos del sistema nacional como el turismo, el ecoturismo, agricultura, agroindustria y garantizar la transparencia económica (Ecuador, 2013).

Para relacionar estas políticas con la actividad turística, se diseñó el “PLANDETUR 2020” propuesta por el Ministerio de Turismo de Ecuador que plantea políticas sostenibles para el turismo:

El turismo sostenible: Es el ejemplo de desarrollo de la gestión en el destino para activar la economía y la obtención de los Objetivos de Desarrollo del Milenio. La gestión del turismo sostenible en Ecuador busca el trabajo participativo entre los actores del sector público, privado y comunitario donde se dé valor al patrimonio turístico nacional, cultural y natural, mantenido el desarrollo equilibrado del sector. La protección de las regiones donde se desarrollan actividades turísticas frente a actividades de alto impacto para fortalecer las oportunidades que las acciones turísticas pueden formar al desarrollo productivo, social y ambiental; mejorar la calidad de vida de los habitantes en los destinos turísticos mediante la dinamización de las cadenas de valor integradas. Impulsar al turismo social como derecho al ocio, la proyección de la



competitividad del sistema turístico con productos y servicios de calidad, propio de sostenibilidad y la diferenciación del valor agregado por el aporte local al turismo (Turismo, 2007).

Una vez expuestas las diferentes políticas para el desarrollo del turismo sostenible, podemos llegar a un consenso, donde la RSE tiene mucho interés en las actividades de gestión y las acciones de las empresas turísticas, esto nos demuestra que el comportamiento de las organizaciones conlleva acciones socialmente responsables para mejorar la calidad de vida en el destino.

1.4 Conceptos sobre la Responsabilidad Social Empresarial

Para conocer a mayor profundidad términos que se emplean en el concepto, se iniciará a partir de los antecedentes de la humanidad; varios autores, organismos internacionales, artículos e informes fueron estableciendo la definición de RSE. En la década de los años cincuenta la RSE, era observada como una filantropía, un concepto completamente ajeno a las funciones de la empresa, este término de filantropía se considera con altruista, mejora la calidad de vida social, se basa en el entorno externo, se reflexiona como una satisfacción personal.

Es así como el concepto de “inversión social” adjunta características a la RSE como la inversión para la empresa a través de los beneficios de la comunidad, los fondos de los presupuestos de la empresa mejora la calidad de vida la comunidad. El impacto externo de esta inversión mejora la reputación de la empresa, evalúa procesos a través de fundaciones propias o terceros. El compromiso social y ético en las empresas se basa en el término de la moral refiriéndose como un conjunto de principios, valores, patrones de conducta, prohibiciones e ideales de vida buena que conforman un sistema propio de un colectivo humano concreto en un determinado momento histórico (Herrera, 2005).



En este contexto la conciencia moral de la empresa se puede definir como la conciencia que establece una valoración de la conducta humana y dice lo que se debe hacer o evitar según los valores interiorizados y las normas aceptadas por la persona (Herrera, 2005).

Una vez desarrollado este ciclo preparatorio, es fundamental la institucionalización del concepto, implantado el “código ético” para las empresas turísticas. El código ético se puede definir como un documento formal donde se expresa la voluntad y la disposición de la empresa para el reconocimiento y satisfacción de todos los interés en juego (González, 2005).

En el sector turístico se diseñó el Código Ético Mundial para el Turismo por un turismo sostenible, elaborado por la Asamblea General de las Naciones Unidas y la Organización Mundial de Turismo en que se refiere que la promoción y en el desarrollo del turismo con el fin de contribuir al crecimiento económico, a la comprensión internacional, a la paz y a la prosperidad de los países, así como al respeto universal y a la observancia de los derechos humanos y de las libertades fundamentales sin distinción de raza, sexo, lengua ni religión (OMT, s. f.).

La publicación del “Libro Verde” define a la RSE como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores (Comisión Europea, s. f.).

La Comisión Europea (s. f.), refiere que el significado de la RSE puede conseguir los objetivos planteados de la comisión y alcanzar el desarrollo sostenible, basándose en una economía social de alta competitividad.

El argumento conlleva a un término de gestión de la RSE que detalla el reconocimiento e integración en la gestión y las operaciones de la organización de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y el respeto a los derechos humanos, que generen políticas, estrategias y procedimientos que satisfagan dichas preocupaciones y configuren sus relaciones con sus interlocutores (Robledo, 2010).



Universidad de Cuenca

La RSE es definida por la relación que la empresa establece con todas sus partes interesadas (stakeholders) en el corto, mediano y largo plazo. Los públicos relacionados con la empresa envuelven a numerosas organizaciones de interés civil / social / ambiental, además de los públicos usualmente reconocidos por los gestores de la empresa como ser: público interno, accionistas y consumidores / clientes (Instituto Ethos, s.f, p07).

Otro concepto nos da el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) que entiende la RSE como el compromiso consciente y congruente de cumplir íntegramente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participante, demostrando respeto por la gente, valores ético, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción de bien común (Vega, s.f, p04).

La RSE es una gestión voluntaria por parte de las empresas y organizaciones, más que el cumplimiento de sus obligaciones jurídicas, es una relación ética y transparente de la empresa con su público o stakeholder, contribuyendo al desarrollo económico a través de prácticas comerciales respetuosas e impulsoras de una estabilidad social y ambiental (Raya y Elizabeth, 2014).

El informe presentado por el foro de expertos en responsabilidad social de las empresas de España indica que la Responsabilidad Social de la empresa es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medio ambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones (Informe del Foro de Expertos en Responsabilidad Social de las Empresas, 2013).

Otro concepto utilizado en la responsabilidad social empresarial es el término “stakeholder” es un término que profundiza el desempeño de la empresa. El término “stakeholder” surgió en el año 1963 mediante un documento elaborado



Universidad de Cuenca

por la Universidad de Stanford en Estados Unidos, que detalla que grupos debería enfocarse la empresa. Toro y Pavia (2011) afirman. “Stakeholders es el público para las compañías que desarrollan acciones de cualquier índole” (p.111).

Esta teoría “stakeholder” aplicada a la RSE fue propuesta por varios precursor es en gestión. Freeman y Evan (1990) indica que stakeholder se refiere a quienes son afectados o pueden ser afectados por las actividades de una empresa.

La responsabilidad de una organización actúa ante los impactos que sus decisiones y actividades que ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y que contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad; tomen en consideración las expectativas de sus partes interesadas; cumpliendo con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento y esté integrada en toda la organización, que lleve a la práctica en sus relaciones (ISO 26000, 2010, p63).

En relación al turismo el concepto de RSE se lo denomina como “desarrollo sostenible”. El desarrollo sostenible se refiere a la integración de las metas de una calidad de vida elevada, la salud y la prosperidad con justicia social y al mantenimiento de la capacidad de la tierra para conservar la vida en toda su diversidad. Estas metas sociales, económicas y ambientales son interdependientes y se refuerzan mutuamente. El desarrollo sostenible puede considerarse como una vía para expresar las más amplias expectativas de la sociedad en su conjunto (ISO 26000, 2010, p87).

Finalmente el concepto de la RSE es buscar beneficios para sus trabajadores y comunidad, la formación de utilidades para garantizar la calidad de vida; internamente y externamente incrementa mejora la imagen mediante una buena gestión empresarial con visión de sostenibilidad, donde considera aspectos ambientales, sociales y económicos, relacionando interés con los stakeholders de manera voluntaria por parte de las empresas.



1.5 Tipos de Responsabilidad Social Empresarial.

Las actividades de RSE mejoran la comprensión de lo que realizan las empresas, existen también tipos de responsabilidad social, el investigador Archie Carroll (1979) clasifica la RSE en la “Teoría de la Pirámide”, donde busca concebir la conducta de las empresas invirtiendo recursos en RSE para aquellas actividades, esta pirámide se orienta en cuatro tipos de acciones en responsabilidad social relacionadas entre sí, que gestionan las empresas: económica, legal, ética y filantrópica (Moral y Poyatos, 2010).

Gráfico N° 1
Teoría de Pirámide de la Responsabilidad Social Empresarial



Fuente: Archie Carroll (1979)
Elaboración: Propia

- **Responsabilidad Económica:** es la responsabilidad base de una empresa. Es la responsable de producir lo suficiente para poder solventar el pago a los empleados y accionistas, se la considera



fundamental para producir bienes y servicios que la sociedad necesite, con precios justos y competitivos. La empresa debe estar orientada en obtener ganancias aceptables en este proceso.

- **Responsabilidad Legal:** fomenta el cumplimiento de todas las leyes, y regulaciones del estado, bajo el marco de requerimientos legales donde la empresa desarrolla sus acciones correctamente, como requisito para la integración de la empresa con la sociedad.
- **Responsabilidad Ética:** conlleva a cumplir las actividades con valores éticos y morales de la sociedad, es la espacio más complicado que enfrenta las empresas dado que están obligados a realizar lo correcto, sin perjudicar a los grupos de interés con los que se relaciona la empresa, están forzados a respetar las buenas prácticas que la colectividad espera.
- **Responsabilidades Filantrópicas:** comprende asumir las decisiones empresariales responsablemente, ser un buen ciudadano a través de la empresa. Es el deseo de ayudar a resolver problemas de la sociedad de manera voluntaria, sin estar obligados a la ley.

Estos dichos componentes deben ser estar relacionados entre sí y para que una empresa sea socialmente responsable debería de cumplir con las cuatro clases de esta pirámide. No obstante, es necesario señalar que esta pirámide es un proceso dinámico para las empresas ejecuten acciones que sean rentables y que sea parte de la sociedad en la toma de decisiones.

1.6 Normas y enunciados de la RSE

En todo el planeta, se comienza a observar cómo la RSE se integra en las políticas empresariales relacionadas al turismo, convirtiéndose en preferencia



en la gestión para formar una ventaja competitiva, transportando estas buenas prácticas a través de organizaciones civiles, institutos y empresas público-privadas delegadas en promover la incorporación de la RSE como guía de negocio, índices sociales, de sostenibilidad y trato con los grupos de interés; cumpliendo los objetivos y metas de las empresas turísticas por lo que continuación se detallan las normas y enunciados internacionales más importantes a nivel mundial que ejecutan políticas y acciones relacionadas a la RSE que permitirán acoplar qué acciones son éticas y responsables en la gestión de una organización turística.

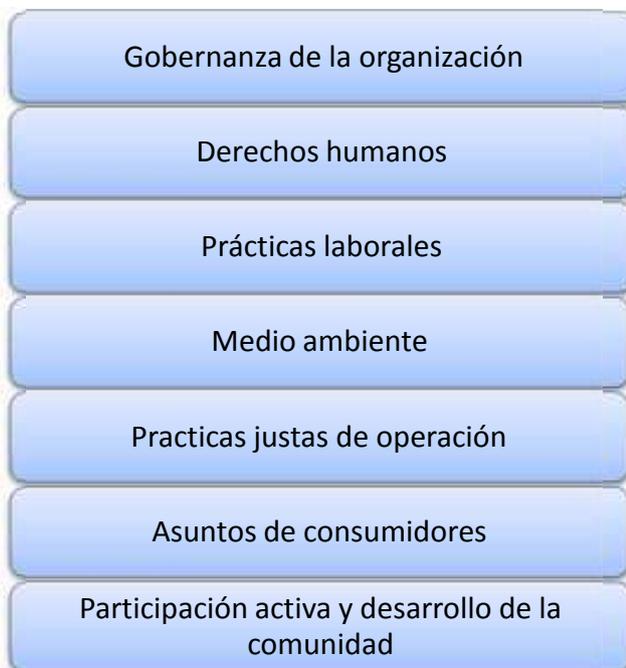
1.6.1 ISO 26000

La ISO 26000 es una norma internacional que orienta a los interesados a comprender la responsabilidad social y su práctica, su propósito no es de certificación de hecho es una referencia de iniciativas voluntarias. En el año 2010, se publica la ISO 26000:2010; está es una guía para establecer términos con relación a la Responsabilidad Social creadas por la Organización Internacional de Normalización (ISO), su objetivo es ayudar a la implementación de la RS en las organizaciones, el uso de buenas prácticas, la transparencia y el desarrollo de la sustentabilidad en las organizaciones, la ISO 26000 protege las leyes sobre el agua, la cultura, el medio ambiente y la economía (ISO 26000, 2010).

Su alcance aborda temas primordiales e identifica asuntos significativos en la organización para la toma de decisiones:



Cuadro N° 1
Temas relacionados la ISO 26000:2010



Fuente: Guía de responsabilidad social ISO 26000
Elaboración: Propia

La organización deberá incluir estas materias fundamentales de manera holística y ser conscientes de los impactos que genere estos asuntos en sus productos o servicios en su cadena de valor (ISO 26000, 2010).

Para la fundación observatorio de responsabilidad social establecer estos temas en su gestión, permitirá crear un ambiente de sostenibilidad en los negocios, utilizando la norma ISO 26000 reconocerá que el observatorio opere socialmente responsable en sus acciones.

La ISO 26000 proporciona la práctica de todos los principios establecidos, implementando la responsabilidad social empresarial de manera eficaz en el observatorio; a través de esta guía, la fundación observatorio ejecutará una orientación hacia la sostenibilidad en las empresas turísticas y en la ciudad de Cuenca.



Universidad de Cuenca

Con todo esto; la fundación observatorio se comprometerá con la responsabilidad social que beneficiara a la ciudad con el objetivo de extender su contribución hacia un turismo sostenible dentro la ciudad de Cuenca.

Con la guía de ISO 26000 será una herramienta eficaz dentro del observatorio, ayudará a las empresas a mejorar y aumentar su reputación, se permitirá realizar proyectos sociales en beneficio de la ciudad y de las empresas turísticas promoviendo la ventaja competitiva entre todas las organizaciones que realizan acciones en el sector turístico.

La guía ISO 26000 concederá que las empresas y el observatorio vayan más allá de sus objetivos, tomen una conciencia sobre la diversidad social, el cuidado del medio ambiente, la protección de la cultura y entender los distintos entornos económicos dentro de la ciudad, favorecerá a las empresas turísticas a mejorar la productividad de sus empleados consiguiendo que el talento interno que dispone las empresas turísticas se mantenga siempre activa.

1.6.2 Global Reporting Initiative

Global Reporting Initiative (GRI) es una organización a nivel mundial e independiente fundada en 1997 en Estados Unidos, promovidos por el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente y CERES, su objetivo es contribuir a empresas, gobiernos, organizaciones civiles a informar lo que realizan las empresas en temas de sostenibilidad y comunican el problema mundial sobre cambio climático, la corrupción que generan las empresas y corporaciones a nivel internacional. Desde 1990 fueron los primeros en realizar memorias de sostenibilidad y buenas prácticas medioambientales hoy en día la GRI ha dejado de ser una práctica, para ser adoptada para cualquier empresa o negocio como una gestión primordial en sus acciones (García, 2012).

Los procesos para elaborar las memorias de sostenibilidad del GRI son necesarios para alcanzar el éxito a nivel empresarial. GRI brinda estándares de calidad manejados a nivel mundial, los informes y memorias de sostenibilidad de las empresas permiten, que los gobiernos y la sociedad



Universidad de Cuenca

tomen decisiones en su desarrollo. Las enormes corporaciones del mundo comunican sobre su labor en sostenibilidad.

Con visión de crear un mundo donde la sostenibilidad es el eje principal para la toma de decisiones de cada organización. Para ello capacitan a las partes interesadas a tomar conciencia en medidas económicas, sociales y ambientales.

Global Reporting Initiative, crea un proceso de transparencia para el cambio global y con participación primordial de la sociedad que conduzca a la toma de decisiones responsables con el planeta. Las empresas pueden acoger estos procesos mediante su última versión, la G4 que es certificable para todas las organizaciones (GRI, s.f.).

La iniciativa del GRI permitirá beneficiar al observatorio y a las empresas turísticas en establecer una transparencia total en su gestión, conseguir el mayor beneficio para la ciudad, esto cederá a realizar inversiones socialmente responsables en beneficio de la ciudad de Cuenca y estableciendo la sostenibilidad entre las organizaciones turísticas.

La fundación observatorio podrá responder aspectos más importantes en su gestión, reforzando los informes en materia de sostenibilidad a través de la G4 que es una guía que ayudará a las empresas turísticas y al observatorio a mejorar el contenido de las memorias de sostenibilidad, creando propuestas innovadoras para el sector turístico con la utilización de diferentes metodologías investigativas para el crecimiento de la actividad turística en la ciudad de Cuenca.

Los beneficios del GRI para el observatorio y las empresas turísticas son los siguientes:

- Crean una relación entre las empresas turísticas y el observatorio
- Mejorar la transparencia en la gestión administrativa de las organizaciones
- Permite elevar la competitividad entre empresas turísticas



- Permite identificar impactos positivos y negativos de las acciones de las empresas sobre la sociedad, el medio ambiente y la economía de la Ciudad de Cuenca.
- Permite a las empresas y al observatorio precisar sus stakeholders.

1.6.3 Pacto Mundial de las Naciones Unidas

El Pacto Mundial llamada en inglés: “Global Compact”; es un instrumento creado por las Naciones Unidas (ONU) promovido por el Foro Económico Mundial, en 1999. Su objetivo es alcanzar el diálogo social, para lograr esto, ordena a las empresas con estrategias y mecanismos de gestión con sentidos sociales y ambientales concordando con los logros de las empresas.

Para lograr su objetivo, el pacto mundial aplica los llamados “Diez Principios” integrando ámbitos relacionados con los derechos humanos, el cuidado del planeta y la lucha contra la corrupción. Los “Diez Principios del pacto mundial” provienen de la declaración de las Naciones Unidas, sus componentes están relacionados en derechos humanos, medio ambiente, trabajo, y la anticorrupción a nivel mundial (García, 2012).

Los diez principios presentados por el Pacto Mundial son objetivos para alcanzar el cambio sostenible en las empresas (Pacto Mundial, s.f.).

Derechos Humanos:

- Principio 1: “las empresas deben respetar todos los derechos humanos reconocidos a nivel internacional, intrínsecamente en su contorno de influencia”.
- Principio 2: “las empresas no deben ser partícipes en los quebrantamientos de los Derechos Humanos”.

Normas Laborales:

- Principio 3: “las empresas deben apoyar al empleado la libertad de afiliación, sin interferir su decisión”.



Universidad de Cuenca

- Principio 4: “las empresas deben excluir de cualquier manera el trabajo obligado”.
- Principio 5: “las empresas deben excluir el trabajo infantil”.
- Principio 6: “las empresas deben afirmar la disolución de las prácticas de discriminación en el trabajo”.

Medio Ambiente:

- Principio 7: “las empresas deben mantener una guía protectora que ayude al medio ambiente”.
- Principio 8: “las empresas deben impulsar decisiones que siembren una considerable responsabilidad ambiental”.
- Principio 9: “las empresas deben beneficiar el desarrollo de tecnologías amigables con el medio ambiente”.

Anticorrupción:

- Principio 10: “las empresas deben ocuparse en trabajar contra la corrupción en sus distintas formas, implicando la extorsión y el soborno”.

El Pacto Mundial, tiene inmensa aceptación entre empresas, la sociedad, entidades civiles y ONG´s, los organismos o las asociaciones civiles que se incorporen al Pacto Mundial aceptan libremente la responsabilidad de instaurar los “Diez Principios” en sus diligencias, rendir cuentas con transparencia a la sociedad, la misión es causar la constitución de estos principios, con comportamiento ético en el ámbito laboral, ambiente, y anticorrupción promoviendo la sostenibilidad global (Pacto Mundial, s.f.).

Los beneficios de adherirse la Fundación observatorio al Pacto Mundial son los siguientes:

- Permitiría ser la primera organización turística en Latinoamérica en pertenecer a la mejor iniciativa de RSE a nivel mundial.
- Reforzará el compromiso de la organización con la sociedad y la actividad turística a través de los principios y valores éticos.



- Reconocerá relacionarse con líderes empresariales que incentiven a establecer alianzas estratégicas con el sector público y privado.
- Mejorará las relaciones entre la oferta y la demanda en la actividad turística.
- Será una herramienta investigativa primordial para el turismo que contribuiría en la Agenda de Desarrollo Sostenible 2030.
- Reconocerá la ejecución de buenas prácticas y el buen gobierno corporativo.
- Adherirse al Pacto Mundial permitirá que la Fundación Observatorio se comprometa perseguir sus Diez Principios otorgados por el Pacto Mundial de manera íntegra.

1.6.4 ISO 9001

La Norma ISO 9001, fue elaborada por la Organización Internacional de Normalización (ISO), esta norma está diseñada para satisfacer las necesidades del cliente y puede ser implementada por cualquier empresa. Su objetivo es la ejecución de sistemas de gestión de calidad, sus herramientas son procesos que definen políticas empresariales y compromisos responsables con la dirección. La norma ISO 9001, está organizada en cuadro bloques permitiendo que se pueda desenvolver en cualquier actividad de una organización. Su misión es la satisfacción del cliente con productos y servicios de alta calidad. Esta norma es la más popular y la más utilizada a nivel mundial por parte de las organizaciones (González, 2005).

La utilidad de la ISO 9001 para la Fundación observatorio son las siguientes:

- Permite analizar el desempeño de la Fundación observatorio.
- Reforzaría los planes, programas, proyectos con calidad como componente competitivo
- La certificación ISO 9001 permitiría reforzar la Fundación observatorio a mejorar la calidad de su gestión.
- Fomentaría relaciones entre empresas y organizaciones a largo plazo.



- Mejora el compromiso de la Fundación observatorio con el cliente o visitante.
- Permitirá brindar proyectos y servicios de calidad que satisfagan las necesidades en el sector turístico de la Ciudad de Cuenca.
- La participación conjunta de todos los integrantes de la organización que contribuya al éxito de la fundación observatorio.
- Aumenta la afinidad por parte de las organizaciones turísticas, inversores, proveedores, accionistas,

1.6.5 Indicadores ETHOS

El Instituto “Ethos: Empresas y Responsabilidad Social”, diseñado en 1998 por un grupo de empresarios del sector privado, fabricaron los “Indicadores Ethos” de responsabilidad social empresarial, el objetivo de estos indicadores es estimular a las empresas a gestionar sus acciones de manera socialmente responsable y sostenible. Ethos, permite el conocimiento, intercambio de estilos de gestión con mejora de instrumentos para ayudar a las empresas a examinar sus labores en gestión, la sede del Instituto Ethos se ubica en Pinheiros, Sao Paulo, con propósito de incorporar el concepto de ser socialmente responsable en empresas, aplican políticas con razonamientos éticos que favorece al éxito a largo plazo (Instituto Ethos, s.f.).

EL Instituto de Responsabilidad Social Ethos elabora formas innovadoras de trabajar con las comunidades en la construcción aportando al desarrollo social, económico y ambiental. La influencia de la ética es el principio del Instituto Ethos, el respeto mutuo de los derechos humanos y la moral del pueblo. Actualmente Ethos y WWF-Brasil participan en el plan de la adaptación al cambio climático. Los “Ejes Ethos” poseen indicadores que están establecidos en siete temas:



Cuadro N° 2 Indicadores Ethos



Fuente: Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial
Elaboración: Propia

Cada uno de estos temas es un conjunto de indicadores que ayuda a la organización a mejorar su desempeño en estas áreas para la fabricación de una comunidad sostenible y justa (Instituto Ethos, s.f.).

“Los Indicadores Ethos de Empresas Sostenibles y Responsables se centran en la evaluación de cómo la sostenibilidad y la responsabilidad social se han incorporado en el negocio, ayudando a la definición de estrategias, políticas y procesos” (Instituto Ethos, s.f.).

Los beneficios de establecer indicadores de Responsabilidad Social que plantea el Instituto de Responsabilidad Social Ethos para la Fundación observatorio son los siguientes:

- Permitiría ser una organización turística eco-amigable, que de valor en sus acciones con la sociedad.



- Ser una organización con una tendencia desde su competencia distintiva o “core competent” que genere proyectos sostenibles para la Ciudad de Cuenca.
- Permitirá medir resultados que se genere en la Fundación Observatorio.
- Comunica la gestión administrativa de la Fundación Observatorio con todos sus stakeholders.
- Captación de nuevos clientes.
- Promueve la confianza y transparencia.
- Fidelidad con los empleados promoviendo un buen ambiente de trabajo.
- Creación de nuevos productos que permitan reducir la contaminación.
- Mejora la comunicación interna como externa en el observatorio.

1.6.6 La Norma de Aseguramiento AA1000

La norma AA1000, llamada “Norma de Principios de AccountAbility AA1000APS” (1999), es una organización formada en Reino Unido que ofrece la difusión ética mediante técnicas de responsabilidad que reconoce la calidad de rendición de cuentas por parte de las organizaciones, sobre ejes sociales, éticos y ambientales de una empresa. Sus principios son el desarrollo sostenible con la participación de los grupos de interés. La Norma de Aseguramiento AA1000 obliga a las organizaciones a informar el desempeño de sus acciones (García, 2012).

Esta entidad sin fines de lucro facilita herramientas de investigación y comunicación de manera ética de la organización. Existen tres principios de AccountAbility AA1000:

- El Principio Básico de Inclusividad
- El Principio de Relevancia
- El Principio de Capacidad de Respuesta



Universidad de Cuenca

El Principio Básico de Inclusividad es el eje de partida, la organización debe aceptar la participación de los grupos de interés para fomentar el desarrollo estratégico hacia la sostenibilidad. La inclusividad es el compromiso de ser responsable con aquellos sobre los cuales la organización genera un impacto y con los que genera un impacto en la organización, y que permite su participación para identificar asuntos y encontrar soluciones (AccountAbility, s.f.).

El Principio de Relevancia consiste en los asuntos más importantes para la organización y los grupos de interés, mediante la toma de decisiones y acciones de una organización en la práctica de sostenibilidad de la organización. Para saber que es relevante la organización debe analizar información sobre factores impulsores de la sostenibilidad no-financieros esta información incluye la información de los grupos de interés (AccountAbility, s.f.).

El Principio de la Capacidad de Respuesta es la respuesta de una organización a los asuntos de los grupos de interés que afectan su desempeño en materia de sostenibilidad y se lleva a cabo a través de decisiones, acciones y desempeño, así como mediante la comunicación con los grupos de interés (AccountAbility, s.f.).

Esta información permitirá beneficiar a la Fundación observatorio en la siguiente manera:

- Permitirá la rendición de cuentas hacia la sociedad de las acciones que realice el observatorio.
- Hacer frente de los efectos de estas acciones con todos los stakeholders.
- Impulsa el diálogo con todos los grupos de interés y establecer compromisos a largo plazo.
- Permitirá vigilar la gestión administrativa que se emplearía en la organización, mejorando el desempeño de la Fundación observatorio.



- Controla el desempeño de la gestión de la Fundación observatorio sobre temas ambientales, sociales, culturales y financieros.
- Influye en la innovación para el desarrollo de proyectos turísticos sostenibles.

1.6.7 Principios Globales de Sullivan

Los principios de Sullivan son reglamentos de conducta construidos por el afroamericano Sullivan (1977), se originó mediante el respeto de los derechos humanos en Sudáfrica donde existía el racismo, con el pasar de los años estos principios promovieron el origen de la RSE.

Su objetivo se enfoca en el respeto de los derechos humanos y la igualdad de oportunidades, estos elementos generan códigos de conducta empresarial para mejorar la calidad de vida en las sociedades promoviendo el bienestar social, se trata de hacer buenos negocios. En general, estos principios apoyan la justicia social, económica y política de las organizaciones a nivel internacional. Las empresas que apoyan estos principios son responsables de respetar la ley y la sociedad con integridad y comprensión en la sociedad promoviendo la cultura y la paz de los pueblos (García, 2012).

Poner en práctica estos principios será esencial en la operación que realice la Fundación observatorio dentro de la ciudad de Cuenca beneficiándose en la siguiente manera:

- Permitirá ejecutar políticas en beneficio de los empleados de las empresas turísticas.
- Erradica la discriminación de cualquier tipo de organización que realice actividades turísticas dentro de la ciudad de Cuenca.
- La igualdad de oportunidades.
- Fomentar negocios de manera ética y responsable.
- Desarrollar programas en beneficio del medio ambiente y de la sociedad.
- Permitirá crear proyectos basándose en la realidad propia del destino.



- Mejorará la imagen de la organización e incentiva a las empresas turísticas a ser responsables de sus acciones con la sociedad.

1.6.8 Social Accountability 8000 (SA 8000)

La SA8000 fue creada por la organización Social Accountability International (1997), es una certificación voluntaria para empresas que deseen promover condiciones laborales en temas de justicia social y derechos de los trabajadores. Su objetivo es crear condiciones de trabajo seguro, es una estrategia de negocio para resolver problemas sociales del trabajo como el trabajo infantil, el trabajo forzoso y la discriminación, se enfoca al respeto y salarios dignos para los trabajadores. Esta certificación detalla muchos aspectos sobre los derechos de los trabajadores (SA8000, 2016).

La SA8000 usa herramientas para medir los sistemas de gestión de desempeño social mediante la identificación de problemas, la comunicación interna como externa de los trabajadores con las organizaciones, resuelven y previenen problemas relacionados al trabajo.

SA8000 (2016) involucra el desempeño social y se mide en ocho áreas muy significativas en la organización para la rendición de cuentas sociales:

- Trabajo Infantil
- Forzoso u obligado
- Salud y seguridad
- La libertad de asociación y derecho a la negociación colectiva
- Discriminación
- Prácticas disciplinarias
- Horas de trabajo
- Remuneración
- Sistemas de Gestión



1.6.9 Principios de “The Caux Round Table” (CRT)

La Mesa Redonda de Caux (CRT) fueron creados en el año de 1986, por Federick Philips, ex presidente de “Philips Electronics”. Es una red internacional de dirigentes empresariales para la práctica moral en sus funciones. Con enfoque a nivel de las empresas, sus principios tienen que ver con las sostenibilidad y la responsabilidad social que permitan formar una sociedad libre y transparente. Los elementos que utiliza la CRT son precisos, con normas éticas para toma de medidas empresariales en su gestión. Un asunto planteado para la agregación de una cultura dentro de una corporación, así permite la formación ética para las escuelas de negocios que se están abriendo campo en la responsabilidad social empresarial (García, 2012).

La CTR (1986), trabaja para concientizar a los líderes empresariales de todo el mundo, su función es acabar con la pobreza mundial con mejoras en el ámbito legal para una producción responsable hacia mejora de las condiciones en inversión en países que se están desarrollando, gracias a la aprobación de las 12 normas llamadas "mejores prácticas" que permite trabajar con gestión de calidad y transparencia por parte de la empresas.

Los principios “The Caux Round Table” están formados por dos elementos éticos del Kyosei y la dignidad humana (Prat y Arroyo, 2001).

- El Kyosei es un término japonés que hace referencia al espíritu de cooperación.
- La dignidad humana consiste en que la persona es un medio primordial y supremo como fin, y no para conseguir los objetivos planteados para otros.

Para la Fundación Observatorio adoptar estos principios será de gran valor ya que beneficiaría en:

- Realizar negocios éticos.
- Ser una Fundación observatorio modelo en temas de sostenibilidad.



- Da valor a la organización para la sociedad.
- Permitirá la innovación en la industria turística.
- Promoverá la protección del medio ambiente
- Evitará realizar negociaciones ilícitas
- Permitirá la confianza entre organizaciones.

1.6.10 AENOR

Es una norma de origen española mediante la asociación de la UNE (Normalización Española); y de “AENOR”, fue elaborada después de la publicación de ISO 26000 es una norma certificable de responsabilidad social para las organizaciones en temas relacionados en buen gobierno y la transparencia, mediante un documento técnico que implanta la gestión de responsabilidad social en la empresa (García, 2012).

La AENOR es una herramienta para la mejora continua, se enfoca en todos los grupos de interés de la organización su meta es la satisfacción del cumplimiento de las políticas establecidas de la RSE, la AENOR brinda soluciones para los grupos de interés, también brinda colaboración para las memorias de responsabilidad social y sostenibilidad (AENOR, s.f.).

Los beneficios que aportan la asociación española para la organización son:

- Fomentará la seguridad social y el cuidado del medio ambiente.
- Permitirá la competitividad entre empresas turísticas.
- Favorece las buenas prácticas en la elaboración de productos innovadores que permita la confianza de todos sus grupos de interés.
- La participación en cursos on-line para el manejo de la organización en problemas que se presenten en la gestión administrativa de la organización.



1.6.11 Los Objetivos del Milenio (2000)

Los objetivos milenio se originó en Septiembre del año 2000, fue realizada por los máximos dirigentes del mundo con el patrocinio de las Naciones Unidas estos objetivos buscan extender esfuerzos en búsqueda de la paz mundial, el cumplimiento de las disposiciones de la Corte Internacional de Justicia, su tratamiento se asienta en ocho objetivos de desarrollo (García, 2012).

Mediante la Asamblea General, los regímenes nacionales, la asociación internacional, la sociedad y el sector privado; han apoyado aumentar la ilusión y las oportunidades de la población de todo el planeta, planteando una nueva alianza: (ONU, 2000).

- Suprimir la pobreza extrema y el hambre;
- Obtener la educación primaria a nivel mundial;
- Apostar por la igualdad de género y la independencia de la mujer;
- Aplacar la mortalidad infantil;
- Reformar la salud materna;
- Luchar contra el VIH/SIDA y otras enfermedades;
- Comprometerse a alcanzar la sostenibilidad del medio ambiente;
- Promover una agrupación mundial para el desarrollo.

Adoptar estas medidas permitirá desdoblarse esfuerzos para luchar por un mundo mejor, el compromiso de los ocho objetivos es la consolidación de la paz y auxiliar a los países en desarrollo en adoptar medidas de gestión sostenible (ONU, 2000).

1.6.12 SI 10000 Social Responsibility and Community Involvement

Esta norma está empleada en sector limitado geográficamente (Israel), su contexto es sociopolítico, se utiliza dado que las empresas deben generar mecanismos para activar su actividad económica, a pesar de los ataques de terrorismo que viven a diario, su primera publicación se dio en el año 2001, por



Universidad de Cuenca

el “Instituto de Normalización” y miembros de “Kneset”, su última publicación se dio en mayo de 2006 y se refiere a la norma internacional ISO 26000 (García, 2012).

La SI 1000 Social Responsibility and Community Involvement es una norma certificable que acumula aspectos relacionados a la RSE: (García, 2012).

- La transparencia;
- Derechos humanos;
- Ética;
- Relaciones Laborales
- Salarios justos
- Medio ambiente
- Calidad de productos
- Gobierno corporativo
- Responsabilidad de parte de la directiva empresarial;
- Medidas en toma de decisiones.

Aunque, a nivel mundial la divulgación de ejecutar acciones socialmente responsables conllevan criterios de gestión empresarial que beneficien a la sociedad, promoviendo la calidad de vida en los destinos donde ejecutan sus acciones, es un deber participar de manera ética para mejorar el planeta en búsqueda de una calidad de vida digna, la RSE y el turismo han desarrollado herramientas y normas para actuar con responsabilidad sobre nuestras acciones empresariales y ser conscientes que debemos proceder de manera inmediata para preservar el planeta de la crisis que ha sufrido durante años. Para la actividad turística es un compromiso acatar estas normas y políticas de manera voluntaria, comenzar a trabajar sobre ellas para emprender avances de crecimiento económico, social y el cuidado medio ambiental que beneficie la industria turística en la región.



CAPÍTULO 2

“Fundamentación teórica de la organización fundación observatorio de responsabilidad social para cuenca como modelo de buenas prácticas”

Durante los últimos años, el sector turístico del austro ecuatoriano ha escalado un notorio aumento, transformándose en una industria de valor económico y de negociación local e internacional. Con todo esto, a pesar de las utilidades que genera esta industria, es muy importante el funcionamiento de una Fundación observatorio que aplique un concepto de desarrollo sostenible para las actividades turísticas que se genera dentro de la ciudad de Cuenca. La aplicación de este concepto permitirá efectuar y garantizar la sostenibilidad en el destino a largo plazo.

Sin embargo, la propuesta de diseñar una Fundación observatorio de responsabilidad social que involucre empresas turísticas en la ciudad de Cuenca es una alternativa para mejorar la calidad del turismo, los cambios que ocurren en la actividad turística son variados y posiblemente sea este el principal anuncio de nuestros visitantes, la oferta turística de provincia del Azuay es mucho más rica y variada, encabezando la misma ciudad de Cuenca, mediante la Fundación observatorio se permitirá ejecutar estas políticas de turismo sostenible y responsable que reconocerá traer beneficios a la ciudad de Cuenca.

Estos beneficios son de carácter ambiental, cultural, social y económico.

➤ **Beneficios ambientales:**

- Apoyar al consumo responsable y el aprecio al medio ambiente.
- Adquiere un progreso equitativo con el medio ambiente.
- Crea ventajas financieras de los recursos del medio ambiente (flora y fauna) para el provecho de las comunidades anfitrionas.
- Observa, valora y gestiona el impacto del turismo con el medio ambiente.



➤ **Beneficios culturales:**

- Protección a la autenticidad cultural de las comunidades y la comprensión a la tolerancia intercultural.
- Impulsa la conservación y la preservación de los recursos culturales y patrimoniales de la ciudad.
- Genera valor a las manifestaciones socioculturales
- Promueve la confianza en la comunidad.

➤ **Beneficios sociales:**

- Incluir a la comunidad en las actividades turísticas que se generen en la ciudad.
- Provoca experiencias y el uso de prácticas sostenibles para los turistas en su propio entorno.
- Reactiva zonas urbanas y rurales
- Incrementa la calidad de vida de la población promoviendo la mejora de infraestructuras de interés para la comunidad.

➤ **Beneficios económicos:**

- Provoca empleo local
- Incita el avance de empresas turísticas responsables
- Genera capital al patrimonio local
- Apoya a la disminución de la pobreza
- Potencia el consumo local de productos naturales en las actividades turísticas.

La propuesta de crear una Fundación observatorio para un turismo sostenible y responsable para la ciudad de Cuenca, es una percepción distinta al mundo del turismo, con espíritu de realizar buenas prácticas dentro de la actividad turística y hacer una búsqueda de la situación actual del turismo de la Ciudad. En la provincia del Azuay existen varios programas de conservación del medio ambiente para el desarrollo turístico sostenible, buscan el bienestar y la calidad de vida de los habitantes y el visitante, pero la falta de participación de las



empresas turísticas es escasa. El turismo y el medio ambiente en la ciudad son primordiales para la ejecución de acciones responsables y aún más el reconocimiento internacional de ser catalogada como Patrimonio de la Humanidad que debería ser un modelo de sostenibilidad y partiendo desde esta percepción se afirma su conservación.

Hoy en día la ciudad de Cuenca requiere un proyecto acorde a sus necesidades en conjunto con la sociedad y las empresas turísticas recuperen la misión de ser una ciudad de futuro, para todo esto la ciudad de Cuenca se tiene que enfocar en el cuidado del patrimonio natural, la seguridad, la vinculación con la sociedad, el fortalecimiento cultural y el desarrollo económico.

La difusión de información referente a cada una de estos asuntos ligados a la sostenibilidad del turismo es lo que se intenta instruir con esta introducción y la fundamentación teórica del observatorio de turismo sostenible y responsable para la ciudad de Cuenca, las empresas del sector turístico de la ciudad de Cuenca carecen de herramientas estadísticas, e informes que sirva de base para la toma de decisiones empresariales, las empresas turísticas de la ciudad necesitan compararse con sus principales competidores de manera que se pueda revelar sus fortalezas y debilidades (Franch y Contreras, 2013).

2.1 Definición de observatorio de Responsabilidad Social

Los observatorios de responsabilidad social son creados para investigar temas o problemas sociales, que son analizados por diferentes metodologías investigativas que se generen en el proceso. En la actualidad constan diferentes tipos de observatorios con diferentes fines de estudio, entre ellos tenemos los observatorios turísticos, astronómicos, sociales, clínicos, etc.

Este proyecto propone la creación de un observatorio de RSE que permitirá investigar, divisar e informar lo que se realiza en la industria turística en relación con la sostenibilidad y un turismo responsable dentro de las empresas



Universidad de Cuenca

turísticas de la ciudad de Cuenca, con prioridad a emprendimientos de RSE dentro de la Ciudad.

“Los observatorios son un instrumento que permite integrar la participación a un número de agentes que requiere un ambiente adecuado para agregar valor a la información y comprensión con el propósito de activar el potencial humano de las organizaciones, se trata de una estrategia colaborativa y puesta en práctica para aumentar el flujo de información” (Marcial, 2009).

Con todo esto, podemos decir; que los observatorios son un lugar para recolectar información sobre diferentes problemas sociales para su análisis y seguimiento. El fin de todos los observatorios es de crear información para la toma correcta de decisiones y aún más pertinente en la actividad turística, esta información cualitativa y cuantitativa permitirá crear tres funciones dentro la industria turística:

- Investigar los problemáticas sociales con relación a las actividades turísticas.
- Proponer buenas prácticas empresariales y el uso de la innovación como recurso sostenible.
- Comunicar los resultados generados por el observatorio.

Estas funciones del observatorio servirán para ejecutar decisiones responsables dentro de una empresa turística así como también para la sociedad que permitirá la creación de nuevos conocimientos.

La característica de un observatorio de RSE es atender a todos los grupos de interés con que se relaciona la industria turística. Con todo esto, el observatorio permitirá examinar la apreciación de empresarios (capital) y de los directivos (estudio empresa) además de los trabajadores, clientes y de la población (Ballester, 2000).

El observatorio de RSE ofrecerá una información accesible que proporcione el uso nuevas metodologías de investigación que permitan cooperar con



información relevante que genera la actividad turística que permita potencializar el manejo de políticas RSE en las empresas turísticas para la toma de decisiones, de esta manera se podrá vigilar a las empresas sustentándose en la gestión de los impactos que produce su actividad sobre sus clientes, trabajadores, proveedores, sociedad y medioambiente.

Los observatorios tienen diferentes composiciones en sus actividades, desde las informales, independientes en su operación hasta de carácter social y político (Rey, 2003).

Sosteniendo la definición que nos da Rey acerca de la composición de los observatorios, se puede comprender la utilidad de estos instrumentos investigativos ya que permitirá publicar resultados que se genere de la recopilación de información a través de las empresas turísticas que hayan aprobado colaborar como afiliados estratégicos del observatorio.

De esta manera el observatorio se transformaría en un instrumento eficiente al momento de aceptar decisiones éticas y responsables (Godínez, 2014).

Un observatorio es una herramienta para controlar decisiones de las empresas turísticas (privada) y las decisiones administrativas (pública) de una área que se asemeja como destino turístico siendo este real o potencial (Franch y Contreras, 2013).

También se lo define como un instrumento para la investigación de resultados y la eficiencia de políticas turísticas en un destino. Un observatorio elabora mecanismos de información de los destinos turísticos, propone la elaboración de diseños de las principales variables turísticas (Santágata, 2011).

En este contexto, si ensayamos un concepto lograríamos aseverar que un observatorio es una base de recolección y proceso de información de la actividad turística, que se aplicarán para la fabricación de informes y documentos, eficaces para una acorde toma de decisiones y una planificación de acciones para el sector público y privado.



De esta manera, cualquier destino turístico tendría que preocuparse por tener información suficiente para poder realizar el rastreo de su propia actividad tanto en las empresas, las tendencias de los mercados, y los diferentes agentes competidores.

2.2 Modelo de Gestión del observatorio de Responsabilidad Social

La Fundación observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas en Cuenca, necesita un modelo de gestión acorde a las necesidades del observatorio. La responsabilidad social es un activo empresarial y un elemento primordial para la reputación de las organizaciones que permite crear modelos de gestión como instrumentos internos para que las empresas turísticas y diferentes organizaciones permitan formar su ética y valores de la teoría a la práctica.

Los modelos de gestión se refieren a un conjunto de procedimientos distintos y específicos que utiliza una organización que necesita sistematizar sus actuaciones para gestionar un proceso o una actividad (García, 2012).

El modelo de gestión contribuye normas a seguir que permite mejorar la gestión de una empresa turística. Para que una empresa relacionada al turismo se comprometa con la RSE, se debe atender que las empresas desarrollen sistemas para estimar sus políticas y sus prácticas de RSE, en funciones administrativas, procesos y sus objetivos empresariales, sobre todo la responsabilidad que tienen en cada decisión.

Es así, que los sistemas de gestión ayudan a mejorar la gestión administrativa de manera estratégica de la RSE, de forma que la empresa sea responsable en el destino turístico donde realiza sus actividades. Estos sistemas ayudan a identificar de manera eficiente los riesgos ambientales, sociales, financieros e incrementa de manera eficaz la organización empresarial. Los modelos y normas de gestión de una empresa proporcionan una certificación y permiten utilizar herramientas de información sobre el rendimiento de la empresa.



Universidad de Cuenca

Estos modelos de gestión son de manera voluntaria por parte de las empresas turísticas y el éxito solo dependerá de la aceptación que tenga en el mercado, permite adoptar normas de gestión y cumplir con todas las obligaciones legales para que la empresa turística sea socialmente responsable (García, 2012).

Para ejecutar un modelo de gestión es imprescindible la elaboración de un código de ética que es la filosofía de la empresa, un diseño de sistema de interpretación de datos para la elaboración de un plan de acción.

La utilidad del observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas es crear un modelo de gestión propio para los stakeholders que permita ser un instrumento que genere un modelo integral con todos los grupos de interesados con los que se relaciona una empresa turística. De esta manera una gestión responsable no se basa alcanzar los beneficios individuales, sino que reconoce acuerdos con un valor estratégico para todas las empresas turísticas.

Es así, que el observatorio de responsabilidad social necesitará de un sistema de gestión que integre todos sus servicios, para el desarrollo de manera productiva del destino que mejore la experiencia y la satisfacción del visitante, por lo tanto; el modelo de gestión para el observatorio tendrá una estructura teórica están basados en seis ejes.



Cuadro N° 3
Modelo de Gestión del observatorio de responsabilidad social con
empresas turísticas en Cuenca

Función	Actividad
Fundamento legal	Marco legal constituido del observatorio
Vías estratégicas	Instrumentos de gestión para la promoción de los servicios actuales, el desarrollo y diversificación de productos turísticos innovadores.
Indicadores del sector turístico	Percepción de la sociedad con el desempeño del observatorio, permite revelar problemas sociales, ambientales y financieros en el destino.
Vinculación con las empresas turísticas	Permite mejorar la competitividad del sector y desarrollar de nuevas tecnologías que satisfagan al visitante.
Forma de la organización	Manejo administrativo y operativo del observatorio con proyección sostenible
Análisis de sostenibilidad	Monitorea continuamente los procesos y mide su impacto.

Fuente: Modelo adaptado de la Planificación Estratégica e Indicadores de Desempeño en el Sector Público. (CEPAL)

Elaboración: Propia



2.3 Marco Legal que rigen la ONG (Fundación observatorio de Responsabilidad Social de Cuenca)

A través de los análisis efectuados en el año 2012 por IDE - Business School con objeto de estudio se conocieron 743 empresas que ejecutan prácticas de responsabilidad social empresarial en el Ecuador, como consecuencia la gran mayoría de empresas ecuatorianas están inclinadas a intervenir y ayudar a programas de desarrollo sostenible, esto nos indica la eficacia que es realizar políticas de RSE por parte del sector corporativo del Ecuador.

Desde esta investigación, se ha planeado la elaboración de la fundamentación teórica de la Fundación Observatorio de RSE, que se enfoque en la realidad que atraviesan las empresas turísticas de la ciudad de Cuenca que permita difundir planes, programas y actividades empresariales articulados a la RSE de gran importancia para la población de la ciudad de Cuenca.

Para el sector turístico de la ciudad de Cuenca involucrarse con la sociedad y efectuar proyectos de RSE permitirá identificar problemas sociales de interés y promover acciones que motiven a posibles soluciones, mejorando la calidad de vida de la ciudad y motivando al desarrollo de la industria turística en la ciudad.

La ordenanza de turismo del cantón Cuenca, capítulo II, Art. 2 literales *d* y *e* de los Fines y Potestades manifiesta que:

Es función del consejo de turismo asegurar al Cantón Cuenca, como destino turístico e incitar la actividad turística a nivel nacional bajo las políticas de desarrollo integral del cantón (Cuenca, s.f.).

El Art.8 de la ley de turismo (MINTUR), indica para el ejercicio de acciones y actividades relacionadas al turismo se solicita conseguir el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite la aptitud del servicio que se brinda basado en procesos de calidad (Turismo, s.f.).



2.4 Plan de manejo de la “Fundación observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas en Cuenca”.

2.4.1 Código de ética

A continuación se detalla el código de ética que servirá para el buen manejo administrativo de la Fundación Observatorio.

Finalidad del Código de ética para el observatorio

- 1) El código ético de la “Fundación observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas en Cuenca” está destinado a desarrollar su misión, visión y valores como modelo de actuación de la toma de decisiones y la actuación con todos sus grupos de interés.
- 2) El código de ética está elaborado tomando en cuenta como referencia el Código Ético Mundial para el Turismo y los principios de RSE admitidos por la Fundación observatorio, alegando las obligaciones de todos sus miembros que lo conformen.
- 3) El código ético reúne la responsabilidad de la Fundación observatorio con los manuales de ética y transparencia, implantando modelos de conducta destinados a legitimar el comportamiento ético de sus acciones.
- 4) El código de ética es parte estructural del sistema de dirección de la Fundación observatorio.

2.4.2 Responsabilidad:

- **Con clientes:** Brindar nuevas experiencias personalizadas, sobrepasando las expectativas con calidad en productos y servicios.
- **Con la comunidad:** Activar el bienestar y el desarrollo sostenible en las comunidades donde se realice actividades relacionadas al turismo obedeciendo la cultura y costumbres.
- **Con el medio ambiente:** Favorecer a la conservación y preservación del entorno natural y paisajístico, vigilando el impacto de nuestras



acciones y promoviendo la conciencia con todos grupos de interés que se relacione el Observatorio.

- **Con los proveedores:** Edificar lazos perdurables sustentados en la fidelidad y el respeto.
- **Con los colaboradores:** Mejorar oportunidades de crecimiento profesional, a través del compromiso y el talento humano.
- **Con nuestros inversores:** Gestionar la transparencia y buen gobierno corporativo, para consecución de la rentabilidad a largo plazo.
- **Con nuestros socios:** Calidad en los productos y servicios que promueve la confianza con todos los socio y accionistas.

2.4.3 Aplicación del Código Ético

El acatamiento del Código Ético permitirá actuar al cumplimiento del sistema de dirección de la Fundación observatorio y por parte de los técnicos que actúen como representantes del observatorio con otras entidades u organismos con que se relacione el observatorio de esta manera percibirán el Código Ético en la actividad participando a la aplicación de la misión, visión y valores de la Fundación observatorio.

2.4.4 Misión de la Fundación observatorio

Formar empresas turísticas con capacidades profesionales en el área de la sostenibilidad y manejo de tecnologías verdes con conocimientos académicos, técnicos y empresariales; que contribuyan de manera eficiente a satisfacer el desarrollo de la industria del turismo a través de actividades de consultoría, fomento a la investigación y proyectos de vinculación con la colectividad.

2.4.5 Visión de la Fundación observatorio

Ser un observatorio referente a nivel local, regional, nacional con calidad en sostenibilidad comprometidos con la sociedad y con alto potencial en conocimiento mediante la generación de información para la apropiada toma de decisiones que contribuyan a todos los actores del turismo en los posteriores 8 años.



2.4.6 Valores de la Fundación Observatorio

Los valores éticos que dispondrá la “Fundación observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas en Cuenca” serán los siguientes

- **Código de Ética.-** Un gobierno corporativo transparente y claramente organizado en sus funciones y con transparencia en los valores contables.
- **Derechos Humanos.-** Respaldar los derechos humanos, trato digno para todos los participantes del observatorio y equidad de género.
- **Anticorrupción.-** Intervenir contra cualquier manera la corrupción, la extorsión, el peculado, tráfico de influencias, etc.
- **Medio Ambiente.-** Motivar al desarrollo de tecnologías verdes amigables con el medio ambiente, la preservación y conservación del ambiente.
- **Responsabilidad Social.-** Implantar cuidado del medio ambiente y de la cultura a través de la ejecución de buenas prácticas como recurso innovador.
- **Calidad.-** Ofrecer calidad en los servicios que ofrezca el observatorio para la satisfacción del turista y de todos los grupos de interés.

2.4.7 Objetivos de la Fundación Observatorio

Los objetivos generales y específicos que persigue el observatorio son:

2.4.7.1 Objetivo General

- Crear modelos de servicio y calidad sostenibles de manera innovadora ofertados por el observatorio para las empresas turísticas en Cuenca

2.4.7.2 Objetivos Específicos

1. Promover y capacitar conciencia difundiendo conceptos y buenas prácticas en materia de RSE para empresas turísticas.



2. Involucrar a todos los stakeholders en las actividades investigativas elaboradas por el observatorio.
3. Realizar investigaciones y análisis de temas relacionados al desarrollo sustentable.
4. Impulsar y ejecutar proyectos sostenibles para la ciudad de Cuenca.

La interpretación de la misión, visión, valores y objetivos de la Fundación observatorio permitirán cumplir con los valores éticos, la transparencia institucional, el gobierno corporativo, el progreso del talento humano, la innovación, la consideración por ambiente y la confianza institucional

La Fundación se implicará en la dirección del buen gobierno de las ONG's y de los principios de responsabilidad social empresarial ejecutados por todas las instituciones a nivel mundial, así como sus normas y reglamentos, de manera ética y con la transparencia en todos sus ambientes de acción.

La técnica de gobierno de la Fundación observatorio a través de la conducta ética será un manual de actuación responsable de sus acciones que se ejecute en la ciudad de Cuenca.

Estas responsabilidades, son un reconocimiento de políticas, que serán generalizados en su práctica cotidiana y están añadidos en la gestión de la Fundación observatorio en sus actividades.

La Fundación observatorio contempla en sus valores éticos, las políticas de la RSE y el desempeño profesional que permita afianzar su compromiso con el acatamiento de sus objetivos fundacionales.

2.4.8 Estrategia empresarial de la Fundación Observatorio

La estrategia empresarial de la "Fundación observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas en Cuenca" que se utilizará para la consecución de los objetivos es acompañar a las empresas turísticas en todo el proceso de



elaboración de los reportes de sustentabilidad, utilizando la metodología de preparación sugerida por el Global Reporting Initiative, que contempla las siguientes etapas:

- Evaluar el desempeño del modelo de gestión de la sociedad en relación a la RSE en las empresas turísticas.
- Obtener información que permita a la organización elaborar su estrategia de responsabilidad social para las empresas turísticas.
- Monitorear la evolución del desempeño en RSE en las empresas turísticas.
- Brindar los elementos técnicos necesarios para dotar un plan de acción específico de acuerdo a las prioridades identificadas por el observatorio.

2.4.7 Responsabilidades y correlaciones con los grupos de interés

- Administrar la información que se genera en el observatorio con transparencia y responsabilidad en conjunto con todos los socios, participantes y proveedores examinando adquirir el crecimiento social, ambiental y financiero del destino.
- Dirigir un ambiente de confianza que incentive a todos los participantes a ampliar su capacidad y rendimiento dentro del observatorio.
- Defender la igualdad de oportunidades para todos los colaboradores.
- Descartar la discriminación de cualquier índole.
- Promover el cuidado del medio ambiente y sus recursos naturales para el crecimiento del sector turístico de la ciudad de Cuenca, enfocada en el desarrollo económico de manera sostenible que satisfagan las necesidades de las generaciones futuras.
- Participar en diálogos con las comunidades donde se actúa, con la meta de evaluar los impactos de la actividad turística que se genere.
- Ofrecer información que ayude al cuidado y conservación de las áreas naturales.



- Sensibilizar a todas las empresas turísticas al uso de tecnologías amigables con el medio ambiente.
- Amparar una conducta ética ante el medio ambiente.
- Promover un turismo responsable
- Ofrecer proyectos innovadores que beneficien a la sociedad y el medio ambiente.
- La participación de la población y comunidades en las actividades que desarrolle el observatorio.

2.4.9 Aceptación

Los técnicos y personal que en el futuro formen parte de la Fundación observatorio aceptarán formalmente la misión, visión, los valores, los objetivos y las normas de referentes a las RSE instituidas en el Código Ético.

. 2.4.10 Aprobación

El Código ético de la Fundación observatorio será aprobado inicialmente una vez sea constituido legalmente.

2.5 Marco legal

El marco legal del observatorio está realizado para que esté formada legalmente.

- El observatorio deberá contar con un nombre que será reservado en la Súper Intendencia de Compañías y por la cartera de estado.
- Los estatutos de la constitución del observatorio corresponderá a estar redactados por un abogado y deberán ser respectivamente notariado.
- La creación del registro único de contribuyentes (RUC).



a) Aprobación del certificado de nombre por parte del Ministerio del Ambiente

Es elemental plantear los procesos básicos que permitan el propicio funcionamiento preliminar del observatorio, sin embargo podrá ser reformado conforme a las necesidades políticas que se empleen en la ciudad de Cuenca. En función y con la necesidad de crear un nombre, para la aprobación del nombre en la cartera de estado se deberá dirigir una solicitud hacia el Ministerio correspondiente con copia al Coordinador General Jurídico en el cual se detallara la planificación de los objetivos y los fines del observatorio especificando en la misma solicitud.¹

b) Estatutos

Para el desarrollo de los estatutos, la fundamentación teórica de la organización “Fundación observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas en Cuenca” como modelo de buenas prácticas está formada por ejes temáticos y teorías legales como una investigación preliminar que ayude como guía para el desarrollo del capítulo.

- El observatorio estará regulada por las disposiciones del Título XXX, del Libro Primero del Código Civil por los decretos pertinentes en el presente Estatuto y demás reglamentos que se dicten.
- El observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas para Cuenca, deberá funcionar en la ciudad de Cuenca, Provincia del Azuay.
- El observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas para Cuenca, tendrá una duración indefinida, contará con un número de socios ilimitado, la misma que podrá disolverse conforme a las leyes vigentes.

¹ (Revisar Anexos)



Universidad de Cuenca

- El observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas para Cuenca, se situará en la Universidad de Cuenca en la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad implicando a las carreras de Gastronomía, Hotelería y Turismo.
- Para establecer su actividad deberán estar fijados los miembros del observatorio.
- La asamblea general es el máximo organismo, estará integrado por todos sus miembros activos.
- La asamblea general será Ordinaria y Extraordinaria.
- Se operará información que se genere en la base de datos que están englobados los prestadores de las actividades turísticas dentro la ciudad de Cuenca.
- Investigación será formada por el sector turístico de la ciudad de Cuenca.
- Para intervenir en alguna actividad o cargo dentro del observatorio deberá existir un acuerdo entre todos los sectores con los que trabaja el observatorio.
- Los servicios y cargos en el observatorio no serán más allá de tres años, ya una vez culminado con lo instaurado se procederá a nominar a la nueva directiva, refiriéndose en los reglamentos establecidos definitivamente.
- Disponer con el capital humano en áreas de turismo, economía y medioambiente.



- Cumplir con todas las leyes vigentes y sus funciones de manera responsable y transparente.
- Implicar a la sociedad en el desarrollo de la actividad turística de la ciudad quienes serán los responsables de observar el cumplimiento de los reglamentos, leyes, normas referentes al turismo.

La fundamentación teórica de los estatutos están basados en la norma de los observatorios que funcionan a nivel mundial y todas las leyes vigentes, con la finalidad que permita el apoderamiento por parte de la sociedad en las diferentes técnicas que se ejecutará por parte del observatorio en la ciudad de Cuenca para el desarrollo del turismo en el cantón.

c) Aprobación

La aprobación resolverá la certificación del nombre mediante la revisión del libro y registro de Fundaciones Y Corporaciones a cargo de la Coordinación General Jurídica de la pertinente cartera de estado, basadas en la constitución.

d) Requisitos legales

Con el fin que la Fundación observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas en Cuenca, desee ser una entidad que ofrezca información abierta deberá cumplir con todos los requisitos legales, disposiciones y ordenanzas emitidas por la ciudad de Cuenca².

Para que el observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas para Cuenca, trabaje responsablemente se propone:

- ❖ La reserva del nombre en la superintendencia de compañías

² (Revisar Anexos)



- ❖ La elaboración del estatuto social por un abogado
- ❖ Abrir una cuenta de integración de capital en el banco
- ❖ La escritura pública del estatuto por un notario
- ❖ La aprobación del estatuto por parte de la superintendencia de compañías
- ❖ La obtención de todos los permisos por parte del municipio de la ciudad.
- ❖ La inscripción del representante del observatorio
- ❖ La obtención del RUC en el Servicio de renta Internas (SRI).

e) Acreditación

Para solicitar una acreditación se deberá cumplir con varios requisitos generales y se deberá demostrar la competencia técnica y conocimiento en las actividades de sistemas de gestión.

Requisitos legales:

- Ser una entidad legal y constituida.
- Tener un sistema de gestión de calidad en el observatorio.
- Contar con personal capaz de desarrollar actividades en gestión.
- Poseer una infraestructura para realizar las operaciones.
- Cumplir los requisitos promovidos por el Servicio de Acreditación Ecuatoriano (SAE).
- Dirigir una solicitud de acreditación correspondiente firmada por el representante legal del observatorio.
- El pago de una tarifa vigente por la SAI
- El periodo de validez de la acreditación es de 5 años donde se realizarán evaluaciones periódicas.

f) Patrimonio

El patrimonio de la fundación observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas en Cuenca, deberá ser autofinanciada, para esto se



buscará alianzas estratégicas y sistemas de gestión que se basará en la participación de eventos, consultorías, proyectos, etc.

- Serán patrimonio del observatorio los bienes que cualquier título reciba de personas naturales o jurídicas, o de organismos.
- Los bienes recibidos serán obtenidos de manera legítima.
- Será patrimonio todas las transferencias de bienes y servicios formalizadas por el observatorio.

g) Régimen laboral y de colaboración

Los requerimientos administrativos para observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas en Cuenca, es de incorporar a personas naturales o jurídicas que tengan objetivos semejantes a los que persigue el observatorio, siendo de ayuda ambiental, social y económica a la colectividad.

- Coordinar con el sector público o privado, para que se dé cumplimiento con los fines a efectuarse mediante la realización de convenios que permitirá el financiamiento de los programas o proyectos turísticos.
- Administrar todo el patrimonio que tuviera incluidos los que se proporciona para el financiamiento de programas y proyectos.

Para la ejecución de sus fines se podrá contratar personal necesario sea profesional o técnico conforme a los medios permitidos por la ley se propone:

- ❖ Un coordinador general
- ❖ Una secretaria para que trabaje en cada área propuesta
- ❖ Un técnico para cada área propuesta



La propuesta sugerida afirmará el acorde funcionamiento preparatorio del observatorio, de acuerdo a la determinación de las necesidades se buscará aumentar o no el personal.

h) Disolución y liquidación

La disolución del observatorio de responsabilidad social de Cuenca incluye la no desaparición legal de la misma, mientras la liquidación tiene como consecuencia la pérdida total de la persona jurídica en la sociedad. La fundación observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas de Cuenca podrá disolverse y liquidarse en los siguientes casos:

- Por la culminación de la empresa que forma su objeto
- Por la no participación de los diferentes sectores sociales
- Pérdidas del patrimonio neto o la cantidad mínima a la parte del capital social.

i) Registro único de las organizaciones no gubernamentales

El registro de la organización será mediante el Decreto Ejecutivo No. 339 de 28 de noviembre de 1998, publicado en el Registro Oficial No. 77 de noviembre 30 del mismo año, el Presidente de la República, delegó la facultad para que cada Ministro de Estado, de acuerdo a la materia que les compete, apruebe los estatutos y las reformas a los mismos, de las organizaciones que se constituyan al amparo de lo dispuesto en el Título XXIX, Libro I del Código Civil (Secretaría Nacional, s.f.)

Constará el ámbito de acción, el objetivo principal, el estado jurídico y la fecha de emisión (Secretaría Nacional de Desarrollo, s.f.)



j) Obligación de los miembros

La Obligación de los miembros tendrá las siguientes atribuciones:

Funciones de la Gerencia:

- Velará por el buen funcionamiento del observatorio y representará al observatorio en juntas.
- Revisar y actualizar el plan de trabajo del observatorio y administrar responsablemente de los recursos promovidos por la organización.
- Coordinar los informes obtenidos por el observatorio
- Autorizar investigaciones establecidos por el observatorio.
- Plantear proyectos de acuerdo a la actividad turística que satisfaga las necesidades de los turistas así como de la sociedad.
- Difundir lazos de negocio y convenios con todos los actores del turismo
- Plantear asambleas de trabajo
- Examinar problemas en la actividad turística
- Validar los indicadores con investigación en favor de la oferta y la demanda
- Administrar los programas de trabajo relativos al progreso de la actividad turística en los diferentes sectores.
- Coordinar la información con la participación de estudiantes de la Universidad de Cuenca y la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad.
- La recolección de información y entrega de los resultados que permitan la toma de decisiones por los actores del turismo
- Coordinar la operación del observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas en Cuenca.
- Convocar y presidir las sesiones del directorio
- Representar judicial y extrajudicialmente al observatorio.
- Informar y proponer proyectos de formación para el equipo del observatorio de la ciudad de Cuenca.



Universidad de Cuenca

- Construir y transformar las normas del observatorio
- Convocar reuniones mensuales para el equipo del observatorio de responsabilidad social.

Funciones del Secretario:

- Responsabilizarse de los depósitos y manejo de los fondos pertinentes al observatorio.
- Presentar al directorio cada seis meses un informe económico y a la asamblea general cuando está lo requiera.
- Tener un inventario actualizado y codificado de los bienes del observatorio.
- Colaborar en juntas de trabajo del observatorio de turismo para su operación eficaz.
- Manejo adecuado de la información, estudios e investigaciones realizadas por el observatorio.
- Coordinar la información generada por el observatorio al alcance para la sociedad.
- Implementar instrumentos para moldear la investigación conseguida del área estadística.

Funciones de los Técnicos:

- Incorporar información sobre las investigaciones que se lleven a cabo en el observatorio.
- Proponer al Gerente general diseños de entrevistas para el desarrollo de la información.
- Entregar respaldos de la documentación generada por el observatorio.
- Participar en la fabricación de la base de datos de observatorio,
- Colaborar con todo el equipamiento necesario de tecnologías verdes que se puedan ejecutar en el observatorio.



Funciones de la Dirección de Innovación:

- Dirigir emprendimientos sociales.
- Elaborar programas de en materia de innovación.
- Ejecutar estudios de mejora en la gestión turística.
- Ampliar programas de competitividad de innovación.
- Mejorar la relación con los agentes investigación y empresas turísticas.
- Fomentar la cultura emprendedora en las empresas turísticas.
- Fomentar nuevas iniciativas empresariales a favor de la sociedad.

Funciones de la Dirección de Comunicación y Marketing:

- Detallar, crear y evaluar los canales de comunicación entre las distintas empresas turísticas, instituciones, Ong's y la comunidad con el observatorio y la sociedad.
- Elaborar el plan estratégico de marketing para la Fundación observatorio.
- Liderar el equipo investigativo y de trabajo
- Implementar en conjunto con el Gerente general la estrategia de comunicación interna y externa del observatorio
- Medir la rentabilidad de acciones de comunicación que se realicen.
- Participar en la creación de nuevos productos y servicios turísticos para la ciudad de Cuenca.

Funciones de la Dirección de Alianzas Estratégicas:

- Establecer sinergias entre todos los grupos de interés
- Buscar posibles inversores que permitan con contribuciones de capital para la creación de nuevas investigaciones
- Establecer contacto con clientes y empresas turísticas
- Mejorar los canales de distribución
- Transferir buenas prácticas y tecnología para el progreso del mercado turístico en la ciudad.



- Promover posibles soluciones en el sector turístico
- Evaluar socios
- Establecer alianzas de negociación

k) Código de ética y Responsabilidad Social

El código ético es un documento que establece la participación del observatorio con la sociedad, sin tener obligación legal para ello (de ahí su carácter eminentemente voluntario), las reglas y principios que definen el sentido de una institución, un gremio o un sectores, mediante orientaciones, pautas y puntos de referencia para su buen funcionamiento (García, 2012, p108).

Para García (2012) refiere que existen varios tipos de códigos éticos, entre estos están los profesionales y los sectoriales. Los profesionales, son pautas morales para un gremio establecido profesionalmente y los sectoriales son códigos éticos propios de un sector empresarial que especifican las buenas prácticas, fortalecen la cooperación y son de carácter voluntario.

Para la propuesta de crear una Fundación observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas en Cuenca se empleará el tipo de código sectorial ya que permite ejecutar acciones en las diferentes actividades relacionadas al turismo.

El código de ética para la creación de una fundación observatorio con responsabilidad social con empresas turísticas define con transparencia las acciones que realizará el observatorio, mediante procesos éticos y morales con los actores relacionados a la actividad turística.

Este código es también un comportamiento ante la sociedad de proteger las buenas prácticas con el objetivo de sembrar el crecimiento económico, ambiental y el desarrollo social de los grupos de interés.

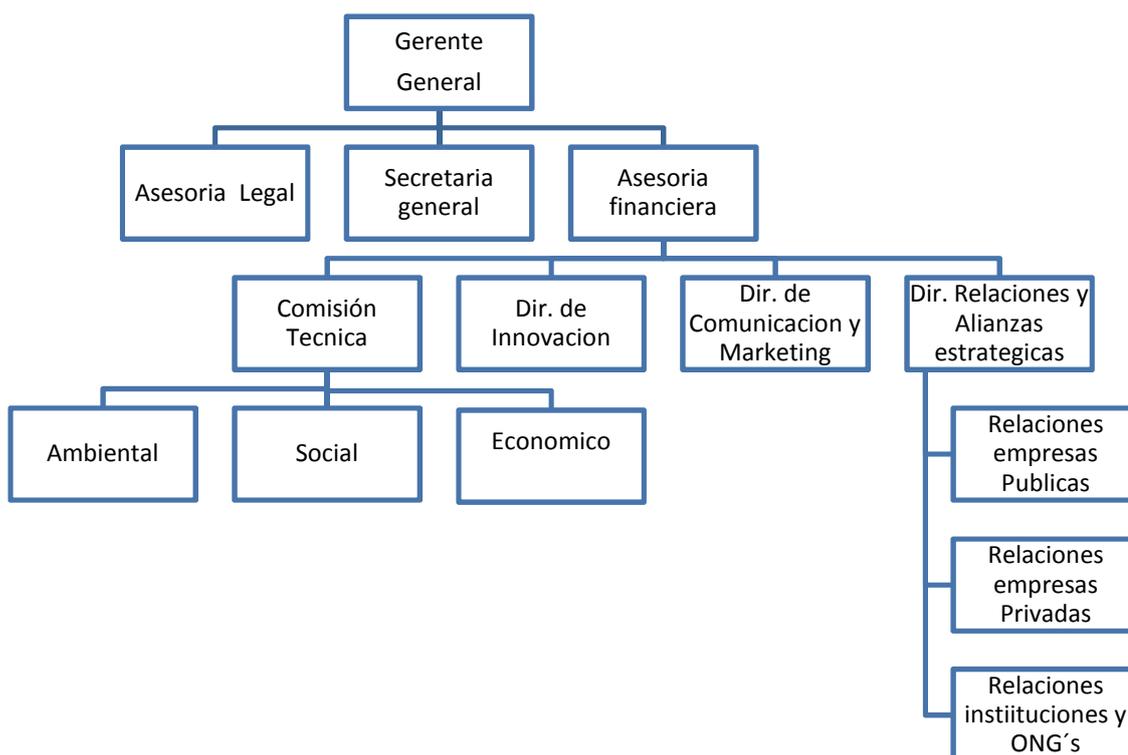


2.6 Organigrama estructural de la Fundación observatorio de responsabilidad social.

El observatorio deberá estar concedida por cuatro entidades: sector privado, sector público, el sector educativo y ONG´s; quienes serán los encargados de cumplir el objetivo de la organización, con el fin de gestionar responsablemente la información que se genere.

La organización estará contemplada de la siguiente manera:

Grafico N° 2
Organigrama Estructural de la Fundación Observatorio de responsabilidad social



Fuente: Modelo estructural adaptado del Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato
Elaboración: Propia.

El organigrama muestra que la Fundación observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas en Cuenca tendrá una comisión técnica que estará conformada por máximos dirigentes de los sectores públicos, privados,



Universidad de Cuenca

ong's y de la educación, con el objetivo de aportar en el desarrollo del turismo a través de la metodología de la investigación, documentación e información relevante al turismo y sus actividades.

El organigrama del observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas de Cuenca, se basa en la investigación de los distintos organigramas de los observatorios turísticos de Latinoamérica como el Observatorio del estado de Guanajuato y el Observatorio de la ciudad de Sao Paulo, los mismos que aportan con gran información y logros significativos para los actores del turismo y para el centro organización mundial del turismo red internacional de observatorios del turismo sostenible (UNWTO/NSTO, s.f.).

La temática que presenta el observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas en Cuenca, permite que dentro de la distribución del organigrama se incluya las ong's ya que estas organizaciones permiten vigilar la preservación y conservación de los destinos turísticos permitiendo una relación con la sociedad.



CAPÍTULO 3

Características de la organización Fundación observatorio con principios de responsabilidad social

Las principales características de un observatorio de responsabilidad social para la ciudad de Cuenca se basan en la ética de la organización. Este principio permitirá a la organización trabajar con responsabilidad y al mismo tiempo sensibiliza al visitante o turista en acciones socialmente responsables. En este capítulo se asienta las bases teóricas para incorporar mecanismos en un observatorio con características de responsabilidad social que permita integrar sistemas de gestión internacionales más reconocidos a nivel global.

Los principios esenciales del observatorio es la innovación, que permitirá realizar actividades impulsadas por todos los actores del turismo. Acoger de manera voluntaria estas obligaciones reconocerá involucrarse en satisfacer las necesidades y expectativas de la sociedad y con todos los que se relacionen con estas operaciones. La propuesta de crear un observatorio con principios de responsabilidad social es involucrarse al cumplimiento de las leyes de forma íntegra.

La gestión es fundamental para mejorar el rendimiento del observatorio con el entorno y la sociedad, permitirá obtener una mejor imagen, una buena relación con todos los stakeholders, que permita desarrollar la demanda y enlazar vínculos con la comunidad, establecer inclusive estrategias de gestión para el beneficio del destino. El diálogo con todos los grupos de interés es básico para el desarrollo de la organización, permitirá apreciar de mejor manera la actividad turística, estos beneficios ayudará al observatorio ser socialmente responsable en sus acciones e investigaciones.

Los compromisos de la RSE reflejan ser muy lucrativos para constituir futuros negocios, ya que dan un valor a la marca y es una vía diferencial en el



mercado. Con todo esto la RSE es una herramienta para generar sostenibilidad en el destino, una organización con características de RSE permite servir a la comunidad a través de la fabricación de productos que brinden a la industria turística beneficios y permiten una buena ejecución de actividades turísticas en la ciudad de Cuenca.

La medición es una característica fundamental en la RSE que permite calcular proyectos, políticas sociales que genere un impacto positivo en la zona. Con todo esto, el observatorio con principios éticos y responsables con la sociedad permitirá ejecutar acciones sostenibles en el destino sin afectar las condiciones de vida de habitante, y de esta manera el turista podrá vincularse con la sociedad sin afectar sus costumbres y formas de vida.

3.1 Valores y principios éticos

El observatorio deberá relacionarse con la sociedad que permitan la participación de la sociedad y del visitante es por ello; la necesidad de la ética y valores empresariales en la administración, hoy en día las organizaciones turísticas no ejecutan acciones responsables con la sociedad en este sentido se comprende la necesidad de aplicar criterios éticos en las decisiones inclusive para desarrollar negocios a largo plazo, es así que la ética es muy rentable para el progreso de las empresas turísticas y el mejoramiento de la calidad de vida en la ciudad de Cuenca.

Para García, la ética es un saber teórico y práctico que nos sirve para actuar racionalmente (García, 2012). En este sentido la ética nos ayuda a tomar decisiones sensatas en la gestión de una organización turística. La RSE de las organizaciones se basa entre lo legal y lo moral permitiendo que la RSE se ajuste de normas y valores que la organización debería acoger de manera voluntaria y en la parte intrínseca de una organización debería ser una regla.



Universidad de Cuenca

La RSE y la ética permiten hábitos para alcanzar las metas de una organización turística, permitiendo realizar diferentes maneras de actuar frente una sociedad.

El observatorio para empresas turísticas debe poseer valores éticos capaces de obtener un desarrollo económico sostenible, una proyección social basada en el conocimiento. Una buena gestión turística se basa en las preocupaciones sociales, ambientales y financieras del destino que formen herramientas, estrategias, políticas internas y procesos que ayuden a resolver estos problemas dentro de la ciudad de Cuenca. La necesidad de ejercer valores en la gestión de una empresa turística es esperada por los stakeholders de una organización y por el propio turista que examina que el destino que se visita sea responsable y que ejecute acciones requeridas por la ley, que ese servicio prestado por las empresas turísticas sea un líder ético para la comunidad.

La oportunidad para la Fundación “Telefónica” que trabaja por más de 10 años en el “Proyecto Proniño”, que pretende eliminar el trabajo forzado de los niños y jóvenes a través de capacitaciones relacionadas a la innovación y cultura digital, promoviendo ejecutar acciones con valor para la sociedad y para el destino.

Para realizar actividades turísticas responsables se desarrolló a través de la Organización Mundial del Turismo (OMT) un código ético a nivel global para ejecutar acciones que sirvan para contribuir al entendimiento y respeto a las sociedades, el turismo se basa en una herramienta de desarrollo individual y colectivo, permitiendo que el turismo sea un instrumento para alcanzar el desarrollo sostenible, admite también el cuidado y la preservación del patrimonio cultural de los destinos, de esta manera el turismo es una actividad económica que debe ser aprovechada por las comunidades para el beneficio del destino, en el artículo diez del Código Ético Mundial para el Turismo , sugiere la aplicación de todos los principios del Código Ético Mundial para el Turismo (OMT, s.f.).

Para la Fundación observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas para la ciudad en Cuenca es muy importante acoger de manera



voluntaria estos artículos promovidos por el principal organismo del turismo (OMT) que permitirá mejorar las acciones que se realiza en el destino de la ciudad de Cuenca.

3.2 Diálogo con los grupos de interés

Los grupos de interés llamados también “stakeholders” son los principales agrupaciones interesadas o afectadas en la toma de decisiones de una empresa turística por esto, la propuesta de elaborar el observatorio de responsabilidad social con para la ciudad de Cuenca, es facilitar las buenas prácticas en las empresas turísticas, realizar una información turística fiable para la toma de decisiones de los distintos agentes económicos relacionada al sector turístico y la valoración de políticas públicas, financieras y sociales que poseen en la industria turística. El observatorio se debe dar mediante el desarrollo de negociación entre los diferentes grupos. Por medio de la negociación se podrá alcanzar una armonía, estableciendo el objetivo clave que trate de integrar todos.

La gestión de los grupos de interés es primordial para el desarrollo de estrategias de RSE en la industria turística. La importancia que el observatorio apueste en actuar socialmente responsables involucra integrar los problemas de sus grupos de interés en sus procedimientos económicos y comerciales dentro de la ciudad de Cuenca. La relación entre la RSE y el diálogo con los grupos de interés es un valor esencial ya que permite resolver problemas de la demanda más importantes y así diseñar actividades para un modelo de negocio.

En la industria turística es muy importante la participación de los stakeholders por su probabilidad de colaboración sobre las actividades de una empresa. Para una empresa turística el tener contacto con la demanda y todos los grupos de interés con el que se relaciona la actividad permitirá evitar riesgos y fortalecerá las ventajas competitivas, así permitirá mejorar la imagen de una empresa promoviendo el aprendizaje y la innovación en el turismo (Revilla & Fernández, 2011).



Universidad de Cuenca

La duración de cualquier empresa turística dependerá de los stakeholders ya que son los principales consumidores de los bienes y servicios que presta la industria turística, produciendo riqueza en el destino que se visita; por lo que es muy importante para las empresas turísticas deberían tener un diálogo con todos los grupos de interés y que estén comprometidos con el desarrollo sostenible dentro de la ciudad de Cuenca.

Para realizar instrumentos específicos de RSE para operar con el diálogo con los stakeholders es importante el interés tanto por la oferta y la demanda, permitiendo así que las empresas turísticas comprueben las ventajas de alinear su estrategia de negocio con las expectativas de la sociedad, de esta manera; las empresas turísticas comprenderán que el diálogo con los stakeholders es una oportunidad de innovar en la industria turística, permitiendo reducir riesgos en las operaciones y fomentar la elaboración de nuevos productos y servicios enfocados en satisfacer las necesidades de la demanda.

El diálogo con los stakeholders permitirá abrir vías de mercado dirigidas a la contribución y la resolución de las necesidades del destino que se visita, al permitir el diálogo con los stakeholders las empresas turísticas serán mejor comprendidas por parte de la sociedad y observarán a las empresas como un instrumento de satisfacer las necesidades de todos los actores de la actividad turística (Revilla & Fernández, 2011).

Un modelo de diálogo integral en RSE es la línea de muebles “Ikea”, que trabaja sobre madera legal, lo que certifica que la madera en la que trabajan no es de un bosque primario y, conjuntamente, educa a sus clientes y proveedores que donen muebles usados para la producción de un nuevo producto.

A continuación se detallan los caminos a alcanzar para el proceso de diálogo con los grupos de interés que mantendría el observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas en la ciudad de Cuenca.



Grafico 3

Procesos de diálogo con los grupos de interés del Observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas en Cuenca



Fuente: Dialogo con los grupos de interés – FONÉTICA
Elaboración: Propia

- **Planificación:** Instaurar instrumentos metodológicos para especificar el perfil de los stakeholders, permitiendo definir la intención de diálogo con los grupos de interés con lo que se relacionaría el observatorio.
- **Preparación:** Determinar los grupos de interés con los que se relacionaría el observatorio, con el objetivo de identificar de posibles riesgos potenciales
- **Implementación:** Informar al proceso de inclusión de los stakeholders en la toma de decisiones del observatorio.
- **Revisión:** Evaluar el proceso de relación, con la elaboración de un informe público acerca de los resultados alcanzados con todos los grupos de interés involucrados con el observatorio.

3.3 Vínculo con la comunidad

Es, sin duda, que el turismo es uno de los sectores más productivos en la economía de nuestra región, ya que permite producir empleo, promueve la inversión en la región y activa la economía en el territorio. No obstante, la carencia de la participación empresarial para el beneficio de la sociedad es escasa, no existe el vínculo voluntario entre la sociedad y empresa para el desarrollo del turismo en el cantón Cuenca. Es, por ello, que toda empresa relacionada a la actividad turística debería ser la herramienta de desarrollo dentro de la comunidad, con una sociedad cuencana más eficiente y beneficiosa de las actividades empresariales.



Esto significa en cierto sentido, la palabra misma, “empresa”, sugiere acción, productividad, promesas, progreso, bienestar y poder. Por otro lado la creciente competencia se inclina en la creatividad de los empresarios y en cuantos con ellos colaboran. La empresa que no innova y no se pone al ritmo de los tiempos, es empresa destinada a rezagarse y a quedar fuera de la jugada (Rodríguez, 2001, P11).

La propuesta de crear un observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas para la ciudad de Cuenca es una herramienta fundamental para enlazar vínculos con la comunidad. Proponiendo asistir en la solución de dificultades sociales, ambientales de manera socialmente responsable en sus acciones que genera la actividad del turismo, así el observatorio tendrá la capacidad de satisfacer las necesidades y expectativas de la comunidad y las empresas turísticas la oportunidad de resaltar una mejor imagen para la sociedad.

Además, cabe mencionar con la creación y participación del observatorio se permitirá vincular a las empresas a la contribución de recursos para la solución de problemas tanto ambientales así como económicos y sociales dentro de la provincia del Azuay mediante la recopilación de información sobre las tendencias generadas en las diferentes corrientes turísticas, para la toma de decisiones por parte de los actores turísticos.

La implementación del observatorio sería un instrumento muy eficiente para vincular las actividades que generan las empresas turísticas con la comunidad permitiendo generar oportunidades para generar futuros negocios responsables de sus acciones ya que la comunidad confía en las empresas para que estas plasmen con su misión; y la misma comunidad espera de estas, se involucren en la solución de problemas que se encuentran fuera de sus áreas de operación.



Universidad de Cuenca

De esta manera el observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas para la ciudad en Cuenca, es un mecanismo de rastreo de todas las empresas turísticas con la proyección de la calidad de los servicios para los turistas y la comunidad, es igualmente es una vitrina para el vínculo con la comunidad que sirva el fortalecimiento del sector turístico.

La organización Organicatessen – Fundamylf creada en Riobamba en 1994, el propósito de esta fundación es reducir los niveles de pobreza que existe en el país a través de una propuesta de desarrollo sostenible FUNDAMYF mediante el proyecto regional Randimpak (yo te ayudo y tú me ayudas o dando - dando) se enfocó en la producción de quinua y granos andinos desde 1994.

La Ilustre Municipalidad de Cuenca y la empresa Continental General Tire Andina, se vincularon para realizar mejoras en uno de los atractivos turísticos más importantes de la Ciudad de Cuenca mejoras en iluminación y mingas con el objetivo de preservar la fachada del atractivo.

El siguiente modelo propone la presencia de cuatro tipos de vinculación que asemejan las correlaciones de los grupos de interés con el observatorio de RSE.

1. **Vínculos de soporte:** permiten identificar a todos los stakeholders, permite el manejo de la organización, entregan recursos económicos y facilitan permisos para su funcionamiento.
2. **Vínculos normativos:** permiten el correcto funcionamiento del Observatorio, permite la estandarización de las acciones que se ejecuten en el observatorio, los vínculos normativos pueden de carácter voluntaria o reguladora.
3. **Vínculos institucionales:** permiten relacionarse con la sociedad identifica posibles problemas sociales y ambientales en el destino.
4. **Vínculos operacionales:** Suministran productos o servicios para su utilización o comercio.



Cuadro N° 4
Vinculación con la comunidad de la Fundación Observatorio

VÍNCULO	GRUPOS DE INTERÉS
Vínculos de soporte	<ul style="list-style-type: none">• Accionistas• Entidades financieras
Vínculos normativos	<ul style="list-style-type: none">• Asociaciones hoteleras• Asociaciones de transportes• Operadoras de turismo• Consultoras turísticas• Certificadoras de turismo• OMT (Organización Mundial de Turismo)• Ministerio de Turismo• Políticas públicas• Cámara de Turismo del Azuay
Vínculos institucionales	<ul style="list-style-type: none">• Universidad de Cuenca• Comunidad• Fundación de Turismo para Cuenca• ONG´s• Asociaciones civiles
Vínculos operacionales	<ul style="list-style-type: none">• Empleados• Proveedores• Servicios de turismo• Turistas

Fuente: Modelo adaptado del libro Gestión de la RSE (Lirio, 2010)

Elaboración: Propia

Las empresas financieras en el Ecuador como la Mutualista Pichincha cuya actividad es fomentar el ahorro, hace explícito el compromiso de la organización como creación de una cultura organizada la mutualista incentiva a sus colaboradores a realizar prácticas ecoeficientes ahorro de agua, luz, papel y CO2, organizan campañas para sembrar árboles. Pfizer Ecuador en el mundo



farmacéutico han adoptado la guía GRI (Global Reporting Initiative) y dedican un gran espacio en sus acciones.

3.4 Emprendimiento social

El empleo y la formación son haberes fundamentales para la sociedad y la actividad turística, es una garantía para un destino el emprendimiento social ya que permite crear mejores condiciones de vida y mejorar el desarrollo económico del destino promoviendo la investigación, la innovación y el emprendimiento empresarial, para ejecutar posibles soluciones en el destino a partir del conocimiento.

El observatorio para empresas turísticas contribuirá a la solución de problemas de la sociedad de manera eficaz, se permitirá crear valor económico y el progreso social mediante la inclusión, de esta manera el emprendimiento social es un modelo de empresa con políticas de RSE. Para instituir el emprendimiento social es importante el desarrollo del destino es así que, el observatorio permitirá afrontar de manera más oportuna las necesidades y las posibles soluciones que genera la actividad turística ofrecida por la demanda en el sector turístico del cantón Cuenca.

Roa (2005) afirma el emprendimiento social determina en una organización soluciones e inconvenientes sociales trabajando por un solo objetivo (Bargsted, s.f.). El diseño del observatorio con responsabilidad social con empresas turísticas será la base para elaborar y sustentar decisiones alineadas al progreso de una cuestión social en el destino.

Esto significa que el emprendimiento social es un fenómeno de complejo abordaje, pues se refiere a una orientación laboral y social específico, centrada en el desarrollo de proyectos laborales y sociales que no pueden catalogarse solo como emprendimiento tradicional (Bargsted, s.f, p.122).



Universidad de Cuenca

El término “empresa” es empleada para etiquetar las corporaciones y es de propiedad privada, pero el surgimiento nombrado “empresa social” se la denomina para las organizaciones además de generar valor económicos, tiene como objetivo crear valor social (Duque, 2007).

Haro, Ceballos, Salazar, aseguran que el emprendimiento es una herramienta para la evolución y la estabilidad de las organizaciones, el emprendimiento es el resultado de producir nuevas actividades dentro de las organizaciones ya existentes, el visitante y la sociedad necesitan modelos que favorezcan el crecimiento económico, la generación de empleo y la innovación empresarial (Haro *et al.*, 2010).

Para Strandberg, el encadenamiento sostenible es un procedimiento de acciones de negocio, perfiladas en todo el proceso de elaboración del producto o servicio, iniciando desde el proveedor de la materia prima hasta el usuario (Argandoña, Lariú, y Berendson, 2009).

El emprendimiento social es una técnica clave para adquirir una ventaja competitiva sostenible siendo una herramienta de éxito que desarrolle el sector turístico de manera eficiente.

Empresas en el Ecuador ya realizan actividades responsables como el Complejo Ecoturístico Kapawi S.A enfocada en turismo responsable la construcción del complejo emplea materiales locales sobre la base de la arquitectura Achuar decidieron incorporar la ISO 9001, certificar a Kapawi en turismo responsable con Rainforest Alliance y obtener la certificación Smart Voyager.

El Hotel Patio Andaluz es un hotel de lujo, es una casa quiteña situada en el centro de la ciudad de Quito, la organización mundial para el turismo OMT ha generado un código ético para el turismo, el Hotel Patio Andaluz ha acogido estos códigos y ha invertido en el medio ambiente, enfocados en turismo sostenible, proyectos de construcción de trampas para ahorro de agua o manejo de desechos que todo es reciclado dentro del hotel. Mediante estas



Universidad de Cuenca

buenas prácticas han sido reconocidos por Rainforest Alliance y obtener la certificación Smart Voyager.

Por tanto, la característica del observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas es fomentar el emprendimiento mediante la identificación de todos los actores sociales y sus actividades que la relacionen con la actividad turística creando emprendimientos desde el interior de las compañías y empresas generando una renovación estratégica para las empresas turísticas, la existencia de programas de manera innovadora apostando a la creatividad. De esta manera el observatorio ayudará a ser un modelo responsable que permita a las empresas turísticas invertir en modelos estratégicos de gestión con actividades emprendedoras.

Al ejecutarse correctamente las técnicas antes mencionadas se promoverán la proyección social dentro de la ciudad con proyectos innovadores y fomentará códigos de ética responsable, la visión de este proyecto es levantar información que genere las memorias de sostenibilidad para promover una cultura de diálogo y sistemas de buena gobernanza para el cambio hacia el desarrollo sostenible.



Cuadro N° 5

Proyectos sociales para la “Fundación observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas en Cuenca”

PROYECTO 1: Bicy-Tur
OBJETIVOS: Enseñar los atractivos naturales y culturales de la ciudad para el fortalecimiento de nuevos productos turísticos a través de recorridos en bicicleta, activando la economía en la zona.
ACTIVIDADES: La participación de empresas turísticas y la sociedad para vinculación de proyectos sociales en las rutas de manera educativa y participativa por parte del turista y la comunidad.
SECTOR : Centro histórico y zonas rurales de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

PROYECTO 2: Caminatas eco-turísticas
OBJETIVOS: Preservar y administrar el patrimonio natural de la ciudad. La formación de trabajo para la sociedad. Desarrollo de nuevas actividades turísticas responsables con el medio ambiente.
ACTIVIDADES: Caminatas de interés cultural y natural que permitan relacionarse con las comunidades anfitrionas. El uso y estudio de la medicina ancestral promoviendo la correlación entre el turista, la comunidad y la naturaleza
SECTOR : Sectores de San Joaquín, Ricaurte, Baños, Guaguanchi

Elaboración: Propia



PROYECTO 3: Alojamientos sostenibles

OBJETIVOS: Preparar y educar a personal en alojamientos de manera sostenible, con un sistema eficiente de gestión con aplicación personalizada en servicio que avalen la sostenibilidad de la gestión y la satisfacción del turista.

El vínculo social del observatorio se extendería a los alojamientos para prepararlos de manera adecuada para personas con problemas de movilidad o de discapacidad.

ACTIVIDADES: Brindar un grupo de habitaciones y adaptarlos para todos turistas y visitantes.

Con un esquema apropiado y accesible para todas los visitantes y turistas que presenten alguna dificultad.

SECTOR : Centro histórico y zonas rurales de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

PROYECTO 4: 4-all

OBJETIVOS: El uso de tecnología para la elaboración de una plataforma digital dirigido hacia un turismo accesible

ACTIVIDADES: Comunicar acerca de los recursos turísticos de la ciudad de Cuenca que beneficie una buena planificación del viaje hacia la ciudad en alojamientos accesibles, restaurantes y bares con cartas en braille, transportes adaptados y lugares de interés turístico accesibles.

SECTOR : Centro histórico y zonas rurales de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia



PROYECTO 5: Guías turísticos coordinados para personas con problemas intelectuales y de aprendizaje

OBJETIVOS: Desarrollar oportunidades en el mercado de trabajo.

Incrementar la inclusión social en la actividad turística.

La formación de nuevos guías con el objetivo de dirigir a las personas que tienen alguna deficiencia de aprendizaje o intelectuales en los atractivos turísticos

ACTIVIDADES: Fortalecer de manera educativa a los guías a través de comprensión de las limitaciones de las personas con problemas de aprendizaje y discapacidades proporcionando herramientas necesarias que amplifique su trabajo a este conjunto de visitantes, aumentando así la oferta del sector turístico en la ciudad de Cuenca a una escala más desarrollada del mercado de los clientes

SECTOR : Centro histórico y zonas rurales de la Ciudad de Cuenca

Elaboración: Propia

A continuación la propuesta establece proyectos sociales en beneficio de la actividad turística de la ciudad de Cuenca, esta propuesta de programa-presupuesto se basa en los gastos que se establecen en el mercado turístico quienes además han estimado estos costos, identificando a la vez el financiamiento para la realización de las actividades que realice la Fundación observatorio.

El presupuesto del personal administrativo y de los proyectos indicados se basará en función del comportamiento del mercado turístico de la ciudad de Cuenca, de acuerdo con este comportamiento, la fundación observatorio se tiene los siguientes costos estimados.



3.4.1 Presupuesto para el personal administrativo de la “Fundación Observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas en Cuenca”.

DESCRIPCIÓN	CÓDIGO PUESTO	DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	DESCRIPCIÓN DE LA PLAZA	SUELDO
Área administrativa	001	Gerente General	Gestión Administrativa	\$ 750.00
Área administrativa	002	Secretaria	Gestión Administrativa	\$ 400.00
Área administrativa	003	Asesor Legal	Gestión Administrativa	\$ 400.00
Área administrativa	004	Asesor Contable	Gestión Administrativa	\$ 400.00
Área administrativa	005	Comisión Técnica (técnico social)	Gestión Administrativa	\$ 450.00
Área administrativa	006	Comisión Técnica (técnico ambiental)	Gestión Administrativa	\$ 450.00
Área administrativa	007	Comisión Técnica (técnico financiero)	Gestión Administrativa	\$ 450.00
Área administrativa	008	Dir. De Innovación	Gestión Administrativa	\$ 450.00
Área administrativa	009	Dir. De Comunicación y Marketing	Gestión Administrativa	\$ 450.00
Área administrativa	010	Dir. De Relaciones y Alianzas Estratégicas	Gestión Administrativa	\$ 450.00
TOTAL				\$ 4.650,00



3.4.2 Presupuesto anual e ingresos mensuales

Distribución del presupuesto por proyectos:

PROYECTO	GASTOS PRESUPUESTARIOS ANUALES				INGRESOS PRESUPUESTARIOS MENSUALES			
	EQUIPAMIENTO	GASTO OPERACIONAL	INVESTIGACIÓN	SUB TOTAL	ASESORAMIENTO	ASISTENCIA TECNICA	INVESTIGACIÓN	SUB TOTAL
1	\$ 800,00	\$ 450,00	\$ 1.000,00	\$ 2.250,00	\$ 1.200,00	\$ 650,00	\$ 1.500,00	\$ 3.350,00
2	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 1.000,00	\$ 1.900,00	\$ 1.200,00	\$ 650,00	\$ 1.500,00	\$ 3.350,00
3	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 1.000,00	\$ 1.900,00	\$ 1.200,00	\$ 650,00	\$ 1.500,00	\$ 3.350,00
4	\$ 800,00	\$ 450,00	\$ 1.000,00	\$ 2.250,00	\$ 1.200,00	\$ 650,00	\$ 1.500,00	\$ 3.350,00
5	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 1.000,00	\$ 1.900,00	\$ 1.200,00	\$ 650,00	\$ 1.500,00	\$ 3.350,00
	TOTAL COSTOS DE PROYECTOS			\$ 10.200,00	TOTAL DE INGRESOS			\$ 16.750,00



3.5 Impacto social

El turismo constituye uno de los productos más importantes a favor de un país, creando ingresos económicos para el destino así como la formación de empleo, la influencia del turismo genera un comportamiento ya sea positivo o negativo en la comunidad, de esta manera; el turismo favorece a la sociedad permitiendo el goce del tiempo para efectuar distintas actividades promoviendo el bienestar y el disfrute con el entorno en los destinos, el turismo permite herramientas de renovación y fortalecimiento de la cultura generando un impacto positivo en el sector turístico. La influencia del turismo permite la participación de la persona con el destino.

Es así, que el turismo tiene como consecuencia el cambio de valores sociales, también reconoce un vínculo de comunicación que permite el contacto con otras sociedades, ciencias como la sociología son indicadores que han apoyado a la actividad turística en la interacción con el destino; la actividad turística está integrada por seres humanos que tienen conductas específicas y un comportamiento social definido (Medina, 2011).

El turismo en la ciudad de Cuenca es una industria que está generando la compra distintos productos internos, colaborando con todo el sector a generar riqueza para la sociedad. Cabe destacar que el turismo analiza los cambios en la sociedad como los diferentes estilos de vida, la conducta individual, correlaciones familiares y la actuación ética y moral.

De esta manera, el observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas permitirá identificar la formación de un impacto social sostenible que conduzcan a la necesidad de ejecutar acciones que complazcan las necesidades del turista como de la población local. Estas características llevarán a encaminar el funcionamiento de la industria turística con la obtención del máximo bienestar colectivo.



Universidad de Cuenca

Los impactos en el turismo del cantón Cuenca deberían estar analizados para precisar su impacto y cuál sería su posterior progreso que represente el desarrollo económico y social, para Rocher (1973) el turismo es un vínculo de modificaciones de una sociedad a lo largo del tiempo (Medina, 2011).

El resultado de las acciones que genera el impacto social en un destino se lo considera como la modificación de calidad de vida de la sociedad residente del destino turístico. El impacto que realiza el visitante en el destino convierte los valores individuales, colectivos y estilos de vida de manera directa, es por ello que es significativo identificar estos impactos sociales generados por el turismo.

Entre las empresas turísticas que realizan responsabilidad social empresarial, es la del Sistema de Comunicación Corporativa Global “Amadeus”, que trabaja para el desarrollo social y el cuidado del medio ambiente promoviendo la donación de computadoras y cursos de programación de viajes.

En respuesta de la necesidad de medir estos impactos, el observatorio permitirá responder a través de la planificación e investigación, esta información servirá para medir las actitudes de los residentes hacia el turismo desde diversas formas que conforme un análisis comparativo con las acciones que se genera en esta actividad, mediante el instrumento de medición se permitirá saber el impacto apreciado por la colectividad; así de esta manera, se logrará monitorear el perfil social, cultural, ambiental, financiero y la aprobación de la población local con los visitantes. Este instrumento será útil para realizar una buena planificación dentro de la ciudad de Cuenca que permita medir los impactos sociales del turismo de manera confiable.

En esencia, el observatorio permitirá relacionarse de manera innovadora y sinérgica con todos los actores de turismo con iniciativas sociales, económicas, ambientales y la responsabilidad social como herramienta eficaz para la satisfacción de la demanda con perfil sostenible para el destino. La creación del observatorio permitirá que la actividad turística se desarrolle mediante instrumentos investigativos que beneficie la calidad de vida de la sociedad cuencana, basado en la justicia social, la preservación de los recursos



naturales y culturales del destino para el goce de las presentes y futuras generaciones.

Cuadro N° 6
Impacto social

Impactos	Resumen Narrativo	Plazo
Económico	<ul style="list-style-type: none">• Entrada de divisas• Generación de empleo• Mejora de servicios públicos e infraestructura	Mediano y largo plazo
Socioculturales	<ul style="list-style-type: none">• Recuperación y conservación del patrimonio cultural• Intercambio cultural	Corto plazo
Ambiental	<ul style="list-style-type: none">• Recuperación y conservación del patrimonio natural• Sensibilización de la población	Mediano y largo plazo

Fuente: Modelo adaptado del libro “Responsabilidad Social Empresarial: Teoría y práctica” (García, 2012).

Elaboración: Propia

3.6 Alianzas estratégicas

Desde el punto empresarial la práctica de nuevas metodologías en el campo de la dirección estratégica en la actividad turística ha encaminado al desarrollo del sector turístico. El territorio es apreciado como un factor para el incremento de la competitividad y éste es el vínculo de asociación entre todos los actores del



Universidad de Cuenca

turismo para elaborar bienes o servicios unidos a elaborar nichos de comercio de fuerte competitividad (Urieta, 2007).

En el sector turístico de Ecuador y América Latina formalizaron en el 2012 la alianza estratégica para la creación de la Federación Sudamericana de Turismo (FEDESUD), convocando a los máximos actores empresariales de turismo de Uruguay, Chile, Brasil y Perú, se suscribieron generar proyectos que favorezcan el trabajo en la calidad y la responsabilidad social en el turismo. De esta manera el sector privado y público permitirán extender el turismo en temas como la formación, la innovación de la oferta, con el objetivo de enlazar estrategias para el disfrute de las actividades turísticas de forma amigable con el medio ambiente en toda Latinoamérica (Turismo, s.f).

En este sentido, cada actividad turística entra a la globalización permitiendo enlazar los objetivos de las empresas turísticas con los objetivos para el desarrollo del país, el observatorio de responsabilidad social para empresas turísticas permitirá favorecer con todas las organizaciones a ser partícipes con la noción de que no solo se genere la ventaja competitiva en el interior de las organizaciones sino también promover alianzas con todos los grupos de interés. Estas responsabilidades son factores esenciales para el crecimiento del sector turístico de la ciudad de Cuenca.

Las alianzas estratégicas son por hoy, una peculiaridad para las empresas que acceden cooperar recursos, permitiendo acceder a nuevos proveedores, servicios, tecnología y costos. La implantación de alianzas estratégicas accederá a identificar claramente las responsabilidades de cada empresa turística. De esta manera, establecer alianzas estratégicas entre organizaciones con propósitos que ayuden la competitividad y el fortalecimiento de las empresas turísticas y al crecimiento del destino turístico, ayudarán a la cooperación con todos los stakeholders y al desarrollo de la ciudad de Cuenca.



A continuación se detalla las relaciones laborales que tendría la Fundación observatorio con las empresas de la ciudad en Cuenca:

Cuadro N° 7

Alianzas estratégicas del Observatorio de RSE con empresas turísticas, organismos públicos e instituciones de la ciudad de Cuenca

• **Relaciones con empresas públicas**

Alianzas estratégicas	Objetivo
Alianzas con las empresa pública municipal de movilidad, tránsito y transporte de Cuenca (EMOV)	Desarrollar alianzas y patrocinios con la ilustre Municipalidad de Cuenca
Asistencia de la policía y la guardia de seguridad ciudadana de la Ciudad de Cuenca	Los turistas y visitantes que acudan hacia los atractivos turísticos de la ciudad cuenten con seguridad durante su visita
Alianzas con la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca	Transmitir información sobre temas sostenibles y de buenas prácticas de las lugares turísticos y las empresas que prestan sus servicios
Alianzas con Instituciones educativas	Participación de instituciones educativas relacionadas a la actividad turística fortaleciendo alianzas estratégicas de las instituciones educativas con la actividad del turismo.
Alianzas con Ministerio de Turismo y de Salud Pública	Activar la tendencia del turismo de salud en el mercado turístico de la ciudad de Cuenca, esta tendencia asocia a defender un turismo sustentable con calidad de productos y servicios ofertados en la ciudad de Cuenca.



- **Relaciones con empresas privadas**

Alianzas estratégicas	Objetivo
Empresas de alojamiento y emprendimientos de transporte turístico	Introducir actividades que brinden a sus huéspedes productos complementarios en la actividad turística permitiendo a los emprendedores del turismo relacionarse con grandes empresas turísticas.
Agencias y Operadoras de turismo	Introducir nuevos servicios a la actividad turística promoviendo un turismo accesible y sostenible.
Empresas de esparcimiento cultural (museos, centros deportivos y culturales)	Empresas autosuficientes y sostenibles, el reconocimiento de formar parte de la confianza del turista y la sociedad. La adecuada gestión de los yacimientos arqueológicos y museos con percepción de un patrimonio sostenible.
Empresas de alimentos y bebidas	Preservación del medio ambiente, integrando empresas con proyectos que reduzca el impacto ambiental a través de información. Promover la práctica de la operación, la reutilización y reducción de sus productos a través de la gestión de residuos. Impulsar bienestar animal, la eficiencia de recursos de energía en los establecimientos.

Elaboración: Propia

A través de este modelo de alianzas estratégicas creado para la Fundación observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas en Cuenca, se permitirá producir de manera conjunta y comprometida a trabajar en la edificación de un capital social a nivel local y de esta manera se podrá establecer vínculos en escala de todo el territorio que se genera la actividad



turística. Estos vínculos permiten generar alianzas estratégicas sustentadas en la confianza que afiancen la identificación a mercados externos. Fortalecerá la competitividad interna en la ciudad de Cuenca, permitirá mejorar las relaciones entre empresas y asociaciones que buscan el beneficio para la ciudad, y motivando a otras a promover futuros negocios, mediante este modelo se podrá motivar a nuevos participantes para realizar acciones relacionadas a impulsar la actividad turística dentro de la ciudad de Cuenca. Con todo esto; realizar estas alianzas conllevará promover la promoción turística de la ciudad dentro del territorio del Ecuador, así como al exterior.

3.7 Estrategia de negocio y sistemas de gestión

Existen varios instrumentos de gestión para relacionar la propuesta de un observatorio de RSE con los stakeholders entre los principales tenemos al estándar de referencia en transparencia de Global Reporting Initiative, la SGE 21 realizado por Forética y la AA1000 de Accountability.

El Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable (SGE 21) es la norma esencial europea que certifica e instituye los requerimientos se deberían cumplir para la integración de una gestión empresarial socialmente responsable, el sistema de SGE 21 dispone un sistema de integración voluntaria de los problemas sociales, ambientales y económicos que la empresa tiene con todos los stakeholders. La SGE 21 incide en los principales grupos de interés de la mayoría de las empresas (Revilla y Fernández, 2011).

Las estrategias del observatorio de responsabilidad social se basarán en dos tendencias socialmente responsables: el marketing social, la táctica que permitirá que el observatorio comunique que va a realizar con la comunidad, y el vínculo social que es la filosofía de las empresas turística, que permitirán realizar proyectos acordes que fomenten minimizar sus impactos dentro de la sociedad y de la ciudad.

Una estrategia de negocio de una organización debe incorporar un modelo de sistema de gestión para ejecutar acciones en beneficio de la sociedad.



3.7.1 Modelo del sistema y estrategia de gestión del Observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas en Cuenca.

- **Alta dirección:** Ejerce actividades para elaborar un programa de responsabilidad dentro de una empresa de manera ética y con políticas de gestión responsable.
- **Clientes:** Su visión es la honradez en el comercio, el servicio que se ofrece por parte de las empresas satisfagan al cliente, ofreciendo la accesibilidad de los productos con normas de responsabilidad social.
- **Proveedores:** Las empresas deben fomentar las buenas prácticas y la adquisición de tratos responsables.
- **Trabajadores:** Los cumplimientos de la ley y de todos los derechos humanos, tener una misión de un entorno de trabajo de calidad y el bienestar de todos los trabajadores.
- **Entorno social:** Conocer los efectos positivos y negativos que la empresa genera a su alrededor, su objetivo es la transparencia.
- **Entorno ambiental:** Conciencia en la contaminación que se genera por desarrollar actividades en el medio ambiente.
- **Inversores:** Promover la gestión de un buen gobierno en la organización que trabaje de manera transparente en la rendición de cuentas.
- **Competencia:** Promover una competencia justa que resuelva inconvenientes de cooperación y alianzas entre empresas participantes.



- **Administración pública:** Buscar rutas para la contribución de mejorar las relaciones entre la empresa, los directivos, y las administraciones públicas.

La estrategia de negocio va de la participación de todos los stakeholders, las empresas tendrán conocimiento de su participación y como sus sistemas de gestión influyen en el cambio de vida del destino (Revilla y Fernández, 2011).

3.8 Informe y comunicación de sustentabilidad

Los problemas sociales y económicos en los destinos turísticos son consecuencias de la falta de compromiso de las empresas en desarrollar sistemas adecuados de desarrollo que permitan medir su rendimiento, crecimiento y su impacto donde ejercen sus acciones. La inoportuna percepción de estos términos forma una sucesión de dificultades de la mala administración de los indicadores que permitan que sus acciones empresariales sean sustentables.

El progreso sustentable es conseguir un desarrollo equitativo con el progreso económico, equilibrio social y el manejo apropiado de los recursos naturales con el objetivo de satisfacer las necesidades de las generaciones sin complicar la capacidad de las próximas generaciones para complacer sus propias necesidades (Varsavsky y Fernández 2003).

De esta manera, los informes de sustentabilidad es un instrumento informativo que permite a las empresas comunicar su servicio con la sociedad, basados en tres perspectivas esenciales en lo ambiental, social y económico de manera directa y específica dentro de un espacio de tiempo.

Esta información permite que la estructura organizativa del observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas establezca herramientas de gestión que utilizan a nivel mundial las organizaciones, facilita una información confiable entre las acciones empresariales del sector turístico y el impacto que recibe estas acciones en la sociedad, en este contexto, el observatorio permitirá abrir un espacio para el diálogo con todos los grupos de interés y de



la sociedad en general que permita la participación de todos los actores del sector turístico.

La iniciativa del observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas es vincular estos procesos administrativos en el destino turístico de la ciudad de Cuenca, que conforme una información que ayude a generar un crecimiento en la calidad de vida, la concientización de los recursos naturales y el desarrollo económico en el sector.

Aunque existen varias formas de comunicar el rendimiento de una empresa con aspectos de RSE, los estándares del Global Reporting Initiative (GRI), es considerada como un modelo para el desarrollo por las empresas para incorporar indicadores que permitan elaborar informes de sustentabilidad de forma transparente y responsable.

La GRI es una alianza internacional cuya misión es determinar un marco global para comunicar aspectos relacionados con la sustentabilidad (García, 2012). Mediante los indicadores de la GRI, el observatorio formará aspectos no económicos sino; integrar perspectivas sociales, laborales y medioambientales, todos estos aspectos se los considera memorias de sostenibilidad.

Mediante la guía G4 del Global Reporting Initiative (GRI), se permitirá crear informes o memorias de sostenibilidad este manual enseña pasos a seguir para así obtener estas memorias, esta guía contiene principios básicos para aquellos organismos que deseen ser transparentes en su gestión y de esta manera facilitar la información acerca de su desempeño y el resultado de las organizaciones en el ámbito de responsabilidad social y sostenibilidad.

La guía de la G4 está formada en dos partes (GRI, s.f.).

- Principios de presentación de informes y divulgación estándar: sirve para notificar y exhibir informes acerca de sus impactos y desempeño de sostenibilidad de manera eficiente.



- Manual de implementación: aplica la información recopilada para disponer un informe de sostenibilidad, este manual indica los procedimientos y cómo interpretarlos.

Estas características permitirán que el observatorio registre aumentar la calidad, los proyectos medioambientales y consigo extender su desarrollo en áreas sociales, laborales y financieras en el destino. Las utilidades que implicaría para el observatorio registrar memorias de sostenibilidad son:

- Ofrecer certeza necesaria a los stakeholders sobre la autenticidad de la información que se genere en la organización.
- Favorece a mejorar la imagen de las empresas turísticas con todos los actores del turismo.
- Demuestran un enfoque preciso del impacto humano y ambiental de las empresas turísticas para la toma de decisiones sobre proveedores, y posibles alianzas estratégicas que permitan el desarrollo del turismo en la ciudad.
- Aportan un instrumento de gestión que evalúe las actuaciones de las empresas relacionadas al turismo, de esta manera se permitirá mejorar continuamente su crecimiento y su perdurabilidad.
- Se añade con otros informes, añadiendo los económicos.

Los contenidos elementales de un informe de sustentabilidad figuran tres tipos de información (García, 2012).

1. **Estrategia:** la información que se genere, permita entender el desempeño de la organización.
2. **Dirección:** la información recopilada facilitará al observatorio afrontar temas específicos en una zona determinada.
3. **Indicadores de actuación:** indicadores que permitirán medir el desempeño social, financiero y ambiental del observatorio.



Las características de estos informes sustentables permitirán que los datos incluidos en la memoria sirvan para evidenciar el desempeño del observatorio y de las empresas turísticas de la ciudad de Cuenca. Con todo esto, el observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas permitirá proporcionar un plan de responsabilidad social corporativa con un cumplimiento estricto de una política de gestión responsable y ética, un código de actuación del observatorio, normas anticorrupción que garantice una relación comercial con todos los actores de la industria turística.

De esta manera, el observatorio promoverá una relación de diálogo y cultura, la cooperación entre todos los actores del turismo y establecer alianzas públicas como privadas para promover la ética en los negocios. Estos reportes es una manera sencilla para buscar un destino turístico de calidad que fomente el bienestar del turista como del habitante local.

Cuadro N° 8

Categorías y aspectos de la Guía GRI-G4 (GRI, 2013)

CATEGORÍA: MEDIO AMBIENTE

- Materiales
- Energía
- Productos y servicios
- Trasporte
- Biodiversidad
- Emisiones
- Residuos
- Cumplimiento Regulatorio
- General
- Evaluación ambiental de los proveedores
- Mecanismos de reclamación en materia ambiental



CATEGORÍA: ECONOMÍA

- Desempeño económico
- Prácticas de adquisición
- Presencia en el mercado
- Consecuencias económicas indirectas

CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL

Prácticas laborales y trabajo digno:

- Empleo
- Relación entre los trabajadores y la dirección
- Salud y seguridad en el trabajo
- Capacitación y educación
- Diversidad e igualdad de oportunidades
- Igualdad de género
- Evaluación de las prácticas de los proveedores
- Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales



Derechos Humanos:

- Trabajo forzoso
- Inversión
- No discriminación
- Libertad de asociación
- Trabajo infantil
- Medidad de seguridad
- Derechos de la población indígena
- Evaluación de los proveedores en materia de los derechos humanos
- Medidas de reclamación

Sociedad:

- Comunidades locales
- Lucha contra la corrupción
- Política Pública
- Practicas de competencia desleal
- Cumplimiento regulatorio
- Evaluacion de la repercusión social de los proveedores
- Mecanismos de reclamación



Responsabilidad sobre los productos:

- Seguridad y salud de los clientes
- Etiquetado de los productos y servicios
- Comunicaciones de la mercadotecnia
 - Privacidad de los clientes
 - Cumplimiento regulatorio

Fuente: Categorías y Aspectos de la Guía GRI G4 (GRI, 2013)

Elaboración: Propia

Estos aspectos permitirán a la Fundación observatorio crear las “Memorias de sostenibilidad” que es un documento que comunica anualmente lo que realiza la organización para ejecutar buenas prácticas, también permite informar como la organización ejecuta acciones dentro de la industria turística, de esta manera mejora su comunicación y reconoce medir sus impactos ante la sociedad y el medio ambiente, estos aspectos proporcionarán a la actividad turística información relevante en materia de sostenibilidad y como la organización opera dentro del sector turístico. Mediante la Guía G4 se podrá aplicar un grado más de transparencia en la gestión de la organización, todos estos aspectos conllevan a la consecución de resultados que permitan realizar una toma de decisiones éticas y socialmente responsables que mejoren la calidad del turismo que se realiza en la ciudad de Cuenca.



CONCLUSIONES

El presente trabajo de intervención trata de vincular de manera innovadora las empresas turísticas a que ejecuten políticas de responsabilidad social en la Ciudad de Cuenca, a través de la Fundación observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas en Cuenca permitirá crear una rentabilidad a largo plazo fomentando la competitividad y la innovación en las actividades turísticas que realizan las empresas, incluyendo a los diferentes sectores del turismo como operadoras de turismo, alimento y bebidas, alojamiento y entretenimiento, transporte y las actividades relacionadas al turismo.

La responsabilidad social empresarial (RSE), es una política esencial en la ejecución de actividades que buscan un beneficio global, permitiendo trabajar de manera responsable en la toma de decisiones en la actividad turística.

A través de la creación de la organización se permitirá mejorar la relación entre las empresas turísticas con la comunidad, permitiendo satisfacer las necesidades del sector, promoviendo así la participación de todos los stakeholders.

El observatorio está diseñado para colaborar en la industria turística, permitiendo la participación de nuevos actores y la vinculación con la comunidad.

El observatorio con principios de responsabilidad social será un instrumento que permita la innovación y nuevas estrategias de negocio que fomenten el crecimiento financiero en la ciudad.



Universidad de Cuenca

El observatorio permitirá desarrollar la investigación y elevar el conocimiento en la gestión empresarial de manera responsable, adicionalmente las innovaciones que realizan las empresas turísticas a nivel nacional son operaciones que utilizan las empresas para comunicar su desafío de crear en la industria utilizando nuevas tecnologías y las buenas prácticas en su gestión y desempeño.

Además las políticas de la RSE fomentan la creatividad y el desempeño de las empresas con la sociedad promoviendo la proyección social, el diálogo y la participación ciudadana, acudiendo a resolver problemas, implementando estrategias de negocio para todos sus stakeholders.

Permite así realizar relaciones empresariales con un solo beneficio que es para la sociedad, la integración es mucho más voluntaria y el compromiso permite mejorar las condiciones del mercado y negocios que son sumamente cambiantes en la industria turística de la Ciudad de Cuenca, lo que por hoy no es atractivo en un futuro, puede ser una herramienta eficaz para desarrollar actividades relacionadas a la actividad turística con características socialmente responsables.

A lo largo de esta investigación se logró demostrar la importancia de realizar negocios éticos, se logró observar que varias instituciones y organismos a nivel mundial ya practican estas políticas en su administración. Además son cada vez más las empresas que se unen a este objetivo de un desarrollo sostenible, para el turismo es un factor clave para el crecimiento económico de la Ciudad de Cuenca. A través de la innovación se podrá realizar proyectos de largo



Universidad de Cuenca

plazo, se mejorará la calidad de realizar turismo dentro de la Ciudad y reforzará la industria turística a través del diálogo y la vinculación del sector público y privado.

Ante este proyecto de intervención concluimos que la Fundación observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas para Cuenca, será un factor determinante en la toma de decisiones, estará siempre presente en su gestión la innovación que servirá para futuros negocios que permitan que el sector turístico crezca en beneficio de todos y que será de gran ayuda para responder problemas sociales que se presenten en el futuro. Es una oportunidad para la Ciudad de Cuenca realizar una promoción turística de manera responsable y que permitan vincular a toda la sociedad a realizar un turismo socialmente responsable que beneficie a todos los actores que son relacionados a la actividad turística.



RECOMENDACIONES

Las empresas turísticas deben ser los principales promotores de proyectos innovadores y buenas prácticas, fomentar una cultura de diálogo una vinculación voluntaria que permita resolver problemas, mejorar las actividades y acciones empresariales.

Las empresas turísticas deben apostar a la innovación que será una ventaja competitiva con valor, que se diferencie de sus competidores, posicionándose en el mercado como un referente y promotor del bien social.

Al ser una organización con características socialmente responsables produce diferencias competitivas; por lo tanto se recomienda que el observatorio concentre a todos los stakeholders para cumplir con los objetivos planteados por la organización. La organización deberá poseer un comité responsable en cuestiones éticas que permitan lidiar con inconvenientes relacionados con los principales actores del turismo de la ciudad de Cuenca.

Se recomienda utilizar herramientas e investigaciones de Responsabilidad Social Empresarial en la actividad turística para establecer estrategias en innovación que satisfagan las necesidades de la sociedad.

Ejecutar un seguimiento en la toma de decisiones de la organización de manera que se obtenga un control en el impacto que genera estas acciones.

Para adquirir prácticas responsables y una organización con un valor añadido se recomienda ser miembro de las organizaciones que realicen prácticas responsables a nivel nacional e internacionalmente.



Universidad de Cuenca

Se recomienda a las empresas turísticas de la ciudad de Cuenca acoger las normas y políticas de la Responsabilidad Social Empresarial de manera voluntaria en su gestión, establecer objetivos sociales, promover actividades relacionadas a buscar satisfacer las nuevas tendencias del mercado y que estas sean un indicador que permita aumentar la calidad de producir productos y servicios al mismo tiempo preservando la cultura y fomentando la conservación de la biodiversidad. Apostar al talento, a la innovación, el uso de tecnologías verdes, establecer estándares de sostenibilidad en las empresas que permitan medir sus impactos dentro de la ciudad, las empresas turísticas deben de establecer diálogos entre todos para crear productos innovadores que no solo mejore el status empresarial sino también superen las expectativas de sus clientes con productos y servicios de calidad y con creatividad. Aún existen elementos que obstaculizan el desarrollo de políticas de RSE en el turismo, la carencia de una cultura alineada, limita la originalidad, la renovación de las empresas turísticas y estas; implican el desconocimiento y la falta de interés de ejercer actividades socialmente responsables para la actividad turística dentro de la ciudad de Cuenca.

Por último, la colaboración, la participación y el compromiso son factores importantes para el desarrollo del turismo en la ciudad de Cuenca, las empresas deben crear una cultura de diálogo y de participación con la sociedad que favorezcan la generación de nuevas ideas, un trabajo en equipo que permitan crear nuevos productos y servicios de manera innovadora y de alto impacto que se acoplen a nuestra necesidad.



BIBLIOGRAFÍA

AccountAbility. (s/f). Recuperado de <http://www.accountability.org/standards/>

AENOR. (s/f). AENOR. Recuperado de <http://www.aenorecuador.com/>

Argandoña, A., Lariú, A. I., & Berendson, R. M. (2009). Cuadernos de la Cátedra "la Caixa" de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo. Recuperado a partir de http://www.iese.edu/es/files/Cuaderno%203.%20La%20RSE%20de%20las%20instituciones%20microfinancieras_tcm5-30132.pdf

Bargsted, M. (s/f). *El emprendimiento social desde una mirada psicosocial*.

Ballester, R. (2000). OBSERVATORIO DE ÉTICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS DE LA COMUNITAT VALENCIANA. ERSE 06. *de Economía*, 3, 1. Recuperado a partir de <http://www.eben-spain.org/docs/Papeles/XV/GarciaMarzaBallesterMarti.pdf>

BID. (s/f). BID - *Acerca del Banco Interamericano de Desarrollo*. Recuperado de <http://www.iadb.org/es/banco-interamericano-de-desarrollo,2837.html>

Bien, A. (2007). *Una guía simple para la certificación del turismo sostenible y el ecoturismo* (report). Inter-American Development Bank.

Botero, L. F. B. (2009). *Responsabilidad social empresarial en el sector de la construcción*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322327244005>

Business School. Ecuador.

Carroll, A. B. (1999). *Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct*. Recuperado de <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/000765039903800303>

Casanueva Rocha, C., & García del Junco, J. (2005). *Organización y Gestión de Empresas Turísticas*. Madrid, España: Ediciones Pirámide.

Chávez, E. S., & Osorio, J. A. L. O. (2006). *TURISMO Y SUSTENTABILIDAD: DE LA TEORÍA A LA PRÁCTICA EN CUBA*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39801710>



- Collard, P. C., Álvarez, M. T., & Layton, M. D. (2008). *Filantropía corporativa “a la mexicana”*. Recuperado de http://www.alternativasycapacidades.org/sites/default/files/publicacion_file/Filantrop%C3%ADa%20Corporativa%20a%20la%20Mexicana.pdf
- Comisión Europea. (s/f). *Acerca de la UE - España - European Commission*. Recuperado de <https://ec.europa.eu/>
- Cuenca, G. municipal del cantón. (s/f). ORDENANZA POR LA QUE SE REGULA LAS COMPETENCIAS EN EL AMBITO TURISTICO A LA I. MUNICIPALIDAD DE CUENCA | GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CUENCA. Recuperado de <http://www.cuenca.gob.ec/?q=node/4371>
- Daft, R. L. (2007). *Teoría y diseño organizacional*. International Thomson Editores, S.A. de C.V.
- Drucker. (2001). el profeta de la RSE. Recuperado de <http://www.mercado.com.ar/notas/informes/368847/drucker-el-profeta-de-la-rse>
- Duque, E. B. (2007). *La empresa social y su responsabilidad social*.
- Ecuador, S. N. de P. y D. (2007). *Plan Nacional de Desarrollo 2007.2010*. Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, SENPLADES.
- Ecuador. (2013). *Buen vivir: plan nacional 2013-2017: todo el mundo mejor*. Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo.
- Ethos. (s/f). *Instituto Ethos - Empresas e Responsabilidade Social*. Recuperado de <https://www3.ethos.org.br/>
- Franch, D., & Contreras, T. J. (2013). *Observatorio en turismo: organismo inteligente para la toma de decisiones en el destino*. Recuperado de <http://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/viewFile/1071/813>
- Freeman, R., & Evan. M. (1990). *Corporate governance: A stakeholder interpretation*. Recuperado de [https://doi.org/10.1016/0090-5720\(90\)90022-Y](https://doi.org/10.1016/0090-5720(90)90022-Y)
- García, F. N. (2012). *Responsabilidad Social Corporativa: teoría y práctica* (Segunda ed.). Madrid, España: ESIC.
- Godínez, R. (2014). *Los Observatorios Turísticos como instrumento en la toma de decisiones: El caso de Guadalajara, México*. . Recuperado de <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/8775>



- Gómez, P. F. (2005). *Responsabilidad social de las empresas: fundamentos y enfoque de la gestión responsable*.
- González, E. E. (2005). LA UTOPIA IMPRACTICABLE DE ADAM SMITH. Recuperado de [http://personal.us.es/escartin/Adam_Smith%20\(1\).pdf](http://personal.us.es/escartin/Adam_Smith%20(1).pdf)
- GRI. (s/f). GRI's History. Recuperado de <https://www.globalreporting.org/information/about-gri/gri-history/Pages/GRI's%20history.aspx>
- Haro, S. G., Ceballos, J. D., & Salazar, M. D. V. (2010). *Propuesta de aplicación de la teoría sociológica institucional como marco teórico para el análisis del emprendimiento corporativo*.
- Herrera, H. M. (2005). *El marco ético de la responsabilidad social empresarial*. Pontificia Universidad Javeriana.
- Informe del Foro de Expertos. (2013). *Informe del Foro de Expertos en Responsabilidad Social de las Empresas*. Recuperado de http://observatoriorsc.org/wp-content/uploads/2013/07/foroexpertos_rse_informe.pdf
- ISO 26000. (2010). *Guía de Responsabilidad Social*.
- Koontz, H., & Weihrich, H. (1994). *Administración una perspectiva global*. México D.F, México: McGrawHill.
- Korstanje, M. (2007). *APORTES DE LOS VIAJES A LAS CIENCIAS SOCIALES: Un relevamiento bibliográfico para un análisis teórico*. Recuperado de <https://doi.org/10.4206/gest.tur.2007.n8-03>
- Lirio, J. M. R. (2010). *Gestión de la RSC*. Netbiblo.
- Marcial, N. A. (2009). ¿Qué son los observatorios y cuáles son sus funciones? *Innovación Educativa*, 9(47), 5–17. Recuperado a partir de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=179414895002>
- Martinez, H. (2012). *Responsabilidad Social y Ética Empresarial*. Bogotá, Colombia: Ecoe ediciones.
- Medina, J.A. (2011). *Los Efectos Socio-culturales Del Turismo*. Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/turydes/09/jam.htm>
- Mochón, F., Mochon Saez, M. d., & Saez Mochón, M. (2014). *Administración*. México D.F, México: Alfaomega.



- Moral, A. M., & Poyatos, R. P. (2010). *La responsabilidad social corporativa y su paralelismo con las sociedades cooperativas*. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/REVE/article/viewFile/REVE1010440075A/18589>
- Morales Herrera, K. (2012). *Sostenibilidad Empresarial: experiencias de responsabilidad social en empresas ecuatorianas*. Quito, Ecuador: ConQuito.
- Moura-Leite, R. C., & Padgett, R. C. (2014). *La evolución de la responsabilidad social de la empresa: Un abordaje histórico*. Recuperado de <http://www.revistaespacios.com/a14v35n05/14350409.html>
- Municipal de Cuenca. (s/f). *ORDENANZA POR LA QUE SE REGULA LAS COMPETENCIAS EN EL AMBITO TURISTICO A LA I. MUNICIPALIDAD DE CUENCA | GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CUENCA*. Recuperado de <http://www.cuenca.gob.ec/?q=node/4371>
- Observatorio de turismo de ciudades mexicanas patrimonio mundial. (20 de junio de 2016). Observatorio turístico de ciudades mexicanas patrimonio de la humanidad observaciones julio- agosto. disponible en URL: <http://ciudadespatrimonio.mx/> [Consulta 11 de agosto de 2017]
- Observatorio de turismo de Galápagos. (26 de septiembre de 2016). Observatorio de turismo de Galápagos. disponible en URL: <http://www.observatoriogalapagos.gob.ec/> [Consulta 10 de mayo de 2017]
- Observatorio de turismo Universidad Tecnológica Equinoccial. (23 de septiembre de 2016). Observatorio de turismo UTE. disponible de URL: <http://www.observatorioturistico.org> [Consulta 10 de mayo de 2017]
- OMT. (2016). *Documentos basicos de la OMT*. Recuperado de <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/130726basicdocumentsspweb.pdf>
- OMT. (s/f-a). *Acerca de la OMT | Organización Mundial del Turismo OMT*. Recuperado de <http://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt>
- OMT. (s/f-b). *CODIGO ETICO MUNDIAL PARA EL TURISMO*. Recuperado de <http://ethics.unwto.org/es/content/codigo-etico-mundial-para-el-turismo>
- ONU. (2000). *Objetivos de Desarrollo del Milenio*. Recuperado de <http://www.un.org/es/millenniumgoals/bkgd.shtml>



- Olcese, A., Rodríguez, M., & Alfaro, J. (2008). *Manual de la Empresa Responsable y Sostenible*. Madrid, España: McGraw-Hill/Interamericana de España, S.A.U.
- Pacto Global. (s/f). *Pacto Global EC*, Recuperado de <http://www.pactoglobal-ecuador.org/>
- Pardo, M., & Luz, P. (2008). *Desarrollo Humano y formación. Una responsabilidad social de las organizaciones*. Buenos Aires, Argentina: Lumen.
- Pérez de las Heras, M. (2004). *Manual del turismo sostenible. Cómo conseguir un turismo social, económico y ambientalmente responsable*. Madrid, España: Ediciones Mundi-Prensa.
- Prat, M., & Arroyo, A. M. (2001). *Ética financiera*. Universidad Pontificia; Comillas.
- Raya, B., & Elizabeth, R. (2014). *La responsabilidad social empresarial en el sector hotelero como instrumento que contribuye al desarrollo turístico sostenible, en la ciudad de Córdoba, Argentina*. Universidad Internacional de Andalucía.
- Render, B., & Heizer, J. (1997). *Principios de administración de operaciones*. Buenos Aires, Argentina: Prentice Hall.
- Revilla, G. G., & Fernández, R. T. (2011). La gestión de los grupos de interés (stakeholders) en la estrategia de las organizaciones. Recuperado de <http://www.minetad.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/381/Germ%C3%A1n%20Grand%20Revilla.pdf>
- Rey, G. (2003). Ver desde la ciudadanía. *Observatorios y Veedurías de Medios*. Recuperado a partir de <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/kolumbien/04198.pdf>
- Robledo, I. S. (2010). *Introducción a la sostenibilidad y la RSC*. Netbiblo.
- Rodríguez, A. (2001). *El papel de la OIT en la puesta en práctica de estrategias de desarrollo económico local en un mundo globalizado*. Recuperado de http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---led/documents/publication/wcms_111547.pdf
- SA8000. (2016). Social Accountability International | SA8000 Guidance Document. Recuperado de <http://www.sa-intl.org/>



SA8000. (s/f). Social Accountability International | SA8000 Guidance Document. Recuperado de <http://www.sa-intl.org/>

Santágata, H. G. (2011). La importancia de un observatorio turístico en Provincia de Buenos Aires como instrumento de orientación en la toma de decisiones y en la planificación. Recuperado de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/25780/Documento_completo.pdf?sequence=1

Schermerhorn, J. (2010). *Administración Management*. México D.F, México: Limusa.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (s/f). Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo | Ecuador. Recuperado de <http://www.planificacion.gob.ec/>

Thompson Arthur, A., & Peteraf Margaret, A. (2012). *Administración estratégica. Teorías y casos*. México D.F, México: MCGraw-Hill.

Toro, J. A. O., & Pavia, C. F. (2011). Los stakeholders de las empresas de comunicación en el ámbito de la responsabilidad social corporativa. Recuperado de <https://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/folios/article/view/10601/9726>

Turismo. (2007). *Plan estratégico de desarrollo del turismo sostenible en Ecuador hacia el año 2020: PLANDETUR 2020*. Ministerio de Turismo del Ecuador.

UNWTO. (s/f-a). About de UNWTO. Recuperado de <http://www2.unwto.org/>

UNWTO. (s/f-b). Definición | Sustainable Development of Tourism. Recuperado de <http://www2.unwto.org/>

Urieta, A. O. (2007). La importancia de la visión del territorio para la construcción de desarrollo competitivo de los destinos turísticos. Recuperado de <http://revistas.um.es/turismo/article/view/13811/13331>

Varsavsky, A. I., Fernández, D. (2003). Indicadores de sustentabilidad se utilizan correctamente?. Recuperado de <http://www.nexus.org.ar/trabajos%20publicados/Indicadores%20de%20sustentabilidad,%20se%20utilizan%20correctamente%20-%202003.pdf>



Universidad de Cuenca

Vásquez, J., & Gonzales, D. (2009). *Metodología para implementar un modelo de responsabilidad social empresarial (RSE) en la industria de la curtiembre en Colombia*. *Contabilidad y Negocios*, 4() 49-56.

Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=281621776007>

Vega, V. V. (s/f). EL CONCEPTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

EMPRESARIAL RSE. Recuperado de

https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf

Wartick, S. L., & Cochran, P. L. (1985). The Evolution of the Corporate Social Performance Model. Recuperado de <https://doi.org/10.2307/258044>



ANEXOS

- a) Aprobación del certificado de nombre por parte del Ministerio del Ambiente





Universidad de Cuenca

b) Diseño aprobado del Proyecto de Intervención

UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD
CARRERA DE TURISMO

**“Propuesta para la creación de una Fundación Observatorio de
Responsabilidad Social con empresas turísticas en Cuenca”**

Proyecto de Intervención previo a la obtención del título de:

“Ingeniero en Turismo”

ECON. SILVANA ASTUDILLO

PAOLO SANTIAGO ALVAREZ CRESPO

Cuenca, Marzo 2017



1. TÍTULO DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN

“Propuesta para la creación de una Fundación Observatorio de Responsabilidad Social con empresas turísticas en Cuenca”

2. NOMBRE DEL ESTUDIANTE / CORREO ELECTRÓNICO

Paolo Santiago Álvarez Crespo
paolo.alvarez0408@ucuenca.edu.ec

3. RESUMEN DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es la vinculación voluntaria para gestionar la administración de una empresa. La propuesta de crear una Fundación Observatorio de Responsabilidad Social con empresas privadas de turismo para Cuenca, pretende difundir estas buenas prácticas en todas las acciones relacionadas al desarrollo del turismo dentro de la ciudad, visiones de cómo tratar abrir paso a los emprendimientos con calidad responsable, emprendimientos no solo sea para ganar dinero, si no emprendimientos para producir bienes sociales y éticos que sirven para la buena ejecución de la actividad turística.

Debido a su limitado uso dentro de las actividades del turismo, la Fundación Observatorio de Responsabilidad Social vinculará a la sociedad cuencana para ejecutar proyectos sostenibles, para este proyecto de intervención se contará con uso de metodología cualitativa, técnicas como grupos focales, entrevistas, y artículos relacionados a la RSE que ayudarán a crear memorias sostenibles con todas las empresas privadas del turismo se relacionen voluntariamente a la propuesta de crear una Fundación Observatorio de Responsabilidad Social para Cuenca.



Universidad de Cuenca

Al ejecutarse correctamente las técnicas antes mencionadas se asegurarán la proyección social dentro de la ciudad con proyectos innovadores y fomentará códigos de ética responsable, la visión de este proyecto es levantar información que genere las memorias de sostenibilidad para promover una cultura de diálogo y sistemas de buena gobernanza para el cambio hacia el desarrollo sostenible.

Empresas en el Ecuador ya realizan actividades responsables como el Complejo Ecoturístico Kapawi S.A enfocada en turismo responsable la construcción del complejo emplea materiales locales sobre la base de la arquitectura Achuar decidieron incorporar la ISO 9001, certificar a Kapawi en turismo responsable con Rainforest Alliance y obtener la certificación Smart Voyager.

También la organización Organicatessen – Fundamyf creada en Riobamba en 1994 el propósito de esta fundación es reducir los niveles de pobreza que existe en el país a través de una propuesta de desarrollo sostenible FUNDAMYF mediante el proyecto regional Randimpak (yo te ayudo y tú me ayudas o dando - dando) se enfocó en la producción de quinua y granos andinos desde 1994.

El Hotel Patio Andaluz es un hotel de lujo, es una casa quiteña situada en el centro de la ciudad de Quito, la organización mundial para el turismo OMT ha generado un código ético para el turismo, el Hotel Patio Andaluz ha invertido en el medioambiente, enfocados en turismo sostenible, proyectos de construcción de trampas para ahorro de agua o manejo de desechos que todo es reciclado dentro del hotel. Mediante estas buenas prácticas han sido reconocidos por Rainforest Alliance y obtener la certificación Smart Voyager.

Las empresas financieras en el Ecuador como la Mutualista Pichincha cuya actividad es fomentar el ahorro, hace explícito el compromiso de la organización como creación de una cultura organizada la mutualista



incentiva a sus colaboradores a realizar prácticas ecoeficientes ahorro de agua, luz, papel y CO2, organizan campañas para sembrar árboles. Pfizer Ecuador en el mundo farmacéutico han adoptado la guía GRI (Global Reporting Initiative) y dedican un gran espacio en sus acciones.

4. PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN

La responsabilidad social empresarial (R.S.E) es una política que utilizan las empresas y corporaciones para transmitir buenas prácticas ambientales, el buen gobierno corporativo, la ética empresarial y la excelencia en gestión administrativa. Por su buen uso las grandes empresas y corporaciones han difundido estas prácticas alrededor del mundo e incentivando a las demás a realizarlas ya que genera y satisface las necesidades de stakeholders al mismo tiempo genera una mejora imagen empresarial.

La RSE se basa en tres indicadores como la social, ambiental y económico así las empresas llegan a ser transparentes y ayudan al desarrollo dentro del lugar donde se genere su actividad. Al ejecutar estas políticas las empresas se vinculan con la sociedad siendo así una empresas claras y anti corruptas.

La responsabilidad social es una herramienta fundamental para el desarrollo y progreso de un país, ayudando al mismo tiempo a cuidar el medio ambiente y siendo consientes del cuidado en donde las empresas u organizaciones civiles ejecutan sus actividades turísticas, incentivando al voluntariado por parte de empresas y de la sociedad.

La RSE era desarrollada solo por aquellas empresas con alto nivel de producción y era vista como una inversión de alto costo para su desarrollo. Hoy en la actualidad la RSE es ejecutada por cualquier administración pública y entidades privadas, asociaciones civiles u organizaciones sociales, para su progreso la RSE es apoyada por varias normas internaciones y conferencias.



Normas como la ISO 26000 que es una guía de responsabilidad social que su principal objetivo es el desarrollo sostenible, la ISO 9001 es un sistema de gestión de calidad empresarial, la Norma de Aseguramiento A.A 1000 que es una herramienta que vincula y fortalece los vínculos con todo los grupos de interés con sistema de gestión del aseguramiento de la sostenibilidad, así como los indicadores ETHOS desarrollada en Brasil para apoyar a las empresas a la sostenibilidad, la conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo, aclamada en Río de Janeiro en 1992, llamada además Cumbre de la Tierra, el Pacto Mundial, instrumento utilizado por las Naciones Unidas para los objetivos del desarrollo del Turismo sostenible y responsable.

Se ha planeado utilizar estas políticas, herramientas y gestión administrativa en una Fundación Observatorio de Responsabilidad Social que ayudará a las empresas relacionadas en la actividad turística crear sus primeras memorias de sostenibilidad bajo el Global Reporting Initiative (GRI) que conceptúo los lineamientos para la elaboración de memorias sostenibles. Con la creación de la Fundación Observatorio de Responsabilidad Social para Cuenca se presentarán proyectos sostenibles para la ciudad y mejorando la actividad turística de manera innovadora y responsable con todos los grupos de interés, así ayudará al crecimiento y desarrollo del país como así lo planea el Plan Nacional de Desarrollo del buen vivir.

5. REVISIÓN BIBLIOGRAFICA

Para el desarrollo del presente trabajo se ha hecho una revisión selectiva de información bibliográfica escrita sobre actividades relacionadas a temas de responsabilidad social que contribuirán al progreso del proyecto de intervención.

Manual de la Empresa Responsable y Sostenible: este libro es una herramienta de gestión empresarial para los directivos de empresas y como manual de aprendizaje universitario información que incluye todas las



Universidad de Cuenca

definiciones, conceptos, funciones, actividades y recomendaciones en materia de responsabilidad social corporativa que permite mejorar la gestión empresarial.

Sostenibilidad Empresarial: brinda información de experiencias de responsabilidad social en empresas del Ecuador, el conocimiento de políticas públicas nacionales y locales, la implementación de Responsabilidad Social en el Ecuador y en el sector empresarial.

Responsabilidad Social y Etica Empresarial: este libro nos indica como una compañía tiene buenas practicas ambientales y participa con el publico en las necesidades eticas basicas y que sea beneficioso para la sociedad.

Desarrollo humano y formación. Una responsabilidad social de las organizaciones: este libro nos permite conocer y entender la necesidad del desarrollo del talento humano y la proyección social de los grupos sociales con estrategias para formar una organización.

Administración estratégica. Teoría y casos: el libro nos ayuda a formar habilidades y aplicar conceptos de una buena gestión administrativa con valores esenciales de la responsabilidad social.

Organización y gestión de empresas turísticas: este libro nos ayuda con gestión de calidad de una empresa turística de valores éticos y responsables con la sociedad con una planificación eficaz para las operaciones de las empresas relacionadas al turismo.

Administración Management: este libro nos ayuda al entorno de la administración adoptándola en el ambiente cultural de una organización para la información y toma de decisiones administrativas en de la empresa.



Administración: este es libro es útil para saber sobre temas relacionados de una administración, con lenguaje sencillo y ejemplos relacionados en tareas administrativas para una formación continua.

Principios de administración de operaciones: este libro tiene una extensa introducción de operaciones donde plantea capítulos de sostenibilidad con visión en responsabilidad social.

Administración una perspectiva global: este libro nos ayuda a relacionarnos con teorías y practicas con análisis en gestión y responsabilidad social empresarial.

De la resistencia a la sostenibilidad. El proceso histórico del turismo comunitario en Ecuador y sus retos actuales: este libro nos indica los procesos que se emplea en el turismo con relación a la sostenibilidad y sus buenas prácticas ambientales.

Turismo comunitario en Ecuador. Desarrollo y sostenibilidad social: este libro nos ayuda a comprender el desarrollo del turismo con sostenibilidad y las diferentes metodologías para el crecimiento social.

Sostenibilidad empresarial: experiencias de responsabilidad social en empresas ecuatorianas: este libro presenta memorias de una buena gestión y al desarrollo social sostenible que contribuye al modelo de administración responsable.

Manual del turismo sostenible. Como conseguir un turismo social, económico y ambientalmente responsable: este libro nos indica la participación de tres



indicadores para la búsqueda de la sostenibilidad que se aplica en todas las actividades turísticas para completar una buena oferta para la sociedad.

6. OBJETIVOS

6.1 OBJETIVO GENERAL

Elaborar una propuesta para la creación de una Fundación Observatorio de Responsabilidad Social de Cuenca.

6.1.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Estudiar la evolución que ha tenido la responsabilidad social en las principales empresas privadas del turismo en Cuenca y de esta manera identificar el escenario actual
2. Reforzar la exigencia de cumplimiento de normas y convenios vigentes que incentivan una designación responsable por parte de los consumidores del turismo
3. Promover los intereses y necesidades de los consumidores en el ámbito empresarial del turismo a través de una propuesta para la creación de una Fundación Observatorio de Responsabilidad Social de Cuenca

6.2 METAS

Las metas de la presente investigación consisten en lograr elaborar una propuesta de creación de una fundación observatorio de responsabilidad social aplique exitosamente la política de responsabilidad social empresarial en empresas privadas del turismo de la ciudad de Cuenca, con énfasis en un turismo sostenible, mejorando así al incremento en la diversificación de la oferta turística, regenerando la calidad del turismo interno, fomentar la demanda de los consumidores por bienes turísticos producidos de una manera socialmente responsables ayudado con la participación de las empresas



privadas de turismo al crecimiento del sector turístico de la ciudad de Cuenca y sus cadenas de valor que genera la actividad turística.

6.3 TRANSFERENCIA DE RESULTADOS

Esta transferencia se realizara a la Universidad de Cuenca para que repose en el centro de documentación Juan Bautista Vásquez.

6.4 IMPACTO

Este proyecto de intervención tendrá un impacto social, ambiental y económico, dentro de la ciudad de Cuenca ya que ayudará a las empresas a la gestión responsable con memorias sostenibles así promoverá y difundirá las políticas de responsabilidad social empleadas en el mundo, el compromiso económico de las empresas en el ámbito social puede ser por medio de la aportación, para mejorar la actividad turística y con calidad ambiental, renovando el sector donde se genera la actividad turística empleada por las empresas privadas de la ciudad de Cuenca.

7. TÉCNICAS DE TRABAJO

En el siguiente trabajo de intervención se desarrollará detectando necesidades y oportunidades que generan las empresas privadas del turismo dentro de la ciudad de Cuenca. Así, el uso de la metodología cualitativa, metodología que observa a la Responsabilidad Social Empresarial como un paso de meditación y mejora continua, un proceso que ayude a las empresas a incorporar aspectos de RSE, las técnicas a emplear serán entrevistas y análisis sobre temas relacionados a las políticas de responsabilidad social. Dentro de las mismas se utilizara método de grupo focal como técnicas a aplicar será análisis de grupos focales, esto se realizará con el fin de conocer el grado de aceptación de las



políticas y gestión administrativa dentro de una Fundación Observatorio de Responsabilidad Social.

8. BIBLIOGRAFÍA

- Casanueva Rocha, C., & García del Junco, J. (2005). *Organización y Gestión de Empresas Turísticas*. Madrid, España: Ediciones Pirámide.
- Koontz, H., & Weihrich, H. (1994). *Administración una perspectiva global*. México D.F, México: McGrawHill.
- Martinez, H. (2012). *Responsabilidad Social y Ética Empresarial*. Bogotá, Colombia: Ecoe ediciones.
- Mochón, F., Mochon Saez, M. d., & Saez Mochón, M. (2014). *Administración*. México D.F, México: Alfaomega.
- Morales Herrera, K. (2012). *Sostenibilidad Empresarial: experiencias de responsabilidad social en empresas ecuatorianas*. Quito, Ecuador: ConQuito.
- Olcese, A., Rodríguez, M., & Alfaro, J. (2008). *Manual de la Empresa Responsable y Sostenible*. Madrid, España: McGraw-Hill/Interamericana de España, S.A.U.
- Pardo, M., & Luz, P. (2008). *Desarrollo Humano y formación. Una responsabilidad social de las organizaciones*. Buenos Aires, Argentina: Lumen.
- Pérez de las Heras, M. (2004). *Manual del turismo sostenible. Cómo conseguir un turismo social, económico y ambientalmente responsable*. Madrid, España: Ediciones Mundi-Prensa.
- Render, B., & Heizer, J. (1997). *Principios de administración de operaciones*. Buenos Aires, Argentina: Prentice Hall.
- Schermerhorn, J. (2010). *Administración Management*. México D.F, México: Limusa.
- Thompson Arthur, A., & Peteraf Margaret, A. (2012). *Administración estratégica. Teorías y casos*. México D.F, México: MCGraw-Hill.



9. TALENTO HUMANO

“Propuesta para la creación de una Fundación Observatorio de Responsabilidad Social con empresas turísticas en Cuenca”

Recurso	Dedicación	Valor Total \$
Director	4 horas / semana / 12 meses	600,00
Estudiantes	20 horas semana / 12 meses (por cada estudiante)	4.800,00
Total		5.400,00

10. RECURSOS MATERIALES

“Propuesta para la creación de una Fundación Observatorio de Responsabilidad Social con empresas turísticas en Cuenca”

Cantidad	Rubro	Valor \$
1	Computadora portátil	600,00
1	Impresora y scanner	290,00
1	Memoria extraíble 4 Gb	8,00
1	Mouse externo de computador	6,00
1	Cámara fotográfica.	200,00
1	Resma de papel A4	4,50
1	Carpetas de papel	1,00
1	Esferos color azul	1,20
TOTAL		1.110,70



11. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

“Propuesta para la creación de una Fundación Observatorio de Responsabilidad Social con empresas turísticas en Cuenca”

ACTIVIDAD	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. Recolección y Organización de la Información	X	X	X									
2. Discusión y Análisis de la Información		X	X	X								
3. Trabajo de campo				X	X	X	X	X	X	X		
4. Trabajo de laboratorio					X	X	X	X	X	X	X	
5. Integración de la información de acuerdo a los objetivos										X	X	X
6. Redacción del trabajo											X	X
7. Revisión final												X



12. PRESUPUESTO

“Propuesta para la creación de una Fundación Observatorio de Responsabilidad Social con empresas turísticas en Cuenca”

Concepto	Aporte del estudiante \$	Otros aportes \$	Valor total \$
Talento Humano Investigadores	600,00		600,00
Gastos de Movilización Transporte Subsistencias Alojamiento	180,00		180,00
Gastos de la investigación Insumos Material de escritorio Bibliografía Internet	600,00 50,00 5,00 29,00	Universidad de Cuenca	600,00 50,00 29,00
Equipos, laboratorios y maquinaria Laboratorios Computador y accesorios Máquinas Utensilios	1.200,00	Universidad de Cuenca	1.200,00
Otros			
TOTAL			2,659.00



13. ESQUEMA

Índice

Abstract

Agradecimientos

Dedicatoria

Introducción

Capítulo 1: Historia y origen de la Responsabilidad Social Empresarial

- 1.1 Precedentes y Generalidades de Responsabilidad Social Empresarial.
- 1.2 Evolución de la RSE
- 1.3 Políticas de la de Responsabilidad Social Empresarial
- 1.4 Conceptos sobre la Responsabilidad Social Empresarial
- 1.5 Tipos de Responsabilidad Social Empresarial.
- 1.6 Normas y Enunciados de RSE
 - 1.6.1 ISO 26000
 - 1.6.2 Global Reporting Initiative
 - 1.6.3 Pacto Mundial de las Naciones Unidas
 - 1.6.4 ISO 9001
 - 1.6.5 Indicadores ETHOS
 - 1.6.6 La Norma de Aseguramiento A.A 1000
 - 1.6.7 Principios Globales de Sullivan
 - 1.6.8 Social Accountability 8000 (SA 8000)
 - 1.6.9 Principios de "The Caux Round Table" (CRT)
 - 1.6.10 AENOR
 - 1.6.11 Los Objetos del Milenio (2000)
 - 1.6.12 SI 10000 Social Responsibility and Community Involvement

Capítulo 2: Fundamentación teórica de la organización Fundación Observatorio de Responsabilidad Social para Cuenca como modelo de buenas prácticas

- 2.1 Definición de Observatorio
- 2.2 Definición de Modelo de Gestión
- 2.3 Marco Legal que rigen la ONG (Fundación Observatorio de Responsabilidad Social para Cuenca)
 - a) Aprobación del certificado de nombre por parte del Ministerio del Ambiente.
 - b) Estatutos
 - c) Aprobación
 - d) Requisitos legales
 - e) Acreditación
 - f) Patrimonio
 - g) Régimen laboral y de colaboración



Universidad de Cuenca

- h) Disolución y liquidación
- i) Registro único de las organizaciones no gubernamentales
- j) Obligación de los miembros
- k) Código de ética y responsabilidad social

2.4 Misión

2.5 Visión

2.6 Objetivos

2.7 Valores

2.8 Organigrama Estructura y Personal.

Capítulo 3: Características de la organización fundación observatorio con principios de responsabilidad social

3.1 Valores y principios éticos

3.2 Dialogo con los grupos de interés

3.3 Vínculo con la comunidad

3.4 Emprendimiento social

3.5 Impacto social

3.6 Alianzas estratégicas

3.7 Estrategia de negocio y sistemas de gestión

3.8 Informes y comunicaciones de sustentabilidad

Conclusiones

Bibliografía

Anexos

Anexo 1: Diseño aprobado del Proyecto de Intervención