



ESPE

**UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA**

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERA COMERCIAL**

**TEMA: IMPULSORES DEL COMPORTAMIENTO AMBIENTAL
AMIGABLE DE LOS EMPLEADOS EN SU LUGAR DE TRABAJO, EN
LAS PYMES TURÍSTICAS DE ALOJAMIENTO DE QUITO.**

AUTOR: CHIGUANO PILLAJO, TANIA ELIZABETH

DIRECTOR: PhD. HERRERA ENRÍQUEZ, GIOVANNI PATRICIO

SANGOLQUÍ

2019

CERTIFICACIÓN



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, “**IMPULSORES DEL COMPORTAMIENTO AMBIENTAL AMIGABLE DE LOS EMPLEADOS EN SU LUGAR DE TRABAJO, EN LAS PYMES TURÍSTICAS DE ALOJAMIENTO DE QUITO**” fue realizado por la señorita Chiguano Pillajo, Tania Elizabeth el mismo que ha sido revisado en su totalidad, analizado por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, 25 de marzo de 2019

Una firma manuscrita en tinta azul que parece decir 'Ing. Giovanni Herrera Enríquez'.

Ing. Giovanni Herrera Enríquez, PhD

Director

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo, Chiguano Pillajo, Tania Elizabeth, declaro que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: **“IMPULSORES DEL COMPORTAMIENTO AMBIENTAL AMIGABLE DE LOS EMPLEADOS EN SU LUGAR DE TRABAJO, EN LAS PYMES TURÍSTICAS DE ALOJAMIENTO DE QUITO”** es de mi autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Consecuentemente el contenido de la investigación mencionada es veraz.

Sangolquí, 21 de enero de 2019

.....
Tania Chiguano

C.C.:172315491-8

AUTORIZACIÓN



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORIZACIÓN

Yo, Chiguano Pillajo, Tania Elizabeth autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación **“IMPULSORES DEL COMPORTAMIENTO AMBIENTAL AMIGABLE DE LOS EMPLEADOS EN SU LUGAR DE TRABAJO, EN LAS PYMES TURÍSTICAS DE ALOJAMIENTO DE QUITO”** en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi responsabilidad.

Sangolquí, 21 de enero de 2019

.....
Tania Chiguano

C.C.: 172315491-8

DEDICATORIA

A dios por ser mi fortaleza, iluminar mi camino y caminar a mi lado, por sus bendiciones y cuidados.

A mis padres por ser guía, soporte y admiración, por su amor incondicional, trabajo y sacrificio todos estos años. A mi padre por su labor de jefe de hogar y a mi madre, mujer luchadora, amorosa y mi ejemplo a seguir, por acompañarme en todo momento y compartir a mi lado alegrías y tristezas.

A mis hermanos, Cristian y Ronny por ser mis compañeros de vida y alegrar mis días en todo este trayecto, quienes solo me han dejado recuerdos de amor y compañía. A mi hermanito menor Bruno por llegar a mi vida en el momento preciso e iluminarla y a mi sobrina Lía por ser un nuevo motivo superación, a todos ellos porque me enseñaron el significado del amor incondicional.

AGRADECIMIENTO

A dios por despertarme cada día con un nuevo propósito. A mis padres y hermanos por su amor y apoyo incondicional, por los consejos dados cuando estoy fallando, que contribuyen para día a día ser mejor hija, hermana y amiga. A mi abuelito, Simón, por siempre estar pendiente con respecto a mi carrera, y a toda mi familia por su compañía.

A la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, mi segundo hogar, sede de conocimiento en estos años, a cada uno de mis docentes quienes contribuyeron en mí sus conocimientos para lograr culminar mi carrera y formarme profesional y personalmente.

Y sin duda alguna agradezco infinitamente a mi director de tesis, Dr. Giovanni Herrera, quien con su experiencia, conocimiento y apoyo me oriento incondicionalmente en esta investigación, por su guía y el tiempo dedicado en este trabajo.

Por último y no menos importante dedico a todas aquellas personas con las que coincidí y se volvieron amigos, por su amistad sincera y momentos de alegría compartidos.

Tania Chiguano

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN	i
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD.....	ii
AUTORIZACIÓN.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
INDICE DE FIGURAS	ix
INDICE DE TABLAS	xiv
RESUMEN.....	xvi
ABSTRACT	xvii
CAPÍTULO INTRODUCTORIO	xviii
i. Introducción.-	xviii
ii. Planteamiento del problema	xx
iii. Determinación de variables del entorno	xxiv
iv. Objetivos.....	xxiv
Objetivo general.....	xxiv
Objetivos específicos	xxiv
v. Hipótesis.....	xxv
CAPITULO 1	1
1. Marco teórico	1
1.1. Introducción	1
1.2. Responsabilidad social empresarial	2
1.3. Comportamientos pro ambientales (CPA) a favor de la RSE.....	5
1.4. Responsabilidad social en el sector turístico	6
1.5. Responsabilidad social en el sector turístico de alojamiento.....	19
1.6. Teoría Cognitivo Social	24
1.7. Teoría del Apoyo Organizacional.....	25
1.8. Comportamiento ambiental en el contexto del empleado.....	26
1.8.1. Comportamiento ambiental amigable de los supervisores y colegas en el lugar de trabajo. 29	
1.8.2. Soporte organizacional percibido para el medio ambiente	30

1.8.3.	Liderazgo transformacional ambiental del supervisor	32
1.8.4.	Pasión ambiental armoniosa.....	34
CAPITULO 2		36
2.	Marco metodológico	36
2.1.	Introducción	36
2.2.	Metodología de la investigación	37
2.2.1.	Diseño de investigación no experimental.....	37
2.2.1.1.	Investigación no experimental transeccional descriptivo.....	38
2.3.	Definición del objeto de estudio	38
2.4.	Tamaño de la muestra	39
2.5.	Definición de variables	39
2.5.1.	Variable dependientes	40
2.5.2.	Variables independientes.....	40
	Matriz de variables	41
2.6.	41
2.7.	Diseño del instrumento de investigación	48
2.7.1.	Escala de pasión ambiental	50
2.7.2.	Normas descriptivas	50
2.7.3.	Comportamiento ambiental amigable de supervisores y colegas.....	51
2.7.4.	Soporte ambiental organizacional	51
2.7.5.	Liderazgo transformacional.....	52
2.7.6.	Satisfacción Laboral	53
2.7.7.	Compromiso de los empleados	53
2.7.8.	Comportamiento ambiental de vida privada	54
2.8.	Explicación de la investigación de campo	54
CAPITULO III		56
3.	Análisis de datos.....	56
3.1.	Introducción	56
3.2.	Análisis de fiabilidad	56
3.3.	Prueba de KMO y Bartlett	59
3.4.	Análisis descriptivo.....	60

3.4.1. Análisis descriptivo individual.....	60
3.4.2. Análisis descriptivo agrupado	127
3.5. Cruce de variables	133
3.6. Análisis de concordancia	135
3.7. Contrastación de hipótesis	136
CAPITULO 4	139
4. Conclusiones y recomendaciones.....	139
4.1. Conclusiones	139
4.2. Recomendaciones	142
BIBLIOGRAFÍA.....	144

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Árbol de problemas.....	xxiii
Figura 2. Evolución mensual mundial de llegadas internacionales (Millones)	10
Figura 3. Consumo turístico interior anual entre 2012-2018	10
Figura 4. Crecimiento del PIB del sector industrial 2017	11
Figura 5. Llegadas internacionales a Ecuador 2017-2018	15
Figura 6: Número de establecimientos y % de participación por provincias,2018	17
Figura 7. Posición en el trabajo del encuestado	61
Figura 8. Rango de edad del encuestado	61
Figura 9. Rango de edad del encuestado	62
Figura 10. Género del encuestado.....	63
Figura 11. Nivel de ingreso del encuestado	63
Figura 12. Pasión por el medio ambiente del encuestado	64
Figura 13. Comportamiento respetuoso con el medio ambiente.....	65
Figura 14. Ayuda al medio ambiente	66
Figura 15. Discute con entusiasmo sobre el medio ambiente	67
Figura 16. Placer por cuidar el medio ambiente	68
Figura 17. Impulsar a otras personas a ser ambientalmente responsables	69
Figura 18. Valores ambientales del encuestado	70
Figura 19. Deseo por ser voluntario miembro de una organización a favor del medio ambiente	71
Figura 20. Deseo por donar tiempo o dinero a favor del medio ambiente.....	72

Figura 22. Comportamientos respetuosos con el medio ambiente de los colegas, fuera del trabajo	74
Figura 23. Impresión a doble cara siempre que sea posible (jefe)	75
Figura 24. Depósito de materiales reciclables en contenedores correspondientes (jefe)	76
Figura 25. Apagado de luces cuando no se usan (jefe)	77
Figura 26. Sugerencias sobre prácticas ambientales (jefe)	78
Figura 27. Impresiones a doble cara (colegas)	79
Figura 28. Depósito de los materiales reciclables en el contenedor correspondiente (colegas) ..	80
Figura 29. Apagado de luces cuando no se usan (colegas)	81
Figura 30. Sugerencias sobre prácticas ambientales (colegas)	82
Figura 31. Impresión a doble cara (encuestado)	83
Figura 32. Depósito de materiales reciclables en contenedores correspondientes (encuestado) ..	84
Figura 33. Apagado de luces cuando no se usan (encuestado)	85
Figura 34. Sugerencias sobre prácticas ambientales (encuestado)	86
Figura 35. Programas y políticas en la organización, para promover un comportamiento respetuoso con el medio ambiente	87
Figura 36. Esfuerzo de la organización en ayudar a los empleados a ser ambientalmente proactivos	88
Figura 37. La organización invierte dinero y esfuerzos en apoyo a la ecología	89
Figura 38. Información sobre programas de apoyo medioambiental dentro de la organización ..	90
Figura 39. Proporción de información a los empleados para comportarse respetuosamente con el medio ambiente	91
Figura 40. Ayuda a los empleados a mejorar comportamientos ambientales en el trabajo	92

Figura 41. Participación de los gerentes en el desarrollo de políticas de protección ambiental ...	93
Figura 42. Presencia de políticas escritas relacionadas con la protección del medio ambiente....	94
Figura 43. La empresa anima a desarrollar un comportamiento respetuoso con el medio ambiente	95
Figura 44. Sugerencias sobre el comportamiento a favor del medio ambiente ayuda a conseguir beneficios en la empresa	96
Figura 45. Búsqueda de oportunidades para que la organización sea respetuosa con el medio ambiente (supervisor).....	97
Figura 46. Consideración sobre si el supervisor es un ejemplo de comportamiento respetuoso con el medio ambiente	98
Figura 47. El supervisor anima a pensar en nuevas maneras	99
Figura 48. El supervisor anima a repensar la forma en que se hace las cosas y si se actúa respetuosamente con el medio ambiente	100
Figura 49. Conocimientos y habilidades del supervisor para desarrollar comportamientos respetuosos con el medio ambiente	101
Figura 50. Éxito del supervisor en el desarrollo de comportamientos respetuosos con el medio ambiente	102
Figura 51. Condiciones creadas para una amplia participación sobre estrategia ambiental	103
Figura 52. Relación supervisor-empleado.....	104
Figura 53. Valor del talento y habilidades del empleado.....	105
Figura 54. Gusto del empleado por su trabajo	106
Figura 55. Reconocimiento del buen trabajo de los empleados.....	106
Figura 56. Gusto por el trabajo en la empresa	107

<i>Figura 57.</i> Relación empleado-colegas	108
<i>Figura 58.</i> Seguridad con el trabajo	109
<i>Figura 59.</i> Interés por el bienestar de los empleados	110
<i>Figura 60.</i> Valoración del sueldo del empleado.....	111
<i>Figura 61.</i> Deseo de trabajar en el establecimiento hasta la jubilación	112
<i>Figura 62.</i> Importancia del empleado de trabajar en su organización.....	113
<i>Figura 63.</i> Sentido de pertenencia de los problemas organizacionales	114
<i>Figura 64.</i> Orgullo de trabajar en la organización.....	115
<i>Figura 65.</i> Reciclaje de residuos	116
<i>Figura 66.</i> Ahorro de agua al ducharse	117
<i>Figura 67.</i> Uso eficiente de electricidad y agua	118
<i>Figura 68.</i> Uso de transporte público o privado.....	119
<i>Figura 69.</i> Reutilización de fundas plásticas al ir de compras	120
<i>Figura 70.</i> Preferencia de productos eco etiquetados.....	121
<i>Figura 71.</i> Eficiencia en el uso de calefacción.....	122
<i>Figura 72.</i> Uso del carro siempre que sea necesario	123
<i>Figura 73.</i> Cuidado en la compra de productos perjudiciales para el medio ambiente.....	124
<i>Figura 74.</i> Compra de productos hechos de productos reciclados	125
<i>Figura 75.</i> Promover la compra cuidadosa de productos perjudiciales al medio ambiente	126
<i>Figura 76.</i> Pasión por el medio ambiente agrupado.....	127
<i>Figura 77.</i> Comportamiento ambiental de supervisor y colegas	128
<i>Figura 78.</i> Soporte ambiental organizacional.....	129
<i>Figura 79.</i> Liderazgo transformacional percibido	130

Figura 80. Satisfacción laboral..... 131

Figura 81. Compromiso laboral 132

Figura 82. Comportamiento ambiental de vida privada..... 133

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Variables de estudio</i>	xxiv
Tabla 2 <i>Principios del código ético mundial para el turismo</i>	8
Tabla 3 <i>Contribución del sector de viajes y turismo a las economías regionales, 2017</i>	12
Tabla 4 <i>Llegadas por principales mercados 2017</i>	13
Tabla 5 <i>Llegada por principales Mercados 2018</i>	14
Tabla 6 <i>Establecimientos turísticos totales por actividad, 2018</i>	16
Tabla 7 <i>Objetivos estratégicos del plan de turismo</i>	18
Tabla 8 <i>Clasificación y categorización de los establecimientos de alojamiento turístico</i>	20
Tabla 9 <i>Establecimientos de alojamiento Nacional, incluye Galápagos</i>	21
Tabla 10 <i>Establecimientos de Alojamiento en el DMQ, 2018</i>	22
Tabla 11 <i>Número de establecimientos totales entre hoteles y hostales de 1,2 y 3 estrellas</i>	38
Tabla 12 <i>Estructura de matriz de objetivos, hipótesis y variables</i>	41
Tabla 13 <i>Sección I: Identificación y ubicación de la empresa</i>	48
Tabla 14 <i>Sección II: Identificación del perfil del encuestado</i>	49
Tabla 15 <i>Pregunta 12. Escala de pasión ambiental</i>	50
Tabla 16 <i>Pregunta 13. Escala de normas descriptivas</i>	50
Tabla 17 <i>Pregunta 14. Escala de comportamiento ambiental amigable de supervisor y colegas</i>	51
Tabla 18 <i>Pregunta 15. Escala de soporte ambiental organizacional</i>	52
Tabla 19 <i>Pregunta 16. Liderazgo transformacional percibido</i>	52
Tabla 20 <i>Pregunta 17. Escala de satisfacción laboral</i>	53

Tabla 21 <i>Pregunta 19. Escala de compromiso de los empleados</i>	53
Tabla 22 <i>Pregunta 20. Escala de comportamiento ambiental de vida privada</i>	54
Tabla 23 <i>Alfa de Cronbach, pregunta 12</i>	57
Tabla 24 <i>Alfa de Cronbach, pregunta 14</i>	57
Tabla 25 <i>Alfa de Cronbach, pregunta 15</i>	57
Tabla 26 <i>Alfa de Cronbach, pregunta 16</i>	58
Tabla 27 <i>Alfa de Cronbach, pregunta 17</i>	58
Tabla 28 <i>Alfa de Cronbach, pregunta 18</i>	58
Tabla 29 <i>Alfa de Cronbach, pregunta 19</i>	59
Tabla 30 <i>Prueba de KMO Y Bartlett</i>	60
Tabla 31 <i>Cruce de variables Pasión ambiental y género del encuestado</i>	133
Tabla 32 <i>Cruce de variables, comportamiento ambiental de vida privada y nivel de educación del encuestado</i>	134
Tabla 33 <i>Coeficiente de concordancia de Kendall</i>	135
Tabla 34 <i>Estadísticos Kappa</i>	135
Tabla 35 <i>Análisis de regresión múltiple</i>	136

RESUMEN

La responsabilidad social empresarial ha venido ganando mayor importancia en el mundo de los negocios, muchas empresas han empezado a mostrar su interés por la participación de los empleados en temas relacionados al cuidado ambiental y la importancia de mejorar el desempeño ambiental empresarial, que logren objetivos propugnando la sostenibilidad y compromiso con la sociedad y la naturaleza. Para el éxito de la sostenibilidad organizacional global, muchas empresas han generado acciones a favor del medio ambiente como, la adopción de sistemas de gestión ambiental o certificaciones ecológicas, logrando un buen manejo de recursos y residuos. El objeto de la presente investigación es mostrar como ciertos impulsores, tales como: el comportamiento ambiental amigable de los supervisores y colegas, el apoyo ambiental organizacional, el liderazgo transformacional ambiental y la pasión ambiental armoniosa, influyen en el comportamiento ambiental amigable de los empleados del sector turístico de alojamiento del DMQ. Los resultados del análisis descriptivo muestran diferencias en las percepciones de los trabajadores, por género, edad, nivel de educación e ingresos. Así mismo el análisis de regresión ayuda a la comprobación y rechazo de las hipótesis propuestas, comprobándose así que en este sector, el comportamiento ambiental amigable de los supervisores y colegas y la pasión ambiental son factores que influyen en el comportamiento ambiental.

PALABRAS CLAVE:

- **RESPONSABILIDAD SOCIAL**
- **COMPORTAMIENTO PRO AMBIENTAL**
- **TURISMO**
- **ALOJAMIENTO**

ABSTRACT

Corporate social responsibility has been gaining greater importance in the business world, many companies have begun to show their interest in the participation of employees in issues related to environmental care and the importance of improving business environmental performance, which achieve objectives advocating sustainability and commitment to society and nature. For the success of global organizational sustainability, many companies have generated actions in favor of the environment, such as the adoption of environmental management systems or ecological certifications, achieving good management of resources and waste. The purpose of the present investigation is to show how certain drivers, such as: the friendly environmental behavior of supervisors and colleagues, organizational environmental support, transformational environmental leadership and harmonious environmental passion, influence the friendly environmental behavior of employees of the tourist accommodation sector of the DMQ. The results of the descriptive analysis show differences in workers' perceptions, by gender, age, level of education and income. Likewise, the regression analysis helps to verify and reject the hypotheses proposed, thus proving that in this sector, the friendly environmental behavior of the supervisors and colleagues and the environmental passion are factors that influence the friendly environmental behavior of the employee.

KEYWORDS:

- **SOCIAL RESPONSABILITY**
- **ENVIRONMENTAL BEHAVIOR**
- **TOURISM**
- **ACCOMMODATION**

CAPÍTULO INTRODUCTORIO

i. Introducción.-

La RSE es un compromiso de las empresas, en la actualidad las organizaciones no están bien educadas sobre este tema, a la adopción de políticas verdes dentro de las organizaciones que contribuyan a cuidar el medio ambiente son evidentemente escasas, así también existe la falta de compromiso que tienen los empleados sobre estos temas y el poco conocimiento, lo que provoca la degradación ambiental. Por este motivo se procede a analizar los impulsores de comportamiento ambiental dentro de las organizaciones y su influencia en el comportamiento ambiental amigable del empleado, siendo este el objetivo principal de estudio.

Los impulsores de comportamiento que se estudian en toda esta investigación, son el comportamiento ambiental de los supervisores y colega, el soporte organización, el liderazgo transformacional y la pasión ambiental, consideradas variables independientes en este estudio, varios investigadores afirman que estos factores llevados a la práctica dentro de cualquier empresa mejoran el comportamiento ambiental del empleado (variable dependiente) y en sí de toda la organización, otorgando ventaja competitiva por el desarrollo de sus actividades bajo estándares medioambientales.

El sector turístico se considera como una de las actividades económicas más importantes de los países, el uso de recursos naturales de todas las empresas y principalmente en las empresas de este sector es sorprendente y se demanda planes de acción para el buen uso y cuidado de los mismos. Esto motivo a estudiar los impulsores de comportamiento ambiental amigable en los

empleados de este sector, especialmente en las empresas de alojamiento, hoteles y hostales del Distrito metropolitano de Quito.

Para conocer la influencia de los impulsores de comportamiento ambiental, se desarrolló la encuesta cuyo contenido permite la obtención de respuestas para el posterior análisis de las dimensiones planteadas y conocer el perfil de los encuestados. Los hoteles y hostales se identificaron en el catastro de alojamiento del DMQ, desarrollado por Quito Turismo, con una población total de estudio de 331 empleados a ser encuestados, se procede a la aplicación de las encuestas físicas en cada establecimiento.

La tabulación de los datos en el programa estadístico SPSS y los análisis realizados aprobaron dos de las hipótesis planteadas, afirmando que el comportamiento de los supervisores y colegas y la pasión por el medio ambiente influyen en el comportamiento ambiental de los empleados, con resultados de $p < 0,01$. De igual forma los análisis descriptivos demuestran que dentro de estos establecimientos la mayoría de los trabajadores son de género masculino, pero son las mujeres quienes se consideran más ambientalmente responsables.

Los hallazgos obtenidos en esta investigación, proporcionan información útil para todas las empresas, sea cual sea la actividad que realicen. Gestionar ambientalmente una organización trae buenos resultados en la organización, mejorando su competitividad e incluso disminuyendo gastos por el uso de recursos. Las acciones que se desarrollen a favor del medio ambiente deben partir del comportamiento ambiental amigable de los empleados y como se educaron dentro de la organización.

ii. Planteamiento del problema

En la actualidad los temas relacionados a la Responsabilidad Social, han sido puesto mayor atención por el mundo empresarial, considerándose como ventaja competitiva para aquellas empresas que adoptaron este concepto desde sus inicios y buscan minimizar los impactos negativos en el medio ambiente. Las políticas destinadas a reducir el impacto ambiental empresarial, por lo general están centradas en prácticas formales y organizativas, como: tecnologías ecológicas, informes de sostenibilidad, medidas de prevención de la contaminación o la implementación de sistemas de gestión ambiental (Boiral, Paillé, & Raineri, 2015), que permiten contribuir al cuidado del medio ambiente.

La RSE en los últimos años despierta mucho interés en los gobiernos, empresas e investigadores, para fortalecer el compromiso con el cuidado del medio ambiente, el apoyo a la sociedad y a su desarrollo económico, todo esto a través de la implementación de estrategias éticas y responsables con sus diferentes grupos de interés: socios, capital humano, clientes, comunidad, proveedores, autoridades gubernamentales y organismos (López, Ojeda, & Ríos, 2017), fortaleciendo desde un inicio la educación ambiental a todos sus involucrados, con el fin de lograr un impacto principalmente sostenible en la sociedad.

Diversos organismos internacionales como, el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA, 2018), órgano mundial encargado de defender el medio ambiente y promover el desarrollo sostenible , la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), el instituto Ethos de Responsabilidad Social, el *Bussines in the Community*, el *European Bahai Business Forum*, la *International Organization for Standardization* (ISO), desarrollan propuestas para orientar, fomentar, regular y promover la RSE, con el propósito de

ayudar y guiar a las empresas sobre temas de RS, se establece también un concepto internacional de Responsabilidad Social dado por la ISO 26000, definiendo la Responsabilidad Social como:

“Responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, a través de un comportamiento transparente y ético que:

- Contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad;
- Tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas;
- Cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con las normas internacionales de comportamiento; y
- Este integrada en toda la organización y se lleve a la practica en sus relaciones”. (ISO, 2010)

Todos los problemas ambientales percibidos por las empresas y la preocupación que deriva de estos, ha obligado a las organizaciones a adoptar modelos de gestión ambiental que les permita mejorar la eficiencia en los procesos de producción u operación y generar cambios culturales que contribuyan a la protección del medio ambiente. La adopción de un nuevo modelo de gestión ambiental en la empresa crea un proceso de aprendizaje en los empleados, haciéndolos participar de forma más activa en las actividades a favor de la protección ambiental. El lugar de trabajo representa un camino para conseguir el comportamiento pro ambiental del empleado y a su vez lograr una empresa verde. Es necesario comprender las actitudes y el comportamiento humano en el lugar de trabajo para ayudar a cambiar el comportamiento de las actividades perjudiciales para el medio ambiente y hacia la sostenibilidad ambiental.

Hablar de gestión ambiental dentro de los establecimientos turísticos de alojamiento implica mayor atracción turística y mayor competitividad empresarial. Para este estudio se hace un enfoque en los establecimientos turísticos de alojamiento de Quito, pues la ciudad por su atractivo tiene grandes cifras de arribos de turistas extranjeros y nacionales, siendo evidente la importancia de este sector. El municipio del Distrito Metropolitano de Quito (DMQ), atiende

esta problemática a través de la integración de todos sus grupos de interés, instituciones, empresas y ciudadanía, para que sean parte del cambio, con la finalidad de fortalecer el compromiso ambiental y la corresponsabilidad ciudadana en la política ambiental, en busca de un territorio sostenible y responsable. El periodo de estudio para esta investigación, corresponderá al último trimestre del año 2018, periodo en el cual la actividad económica de este sector crece.

Los resultados que se obtendrán de esta investigación serán de relevancia social y tendrá algunas implicaciones prácticas, pues beneficiaran a las empresas turísticas de alojamiento no solo de la ciudad de Quito, sino del país. Se presentaran los beneficios de la gestión ambiental y el desarrollo de impulsores de comportamiento ambiental dentro de las empresas y como estos ayudarían positivamente al medio ambiente y a la actividad empresarial, obteniendo un talento humano competitivo y reduciendo costos por el uso inadecuado de recursos de la empresa.

Este estudio también ayudará a disminuir los impactos negativos que muchas empresas aún provocan al medio ambiente, por el uso inadecuado de los recursos naturales y el abuso de los mismos, esto a través de los impulsores de comportamiento ambiental, tras conocer los resultados de la investigación. Para la definición del problema de investigación se hace uso del árbol de problemas y al indagar sobre esta problemática, se identifican las siguientes causas y efectos:

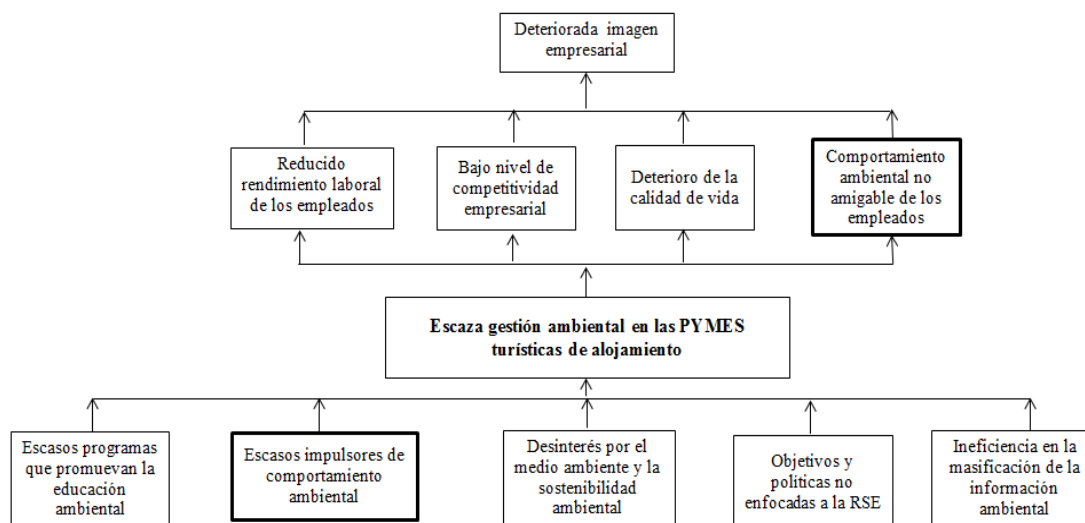


Figura 1. Árbol de problemas

La escasa gestión ambiental que aún se evidencia en las empresas turísticas de alojamiento y factores como: los escasos programas que promuevan la educación ambiental, escasos impulsores de comportamiento ambiental en las empresas, el desinterés por el medio ambiente y la sostenibilidad ambiental y la insatisfacción laboral que provocan deficiencias en las prácticas laborales, desorientando los objetivos y las políticas empresariales, no enfocados a la responsabilidad social e impidiendo la masificación de la información sobre temas ambientales dentro de la organización, estas causas dan paso a esta problemática debido a la importancia que tienen y a la escasez que presentan dentro de las empresas de alojamiento, traen consigo efectos negativos en la sociedad y principalmente en los empleados provocando el comportamiento ambiental no amigable de los mismos.

Tomando en cuenta el árbol de problemas, se puede evidenciar que existe una relación directa entre la variable independiente (impulsores de comportamiento ambiental) y la variable dependiente (comportamiento ambiental amigable del empleado). Si dentro de las empresas existe carencia de impulsores de comportamiento ambiental que promuevan el comportamiento

ambiental amigable de los jefes y de la organización, causaran un efecto negativo en los empleados, puesto que se produce una dificultad al articular comportamientos pro ambientales en él, presentando comportamientos no amigables con el medio ambiente.

iii. **Determinación de variables del entorno**

Tras el análisis de esta problemática, se detalla las variables de estudio identificadas:

Tabla 1

Variables de estudio

VARIABLE DEPENDIENTE	VARIABLES INDEPENDIENTES
Comportamiento ambiental amigable de los empleados	Comportamiento ambiental amigable de los supervisores y colegas
	Soporte Ambiental organizacional
	Liderazgo transformacional ambiental del supervisor
	Pasión ambiental armoniosa

iv. **Objetivos**

Objetivo general

Analizar los impulsores del comportamiento ambiental y su influencia en el comportamiento ambiental amigable de los empleados, en los establecimientos turísticos de alojamiento del DMQ, en el año 2018.

Objetivos específicos

- Relacionar los componentes teóricos de la responsabilidad social empresarial con las variables de comportamiento ambiental amigable de un empleado en una organización.

- Aplicar un análisis descriptivo y correlacional para determinar las relaciones entre las variables del comportamiento organizacional y la responsabilidad social empresarial relacionada con el medio ambiente.
- Analizar el efecto que tiene el comportamiento ambiental amigable del supervisor y colegas en el comportamiento ambiental amigable del empleado.
- Conocer si el soporte ambiental organizacional esta relacionados positivamente con el comportamiento ambiental amigable del empleado.
- Identificar los patrones de liderazgo transformacional del supervisor y su influencia en el comportamiento ambiental amigable del empleado.
- Conocer si la pasión ambiental armoniosa y el comportamiento ambiental amigable son conceptos que se relacionan positivamente.

v. **Hipótesis**

- **H1:** El comportamiento ambiental amigable de los empleados es resultado del comportamiento ambiental amigable del supervisor y colegas.
- **H2:** El soporte ambiental organizacional percibido por el empleado mejora su comportamiento ambiental amigable en el lugar de trabajo.
- **H3:** Los patrones de liderazgo transformacional del supervisor afecta positivamente en el comportamiento ambiental amigable del empleado.
- **H4:** La pasión ambiental armoniosa percibida por los empleados influirá en su comportamiento ambiental amigable en el lugar de trabajo.

CAPITULO 1

1. Marco teórico

1.1. Introducción

La responsabilidad social, la sostenibilidad ambiental y las políticas verdes, son temas importantes dentro de cualquier organización, pues conducen a las empresas a aumentar y fortalecer su competitividad, generando así un impacto positivo ante la sociedad. Los supervisores y empleados juegan un papel clave en el desempeño ambiental de la empresa, ya que en su conjunto contribuyen al cuidado del medio ambiente, a través de la incorporación de buenas prácticas ambientales y una producción más limpia dentro de su lugar de trabajo.

El sector turístico de alojamiento del país, constituye un eje importante en la economía nacional, se considera como uno de los principales generados de ingresos y mayor atractivo a nivel internacional. El interés de estudio en este sector industrial parte del talento humano como elemento vital para el desarrollo de impulsores de comportamiento ambiental, que logren mayor competitividad basándose en temas de responsabilidad social.

La base teórica para esta investigación hace énfasis en dos teorías, la primera es la Teoría cognitivo social, la cual analizara tres dimensiones de estudio posibles, como son: el comportamiento ambiental de los supervisores y colegas, el liderazgo transformacional y la pasión ambiental; y la segunda es la teoría del apoyo organizacional que establece el soporte ambiental organizacional como otra dimensión de estudio. La primera teoría dice que las personas adquieren nuevos comportamientos de otros individuos, con quienes mantienen relación

y la segunda teoría hace referencia al valor que percibe el trabajador sobre si su organización se preocupa por su bienestar y valora su trabajo.

1.2. Responsabilidad social empresarial

El cuidado del medio ambiente, ha sido considerado un tema relevante para las empresas y organizaciones desde hace mucho tiempo atrás y hasta la actualidad esta perspectiva ha mostrado un firme compromiso social y con el medio ambiente, convirtiéndose en un objetivo importante para las empresas. Sobre este tema, se da la primera expresión relacionada al cuidado del medio ambiente, el cual se conoció como actitudes filantrópicas, ya que en la época de la revolución industrial (1750-1850), cuando se produjo una crisis social y países como Francia, Alemania e Inglaterra, crean el movimiento cooperativo, con el objeto de conciliar la eficacia empresarial con principios sociales de democracia, autoayuda, apoyo a la comunidad y justicia distributiva, estos actos de caridad y beneficencia fueron conocidas como actitudes filantrópicas de las empresas (Vélez, 2011), que buscaban ya desarrollar acciones que estén orientadas a cuidar el medio ambiente.

A partir de esto, varios científicos empiezan a interesarse sobre la relación entre el ser humano y el medio ambiente, se puede evidenciar en los trabajos pioneros de Kurt Lewin en la década de los años cuarenta, antecedentes conceptuales de la relación entre la psicología y medio ambiente, definiendo a la psicología ambiental, como una disciplina que estudia las relaciones recíprocas, entre la conducta de las personas y el ambiente socio físico, tanto natural como construido, el trabajo de la psicología ambiental es analizar los determinantes que influyen para que una persona tenga o no comportamientos pro ambientales. Posteriormente dando lugar a una nueva propuesta más articulada con los trabajos de Barker y Wright en 1947, bajo el nombre de

psicología ecológica cuando reconocen la psicología ambiental de Lewin, al comprobar la influencia ejercida por el ambiente físico en el comportamiento de las personas (Roth, 2000).

En 1950, se empiezan a divulgar los efectos negativos que genera la contaminación ambiental, la sociedad empieza a demandar planes de acción para construir un estilo de vida sostenible, que se base en el crecimiento y equidad económica, conservación de los recursos naturales y medio ambiente (Vélez, 2011). A partir de los años sesenta, surgen varias iniciativas y espacios de discusión como: congresos, conferencias y publicaciones periódicas, sobre los problemas planteados acerca de la relación conducta-ambiente, en 1966 la revista *Journal of Social Issues* y en 1969 *Environment and Behavior*, ambas dedicadas a tratar cuestiones ambientales.

Posteriormente, durante los años setenta aparecen otras investigaciones, entre estas esta la publicación de Proshansky y colaboradores (Ittelson y Rivlin), junto con los trabajos de Altman y Rogoff, aportando con reflexiones sobre la relación hombre-medio y el creciente deterioro de la calidad ambiental y la calidad de vida en los países desarrollados. Es así que organismos internacionales se incluyen a tratar esta problemática y en el año 1972 se realiza la conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano (Conferencia de Estocolmo), donde se proclama que la protección y mejoramiento del medio ambiente humano es una cuestión fundamental que afecta al bienestar de los pueblos y al desarrollo económico mundial (ONU, 1972).

Así también, en los primeros años de la década de los ochenta se crea la revista *Journal of Environmental Psychology*, que sirve a individuos en una amplia gama de disciplinas y que tienen interés en las interrelaciones entre personas y su entorno físico, incluyendo entornos naturales y contruidos, el uso y abuso de la naturaleza, los recursos naturales y comportamientos

relacionados con la sostenibilidad (Roth, 2000). Permitiendo exponer temas sobre psicología ambiental, la cual se centra en explorar las conductas de las personas que causan el deterioro del medio ambiente o aquellas otras conductas que permiten la conservación del entorno (Aragónés & Cuervo, 2000).

Muchas investigaciones se han realizado con el propósito de entender la importancia del comportamiento humano frente al medio ambiente, centrándose en la conducta ambiental responsable de las personas, preocupándose por aspectos vinculados a la conservación del medio ambiente a través de la modificación consistente del comportamiento humano individual, actitudes, valores y creencias. Esto se puede ver evidenciado en los aportes de Cone y Hayes, (1980), el cual expone que muchos problemas ambientales tienen soluciones comportamentales a partir de actitudes ambientales (Cone & Hayes, 1980).

Así mismo, Suárez (1998), dice que las intervenciones humanas en la naturaleza pueden definirse por un problema ambiental, determinado por comportamientos positivos o negativos (Suárez, 1998), y los estudios de McKenzie-Mohr y Smith, en el cual exponen que un futuro sostenible requerirá cambios radicales en el comportamiento público, apoyándose en el marketing social para identificar y superar las barreras, para promover un comportamiento sostenible, desde el reciclaje y la eficiencia energética hasta el transporte alternativo (McKenzie-Mohr & Smith, 1999).

El tema de la responsabilidad social empresarial, en el siglo XXI ya ha adquirido un carácter voluntario por parte de las empresas, para involucrarse en este nuevo modelo de gestión a favor del desarrollo sustentable y sostenible de la sociedad. Los empresarios de última generación han consolidado una visión valorando la importancia de entornos naturales y sociales

sanos y capaces de renovarse, a fin de mejorar la calidad de vida de la sociedad en su conjunto (Vélez, 2011). Sin embargo con la generalización cada vez más del concepto de RSE, se genera también la necesidad de contar con directrices que ayuden a las empresas en sus esfuerzos de vincularse con este tema, en el año 2004 la *International Standards Organization* (ISO) asume este desafío y para el año 2009 establece la norma ISO 26000 “Una guía para la responsabilidad social de las organizaciones” cuyo fin es crear una base para tratar la Responsabilidad Social en las organizaciones del sector público y privado, y demostrar de forma transparente su compromiso con los grupos de interés.

1.3. Comportamientos pro ambientales (CPA) a favor de la RSE

Muchas veces los comportamientos pro ambientales se han centrado en describir como los individuos contribuyen al mejoramiento o agravamiento de los problemas ambientales, es así que si una organización busca ser “verde”, al mismo tiempo ayudara a sus empleados para que también lo sean. Un individuo tiene CPA cuando sus acciones están dirigidas a la protección y conservación de la naturaleza y responden de forma deliberada y efectiva a un requerimiento propio o del entorno (Martínez, Olivares-Linares, Tamayo-Salcedo, & Santos-López, 2017). La ejecución de CPA responsables, muchas veces puede estar vinculada a cuestiones de hábito o por intenciones consientes y no necesariamente, dirigida por normas morales litigantes.

La resolución de los problemas ambientales implica la modificación de actitudes de los individuos, cambio en sus comportamientos, influir socialmente y construir nuevas identidades en torno a proyectos responsables. Este cambio implica tener en cuenta aspectos importantes como las actitudes, creencias, representaciones sociales y valores de las personas (Casares Long, 2003).

La educación desempeña un papel importante para el logro de CPA. Esta tarea ha implicado dos aspectos importantes, que son.

“Por una parte fomentar el desarrollo de una mayor sensibilización con el medio ambiente, tanto natural como construido, lo que quiere decir llegar a ser crítico con las actitudes ambientales de uno y saber planificar cambios en la propia conducta. Por otra parte, implica también el desarrollo de actitudes de interés por los problemas ambientales, como fomentar en el ciudadano el deseo de participar en iniciativas tendentes a proteger o mejorar el medio ambiente o a participar en procesos de toma de decisiones o de opinión pública sobre problemas ambientales” (Casares Long, 2003, pág. 434)

La influencia e importancia del capital humano dentro de las organizaciones y el papel que desempeña el empleado en la misma, es fundamental para el éxito de la organización, logros que se alcanzaran a través de comportamientos pro ambientales en la cotidianidad laboral del trabajador.

1.4. Responsabilidad social en el sector turístico

El turismo es centra en los programas de RSE, porque es probado que esta actividad produce efectos positivos y negativos en el entorno (Whitfield & Dioko, 2012). La RSE y el desarrollo sostenible constituyen un reto importante para el sector turístico, la integración de estos dos conceptos defienden la idea de que las instituciones turísticas deben actuar con responsabilidad, para lograr un desarrollo turístico sostenible, tanto así, que permita proteger el patrimonio social, económico y medioambiental del mundo, teniendo en cuenta las repercusiones actuales y futuras, para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas (Martínez J. , 2012).

El sector turístico es reconocido a nivel mundial como una de las principales actividades que desarrollan los países y como un motor dinámico del desarrollo económico, pues es una

importante fuente de ingresos, por su gran participación en el mundo, este sector se regula a través de un órgano internacional, que es la Organización Mundial del Turismo (OMT).

La Organización Mundial del Turismo (OMT) es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos. La OMT como principal organización internacional en el ámbito turístico, aboga por un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental, y ofrecen liderazgo y apoyo al sector para expandir por el mundo sus conocimientos y políticas turísticas. (UNWTO, 2018)

En este contexto se establecen algunas prioridades, de acuerdo a la misma fuente (UNWTO, 2018):

- Integrar sistemáticamente el turismo en la agenda global
- Mejorar la competitividad turística
- Promover el desarrollo sostenible del turismo
- Impulsar la contribución del turismo a la reducción de la pobreza y al desarrollo
- Fomentar el conocimiento, la enseñanza y la capacitación
- Forjar asociaciones

La OMT (2018), también supervisa el cumplimiento del Código Ético Mundial para el Turismo, asegurando y maximizando la contribución socioeconómica, minimización de impactos negativos y el aumento del turismo, que alcancen objetivos de desarrollo sostenible (ODS). El código ético mundial para el turismo fue aprobado en el año de 1999 por la Asamblea General de la OMT y reconocido dos años después por las Naciones Unidas, en el código se establecen diez principios básicos los cuales cubren ampliamente los componentes: económico, social, cultural y ambiental de los viajes y el turismo (ver Tabla 2).

Tabla 2
Principios del código ético mundial para el turismo

Código Ético Mundial para el Turismo	
Artículo 1:	Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuos entre hombres y sociedades
Artículo 2:	El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo
Artículo 3:	El turismo, factor de desarrollo sostenible
Artículo 4:	El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad
Artículo 5:	El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino
Artículo 6:	Obligaciones de los agentes del desarrollo turístico
Artículo 7:	Derecho al turismo
Artículo 8:	Libertad de desplazamiento turístico
Artículo 9:	Derechos de los trabajadores y de los empresarios del sector turístico
Artículo 10:	Aplicación de los principios del Código Ético Mundial para el Turismo

Fuente: Código Ético Mundial para el Turismo

Cada artículo mencionado en este código se dirige a una amplia gama de interesados, como gobiernos, empresas turísticas, comunidades y turista, cuyo propósito de maximizar la responsabilidad ambiental y minimizar aspectos negativos que perjudiquen al medio ambiente y al entorno sociocultural de todos los países del mundo.

De igual manera, para lograr actividades empresariales responsables, se crea la ISO 26000, es la norma de Responsabilidad Social, que aporta una guía práctica para implementar un sistema de gestión ambiental en las empresas, donde se logren actividades de turismo responsable que reflejen el compromiso de las empresas turísticas con su entorno. El cumplimiento de esta norma contribuye al desarrollo sostenible, cumplimiento de expectativas de las partes interesadas y el cumplimiento de la leyes y normas (ISOTools, 2013).

La RSE además de ser vista por muchos empresarios como el simple cumplimiento de leyes y normas, es considerada oportunidad de crecimiento, pues “...el turismo basado en criterios de responsabilidad social puede contribuir a crear riqueza, generar beneficios a las empresas y a las poblaciones de los destinos” (Gomis, y otros, 2009, pág. 13). Asimismo, la RSE contribuye significativamente al aumento de la actividad turística de los países, pues si se crea un turismo responsable este se hará más atractivo a la vista del visitante nacional y/o extranjero, creando una imagen de responsabilidad y conservándose como potencial económico.

La relevancia del sector turístico como la principal fuente de ingresos y actividad de los países supera las expectativas, las previsiones del Barómetro Mundial del Turismo de la OMT había pronosticado un alza entre el 4% y 5%, ahora según la UNWTO (2018) la llegada de turistas internacionales aumento en un 6% en enero-abril de 2018, en comparación con el mismo periodo del año anterior (ver Figura 2), crecimiento liderado por Asia y el Pacifico (+8%) y Europa (+7%), mientras que África (+6%), Medio Oriente (+4%) y las Américas (+3%). El turismo internacional refleja un alza significativa en todo el mundo, implantando la creación de nuevos empleos en muchas economías, guiadas necesariamente con la capacidad de desarrollar y gestionar el turismo (UNWTO, 2018), de manera que se logre la satisfacción del turista y se cree una imagen de responsabilidad social.

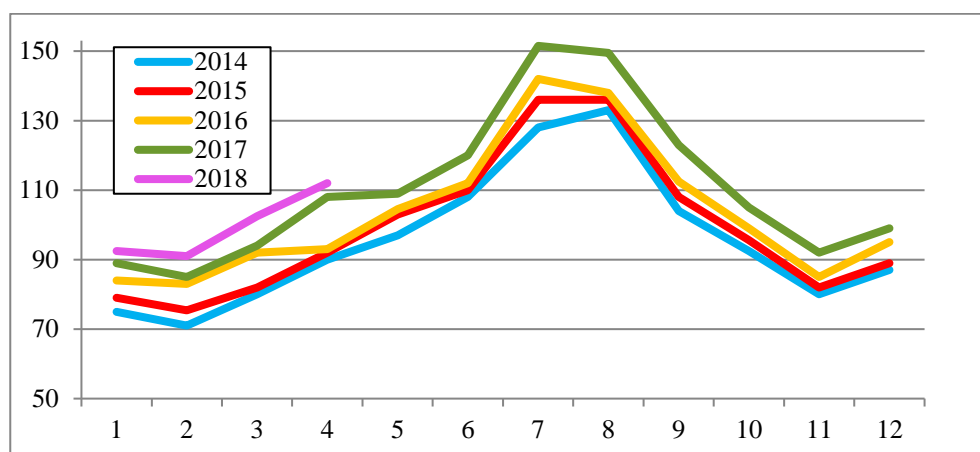


Figura 2. Evolución mensual mundial de llegadas internacionales (Millones)
Fuente: UNWTO, 2018

Según el portal estadístico, Statista (2018), el consumo turístico interior (ingresos generados dentro de un país por los sectores directamente relacionados con los visitantes, independientemente de su origen) en el mundo entre 2012 y 2017, ha ido incrementando hasta los 5.464,8 (miles de millones de dólares estadounidenses), una estimación de 5.684,9 para el 2018 y una previsión para el 2028 de 8.362,8 (Ver Figura 3) (Statista, 2018).

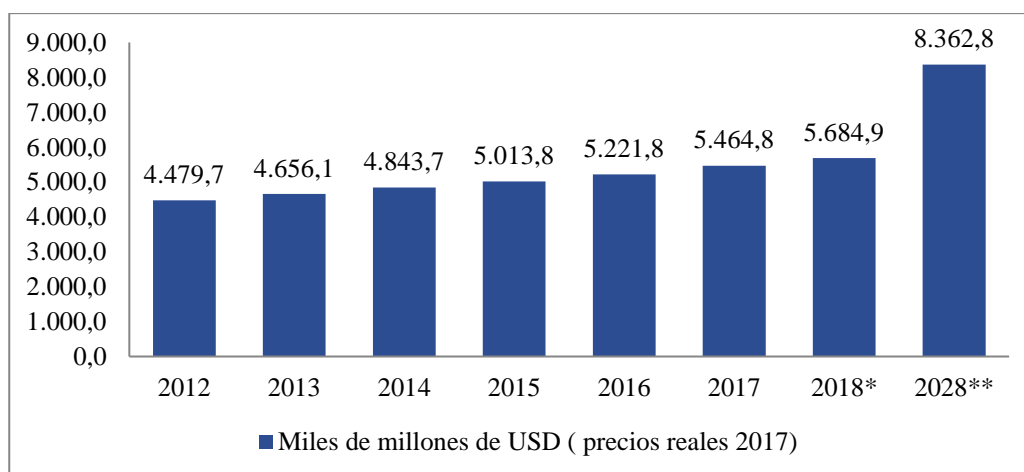


Figura 3. Consumo turístico interior anual entre 2012-2018
Fuente: Statista, 2018

Asimismo, el impacto económico global de viajes y turismo, muestra que este sector es responsable del 10,4% del PIB mundial y 313 millones de empleos, es decir el 9,9% del empleo

total en el año 2017, este mismo año fue de mayor crecimiento, el PIB directo de este sector creció en 4,6%, superando a todos los principales sectores económicos del mundo, como el sector de manufactura (ver Figura 4). En los últimos 10 años, uno de cada cinco trabajos creados en el mundo pertenece a este sector y cerca de 100 millones de nuevos trabajos podrían crearse a lo largo de la próxima década. El impacto de este sector incluye a viajes por placer y negocios, el 77% de gastos en viajes fue resultado de viajes por placer y el 23% resultado de viajes por negocios (WTTC, 2018).

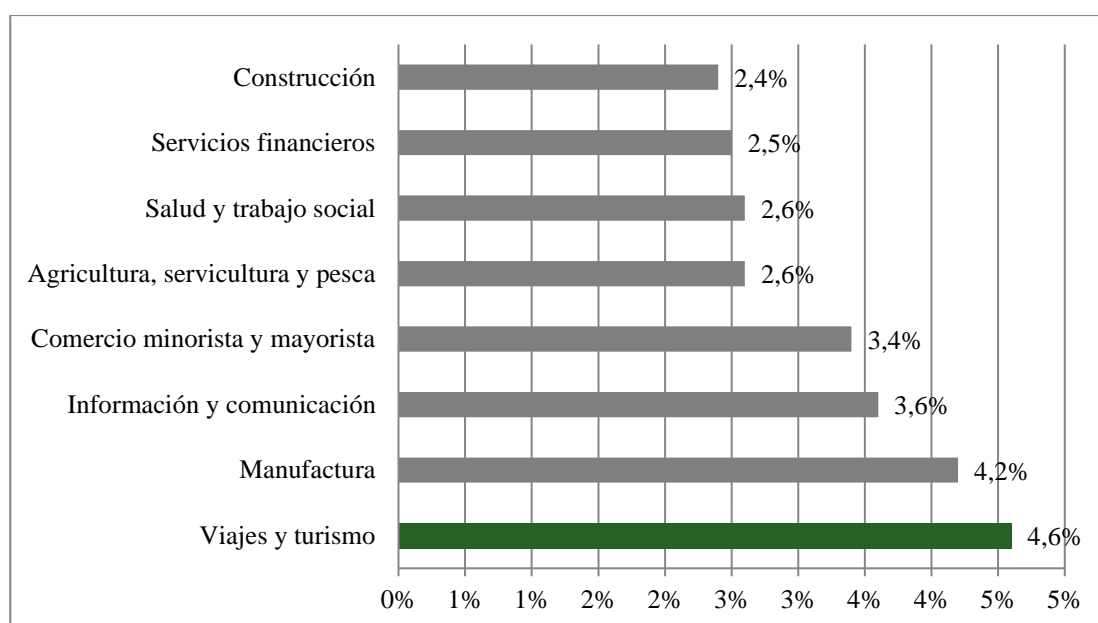


Figura 4. Crecimiento del PIB del sector industrial 2017

Fuente: WTTC, 2018

En este contexto, se puede observar que América es la segunda región que presentó mayor contribución en cuanto a USD y empleo, siendo su contribución de 2,2 billones de dólares, una contribución total al PIB de 1,7% y una contribución al empleo de 42 millones (ver Tabla 3). Sin embargo, según el informe sobre Impacto económico y asuntos globales del WTTC (2018), Norteamérica presentó un escenario débil de -2,3% en el 2017, en cuanto a turismo de entrada a los Estados Unidos. América Latina también experimentó un declive de -1,4% en el mismo año

en Brasil, pero hubo un rendimiento significativo en países como: Nicaragua (21,2%), Uruguay (11,6%), Ecuador (7,3%), Costa Rica (7,2%) y Paraguay (7,2) (WTTC, 2018).

Tabla 3

Contribución del sector de viajes y turismo a las economías regionales, 2017

Región	Contribución	Contribución total al PIB	Contribución al empleo
Américas	US\$2.2 Billones	1,7%	42 millones
Europa	US\$2.1 Billones	3,9%	37 millones
Asia pacífico	US\$2.7 Billones	5,4%	177 millones
África y Oriente Medio	US\$402 Mil millones	5,5%	28 millones

Fuente: Elaboración propia adaptado desde WTTC, Impacto económico y asuntos globales, 2018

En este contexto, se puede observar que América es la segunda región que presento mayor contribución en cuanto a USD y empleo, siendo su contribución de 2,2 billones de dólares, una contribución total al PIB de 1,7% y una contribución al empleo de 42 millones (ver tabla 3). Sin embargo, según el informe sobre Impacto económico y asuntos globales del WTTC (2018), Norteamérica presento un escenario débil de -2,3% en el 2017, en cuanto a turismo de entrada a los Estados Unidos. América Latina también experimento un declive de -1,4% en el mismo año en Brasil, pero hubo un rendimiento significativo en países como: Nicaragua (21,2%), Uruguay (11,6%), Ecuador (7,3%), Costa Rica (7,2%) y Paraguay (7,2) (WTTC, 2018).

Por otra parte, Ecuador se muestra como destino turístico preferente en el mundo, la participación del país en la Feria Internacional de Turismo (FITUR) 2018, y la ponencia del ministro de Turismo, Enrique Ponce de León, en la XXI Conferencia Iberoamericana de ministros y empresarios de turismo, menciono que Ecuador colocó al turismo como una política de estado, buscando que esta actividad sea la primera generadora de ingresos no petroleros del

país y resaltó la apertura del país al mundo, con la declaratoria de “Cielos abiertos” (MINTUR, Ecuador capturó las miradas del mundo en FITUR 2018, 2018) .

Por el potencial natural y cultural que tiene el Ecuador, es atractivo para turistas de distintos países. Los principales mercados de turistas extranjeros que llegaron a Ecuador, en su mayoría son países de América (ver tabla 4), estos mercados concentran el 85,2% del total de turistas internacionales que visitaron el país, durante el año 2017. También, sírvase ver los principales mercados de turistas extranjeros, año 2018 (ver tabla 5). Por el valor que tiene el sector turístico como la tercera fuente más importante de ingresos no petroleros, después del camarón y el banano, contribuye significativamente a la economía local por el ingreso de divisas generados de los mercados ya mencionados (MINTUR, 2017).

Tabla 4
Llegadas por principales mercados 2017

	Miles de llegadas	Participación en llegadas	Variación anual de llegadas	Millones de USD generados
Colombia	330,7	20,6%	3,7%	210,2
Venezuela	288,0	17,9%	180,6%	118,3
Estados Unidos	244,6	15,2%	-8,4%	399,1
Perú	139,1	8,6%	-5,7%	81,7
España	58,7	3,7%	-6,8%	96,4
Argentina	44,7	2,8%	0,3%	52,7
Chile	44,5	2,8%	8,8%	31,0
Alemania	33,4	2,1%	8,3%	38,2
China	30,1	1,9%	33,4%	28,7
Canadá	28,3	1,8%	-5,2%	27,9
México	27,5	1,7%	2,3%	17,0
Reino Unido	25,6	1,6%	-11,4%	30,9
Francia	25,4	1,6%	10,0%	37,4
Cuba	24,9	1,5%	-4,4%	15,8
Brasil	21,9	1,4%	14,6%	25,6

Fuente: Perfil de Turismo Internacional MINTUR, 2017

Tabla 5
Llegada por principales Mercados 2018

	Miles de llegadas	Participación de llegadas
Venezuela	710,3	47%
Estados Unidos	261,2	17%
Colombia	241,9	16%
Perú	108,7	7%
Chile	35,6	2%
Argentina	32,3	2%
Canadá	25,0	2%
México	22,1	1%
Brasil	16,4	1%
Cuba	16,1	1%
Panamá	13,4	1%
Costa rica	6,3	0%
Bolivia	4,7	0%
Uruguay	4,3	0%
El salvador	3,7	0%

Fuente: Turismo en Cifras MINTUR, 2018

Ahora bien, por las millones de llegadas de turistas al año, se estimó que el gasto promedio por cada turista extranjero es de USD 1.215.80, dinero que queda en el país especialmente por servicios turístico que fue su motivo de viaje (Ecuadorinmediato, 2018). Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, la entrada de extranjeros al país en el 2017, corresponden al (76,93%) por motivo de viaje turismo, seguido por el (9,32%) que corresponde a viaje residencia, (5,36%) otros motivos, (5,09%) eventos, (3,13%) negocios y (0,18%) por estudios (INEC, 2018). Estos datos reflejan el potencial de este sector para el crecimiento económico.

De acuerdo a la Coordinación General de Estadística e Investigación del MINTUR, en el 2017 se registraron 1,617,914 llegadas internacionales al país, lo que representa un crecimiento del 14% en relación al 2016, y que en dólares significa \$1,204.5 millones, que equivale a un crecimiento del 12% en relación al año 2016 (Turístico, 2018).

En el periodo de Enero-Septiembre del 2018, se evidencia un crecimiento periódico en cuanto a llegadas internacionales, respecto al año anterior (ver gráfico 5). En un acumulado, Ecuador registró 1,807.775 de llegadas internacionales en el 2018, lo que equivale a un crecimiento del 55,6% respecto al mismo periodo del año anterior (MINTUR, 2018). Por concepto de turismo, en el primer trimestre del presente año, al país ingresaron USD 584,0 millones y una contribución al empleo de 491.698 empleados (incluye alojamiento y servicio de comida). En este mismo periodo, el Banco Central del Ecuador anuncio que la afluencia de extranjeros provoco un aumento en la cuenta “Viajes”, de USD 184,3 millones, dado al aumento de 46,8% de llegadas (BCE, 2018).

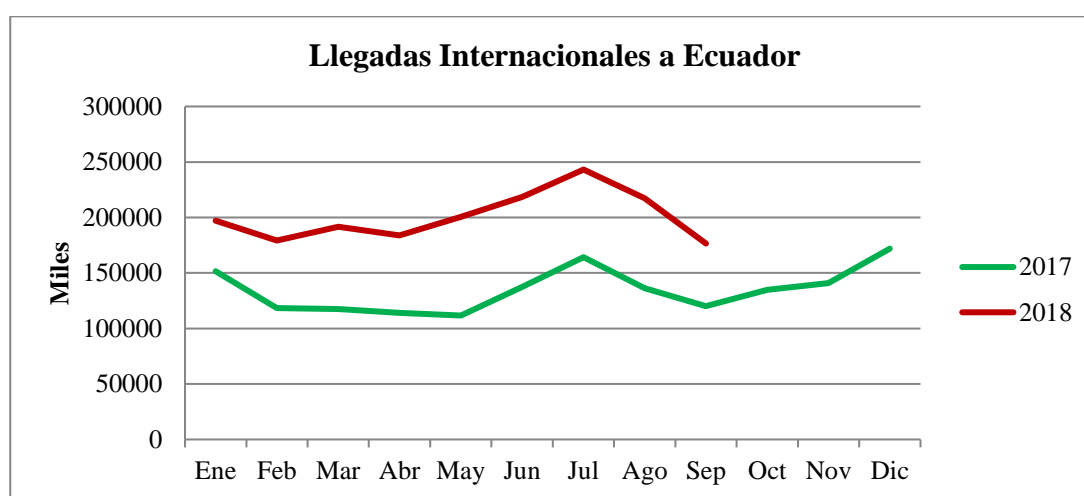


Figura 5. Llegadas internacionales a Ecuador 2017-2018
Fuente: Elaboración propia adaptado desde Turismo en Cifras, MINTUR 2018

El ingreso de divisas y generación de empleos, están distribuidas y corresponden a las actividades que engloba el sector turístico, según el Concejo Metropolitano de Quito (2012) las actividades turísticas se consideran las siguientes:

- a) Alojamiento
- b) Servicio de alimentos y bebidas

- c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo
- d) Operación
- e) Intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos, congresos y convenciones
- f) Hipódromos y paquetes de atracción estables

Según datos del consolidado nacional del MINTUR (2018), Ecuador posee 25.088 establecimientos turísticos que corresponden a todas las actividades del sector turístico, la actividad predominante es Alimentos y Bebidas con el 68,8% con 17.263 establecimientos, luego Alojamiento con 3.797 establecimientos que representa el 15,1% (incluye Galápagos) y el restante se distribuye en casinos, salas de juegos, hipódromos, operaciones e intermediación, recreación, diversión, esparcimiento y transporte turístico (ver tabla 6).

Tabla 6
Establecimientos turísticos totales por actividad, 2018

Actividad Turística	Total	Participación
Alimentos y bebidas	17.263	68,8%
Alojamiento	3.484	13,9%
Alojamiento (Galápagos)	313	1,2%
Casinos, salas de juegos e hipódromos	1	0,0%
Operación e Intermediación	2.000	8,0%
Recreación, diversión, esparcimiento	1.440	5,7%
Transporte turístico	587	2,3%
Total general	25.088	

Fuente: Consolidado Nacional, MINTUR 2018

Así mismo, en el consolidado nacional se observa que el 24,25% de los establecimientos, se concentra en la provincia de Pichincha con 6.085 establecimientos, seguido por Guayas con 5.674 establecimientos, es decir el 22,62%, posteriormente con más número de establecimientos

turísticos están las provincias de: Azuay, Tungurahua, Manabí, Santa Elena y demás (ver figura 6), siendo Carchi la provincia con solamente 72 establecimientos turísticos.

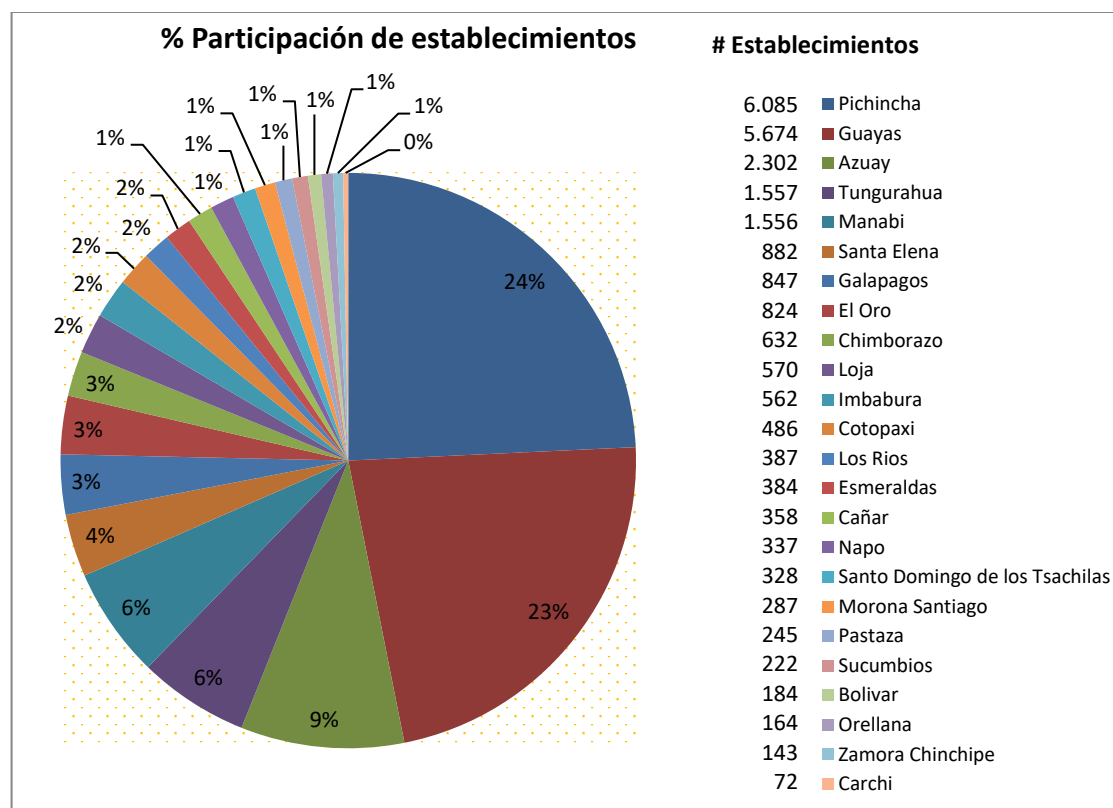


Figura 6: Número de establecimientos y % de participación por provincias, 2018

Fuente: Elaboración propia adaptado del Consolidado Nacional, MINTUR 2018

Como ya se mencionó, el sector turístico por su gran participación en el mercado Ecuatoriano es un sector clave para el desarrollo, y organismos nacionales ponen mayores esfuerzos en él. El MINTUR con el “Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador” (PLANDETUR 2020) a través de sus programas y proyectos, busca alcanzar los objetivos estratégicos (ver Tabla 7), generando un modelo de responsabilidad social corporativa en turismo que fortalezca las buenas prácticas y logre un turismo sostenible.

Tabla 7
Objetivos estratégicos del plan de turismo

Objetivos Estratégicos	
Objetivo 1	Consolidar al turismo sostenible como uno de los ejes dinamizadores de la economía ecuatoriana, que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística, aprovechando sus ventajas competitivas y elementos de unicidad del país.
Objetivo 2	Coordinar los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus destinos turísticos y bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada.
Objetivo 3	Desarrollar un sistema moderno de gobernanza del turismo, que tenga un esquema jurídico claro, un sistema de información eficiente y un marco institucional fortalecido que facilite el ejercicio de las actividades turísticas, impulse el proceso de descentralización en implementación, con procesos eficientes que contribuyan a la sostenibilidad, competitividad y seguridad del sector turístico del Ecuador.
Objetivo 4	Generar una oferta turística sostenible y competitiva potenciando los recursos humanos, naturales y culturales, junto con la innovación tecnológica aplicada a los componentes de infraestructuras, equipamientos, facilidades y servicios, para garantizar una experiencia turística integral de los visitantes nacionales e internacionales.
Objetivo 5	Incentivar el volumen del turismo interno dentro de las posibilidades socio-económicas del mercado, su evolución en el tiempo y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como derecho.
Objetivo 6	Convertir al turismo sostenible en una prioridad de la política de Estado y de la planificación nacional para potenciar el desarrollo integral (manejo racional de recursos naturales, culturales, sociales, económicos, tecnológicos, políticos) y la racionalización de la inversión pública, privada y comunitaria.
Objetivo 7	Atraer una demanda turística internacional selectiva, consiente de la sostenibilidad y con mayor disposición al gasto turístico por su estancia, así como una demanda turística nacional, amplia y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como un derecho.
Objetivo 8	Posicionar al país como un destino turístico sostenible líder que contribuye al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio con elevada responsabilidad social corporativa y efectiva gestión socio-cultural y ambiental.

A nivel de Provincial, la Empresa Publica Metropolitana Quito Turismo (EPMQT), trabaja a favor del sector turístico de Quito y promueve la RSE, “...impulsa procesos de asistencia técnica, capacitación, formación de auditores internos e implementación de buenas prácticas de turismo sostenible en los establecimientos participantes” (Turismo, 2018). El municipio a través de la EPMQT otorga el distintivo “Q”, que es un reconocimiento a los establecimientos turísticos que adoptan sistemas de gestión de turismo sostenible y calidad, que cumplan con los parámetros ambientales, sociales, empresariales y de calidad. Mejorando los servicios y productos comerciales de las empresas, creando una imagen de destino turístico sostenible y fomentando el crecimiento de la demanda turística del establecimiento y de la ciudad (Turismo, 2018).

De igual forma, esta empresa formuló un Plan Estratégico de desarrollo de turismo Sostenible al 2021, donde se plantea como objetivos estratégicos: 1) el incremento el aporte del turismo al PIB de la ciudad del 2,17% en el 2016 al 8% en 2021 y 2) posicionar a Quito como un destino turístico único y atractivo a nivel mundial, mostrando las bondades y atractivos que tiene la ciudad.

1.5. Responsabilidad social en el sector turístico de alojamiento

El alojamiento es uno de los sectores claves en el sector turístico, además de ser un importante motor de crecimiento económico, también ocasiona impactos negativos ambientales y sociales (Mariño, Hernández, Campón, & Folgado, 2016). Esto expone la importancia de concientizar y educar a los responsables del sector turístico de alojamiento en materia de RSE, haciendo ver esto como fuente de beneficios económicos para la empresa (Paredes, Martínez, Machado, & Manosalvas, 2017).

En Ecuador, según el MINTUR la mayor demanda y oferta turística tienen las empresas de alimentos y bebidas, seguido por las empresas de alojamientos. Para Pérez, Guerrero, Gonzales, Pérez, y Caballero, (2014), los mejores destinos del sector turístico son las empresas de alojamiento, pues en ellas se albergan gran cantidad de turistas alrededor del mundo. Por esta razón, debe ser más cauteloso tratar temas de RSE y turismo sostenible en las empresas de alojamiento. Para las cuales se establecen estándares que precautelen la integridad del entorno donde se desenvuelven y vayan en la línea del desarrollo sostenible (Lalangui, Espinoza, & Pérez, 2017).

Los operadores turísticos de alojamiento, aportan significativamente a crear una industria turística responsable por la relación directa entre proveedores del servicio y los clientes, y la influencia que se crea para que los establecimientos de alojamiento adopten prácticas ambientalmente sostenibles. Baquero (2017), habla del potencial que tiene este sector en cuanto a la minimización de efectos adversos y la contribución a un planeta más sostenible, por el gran uso de recursos en su actividad y el uso responsable que estos le pueden dar.

Mediante registro oficial No. 465, del 24 de marzo de 2015, el ministerio de turismo del Ecuador expidió el Reglamento de Alojamiento Turístico, que tiene como objetivo regular la actividad turística de alojamiento, en el capítulo III de este reglamento se encuentra la clasificación y categorías de los establecimientos turísticos de alojamiento, presentados a continuación (ver Tabla 8):

Tabla 8

Clasificación y categorización de los establecimientos de alojamiento turístico

Clasificación del establecimiento de alojamiento turístico	Categoría asignada
Hotel H	2 estrellas a 5 estrellas

CONTINÚA 

Hostal HS	1 estrella a 3 estrellas
Hostería HT - Hacienda turística HA	3 estrellas a 5 estrellas
Lodge L	
Resort RS	4 estrellas a 5 estrellas
Refugio RF	Categoría única
Campamento turístico CT	Categoría única
Casa de huéspedes CH	Categoría única

Fuente: Reglamento de Alojamiento Turístico, 2016

El sector turístico de alojamiento de Ecuador se constituye de 3.797 establecimientos (incluye Galápagos), entre: campamentos turísticos, casa de huéspedes, hacienda turística, hostales, hosterías, hoteles, Lodge, refugio y Resort. El 56,3% de establecimientos corresponden a hostales, el 24,7% hoteles, seguido por hosterías y demás (ver Tabla 9). Gran porcentaje de estos establecimientos están en la provincia de Pichincha.

Tabla 9

Establecimientos de alojamiento Nacional, incluye Galápagos

Actividad	Clasificación	Total Est.	Participación
Alojamiento	Campamento turístico	19	0,5%
	Casa de Huéspedes	72	2,1%
	Hacienda turística	6	0,2%
	Hostal	1.962	56,3%
	Hostería	533	15,3%
	Hotel	860	24,7%
	Lodge	11	0,3%
	Refugio	19	0,5%
	Resort	2	0,1%
Total Alojamiento		3.484	
Alojamiento (Galápagos)	Campamento turístico	2	0,6%
	Casa de Huéspedes	74	23,6%
	Hostal	172	55,0%
	hotel	53	16,9%
	Lodge	12	3,8%
Total Alojamiento (Galápagos)		313	

Fuente: Consolidado Nacional, MINTUR 2018

Solo en el Distrito Metropolitano de Quito hasta Octubre del año 2018 existen 1.561 establecimientos de alojamiento, esto evidentemente significa que gran porcentaje de los establecimientos de alojamiento turístico están concentrados en la ciudad y en su mayoría corresponden a hostales, que representan el 64,9% del total, seguido por hoteles con una representación del 14% (ver tabla 10) (Quito Turismo, 2018), estos son considerados como principales lugares para alojamiento de los turistas.

Tabla 10
Establecimientos de Alojamiento en el DMQ, 2018

Actividad	Clasificación	Total Establecimientos
Alojamiento	Campamento turístico	4
	Casa de Huéspedes	42
	Hacienda turística	14
	Hostal	1.013
	Hostería	58
	Hotel	218
	Hotel apartamento	1
	Lodge	10
	Refugio	2
	Resort	0
	Albergue	3
	Apartamento turístico	4
	Cabaña	3
	Motel	54
	Pensión	135
Total Alojamiento DMQ		1561

Fuente: Catastro alojamiento DMQ, 2018

En Ecuador, la provincia con mayor visitas extranjeras es Pichincha con el 72,3% y el 75,1% de los turistas extranjeros prefieren alojarse en establecimientos hoteleros (MINTUR, 2017), esto refleja la importancia de implementar prácticas de gestión ambiental en este sector específico. Se conoce también que la aplicación de la RSE en el sector turístico hotelero es

reciente y se implementa mayormente en cadenas de hoteles de gran tamaño, efectuándose también en las Pymes de este sector, la gestión ambiental en el sector hotelero contribuye a impulsar procesos de sostenibilidad y competitividad de los destinos turísticos (Flores, Bino, & Barroso, 2016).

Las empresas hoteleras ya han empezado a orientar sus estrategias de negocio hacia la gestión ética, social y medioambiental, a instancias de los organismos internacionales como la Organización Mundial del Turismo. Esta nueva orientación, en algunos casos, ha sido considerada como parte de una estrategia de marketing encaminada a mejorar su reputación corporativa. No podemos olvidar los efectos adversos que ha tenido el turismo sobre el medio ambiente, sobre el patrimonio cultural o sobre las tradiciones de las sociedades en las que opera. Sin embargo, los resultados muestran que la integración de las políticas de Responsabilidad Social en los hoteles está siendo beneficiosa tanto para optimizar sus procesos de gestión como para conseguir una ventaja competitiva que contribuya a la creación de valor, con el resultado de unos mejores resultados financieros (Baquero, 2017).

Cada vez son más las empresas que asumen a la gestión ambiental en sus operaciones, buscando demostrar a la sociedad su preocupación por esta problemática, esto les resulta muy beneficioso ya que es evidente el ahorro en los costos de operación, mejora de la imagen empresarial y aumento en la competitividad, porque la empresa no genera un riesgo para el medio ambiente y mejora las relaciones con dependencias públicas reguladoras del ambiente. Para lograr una buena gestión ambiental en la empresa, se tiene que crear un proceso de aprendizaje en el recurso humano, para lograr que sus acciones en el lugar de trabajo sean a favor del medio ambiente, para protección y conservación del mismo.

Asimismo, el asumir un turismo responsable, que incorpore sistemas de gestión, que garanticen el cuidado ambiental, social y cultural y que contribuya a concientizar y educar a: empleados, proveedores, clientes y demás stakeholders, destacan el compromiso de la empresa para generar comportamientos pro ambientales en todos los grupos de interés, principalmente

empleados. El apoyo que la empresa brinde a sus empleados en temas relacionados al cuidado ambiental y como él lo perciba, contribuirá en el desarrollo exitoso de prácticas medioambientales y cuidado de los recursos de la empresa y de la sociedad. En los siguientes puntos se abordan temas relacionados comportamiento ambiental del empleado en su lugar de trabajo, como conseguirlo y los beneficios que trae a las empresas.

1.6. Teoría Cognitivo Social

La teoría cognitivo social, analizara tres dimensiones de estudio posibles, como son: el comportamiento ambiental de los supervisores y colegas, el liderazgo transformacional del supervisor y la pasión ambiental armoniosa y el impacto que generan en el comportamiento ambiental de los empleados. Esta teoría parte de la idea de que en el lugar de trabajo, los empleados pueden adoptar culturas, valores y acciones de las demás personas con las cuales convive diariamente y forman parte de su cotidianidad laboral, y que los comportamientos ambientales que adoptan los empleados en el lugar de trabajo, son percibidos del comportamiento ambiental de los supervisores y colegas con quienes mantiene relación.

La teoría cognitivo social, también establece que los individuos aprenden observando el comportamiento de los demás, lo que les conduce a la iniciación e imitación de estos patrones de comportamiento (Bandura, 1986). En el tema de investigación planteado por Saifulina y Carballo-Penela (2016), esta teoría explica que los empleados podían adoptar conductas y valores de manera voluntaria o involuntaria de sus demás compañeros, todo esto durante la convivencia diaria en jornadas laborales.

Así mismo, Bandura (1999) indica que las personas son en parte el producto de su entorno, al seleccionar sus ambientes, pueden tener una mano en lo que se vuelven. Por lo tanto, las buenas conductas ambientales de los supervisores y demás compañeros, pueden jugar un papel clave en la formación de conductas pro ambiental de los empleados, e influir sobre ellos, actividades y ambientes necesarios para desarrollar un desempeño ambiental prospero de la empresa. Aprender de la observación también se podría utilizar para transmitir una cultura organizacional responsable sobre los empleados a través del poder e influencia que tienen los gerentes profesionales sobre ellos (Schein, 1983).

Se conoce también que gran parte del aprendizaje humano se produce de forma deliberada o inadvertida al observar la realidad del comportamiento de los demás (Bandura, 1999). Por tal razón fomentar el compromiso organizacional con el medio ambiente, el liderazgo transformacional y la motivación autónoma que generen los supervisores dentro de la organización, son fundamentales para influir sobre los comportamientos pro ambientales de los empleados (Graves, Sarkis, & Zhu, 2011), puesto que el ser humano, como menciona esta teoría, aprende de forma involuntaria nuevos comportamientos que no han sido parte de él.

1.7. Teoría del Apoyo Organizacional

En la teoría del apoyo organizacional, se establece el soporte ambiental organizacional como una dimensión de estudio, esta teoría observa que para los empleados la organización es una fuente importante de recursos socioemocionales, además de ser una fuente de beneficios tangibles. De acuerdo a esta teoría, el apoyo organizacional percibido, se refiere a la creencia de los empleados en el grado en que la organización valora sus contribuciones por el que hacer organizacional y se preocupa de su bienestar en su lugar de trabajo, de igual manera, el apoyo

organizacional percibido aumenta el compromiso y alienta el mantenimiento de patrones de comportamiento positivos recompensados y/o reconocidos por la organización.

La teoría del apoyo organizacional, también sostiene que para satisfacer las mencionadas necesidades socioeconómicas y para evaluar los beneficios del aumento del esfuerzo laboral por parte de los trabajadores, los empleados forman una percepción general sobre el apoyo organizacional. Este apoyo organizacional percibido puede aumentar el sentimiento de obligación de los trabajadores hacia el cumplimiento de su rol, en el logro de las metas organizacionales, su compromiso afectivo hacia la organización y su expectativa de si tiene un mejor desempeño este será recompensado (Eisenberger, Cummings, Armeli, & Lynch, 1997). El apoyo por parte de los altos directivos tiene influencia positiva sobre la participación voluntaria de los empleados en programas de desarrollo personal, pues, mientras mayor sea la percepción de apoyo organizacional, se sentirán más obligados a velar por el bienestar y los buenos resultados empresariales. Los empleados responderán recíprocamente e incluso los llevaría a ocupar parte de su tiempo libre en actividades de desarrollo relacionadas con su trabajo (Román, Krikorian, Ruiz, & Betancur, 2016).

1.8. Comportamiento ambiental en el contexto del empleado

La preocupación sobre esta problemática crece cada vez, pero ahora los científicos también se empiezan a preocupar por la participación de los empleados en las empresas, en temas relacionados al cuidado ambiental y comportamientos pro ambientales de los mismos, uno de estos estudios "...reveló evidencia de que las estrategias organizacionales de base interna y socialmente impulsadas, como la participación de los empleados, pueden tener un impacto dramático en la reducción de la contaminación." (Ruiz-Quintanilla, Bunge, Freeman-Gallant, &

Cohen-Rosenthal, 1996, pág. 137). Un talento humano mejor educado, sano y motivado asegura la continuidad de la producción, la sostenibilidad organizacional y el éxito de la empresa moderna, de igual manera la adopción de comportamientos pro ambientales traerá a la empresa grandes beneficios como un entorno social favorable, una imagen empresarial positiva, lealtad de los clientes y sin duda alguna orgullo para los empleados (Vélez, 2011).

La gestión de recursos humanos verdes, influyen en la motivación de los empleados para involucrarse en actividades ambientales que contribuyen a la ecologización de la organización (Renwick, Redman, & Maguire, 2013). El desarrollo de una cultura organizacional verde necesita del comportamiento ambiental respetuoso de los empleados en el lugar de trabajo, este comportamiento describe una variedad de acciones voluntarias o prescritas con el objetivo de cuidar el medio ambiente o mejorar el desempeño ambiental organizacional (Saifulina y Carballo-Penela, 2016). La gestión bajo estándares ambientales tiene implicaciones en todos los grupos de interés de la organización, principalmente en los empleados. Se generan acciones que antes no eran habituales en el comportamiento del empleado en su desarrollo laboral, como: gestión de residuos o ahorro de energía, que pueden estar influenciadas o no por las normas ambientales adoptadas en la organización, en este caso la empresa asume un rol social relevante en la educación y formación ambiental de sus trabajadores (Bolzan de Campos & Enric, 2009).

La educación ambiental en las empresas juegan un papel clave porque orienta a todos los trabajadores, desde los niveles ejecutivos hasta los niveles más bajos, a ser personas preocupadas por el impacto que provoca su comportamiento en el ambiente, los impulsa a desarrollar conocimientos y comportamientos pro ambientales más éticas que contribuyen al cuidado del medio ambiente, a través de la incorporación de buenas prácticas ambientales y una producción

más limpia dentro de su lugar de trabajo, también se les enseña sobre el uso inteligente de los recursos naturales , seguridad en las operaciones y el buen manejo de los residuos.

La integración de los grupos de interés está ampliamente relacionada con el desarrollo de las prácticas de protección ambiental en la empresa. La principal conexión se deriva de la presión que ejercen de los grupos de interés primarios tales como: accionistas, empleados, clientes, proveedores y poderes públicos, sobre la empresa en relación a las demandas de mejora en el comportamiento ambiental organizacional. También existe presión medioambiental por parte de grupos de interés secundarios como: asociaciones ecologistas, medios de comunicación, ONGs, a través de factores legales. La gestión de estos grupos de interés pretende de esta forma, la consecución de los objetivos empresariales y la adopción de una posición responsable por parte de las empresas. Implicar a los grupos de interés en los procesos de dirección de empresas se ha convertido en un proceso crítico que minimiza los inconvenientes y enfatiza las ventajas de las perspectivas estratégicas de la RSE (Plaza, Burgos, & Belmonte, 2011).

Los cambios negativos ambientales principalmente están asociados al funcionamiento de las áreas turísticas, pues para posibilitar sus actividades hacen uso de los recursos naturales, creando preocupación global, donde la sociedad empieza a demandar el buen uso y cuidado de los recursos. Por las exigencias de la sociedad las empresas adoptan prácticas de gestión ambiental, lo cual genera cambios culturales y nuevos estilos de vida en todos sus actores, dando paso a comportamientos ambientales.

En el sector turístico hotelero de Ecuador, cada vez son más las empresas que asumen a la gestión ambiental en sus operaciones, buscando demostrar a la sociedad su preocupación por esta problemática, esto les resulta muy beneficioso ya que es evidente el ahorro en los costos de

operación, mejora la imagen empresarial y aumento en la competitividad, porque la empresa no genera un riesgo para el medio ambiente y mejora las relaciones con dependencias públicas reguladoras del ambiente. Para lograr una buena gestión ambiental en la empresa, se produjo un nuevo proceso de aprendizaje en el recurso humano, haciendo que sus acciones en el lugar de trabajo sean a favor del medio ambiente, para protección y conservación del mismo.

Las afirmaciones anteriores muestran la importancia de los recursos humanos para mejorar el desempeño ambiental organizacional, pero para esto es necesario que los empleadores añadan la presencia de impulsores dentro de la organización con el fin de mejorar el comportamiento ambiental amigable de los empleados en el lugar de trabajo. Es necesario conocer cada uno de estos y ver como contribuyen a mejorar este comportamiento, por lo cual se detalla a continuación.

1.8.1. Comportamiento ambiental amigable de los supervisores y colegas en el lugar de trabajo.

Como se ha mencionado anteriormente la teoría cognitivo social establece que los individuos aprenden observando e imitando el comportamiento de los demás. Varios estudios señalan que los procesos sociales como, las normas grupales podrían motivar a los comportamientos de los empleados en el trabajo, las normas grupales con respecto al comportamiento ambiental amigable de los supervisores o colegas podría motivar comportamientos ambientales de otros empleados (Saifulina y Carballo-Penela, 2016). Las normas se definen como el criterio de la conducta grupal y es a través de estas que el grupo influye en el comportamiento de los demás miembros (Hogg & Vaughan, 2008). Un ejemplo que

se puede realizar dentro del lugar de trabajo es que si un supervisor o empleador recicla basura con frecuencia y otro individuo lo ve, este podría hacer lo mismo.

Se entiende con esto, que los empleados no guían ni desarrollan comportamientos pro ambientales a partir de fuerzas internas como es la personalidad, o por estímulos externos (medio ambiente) de manera excluyente, sino más bien por la interacción que existe entre individuos, en este caso entre supervisores y empleados dentro del lugar de trabajo, comprendiendo así que la conducta humana solo es el resultado de interacciones personales y sociales, que producen un sentimiento afectivo y finalmente determinando la acción de respuesta del individuo.

En efecto, como ya se ha mencionado, hoy en día se reconoce que para el éxito empresarial se debe potenciar adecuadamente las capacidades y conductas de quienes forman parte de la empresa, ya que el ser humano se desarrolla en función del grupo al que pertenece y que de una u otra forma cambiara su conducta propia. De igual manera, para mejorar el comportamiento ambiental del empleado, no solo depende de cómo este percibe el comportamiento de los demás, sino también del soporte ambiental organizacional que este individuo perciba, como beneficio grupal y personal.

1.8.2. Soporte organizacional percibido para el medio ambiente

Estudios realizados sobre el comportamiento de los empleados a menudo incluyen el compromiso constructivo de la organización, el cual permite que el empleado se identifique con la organización y la satisfacción laboral que esta puede brindar a los empleados (Wesselink, Block, y Ringersma, 2017), ambos son considerados buenos para el rendimiento laboral. Generar un ambiente de trabajo propicio para los empleados y el sentimiento de apoyo organizacional percibido, aumenta la disposición a involucrarse en con conductas pro ambientales, si el

empleado cuenta con el respaldo de su empresa, este puede llegar a tener acciones de forma voluntaria.

Un tema concerniente al apoyo organizacional, es el comportamiento de ciudadanía organizacional que permite capturar comportamientos pro ambientales de los empleados en el entorno laboral, Paillé y Boiral (2013) definen el concepto de comportamiento de ciudadanía organizacional como, un comportamiento voluntario que ayuda a que la organización y/o la sociedad sea más sostenible.

El soporte ambiental organizacional percibido es "...la creencia específica sostenida por los empleados, sobre cuanto valora la organización sus contribuciones hacia la sostenibilidad" (King, Tosti-Kharas, & Lamm, 2015, pág. 209). Los resultados del estudio realizado por estos investigadores comprobaron que el soporte ambiental organizacional percibido, está relacionado positivamente con el comportamiento de ciudadanía organización para el medio ambiente, satisfacción laboral, compromiso laboral e identificación organizacional.

El soporte organizacional percibido (SOP), es un factor crítico porque dicta en gran medida como los empleados se comportan a cambio de los tratos favorables que reciben de la organización. Se cree que un ambiente organizacional de apoyo tiene la capacidad de crear una fuerza de trabajo alegre y productiva, porque el apoyo organizacional percibido fomenta la expectativa y el conocimiento de los empleados, de que la organización les proporciona suficientes recursos de trabajo cuando sea necesario (Wesselink, Block, & Ringersma, 2017), el SOP se manifiesta para generar recursos personales adicionales, como por ejemplo, optimismo, autoestima y autoeficacia, facilitando el compromiso del empleado con su trabajo (Zhuxi, Zhang, Candice L., & Jia, 2017). La percepción del soporte ambiental organizacional que adopte el

empleado, se generará a partir del tipo de liderazgo transformacional ambiental que brinde el líder de la empresa.

1.8.3. Liderazgo transformacional ambiental del supervisor

El liderazgo transformacional es considerado como uno de los tipos de liderazgo más adecuados para impulsar los procesos de cambio e innovación en las organizaciones. Los líderes transformacionales dentro de las organizaciones influyen en una variedad de resultados organizativos tradicionales, como las actitudes de los empleados y el desempeño organizacional y financiero, comunicando una visión clara inspirando al compromiso y logrando confianza y motivación de los subordinados (Hermosilla, Amutio, da Costa, & Páez, 2016). El liderazgo transformacional influye también en cuatro comportamientos: a) visión idealizada, b) motivación inspiradora, c) estimulación intelectual y d) consideración individualizada.

Estos comportamientos motivan a los empleados a superar sus propios intereses por el bien de la organización. Primero, la visión idealizada se refiere a la conducta del modelado de roles de los líderes transformacionales. En segundo lugar, la motivación inspiradora se produce al imaginar y articular un futuro atractivo que proporciona significado y el desafío para los seguidores, implica el origen de un modelo de rol carismático y la articulación de una visión de futuro que puede ser compartida. En tercer lugar, la estimulación intelectual se crea cuando el líder transformacional cuestiona los supuestos, reformula los problemas y aborda las situaciones existentes desde una nueva perspectiva. En cuarto lugar, la consideración individualizada se refiere al papel de mentor del líder transformacional (Bass, 1985).

Ahora, analizando estos comportamientos desde el contexto de estudio, el liderazgo transformacional ambiental, se dice que la visión idealizada se centra en que los líderes se convierten en modelos a seguir, los líderes influyen en los empleados a través de su compromiso moral con sus seguidores y el bien colectivo, los líderes se guían por un compromiso moral ambiental sostenible y eligen hacer lo correcto al fomentar acciones que beneficiaran al medio ambiente. Los líderes con alta motivación inspiradora motivan a sus empleados a ir más allá de conseguir beneficios individuales o satisfacer necesidades propias, los líderes transformacionales inspiran a sus seguidores a través de la pasión propia para superar obstáculos y alientan a los subordinados a pensar en temas ambientales por sí mismos, que benefician al medio ambiente (Robertson y Barling, 2012).

Robertson y Barling (2012), también argumentan que los líderes intelectualmente estimulantes, alientan a los empleados a pensar por sí mismos, cuestionar suposiciones y abordar los problemas de manera innovadora. Por último los líderes exhiben consideraciones individualizadas donde muestran pasión y empatía por el bienestar de los empleados y los ayudan a desarrollar sus potenciales y habilidades (Robertson y Barling, 2012).

El liderazgo transformacional ambiental que utilizan los líderes, les permite influir y alentar a los empleados a participar en comportamientos pro ambientales en el lugar de trabajo (Robertson y Barling, 2012). Con base a esto se espera que el comportamiento ejemplar de los líderes tenga un efecto significativo, en la intención de los empleados de actuar con conductas pro ambientales, de manera voluntaria, generados a partir de la pasión ambiental armoniosa.

1.8.4. Pasión ambiental armoniosa

La pasión se define como una fuerte inclinación del individuo hacia una actividad que considera importante en su vida, que la autodefine, le gusta y a la cual dedica tiempo y energía. (Vallerand & Houliort, 2003). La pasión empresarial, se conceptualiza como, sentimientos positivos intensos conscientemente accesibles, experimentados por la participación en actividades empresariales asociada con roles que son significativos y relevantes para la identidad propia del emprendedor (Cardon, Wincent, Singh, & Drnovsek, 2009).

La pasión armoniosa (PA), se refiere a una fuerza motivacional que lleva a las personas a involucrarse libre y voluntariamente en las actividades, aquí el individuo experimenta un impulso libre elegido por él, al realizar la actividad apasionante. Lleva a los empleados a invertir esfuerzos de manera sostenible, permitiéndoles adquirir nuevas habilidades, desarrollar sus propias fortalezas y favorecer sentimientos de competencia y eficacia personal. Esto es como si uno tuviera control sobre la actividad que ama, así los trabajadores disfrutan de una variedad de experiencias positivas en el trabajo (Vallerand & Houliort, 2003).

Robertson y Barling (2012) predicen que la pasión ambiental armoniosa de los empleados dará lugar a comportamientos pro ambientales en el lugar de trabajo por varias razones. En primer lugar, dicen que experimentar la pasión armoniosa es energizante y deja inspirados a los individuos y los motivan para participar en la actividad relacionadas al cuidado del medio ambiente, que es el objeto de la pasión. En segundo lugar las emociones positivas (felicidad, alegría, pasión ambiental armoniosa) influyen en conductas pro ambientales de los empleados en el lugar de trabajo.

Existen algunos factores, que son considerados como energizantes para la pasión del empleado en el trabajo, estos incluyen: autonomía, colaboración, equidad, reconocimiento, crecimiento profesional, conectividad con colegas y conectividad con los líderes, cada uno de estos factores es interdependiente entre sí, y todos deben estar presentes para la maximización de la pasión del empleado. Esto conduce a patrones de comportamientos que incluyen, esfuerzo discrecional, compromiso a largo plazo para la organización, rendimiento máximo y mayor permanencia en la organización (Zigarmi, Nimon, Houson, Witt, & Diehl, 2009).

La pasión ambiental armoniosa se refiere a una internalización autónoma, conduciendo al empleado a implicarse en actividades que contribuyan al desarrollo ambiental organizacional, la persona tiene el control de estas actividades y decide cuando desarróllalas y cuando no, los empleados impulsados por la PA experimentan resultados positivos, durante y después del desarrollo de actividades que reflejen el comportamiento pro ambiental del empleado.

CAPITULO 2

2. Marco metodológico

2.1. Introducción

En este capítulo se establece la metodología de investigación aplicada para este estudio sobre impulsores de comportamiento ambiental en los trabajadores de los establecimientos turísticos de alojamiento del DMQ, la muestra de estudio se definió a partir del catastro turístico de alojamiento otorgado por Quito turismo, cuyo resultado es 331 empleados que deben ser encuestados. El instrumento de recolección de datos empleado es una encuesta, la cual consta de cuatro secciones, la primera sección corresponde a datos sobre identificación y ubicación de la empresa, la segunda sección permite conocer el perfil del encuestado, la tercera sección corresponde a los impulsores de comportamiento ambiental, la cual consta de ocho dimensiones y la última sección permite conocer los datos del informante.

Este instrumento utilizo la herramienta de medición de escala tipo Likert de 7 puntos, para los ítems de cada dimensión donde: 1 representa total desacuerdo hasta 7 total acuerdo, siendo 4 una respuesta indiferente.

- La primera dimensión de estudio fue la pasión ambiental que tiene el empleado, la cual consta de 9 ítems.
- La segunda dimensión corresponde a normas descriptivas, siendo esta una variable nominal que consta de dos ítems.
- La tercera dimensión hace referencia al comportamiento ambiental de supervisores y colegas, la cual consta de 12 ítems.
- Para la cuarta dimensión que es soporte ambiental organizacional se evaluaron 10 ítems.

- La quinta dimensión corresponde al liderazgo transformacional, de los jefes o supervisores que fueron evaluados en 7 ítems.
- La sexta y séptima dimensión corresponden a la satisfacción laboral y compromiso que tienen los empleados con la empresa, evaluándose en un total de 9 y 4 ítems respectivamente.
- La última dimensión hace referencia al comportamiento ambiental del empleado, el cual se evaluó con 11 ítems.

2.2. Metodología de la investigación

En este apartado se detalla la metodología de investigación para este estudio, la utilización de variables nominales y de escala/razón en la encuesta, argumentan que la investigación tiene un enfoque cualitativo, en este enfoque se utiliza la recolección de los datos sin necesidad de una medición numérica con el fin de descubrir o afinar preguntas de investigación, es decir en este enfoque cualitativo se incluye una variedad de concepciones, visiones, técnicas y estudios no cuantitativos (Hernández S., Fernández C., & Baptista L., 2010).

2.2.1. Diseño de investigación no experimental

La investigación no experimental observa los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para su posterior análisis. Durante el estudio no existe manipulación deliberada de las variables independientes, no se tiene el control ni se puede influir sobre ellas, es decir que ya ocurrieron o se dieron al igual que sus efectos, sin la intervención directa del investigador (Hernández S., Fernández C., & Baptista L., 2010).

2.2.1.1. Investigación no experimental transeccional descriptivo

Los diseños transeccionales o transversales, hacen referencia a investigaciones que recopilan datos en un momento único, teniendo como propósito describir las variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Para esta investigación se hace referencia a un diseño transeccional descriptivo que tiene como objetivo indagar la incidencia de las modalidades, categorías o niveles de una o más variables en una población (Hernández S., Fernández C., & Baptista L., 2010).

2.3. Definición del objeto de estudio

La población objeto de estudio a la cual se aplicara el instrumento está dirigida a los empleados de los establecimientos de alojamiento, hoteles y hostales de categoría 1, 2 y 3 estrellas, del DMQ, según el catastro emitido por Quito Turismo, Quito tiene una capacidad hotelera de 800 establecimientos de alojamiento que conforman las categorías mencionadas para el estudio.

Tabla 11

Número de establecimientos totales entre hoteles y hostales de 1,2 y 3 estrellas

Categoría	# de establecimientos
3 Estrellas	90
2 Estrellas	362
1 Estrellas	348
Total	800

Fuente: Catastro alojamiento DMQ, 2018

2.4. Tamaño de la muestra

Esta investigación utiliza un muestreo no probabilístico por conveniencia, ya que los establecimiento de nuestra población se fundamenta en la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador. Cabe recalcar que en promedio, según el catastro de alojamiento del DMQ, otorgado por Quito Turismo, cada establecimiento emplea a 3 personas, es decir que multiplicando por el total de establecimientos contaremos con una población de 2400 empleados correspondientes a la población de estudio.

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

- n: Tamaño muestral
- N: Es la población, 2400 empleados.
- e: El error muestral, 0,05
- Z: Nivel de confianza, 1,96
- p = q = 0,5. Porción de éxito y fracaso

Cálculo:

$$n = \frac{2400 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (2400 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 331 \text{ personas a ser encuestadas}$$

2.5. Definición de variables

Las variables consideradas para este estudio, se detallan a continuación:

2.5.1. Variable dependientes

Se identifica al comportamiento ambiental de los empleados como variable dependiente en esta investigación.

2.5.2. Variables independientes

Estas variables corresponden a las dimensiones de estudio detalladas en la sección III de la encuesta, las variables consideradas son: el comportamiento ambiental de los supervisores y colegas, el soporte ambiental organizacional, el liderazgo transformacional y la pasión ambiental.

2.6. Matriz de variables

Tabla 12

Estructura de matriz de objetivos, hipótesis y variables

Objetivos Específicos	Hipótesis	Dimensiones	Variables	Indicador	Ítem	Fuente de datos
Definir las características de los trabajadores de los establecimientos turísticos del DMQ.		Identificación del perfil del encuestado	Posición en el trabajo	Puesto al que pertenece en la empresa (Dato a indicar en la encuesta)	Por favor indique su posición en el trabajo: Empleado Supervisor Jefe o Administrador	Encuesta
			Edad	Edad que tiene el encuestado	Por favor indique su edad: De 18 a 30 años De 31 a 40 años De 41 a 50 años De 51 a 60 años De 60 años en adelante	Encuesta
			Genero	Genero del encuestado	Por favor indique su género: Masculino Femenino	Encuesta
			Nivel de educación	Título que tiene el encuestado	Por favor indique su edad nivel de educación Colegio Universidad Master Doctorado Sin educación formal	Encuesta
			Nivel de ingresos	Ingresos económicos del encuestado	Por favor indique su nivel de ingresos:	Encuesta
			Nacionalidad	Nacionalidad del encuestado	Por favor indique su nacionalidad	Encuesta

CONTINÚA



Analizar el efecto que tiene el comportamiento o ambiental amigable del supervisor y colegas en el comportamiento o ambiental amigable del empleado	El comportamiento o ambiental amigable de los empleados es resultado del comportamiento o ambiental amigable del supervisor y colegas	ESCALA DE COMPORTAMIENTO RESPETUOSO CON EL MEDIO AMBIENTE (TRABAJO) (Robertson & Barling, 2012)	Normas descriptivas (Robertson & Barling, 2012)	Percepción de mejora del comportamiento ambiental de los empleados	¿Algún miembro de su familia y/o amigos colaboran con programas a favor del medio ambiente (Ej. día de plantar árboles, día de tierra de apagar las luces para salvar electricidad en una hora determinada, etc.)? ¿Sus compañeros de trabajo realizan algún comportamiento respetuoso con el medio ambiente que usted conoce o ha visto fuera de su trabajo?	Encuesta
			Comportamiento ambiental del supervisor y colegas (Saifulina & Carballo-Penela, 2016)	Percepción del comportamiento ambiental de los empleados	Mi jefe imprime a doble cara siempre que es posible Mi jefe deposita los materiales reciclables en el contenedor correspondiente (Ej. latas, papel, botellas, pilas) Mi jefe apaga las luces cuando no se usan Mi jefe realiza sugerencias sobre prácticas ambientales a sus supervisores con el fin de aumentar el desempeño ambiental de la organización Mis compañeros de trabajo imprimen a doble cara siempre que es posible Mis compañeros de trabajo depositan los materiales reciclables en el contenedor correspondiente (Ej. latas, papel, botellas, pilas) Mis compañeros de trabajo apagan las luces cuando no se usan	Encuesta

CONTINÚA



					<p>Mis compañeros de trabajo realizan sugerencias sobre prácticas ambientales a sus supervisores con el fin de aumentar el desempeño ambiental de la organización</p> <p>Imprimo a doble cara siempre que es posible</p> <p>Deposito los materiales reciclables en el contenedor correspondiente (Ej. latas, papel, botellas, pilas)</p> <p>Apago las luces cuando no se usan</p> <p>Realizo sugerencias sobre prácticas ambientales a mis supervisores con el fin de aumentar el desempeño ambiental de la organización</p>	
<p>Conocer si el soporte ambiental organizacional está relacionado positivamente con el comportamiento ambiental amigable del empleado</p>	<p>El soporte ambiental organizacional percibido por el empleado mejora su comportamiento ambiental amigable en el lugar de trabajo</p>	<p>ESCALA DE APOYO ORGANIZACIONAL AL PERCIBIDO (Branzei, Vertinsky, Takahashi, & Zhang, 2001; Cantor, Morrow, & Montabon, 2012; Straub, 2009)</p>	<p>Compromiso organizacional (Wesselink, Block, & Ringersma, 2017)</p>	<p>Percepción de bienestar laboral de los empleados en su lugar de trabajo</p>	<p>Mi organización tiene muchos programas y políticas diseñadas para promover un comportamiento respetuoso con el medio ambiente</p> <p>Mi organización hace un esfuerzo activo para ayudar a los empleados a ser ambientalmente proactivos</p> <p>Mi organización invierte dinero y esfuerzos en mostrar su apoyo a la ecología</p> <p>Es fácil encontrar información sobre programas de apoyo medioambiental dentro de mi organización</p> <p>Mi organización proporciona a sus empleados la información útil que necesitan para comportarse de una manera respetuosa con el medio ambiente</p>	<p>Encuesta</p>

CONTINÚA 

Mi empresa está dispuesta a ayudar a los empleados a mejorar su comportamiento ambiental en el trabajo

Muchos gerentes de alto nivel de mi organización participan personalmente y activamente en el desarrollo de políticas de protección ambiental y la supervisión de su implementación

Mi organización tiene políticas escritas relacionadas con la protección del medio ambiente

Mi empresa me anima a desarrollar un comportamiento respetuoso con el medio ambiente

Tengo la sensación de que si hago sugerencias sobre el comportamiento a favor del medio ambiente puedo conseguir mejoras en la empresa

<p>Compromiso de ciudadanía organizacional (Paillé & Boiral, 2013)</p>	<p>Percepción del compromiso responsable del empleado</p>	<p>Estaría encantado de trabajar en mi Organización hasta la jubilación</p> <p>Trabajar en esta organización es importante para mi</p> <p>Realmente siento que los problemas de mi organización son mis problemas</p> <p>Me siento orgulloso de decir que trabajo para mi organización</p>	<p>Encuesta</p>
<p>Satisfacción laboral</p>	<p>Percepción de la satisfacción del empleado en el</p>	<p>Me llevo bien con mis supervisores</p> <p>Se aprovechan bien mis talentos y habilidades</p>	

CONTINÚA




			entorno laboral	Me gusta mi trabajo Se me reconoce el trabajo bien hecho Me gusta trabajar en esta empresa Me siento cercano a la gente con la que trabajo Me siento seguro con respecto a mi trabajo Creo que mis superiores se interesan por mi bienestar Mi suelo es bueno		
Identificar los patrones de liderazgo transformacion al del supervisor y su influencia en el comportamient o ambiental amigable del empleado.	Los patrones de liderazgo transformacion al del supervisor afectan positivamente en el comportamient o ambiental amigable del empleado	ESCALA DE LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL (Leithwood & Jantzi, 2006; Podsakoff, MacKenzie, Moorman, & Fetter, 1990)	Visión Idealizada (Bass, 1985)	Percepción del empleado frente a conductas de liderazgo del supervisor	Mi supervisor siempre está buscando nuevas oportunidades para que la organización sea respetuosa con el medio ambiente	Encuesta
			Motivación Inspiradora (Bass, 1985)	Percepción que tiene el empleado sobre la motivación que transmite el supervisor	Mi supervisor es un buen ejemplo de comportamiento respetuoso con el medio ambiente en el trabajo	encuesta
			Estimulación intelectual (Bass, 1985)	Percepción del empleado sobre educación ambiental que le brinda el supervisor	Mi supervisor me anima a pensar en viejos problemas de nuevas maneras	Encuesta
			Consideración individualizada (Bass, 1985)	Percepción del empleado sobre el compromiso voluntario que tiene el supervisor	Mi supervisor me ha estimulado a repensar la forma en que hago las cosas, y si me estoy comportando de manera respetuosa con el medio ambiente en el trabajo	Encuesta
				Percepción del empleado sobre el compromiso voluntario que tiene el supervisor	Mi supervisor tiene los conocimientos y habilidades necesario para desarrollar un comportamiento respetuoso con el medio ambiente en el trabajo	Encuesta
					Mi supervisor ha tenido éxito desarrollando un comportamiento	

CONTINÚA



				respetuoso con el medio ambiente en el trabajo	
				Mi supervisor creó condiciones en mi trabajo que permiten una amplia participación en las decisiones sobre la estrategia ambiental de la empresa	
				Me apasiona el medio ambiente	
				Disfruto desarrollando comportamientos respetuosos con el medio ambiente	
				Me siento honrado ayudando al medio ambiente	
				Discuto con entusiasmo sobre el medio ambiente con otras personas	
Conocer si la pasión ambiental armoniosa y el comportamiento ambiental amigable son conceptos que se relacionan positivamente.	La pasión ambiental armoniosa percibida por los empleados influirá en su comportamiento ambiental amigable en el lugar de trabajo.	ESCALA DE PASIÓN POR EL MEDIO AMBIENTE (Robertson & Barling, 2012)	Emociones (Robertson & Barling, 2012)	Percepción de la disposición que tiene el empleado sobre temas relacionados al cuidado del medio ambiente	Encuesta
				Tengo placer de cuidar el medio ambiente	
				Animo apasionadamente a otras personas a ser más ambientalmente responsables	
				Siento fuertemente por mis valores ambientales	
				Soy voluntariamente miembro de una organización a favor del medio ambiente	
				He voluntariamente donado tiempo o dinero a favor del medio ambiente	
			Comportamiento pro ambiental (Robertson & Barling, 2012)	Percepción del comportamiento ambientales de los empleados en la vida privada	
				Reciclo residuos (Ej. latas, botellas, papel, plástico)	Encuesta
				Ahorro agua procurando que las duchas sean más cortas	
				Uso electricidad y agua caliente	

CONTINÚA 

eficientemente

En mi selección de los medios de transporte, trato de utilizar trenes en lugar de aviones

Trato de no usar bolsas de plástico y voy a hacer la compra con mi propia bolsa

Prefiero productos que estén eco-etiquetados

Me aseguro de que durante el invierno la calefacción no esté a una temperatura demasiado alta

Siempre que sea posible, me ducho en lugar de bañarme para ahorrar agua

Uso el coche siempre que me convenga

Dejé de comprar un producto porque causaba problemas al medio ambiente

Compro productos hechos de productos reciclados (Ej. papel higiénico, toallas de papel, servilletas de papel reciclado)

He convencido a los miembros de mi familia o amigos a no comprar algunos productos que son perjudiciales para el medio ambiente

2.7. Diseño del instrumento de investigación

Para la recopilación de datos primarios y dar pasó a un análisis más profundo se construye la encuesta, instrumento de investigación que permitirá la recolección de datos referentes a este estudio dentro de los establecimientos turísticos de alojamiento del DMQ. A continuación, se explica la estructura de la encuesta, las cual está conformada por cuatro secciones, la primera sección comprende los datos generales de la empresa, la segunda sección se centra en el perfil del encuestado, la tercera sección recopila datos sobre los impulsores de comportamiento ambiental y finalmente la última sección tiene que ver con los datos del informante.

La primera sección de la encuesta se centra en preguntas sobre la identificación y ubicación de la empresa a la cual pertenece el empleado que va a ser encuestado y otras preguntas generales de la misma.

Tabla 13

Sección I: Identificación y ubicación de la empresa

SECCION I: IDENTIFICACION Y UBICACIÓN DE LA EMPRESA

IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

1. Nombre de la Empresa:.....
2. Razón Social de la Empresa:.....
3. RUC:.....
4. ¿En qué año la empresa inicio su actividad económica en el país?:.....

UBICACIÓN DE LA EMPRESA

5. Dirección de la empresa Calle principal:..... Calle secundaria:..... Referencia:.....	6. Contacto de la empresa Teléfono:.....Ext.:..... Correo electrónico:.....
--	--

La sección dos apunta a recopilar datos sobre el perfil del encuestado, tales como, posición en el trabajo, edad, nivel de educación, genero, nivel de ingresos y nacionalidad, datos que servirán para el posterior análisis utilizando las variables de esta sección.

Tabla 14*Sección II: Identificación del perfil del encuestado*

SECCION II: IDENTIFICACIÓN DEL PERFIL DEL ENCUESTADO

<p>7. ¿Por favor indique su posición en el trabajo?</p> <p>a) Empleado <input type="radio"/></p> <p>b) Supervisor <input type="radio"/></p> <p>c) Jefe <input type="radio"/></p> <p>8. Su rango de edad:</p> <p>a) De 18 a 30 años <input type="radio"/></p> <p>b) De 31 a 40 años <input type="radio"/></p> <p>c) De 41 a 50 años <input type="radio"/></p> <p>d) De 51 a 60 años <input type="radio"/></p> <p>e) De 60 años en adelante <input type="radio"/></p> <p>9. ¿Por favor indique su nivel de educación?</p> <p>a) Primaria <input type="radio"/></p> <p>b) Colegio <input type="radio"/></p> <p>c) Artesano <input type="radio"/></p>	<p>d) Técnico <input type="radio"/></p> <p>e) Universidad <input type="radio"/></p> <p>f) Posgrado <input type="radio"/></p> <p>10. Indique su género</p> <p>a) Masculino <input type="radio"/></p> <p>b) Femenino <input type="radio"/></p> <p>11. Por favor indique su nivel de ingresos</p> <p>a) Menos de 500 dólares <input type="radio"/></p> <p>b) De 501 a 1000 dólares <input type="radio"/></p> <p>c) De 1001 a 1500 dólares <input type="radio"/></p> <p>d) De 1501 a 2500 dólares <input type="radio"/></p> <p>e) Mayor a 2500 dólares <input type="radio"/></p>
--	--

En la siguiente sección las preguntas apuntan a determinar el comportamiento ambiental amigable de los empleados en el lugar de trabajo, de acuerdo a los impulsores que se analizan a lo largo de la investigación como son: el comportamiento ambiental amigable del supervisor y colegas, el soporte ambiental organizacional, liderazgo transformacional percibido, la pasión ambiental armoniosa y otras, como las normas descriptivas, satisfacción laboral, compromiso de los empleados y comportamiento ambiental de vida privada.

Las preguntas planteadas en la encuesta ayudarán a medir el comportamiento ambiental amigable de los empleados del sector turístico de alojamiento del Distrito Metropolitano de Quito, para esto las preguntas se califican en una escala de Likert de 7 puntos, con el significado de 1 = Totalmente en Desacuerdo (compromiso muy bajo) y 7 = Totalmente de Acuerdo (compromiso muy alto).

2.7.1. Escala de pasión ambiental

Esta primera dimensión permite determinar el grado de entusiasmo que tiene la persona hacia el medio ambiente y el compromiso con la misma.

Tabla 15

Pregunta 12. Escala de pasión ambiental

Ítem	1	2	3	4	5	6	7
a) Se considera una persona apasionada por el medio ambiente							
b) Disfruta desarrollar comportamientos respetuosos con el medio ambiente							
c) Se siente a gusto ayudando al medio ambiente							
d) Discute con entusiasmo sobre el medio ambiente con otras personas							
e) Tiene placer por cuidar el medio ambiente							
f) Anima a otras personas a ser más ambientalmente responsables							
g) Siente fuertemente sus valores ambientales							
h) Optaría por ser voluntario miembro de una organización a favor del medio ambiente							
i) Le gustaría donar tiempo o dinero a favor del medio ambiente							

2.7.2. Normas descriptivas

La dimensión siguiente permite conocer si en el entorno de la persona encuestada se realizan actividades que contribuyan a comportamientos ambientales respetuosos por parte de colegas, familiares y/o amigos.

Tabla 16

Pregunta 13. Escala de normas descriptivas

Ítem	Si	No
a) ¿Algún miembro de su familia y/o amigos colaboran con programas a favor del medio ambiente (Ej. día de plantar árboles, día de tierra de apagar las luces para salvar electricidad en una hora determinada, etc.)?		
b) ¿Sus compañeros de trabajo realizan algún comportamiento respetuoso con el medio ambiente fuera del trabajo?		

2.7.3. Comportamiento ambiental amigable de supervisores y colegas

Esta pregunta permite conocer si dentro de la organización todos sus miembros contribuyen con comportamientos proambientales o realizan sugerencias que aumenten el desempeño ambiental.

Tabla 17

Pregunta 14. Escala de comportamiento ambiental amigable de supervisor y colegas

Ítem	1	2	3	4	5	6	7
a) Su jefe imprime a doble cara siempre que sea posible							
b) Su jefe deposita los materiales reciclables en el contenedor correspondiente							
c) Su jefe apaga las luces cuando no las usa							
d) Su jefe realiza sugerencias sobre prácticas ambientales a sus supervisores con el fin de aumentar el desempeño ambiental en la organización							
e) Sus compañeros de trabajo imprimen a doble cara siempre que es posible							
f) Sus compañeros de trabajo depositan los materiales reciclables en el contenedor correspondiente							
g) Sus compañeros de trabajo apagan las luces cuando no las usan							
h) Sus compañeros de trabajo realizan sugerencias sobre prácticas ambientales a sus supervisores con el fin de aumentar el desempeño ambiental en la organización							
i) Imprime a doble cara siempre que sea posible							
j) Deposita los materiales reciclables en el contenedor correspondiente							
k) Apaga las luces cuando no las usa							
l) Realiza sugerencias sobre prácticas ambientales a sus supervisores con el fin de aumentar el desempeño ambiental en la organización							

2.7.4. Soporte ambiental organizacional

Los ítems en esta dimensión proporcionan información sobre el compromiso que tiene la empresa hacia la mejora y cuidado del medio ambiente y compromiso con los empleados para desarrollar comportamientos pro ambientales.

Tabla 18*Pregunta 15. Escala de soporte ambiental organizacional*


Ítem	1	2	3	4	5	6	7
a) La organización tiene programas y políticas para promover un comportamiento respetuoso con el medio ambiente							
b) La organización hace un esfuerzo en ayudar a los empleados a ser ambientalmente proactivos							
c) La organización invierte dinero y esfuerzos en mostrar su apoyo a la ecología							
d) Es fácil encontrar información sobre programas de apoyo medioambiental dentro de la organización							
e) La organización proporciona información útil que necesitan los empleados para comportarse de una manera respetuosa con el medio ambiente							
f) La empresa está dispuesto a ayudar a los empleados a mejorar sus comportamiento ambiental en el trabajo							
g) Muchos gerentes de alto nivel participan personalmente y activamente en el desarrollo de políticas de protección ambiental y la supervisión de su implementación							
h) La empresa tiene políticas escritas relacionadas con la protección del medio ambiente							
i) La empresa le anima a desarrollar un comportamiento respetuoso con el medio ambiente							
j) Siente que si hace sugerencias sobre el comportamiento a favor del medio ambiente puede conseguir beneficios en la empresa							

2.7.5. Liderazgo transformacional

Permite conocer el compromiso de los jefes y la perspectiva que tiene el empleado sobre si ellos desarrollan o impulsan comportamientos ambientales dentro del establecimiento.

Tabla 19*Pregunta 16. Liderazgo transformacional percibido*

Ítem	1	2	3	4	5	6	7
a) Considera que su supervisor siempre está buscando oportunidades para que la organización sea respetuosa con el medio ambiente							
b) Un buen ejemplo de comportamiento respetuoso con el medio ambiente es su supervisor							
c) Su supervisor le anima a pensar en viejos problemas de nuevas maneras							
d) Su supervisor le ha estimulado a repensar la forma en que hace las cosas y si se está comportando de manera respetuosa con el medio ambiente en el trabajo							

CONTINÚA 

-
- e) Cree que su supervisor tiene los conocimientos y habilidades para desarrollar un comportamiento respetuoso con el medio ambiente
 - f) Considera que su supervisor ha tenido éxito desarrollando un comportamiento respetuoso con el medio ambiente en el trabajo
 - g) Existen condiciones creadas por su supervisor que permiten una amplia participación en las decisiones sobre la estrategia ambiental de la institución
-

2.7.6. Satisfacción Laboral

Permite conocer el grado de conformidad del empleado respecto a su entorno laboral, como su relación con otros miembros de la empresa, si le gusta su trabajo y si es valorado.

Tabla 20

Pregunta 17. Escala de satisfacción laboral

Ítem	1	2	3	4	5	6	7
a) Se lleva bien con sus supervisores							
b) Se aprovechan bien sus talentos y habilidades							
c) Le gusta su trabajo							
d) Se le reconoce el trabajo bien hecho							
e) Le gusta trabajar en esta empresa							
f) Se siento cercano a la gente con la que trabaja							
g) Se siento seguro con respecto a su trabajo							
h) Cree que sus superiores se interesan por su bienestar							
i) Su sueldo es bueno							

2.7.7. Compromiso de los empleados

Permite conocer la lealtad del empleado con la empresa para ser parte de la misma y tiene un sentido de pertenencia hacia la misma.

Tabla 21

Pregunta 19. Escala de compromiso de los empleados

Ítem	1	2	3	4	5	6	7
a) Estaría encantado de trabajar en esta Organización hasta la jubilación							
b) Trabajar aquí es importante para usted							

CONTINÚA 

-
- c) Realmente siente que los problemas de la organización son sus problemas
 - d) Se siente orgulloso de decir que trabaja en esta organización
-

2.7.8. Comportamiento ambiental de vida privada

Los ítems siguientes permiten conocer el compromiso del empleado con el medio ambiente en su vida diaria, conocer si realiza comportamientos pro ambiental en su cotidianidad y en qué grado lo hacen.

Tabla 22

Pregunta 20. Escala de comportamiento ambiental de vida privada

Ítem	1	2	3	4	5	6	7
a) Recicla residuos							
b) Ahorro agua cuando se ducha							
c) Usa electricidad y agua eficientemente							
d) Trata de usar transporte público en lugar de auto propio							
e) Trata de no usar fundas plásticas y lleva su propia bolsa cuando va hacer compras							
f) Prefiere productos eco-etiquetados							
g) Se asegura que la calefacción no esté a temperatura muy alta							
h) Usa su carro siempre que le convenga							
i) Dejo de comprar productos que causaban problemas al medio ambiente							
j) Compra productos hechos de productos reciclados							
k) Convenció algún miembro de mi familia y/o amigos a no comprar productos dañinos al medio ambiente							

2.8. Explicación de la investigación de campo

A través de la impresión y uso del instrumento de recolección de datos, se procedió a identificar en el catastro de alojamientos del DMQ, los sectores turísticos con mayor aglomeración de establecimientos, pues las encuestas al ser aplicadas personalmente por el investigador facilitarían la recolección de los datos y se lograría también minimizar tiempo y

costos. Tras la escasa colaboración por parte de los empleados se procede a elaborar el formulario on-line y enviar a los correos electrónicos de cada establecimiento, siendo este un intento fallido al no obtener una respuesta positiva.

Finalmente se concluyó la recolección de datos con formularios impresos y la visita a cada establecimiento logrando en su mayoría una encuesta en cada uno, las administraciones zonales pertenecientes a los hoteles y hostales encuestados, son: Calderón, Eloy Alfaro, Eugenio Espejo, La Delicia, La Mariscal, Manuela Sáenz, Quitumbe y Tumbaco.

CAPITULO III

3. Análisis de datos

3.1. Introducción

El análisis y tabulación de los datos se manejan mediante el paquete estadístico SPSS. Se generan gráficos circulares y de barras para cada pregunta del instrumento. La interpretación de los resultados se hace a partir de un análisis descriptivo para todas las preguntas, de forma individual (por cada ítem) y grupal para el conjunto de ítems de cada dimensión, estructuradas en escala de Likert. Los resultados obtenidos en cada análisis señalaron respuestas favorables en todas las dimensiones de estudio, es decir la mayor parte de encuestados está de acuerdo a las cuestiones planteadas.

Así mismo, en el análisis del perfil del encuestado se evidenció que los trabajadores de los establecimientos de alojamiento del DMQ, laboran a nivel operativo y en su mayoría son hombres, entre 18 y 30 años de edad, con un nivel de educación de colegio e ingresos menores a 500 dólares.

El análisis de regresión múltiple realizado, demostró la relación que existe entre algunas variables, aprobando dos de las hipótesis planteadas que dicen que, el comportamiento ambiental del supervisor y colegas influye en el comportamiento ambiental del empleado, al igual que la pasión ambiental.

3.2. Análisis de fiabilidad

El análisis de fiabilidad se aplica para todas las dimensiones de estudio descritas en la SECCION III de la encuesta, cada dimensión consta de ítems que son medidos en una escala de Likert de 7 puntos, con el significado de 1 = Totalmente en Desacuerdo y 7 = Totalmente de Acuerdo, que miden la pasión ambiental del encuestado, el comportamiento ambiental del

supervisor y colegas dentro del establecimiento, el soporte organizacional, el liderazgo transformacional, la satisfacción laboral, el compromiso del empleado con la empresa y el comportamiento ambiental del empleado, el análisis arroja los siguientes resultados de fiabilidad.

Pregunta 12.- Escala de pasión por el medio ambiente

Tabla 23

Alfa de Cronbach, pregunta 12

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,923	9

Interpretación.- El alfa de Cronbach para los elementos analizados sobre la pasión por el medio ambiente, tiene como resultado el 0,923; esto indica que los ítems utilizados para medir esta dimensión son confiables y tienen validez, tras la recolección de la información.

Pregunta 14.- Escala de comportamiento ambiental amigable del supervisor y colegas

Tabla 24

Alfa de Cronbach, pregunta 14

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,906	12

Interpretación.- El coeficiente alfa de Cronbach para los doce elementos analizados sobre el comportamiento ambiental amigable de supervisores y colegas, dio como resultado el 0,906; esto indica que los ítems utilizados para medir esta dimensión son confiables y tienen validez tras la recolección de la información.

Pregunta 15.- Escala de soporte ambiental organizacional

Tabla 25

Alfa de Cronbach, pregunta 15

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,868	10

Interpretación.- El coeficiente alfa de Cronbach para los diez elementos analizados sobre el soporte ambiental organizacional, dio como resultado el 0,868; esto indica que los ítems utilizados para medir esta dimensión son confiables y tienen validez tras la recolección de la información.

Pregunta 16.- Liderazgo transformacional percibido

Tabla 26

Alfa de Cronbach, pregunta 16

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,936	7

Interpretación.- El coeficiente alfa de Cronbach para los siete elementos analizados sobre el liderazgo transformacional, dio como resultado el 0,936; esto indica que los ítems utilizados para medir esta dimensión son confiables tras la recolección de la información.

Pregunta 17.- Escala de satisfacción laboral

Tabla 27

Alfa de Cronbach, pregunta 17

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,927	9

Interpretación.- El coeficiente alfa de Cronbach para los nueve elementos analizados sobre la satisfacción laboral, dio como resultado el 0,927; esto indica que los ítems utilizados para medir esta dimensión son confiables y tienen validez tras la recolección de la información.

Pregunta 18.- Escala de compromiso de los empleados

Tabla 28

Alfa de Cronbach, pregunta 18

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,847	4

Interpretación.- El coeficiente alfa de Cronbach para los cuatro elementos analizados sobre el comportamiento ambiental amigable de supervisores y colegas, dio como resultado el 0,847; esto indica que los ítems utilizados para medir esta dimensión son confiables y tienen validez tras la recolección de la información.

Pregunta 19.- Escala de comportamiento ambiental de vida privada

Tabla 29

Alfa de Cronbach, pregunta 19

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,833	11

Interpretación.- El coeficiente alfa de Cronbach para los once elementos analizados sobre el comportamiento ambiental de vida privada, dio como resultado el 0,833; esto indica que los ítems utilizados para medir esta dimensión son confiables y tienen validez tras la recolección de la información.

3.3. Prueba de KMO y Bartlett

El índice Kaiser-Meyer-Olkin, mide la adecuación de la muestra e indica que tan apropiado es realizar un análisis factorial, se interpreta de manera semejante a los coeficientes de confiabilidad, vale decir, con un rango de 0 a 1 y considerando como adecuado un valor igual o superior a 0.7, el cual sugiere una interrelación satisfactoria entre los ítems (Pérez & Medrano, 2010). El test de esfericidad de Bartlett se utiliza para evaluar la hipótesis nula que afirma que las variables no están correlacionadas, se puede dar como válidos aquellos resultados obtenidos que resultan significativos a un nivel menor a 0.05, en este caso se rechaza la hipótesis nula y se considera que las variables están intercorrelacionadas (Montoya, 2007). Estas dos pruebas se realizaron individualmente para todas las dimensiones de estudio, a continuación se detallan los valores correspondientes por cada una, en la siguiente tabla expuesta:

Tabla 30
Prueba de KMO Y Bartlett

Dimensión	Prueba de KMO y Bartlett			
	Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo	Prueba de esfericidad de Bartlett		
		<i>Aprox. Chi-cuadrado</i>	<i>gl</i>	<i>Sig.</i>
Pasión por el medio ambiente	,897	2663,541	36	,000
Comportamiento ambiental amigable del supervisor y colegas	,865	2628,321	66	,000
Soporte ambiental organizacional	,951	3307,981	45	,000
Liderazgo transformacional percibido	,925	2032,032	21	,000
Satisfacción laboral	,937	2116,244	36	,000
Compromiso de los empleados	,816	634,704	6	,000
Comportamiento ambiental de vida privada	,834	1474,946	55	,000

Interpretación: Para todas las dimensiones, el análisis KMO arroja valores que superan los 0.816, los cual refleja una interrelación entre los ítems de cada dimensión. La prueba de esfericidad de Bartlett en todas las dimensiones resultaron validas con valores menores 0.05, es decir que es apropiado realizar un análisis factorial (ver tabla 30).

3.4. Análisis descriptivo

3.4.1. Análisis descriptivo individual

Pregunta 7.- Por favor indique su posición en el trabajo

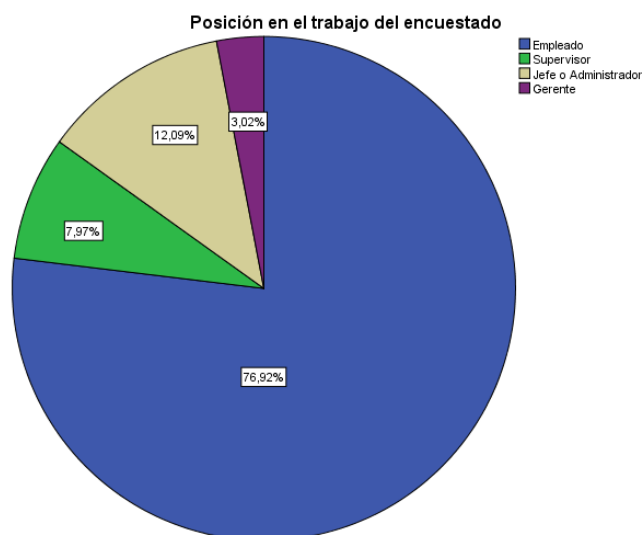


Figura 7. Posición en el trabajo del encuestado

Interpretación.- La aplicación de las encuestas en los establecimientos turísticos de alojamiento del DMQ, dio como resultado que la mayor parte (76,92%) de las encuestas se orientaron a los empleados que están a nivel operativo, los gerentes participaron en una menor proporción con 3,02% al igual que los supervisores.

Pregunta 8.- Indique su rango de edad

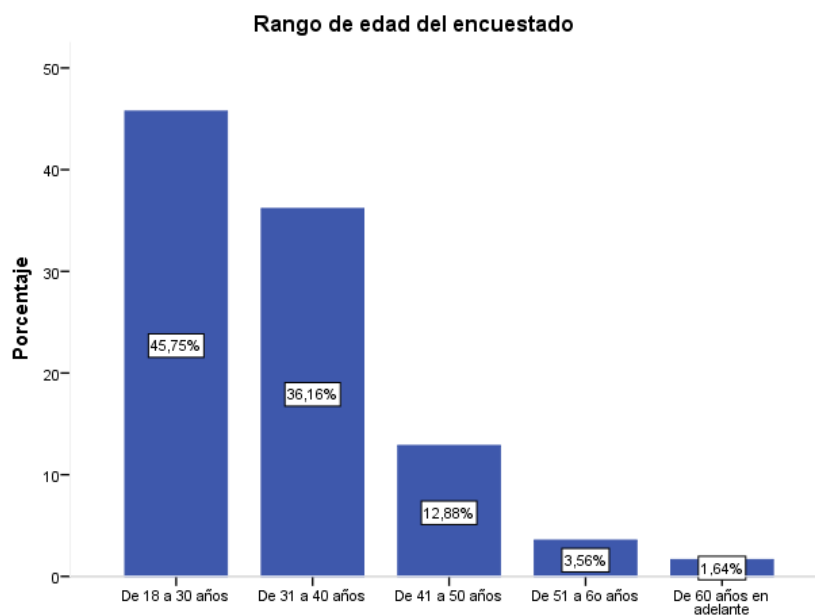


Figura 8. Rango de edad del encuestado

Interpretación.- La aplicación de la encuesta dio como resultado que la mayor parte de los trabajadores dentro de los establecimientos tienen edades entre 18 y 30 años representando el 45,75%, seguido por el 36,16% del personal con un rango de edad de 31 y 40 años y de todos los empleados encuestados solo el 18,08% con edades mayores a 41 años.

Pregunta 9.- Por favor indique su nivel de educación

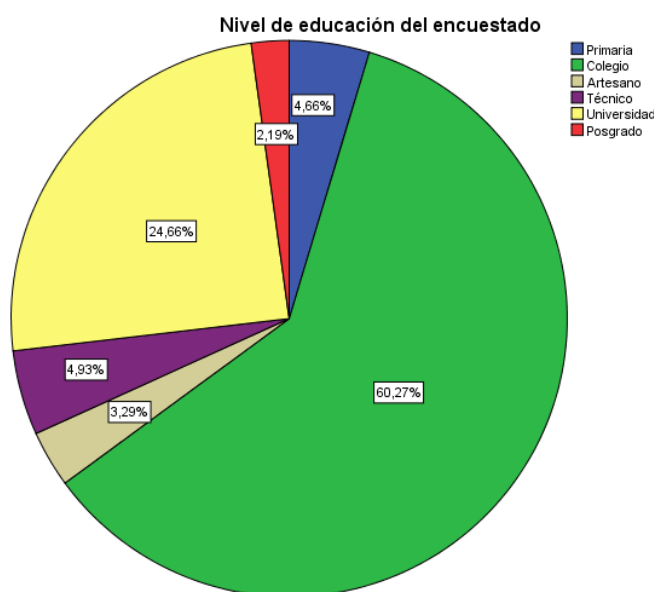


Figura 9. Rango de edad del encuestado

Interpretación.- Al indagar esta pregunta se obtuvo como resultado que dentro de los establecimientos, el 60,27% de los empleados tiene un nivel de educación de colegio, seguido del 24,66% de empleados que están cursando o han culminado sus estudios universitarios, dentro de este campo laboral se evidencia poca participación de empleados con niveles de educación de posgrado (2,19%).

Pregunta 10.- Indique su género



Figura 10. Género del encuestado

Interpretación.- En cuanto a la pregunta de género del encuestado, se identificó que existe casi un equilibrio entre ambos géneros, superando el género masculino con el 12,32%.

Pregunta 11.- Por favor indique su nivel de ingresos

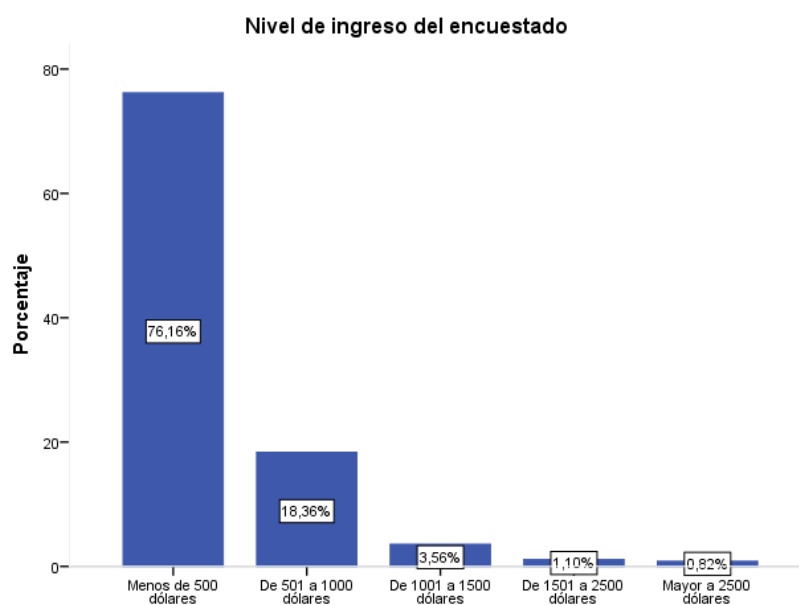


Figura 11. Nivel de ingreso del encuestado

Interpretación.- En cuanto a la pregunta sobre el nivel de ingresos del encuestado la mayoría (76,16%) percibe ingresos menores a 500 dólares, de todos los empleados solo el 5,48% perciben ingresos superiores a 1000 dólares y evidentemente representan los ingresos de trabajadores con estudios superiores.

Pregunta 12.- Escala de pasión por el medio ambiente

a) Se considera una persona apasionada por el medio ambiente

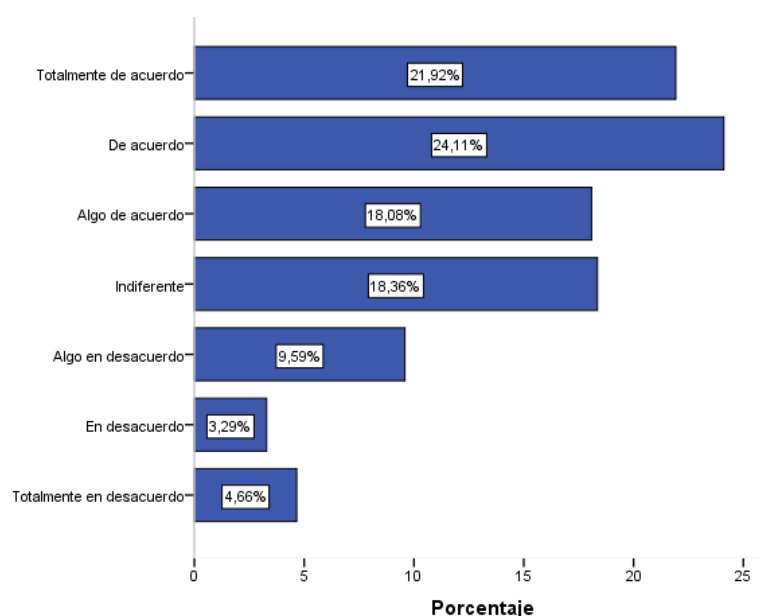


Figura 12. Pasión por el medio ambiente del encuestado

Interpretación.- El primer ítem de la pregunta número 12, refleja que gran parte de los encuestados están de acuerdo y totalmente de acuerdo, con el 24,11% y el 21,92% de respectivamente, al considerarse personas apasionadas por el medio ambiente y solo un 17,54% de empleados está en desacuerdo a esta cuestión.

b) Disfruta desarrollar comportamientos respetuosos con el medio ambiente

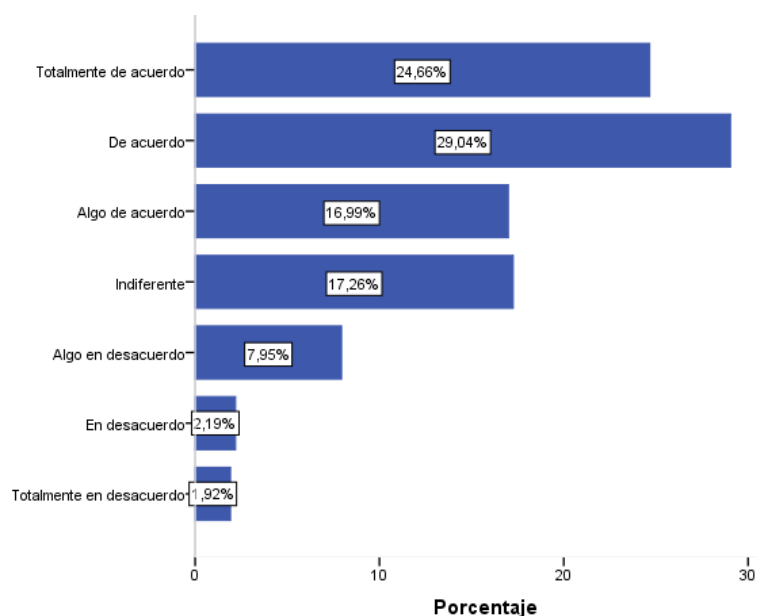


Figura 13. Comportamiento respetuoso con el medio ambiente

Interpretación.- Los resultados obtenidos en este ítem indican que gran parte de los encuestados están de acuerdo y totalmente de acuerdo (29,04% y el 24,66% respectivamente) e indican que disfrutan desarrollar comportamientos amigables con el medio ambiente y existe un pequeño grupo (12,06%) de encuestados que está en desacuerdo.

c) Se siente a gusto ayudando al medio ambiente

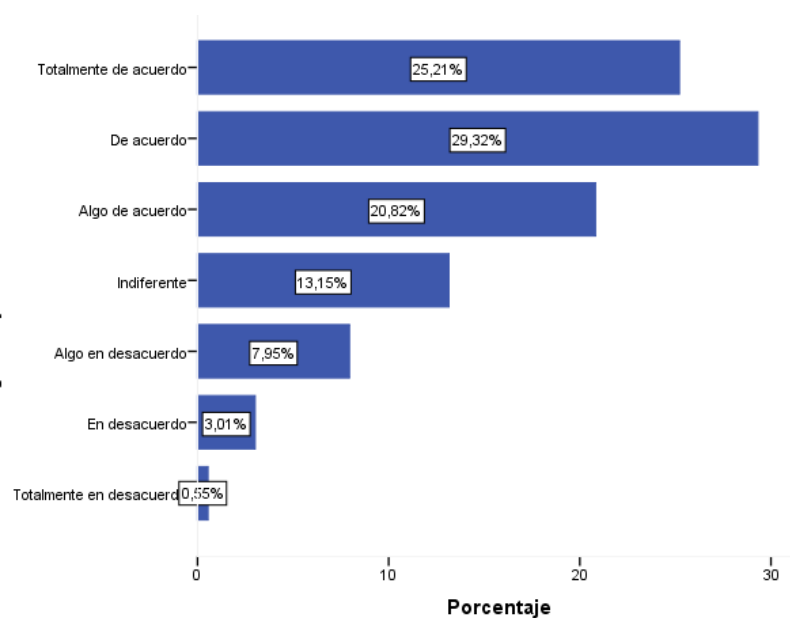


Figura 14. Ayuda al medio ambiente

Interpretación.- En este ítem la mayoría de los encuestados (75,35%) dijeron estar de acuerdo e indicaron que se sienten a gusto ayudando al medio ambiente. El 13,15% de los empleados respondieron que les es indiferente el sentimiento que podrían tener al ayudar al ambiente.

d) Discute con entusiasmo sobre el medio ambiente con otras personas

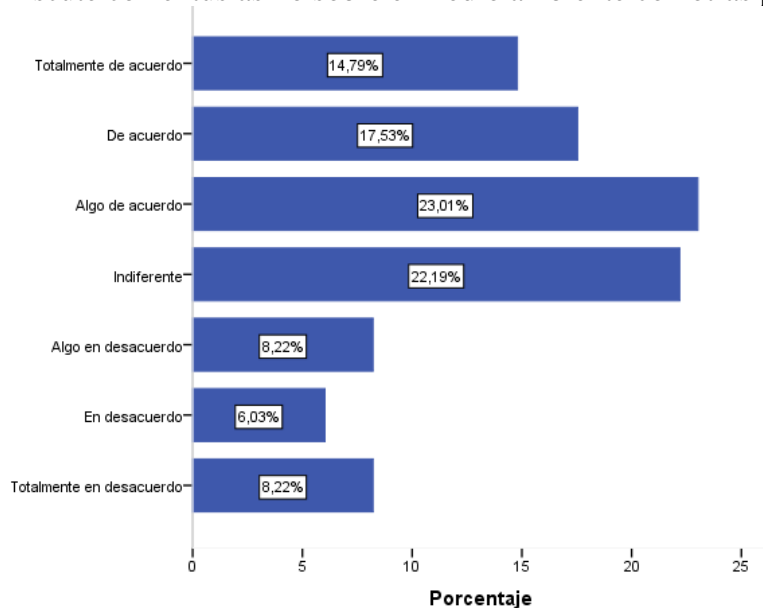


Figura 15. Discute con entusiasmo sobre el medio ambiente

Interpretación.- En cuanto a este ítem los encuestados muestran que están algo de acuerdo y son indiferentes, sobre si discuten con entusiasmo acerca el medio ambiente con otras personas, representan el 23,01% y el 22,19% respectivamente.

e) Tiene placer por cuidar el medio ambiente

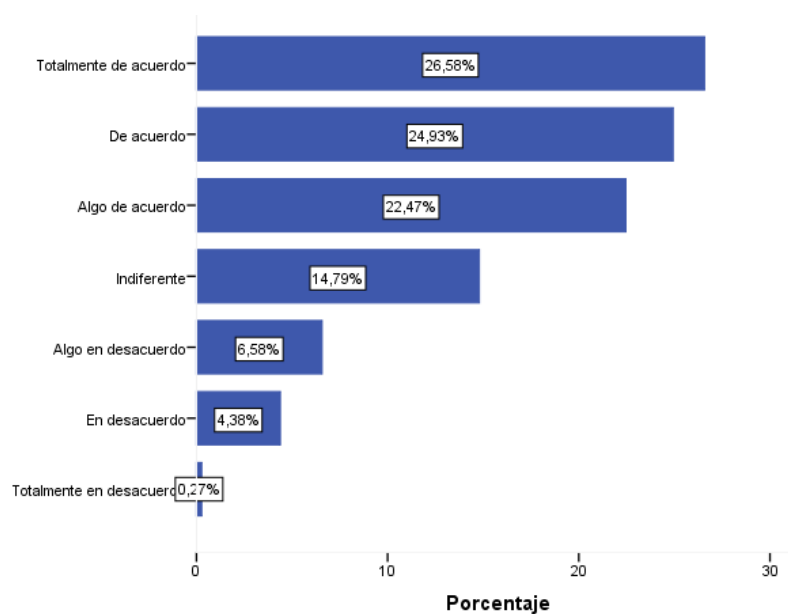


Figura 16. Placer por cuidar el medio ambiente

Interpretación.- El 26,58% de los encuestados indican que sienten placer por cuidar el medio ambiente, es decir que están totalmente de acuerdo ante este enunciado, seguido por aquellos que están de acuerdo y algo de acuerdo con 24,93% y 22,47% respectivamente.

f) Anima a otras personas a ser más ambientalmente responsables

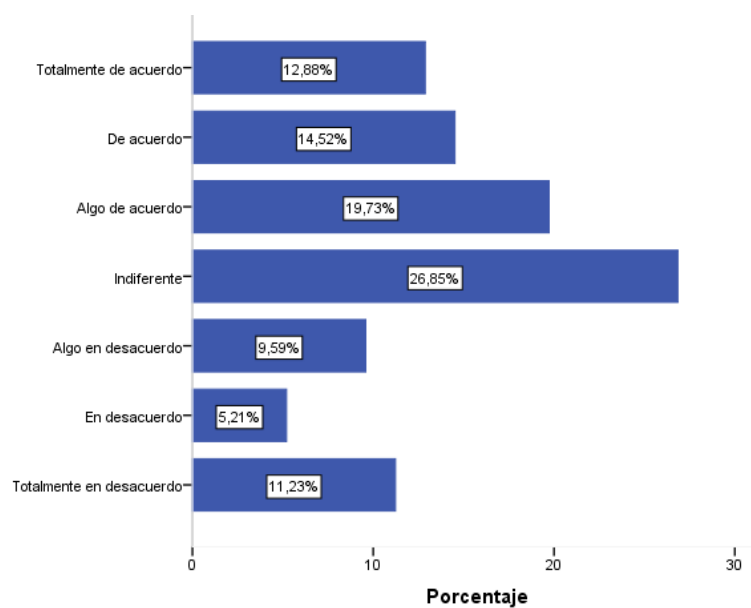


Figura 17. Impulsar a otras personas a ser ambientalmente responsables

Interpretación.- En este ítem se observa que la mayoría de los encuestados (26,85%) son indiferentes al animar a otras personas a ser más ambientalmente responsables, seguido por personas que dicen estar de acuerdo.

g) Siente fuertemente sus valores ambientales

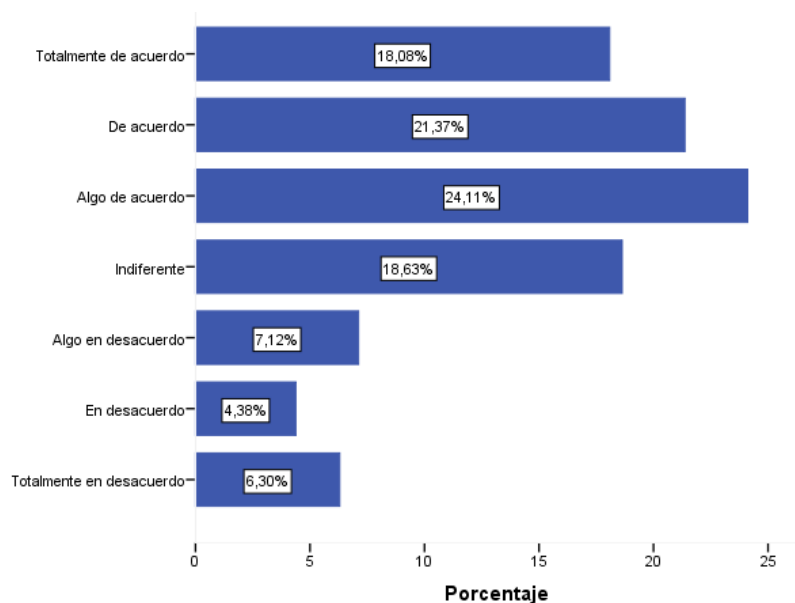


Figura 18. Valores ambientales del encuestado

Interpretación.- El 24,11% con mayor representación para este ítem, muestra que las personas está algo de acuerdo, con respecto a sentir fuertemente sus valores ambientales, seguido por el 21,37% que dicen estar de acuerdo y el 18,08% estar totalmente de acuerdo.

h) Optaría por ser voluntario de una organización a favor del medio ambiente

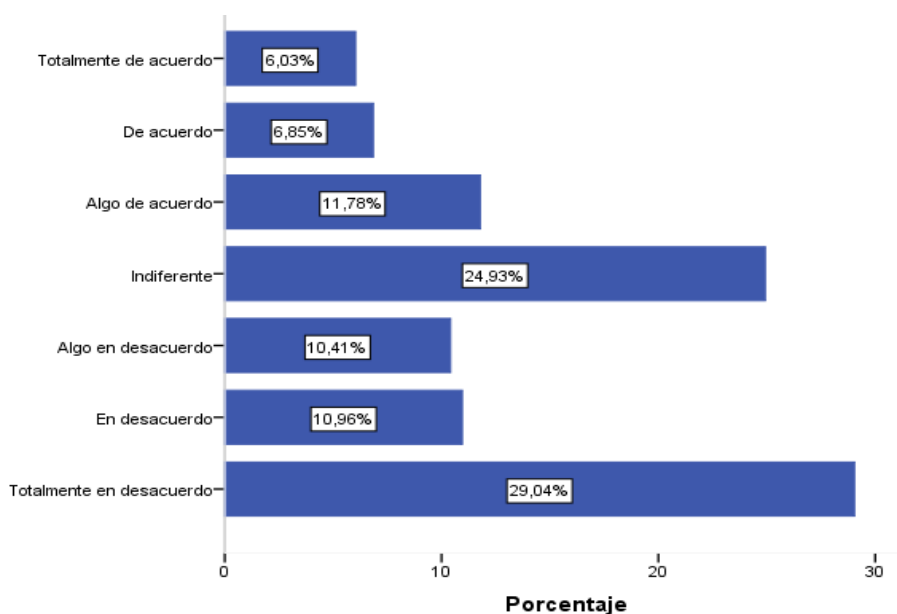


Figura 19. Deseo por ser voluntario miembro de una organización a favor del medio ambiente

Interpretación.- En este ítem podemos observar que la mayoría de los encuestados (29,04%), están en total desacuerdo que optarían por ser miembros voluntarios de una organización a favor del medio ambiente, un porcentaje casi similar (24,93%) de encuestados les es indiferente formar parte de una organización así.

- i) Le gustaría donar tiempo o dinero a favor del medio ambiente

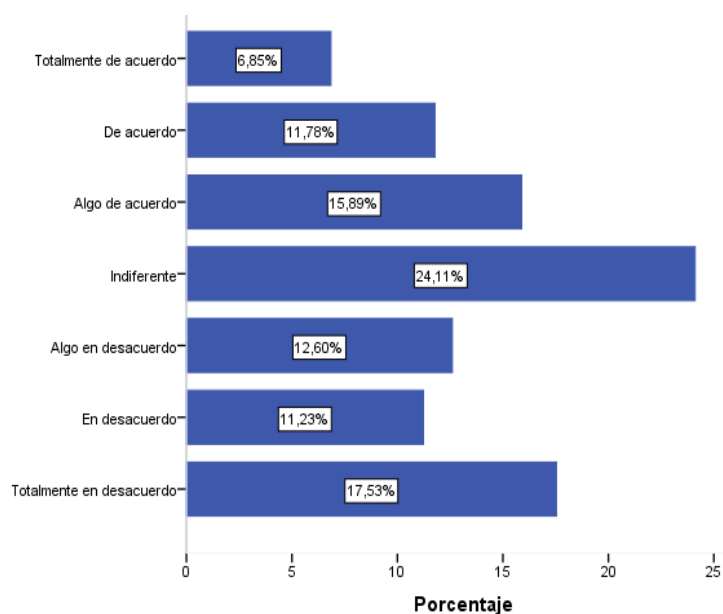


Figura 20. Deseo por donar tiempo o dinero a favor del medio ambiente

Interpretación.- En este ítem se identifica que el 24,11%, siendo gran parte de los encuestados, señalaron una respuesta indiferente sobre si les gustaría donar tiempo o dinero a favor del medio ambiente, se evidencia también un porcentaje significativo de encuestados con respuestas en desacuerdo a esta cuestión, se evidencia el desinterés de estos trabajadores en contribuir al medio ambiente, solo el 6,85% está de acuerdo a esta pregunta.

Pregunta 13.- Escala de normas descriptivas

a) Algún miembro de su familia y/o amigos colabora con programas a favor del medio ambiente



Figura 21 . Colaboración de familiares y/o amigos en programas ambientales

Interpretación.- En este ítem se puede observar que la mayoría de los encuestados (65,75%) no tienen o conocen que algún miembro de su familia y/o amigos que colabore con programas a favor del medio ambiente, evidenciando escasos comportamientos ambientales en el círculo de convivencia del encuestado.

b) Sus compañeros de trabajo realizan comportamientos respetuosos con el medio ambiente fuera del trabajo



Figura 21. Comportamientos respetuosos con el medio ambiente de los colegas, fuera del trabajo

Interpretación.- En el siguiente ítem se observa que los empleados dieron una respuesta positiva al preguntales si sus compañeros de trabajo realizan comportamientos respetuosos con el medio ambiente fuera del establecimiento, estos representan el 70,68% del total de encuestados, mientras que un 29,32% indicó que sus compañeros no son ambientalmente amigables fuera de su lugar de trabajo.

Pregunta 14.- Escala de comportamiento ambiental amigable del supervisor y colegas

a) Su jefe imprime a doble cara siempre que sea posible

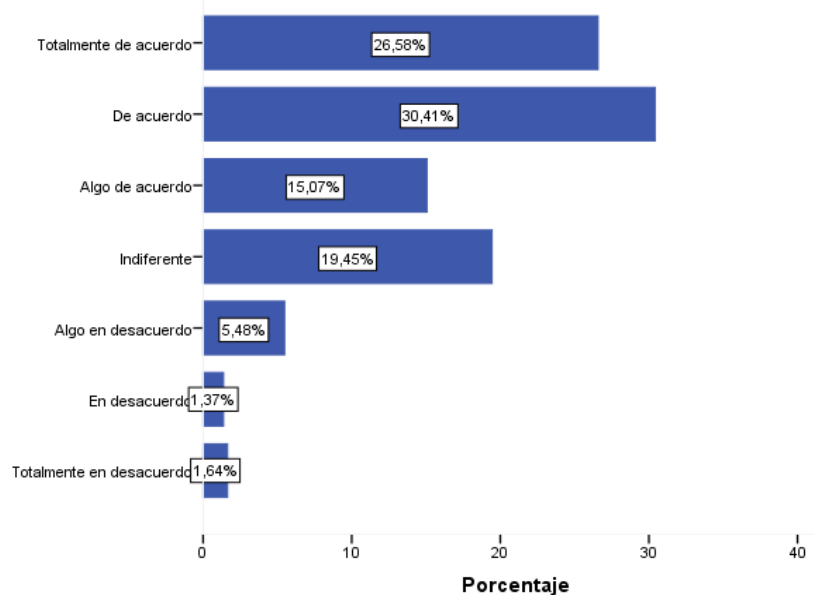


Figura 22. Impresión a doble cara siempre que sea posible (jefe)

Interpretación.- El resultado obtenido en este ítem, determina que la mayoría de los empleados encuestados superando el 70% dice estar de acuerdo y que su jefe imprime a doble cara siempre que le sea posible, procurando reutilizar, un mínimo porcentaje de encuestados dio una respuesta desfavorable a esta cuestión.

b) Su jefe deposita los materiales reciclables en el contenedor correspondiente

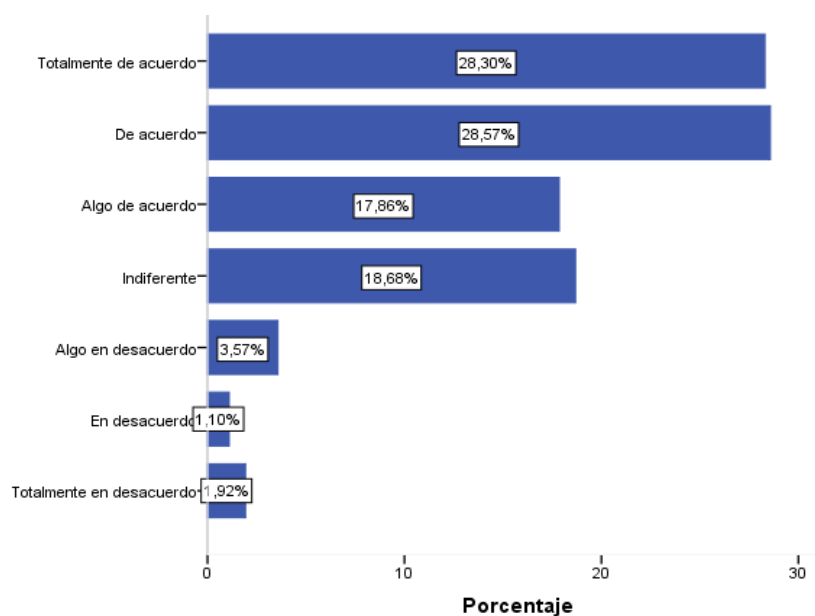


Figura 23. Depósito de materiales reciclables en contenedores correspondientes (jefe)

Interpretación.- En este ítem se observa dos resultados significativos, el 28,57% y 28,30% los cuales determinan que la mayoría de los encuestados dicen estar de acuerdo y totalmente de acuerdo, y que sus jefes si depositan los materiales reciclables en los contenedores correspondientes. Mientras que solo un 5,59% de los encuestados esta en desacuerdo a este tema.

c) Su jefe apaga las luces cuando no las usa

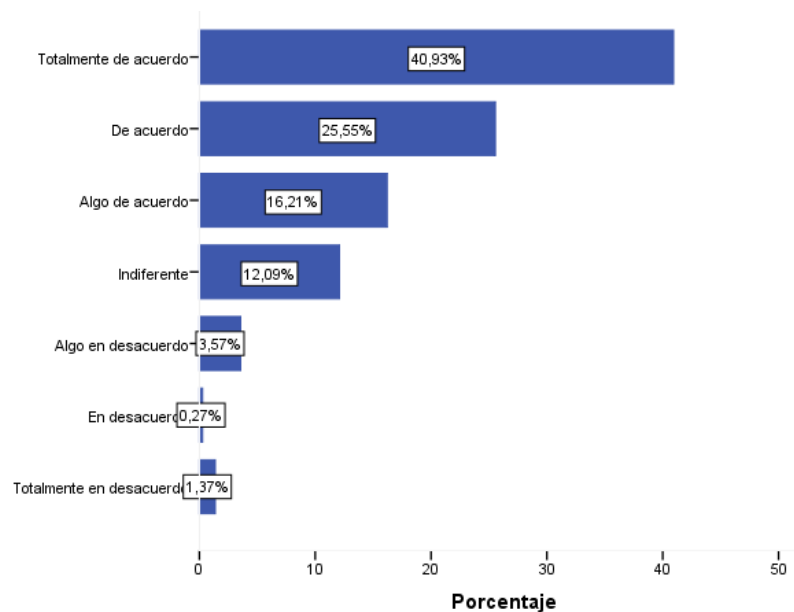


Figura 24. Apagado de luces cuando no se usan (jefe)

Interpretación.- En este ítem se observa un resultado significativo de 40,93%; el cual determina que la mayoría de los encuestados están totalmente de acuerdo y que sus jefes apagan las luces cuando no las usan, no existen gran número de respuestas negativas ante esta cuestión.

d) Su jefe realiza sugerencias sobre prácticas ambientales a sus supervisores con el fin de aumentar el desempeño ambiental en el organización

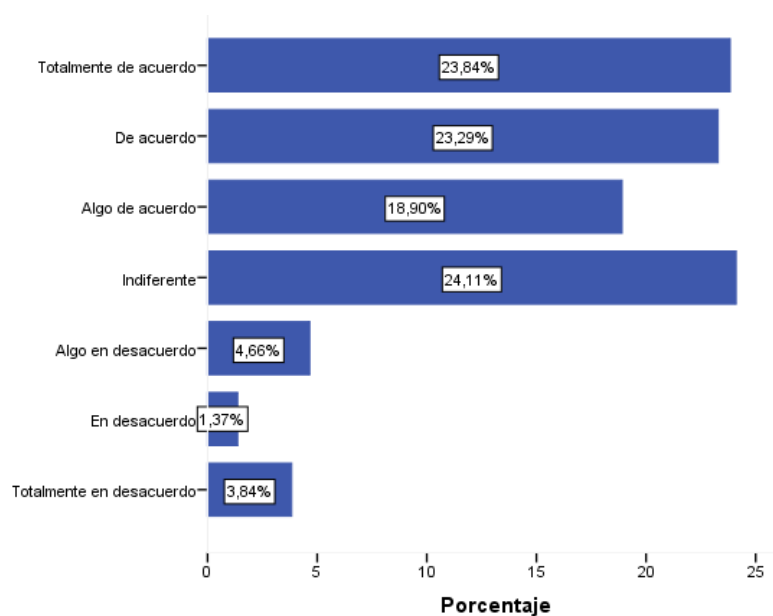


Figura 25. Sugerencias sobre prácticas ambientales (jefe)

Interpretación.- En este ítem se evidencian respuestas significativas, la mayoría de los encuestados (66,03%) están de acuerdo, con que sus jefes realizan sugerencias sobre prácticas ambientales a sus supervisores con el fin de aumentar el desempeño ambiental en organización.

- e) Sus compañeros de trabajo imprimen a doble cara siempre que es posible

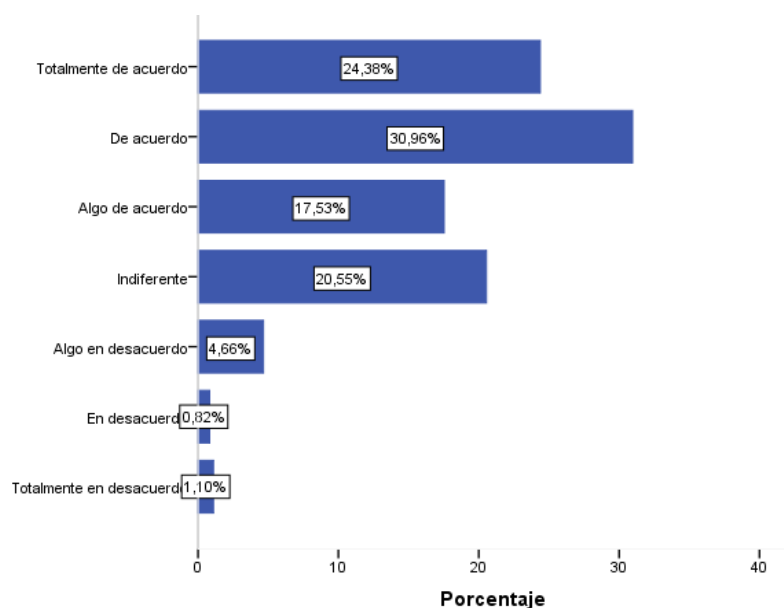


Figura 26. Impresiones a doble cara (colegas)

Interpretación.- El resultado de 30,96% en este ítem, determina que la mayoría de los encuestados se encuentran de acuerdo con que sus compañeros de trabajo imprimen a doble cara siempre que les sea posible, seguido por el 24,38% está totalmente de acuerdo y el 20,55% es indiferente a esta pregunta.

f) Sus compañeros de trabajo depositan los materiales reciclables en el contenedor correspondiente

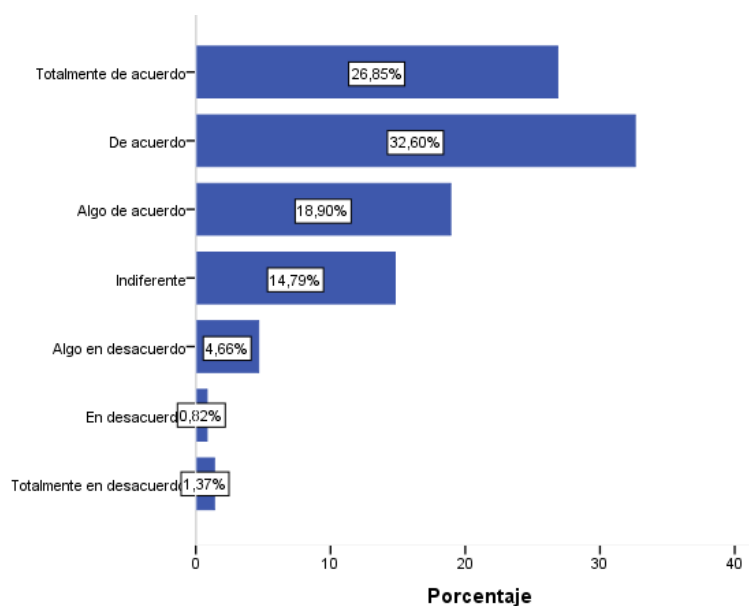


Figura 27. Depósito de los materiales reciclables en el contenedor correspondiente (colegas)

Interpretación.- El resultado de 32,60% en este ítem, determina que la mayoría de los encuestados se encuentran de acuerdo con que sus compañeros de trabajo depositan los materiales reciclables en los contenedores correspondientes, seguido por el 26,85% está totalmente de acuerdo y el 18,90% dijo estar algo de acuerdo a esta pregunta.

g) Sus compañeros de trabajo apagan las luces cuando no las usan

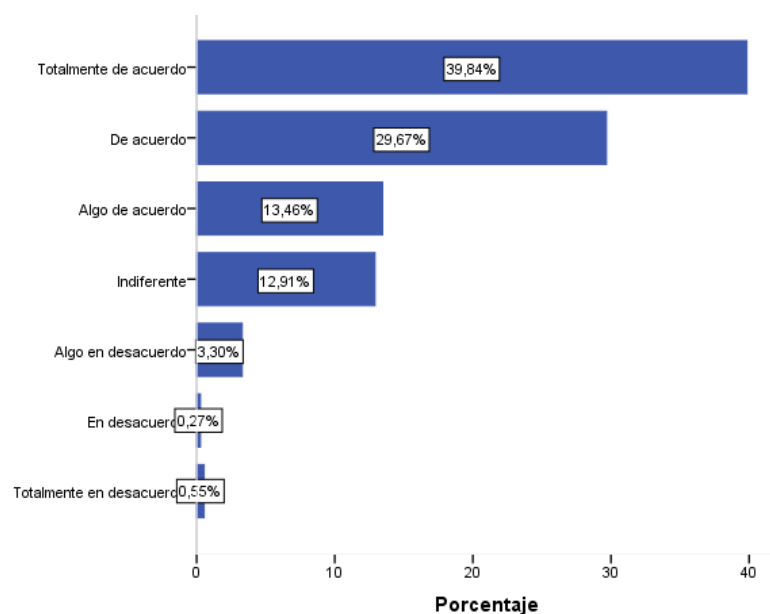


Figura 28. Apagado de luces cuando no se usan (colegas)

Interpretación.- El resultado de 39,84% en este ítem, determina que la mayoría de los encuestados se encuentran totalmente de acuerdo con que sus compañeros de trabajo apagan las luces cuando no las usan, seguido por el 29,67% está de acuerdo y el 13,46% dijo estar algo de acuerdo a esta pregunta.

h) Sus compañeros de trabajo realizan sugerencias sobre prácticas ambientales a sus supervisores con el fin de aumentar el desempeño ambiental en el organización

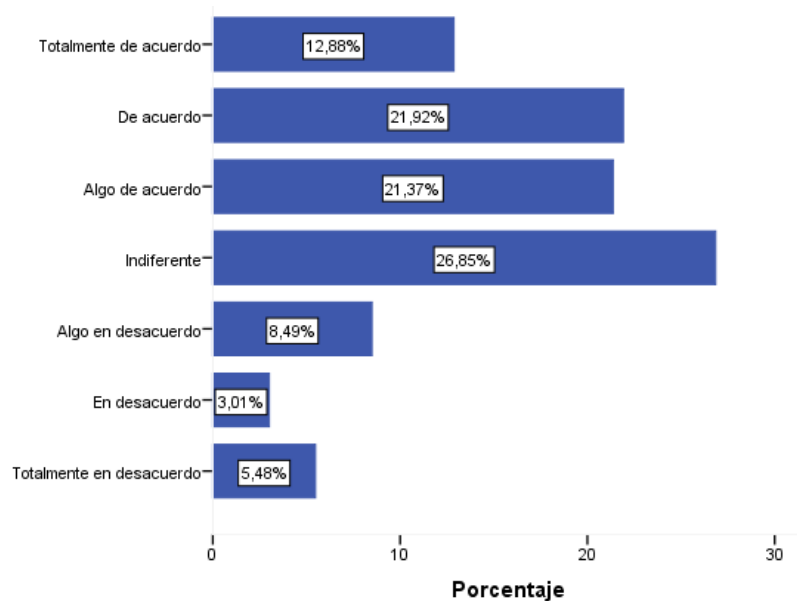


Figura 29. Sugerencias sobre prácticas ambientales (colegas)

Interpretación.- El resultado de 26,85% en este ítem, determina que la mayoría de los encuestados dieron una respuesta indiferente respecto a que sus compañeros de trabajo realizan sugerencias sobre prácticas ambientales, pero sin embargo existe un porcentaje mayor (56,17%) al estar de acuerdo a esta cuestión.

- i) Imprime a doble cara siempre que sea posible

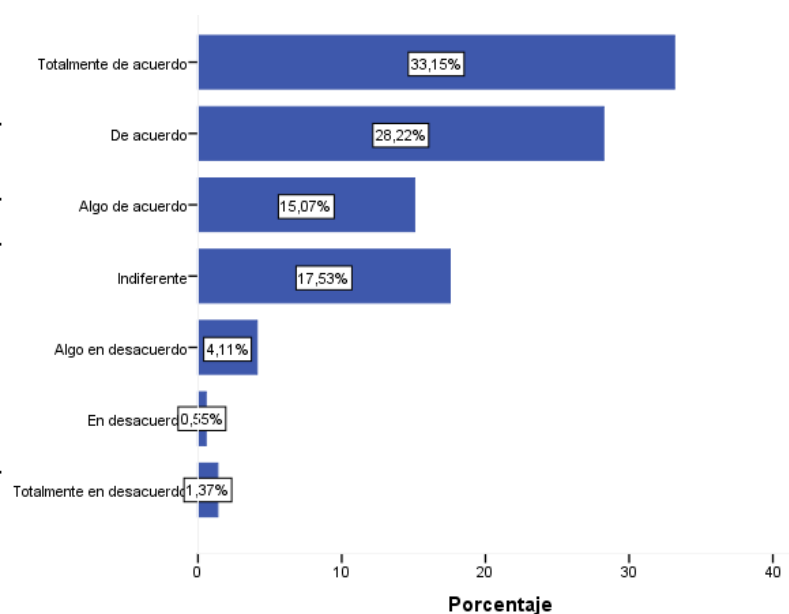


Figura 30. Impresión a doble cara (encuestado)

Interpretación.- En este ítem, se observa un porcentaje significativo el cual determina que la mayoría de los encuestados dijeron estar totalmente de acuerdo, respecto a que ellos imprimen a doble cara siempre que sea posible, seguido por el 28,22% de encuestados está de acuerdo, mientras que el 17,53% es indiferente a esta pregunta.

j) Deposita los materiales reciclables en el contenedor correspondiente

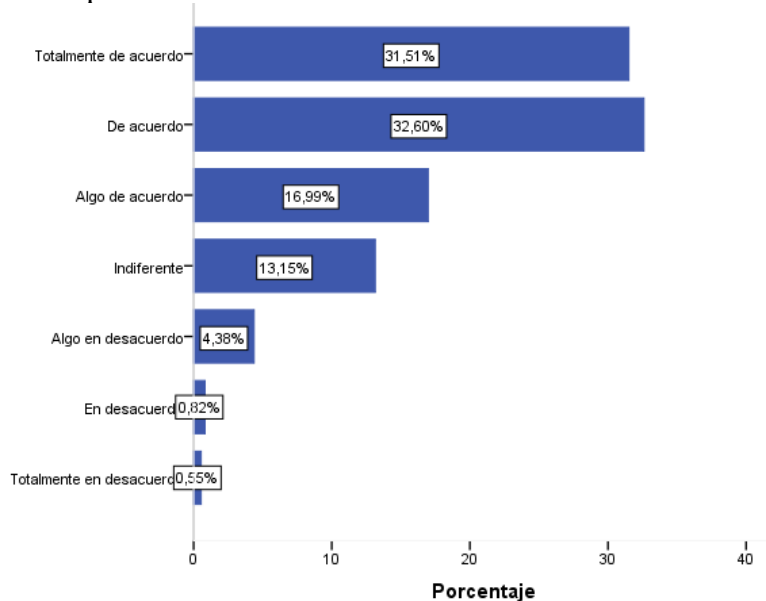


Figura 31. Depósito de materiales reciclables en contenedores correspondientes (encuestado)

Interpretación.- En este ítem, se observan dos porcentajes significativos de 32,60% y 31,51% los cuales determinan que la mayoría de los encuestados dijeron estar de acuerdo y totalmente de acuerdo, respecto a que ellos depositan los materiales reciclables en los contenedores correspondientes, seguido por el 16,99% de encuestados está algo de acuerdo, mientras que el 13,15% es indiferente a esta pregunta.

k) Apaga las luces cuando no las usa

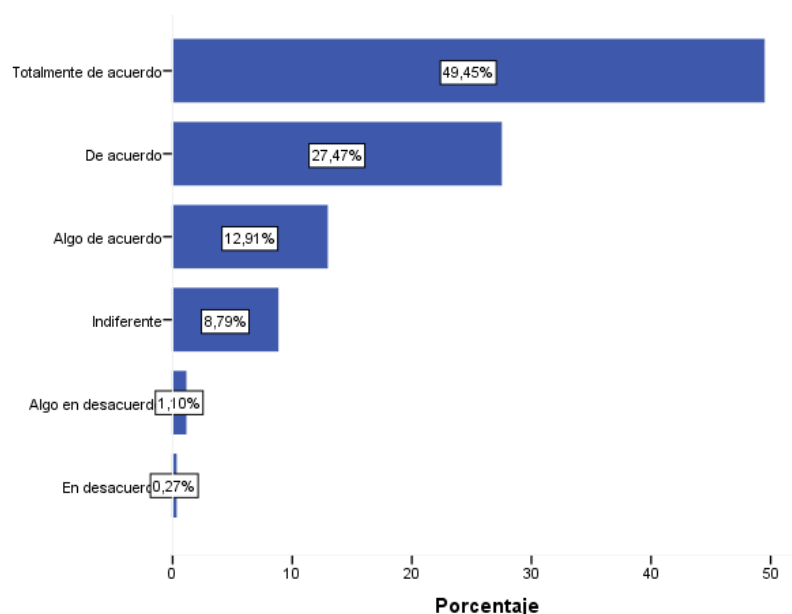


Figura 32. Apagado de luces cuando no se usan (encuestado)

Interpretación.- En este ítem, se observa un porcentaje significativo el cual determina que la mayoría de los encuestados dijeron estar totalmente de acuerdo, respecto a que ellos apagan las luces cuando no las usa, seguido por el 27,47% de encuestados está de acuerdo y el 12,91% está algo de acuerdo a esta pregunta.

1) Realiza sugerencias sobre prácticas ambientales a sus supervisores con el fin de aumentar el desempeño ambiental en el organización

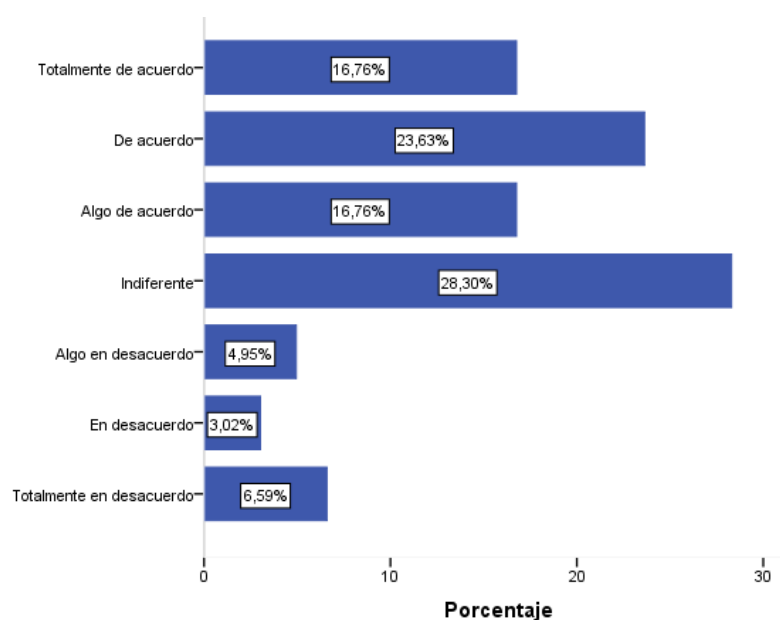


Figura 33. Sugerencias sobre prácticas ambientales (encuestado)

Interpretación.- En este ítem, se observa un porcentaje significativo de 28,30% el cual determina que la mayoría de los encuestados es **indiferente**, respecto a que si ellos realizan sugerencias sobre prácticas ambientales a sus supervisores con el fin de aumentar el desempeño ambiental en el organización, seguido por el 23,63% de encuestados que dice estar de acuerdo, mientras que el 16.76% está totalmente de acuerdo y el mismo porcentaje está algo de acuerdo.

Pregunta 15.- Escala de soporte ambiental organizacional

a) La organización tiene programas y políticas para promover un comportamiento respetuoso con el medio ambiente

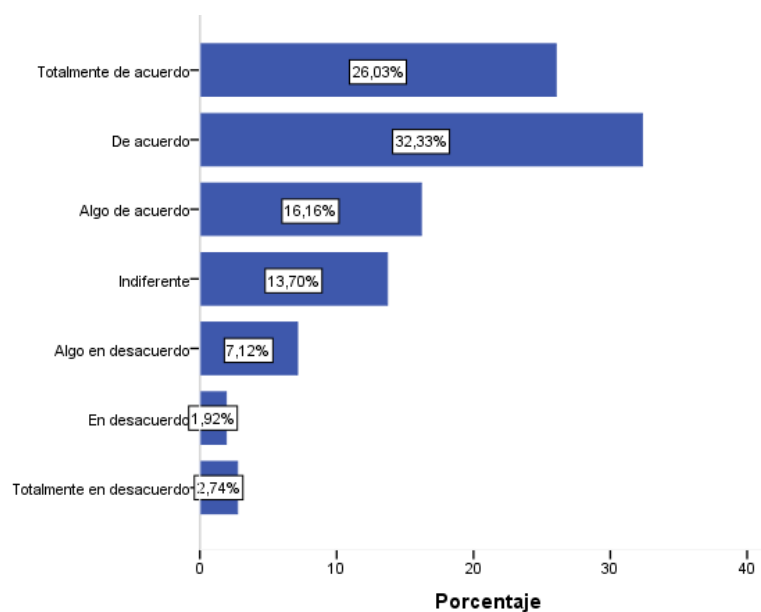


Figura 34. Programas y políticas en la organización, para promover un comportamiento respetuoso con el medio ambiente

Interpretación.- El porcentaje obtenido en este ítem de 32,33%, determina que la mayoría de los encuestados está de acuerdo con que el establecimiento donde labora tiene programas y políticas para promover un comportamiento respetuoso con el medio ambiente, seguido por un porcentaje de 26,03% de encuestados que está totalmente de acuerdo.

b) La organización hace un esfuerzo en ayudar a los empleados a ser ambientalmente proactivos

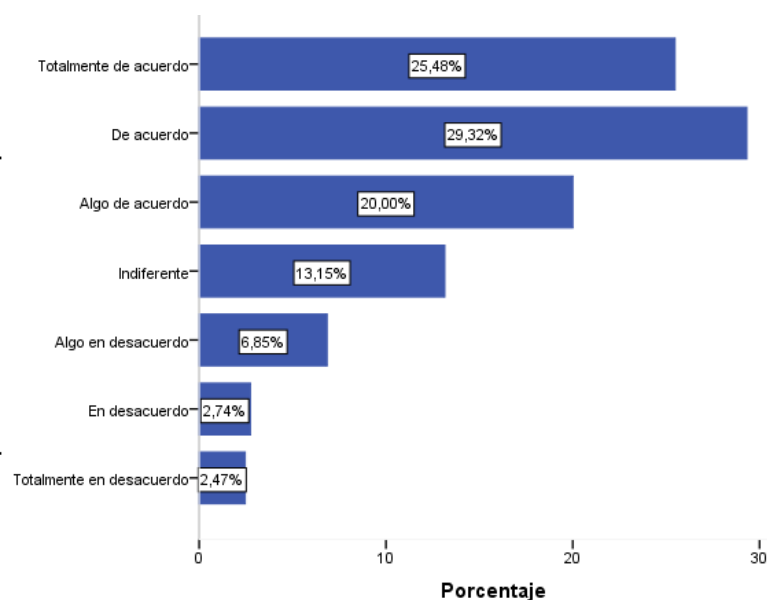


Figura 35. Esfuerzo de la organización en ayudar a los empleados a ser ambientalmente proactivos

Interpretación.- El mayor porcentaje obtenido en este ítem de 29,32%, determina que gran parte de los encuestados está de acuerdo con que la organización hace un esfuerzo en ayudar a los empleados a ser ambientalmente proactivos, seguido por un porcentaje de 25,48% de encuestados que está totalmente de acuerdo.

- c) La organización invierte dinero y esfuerzos en apoyo a la ecología

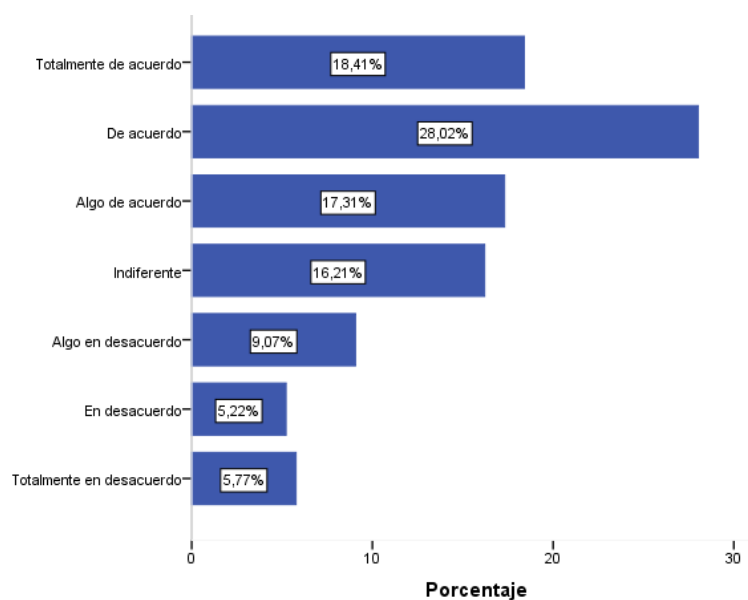


Figura 36. La organización invierte dinero y esfuerzos en apoyo a la ecología

Interpretación.- El 63,74% de los encuestados está de acuerdo con que la organización invierte dinero y esfuerzos en mostrar su apoyo a la ecología, solo al 16,21% de los encuestados son indiferentes a esta cuestión.

d) Es fácil encontrar información sobre programas de apoyo medioambiental dentro de la organización

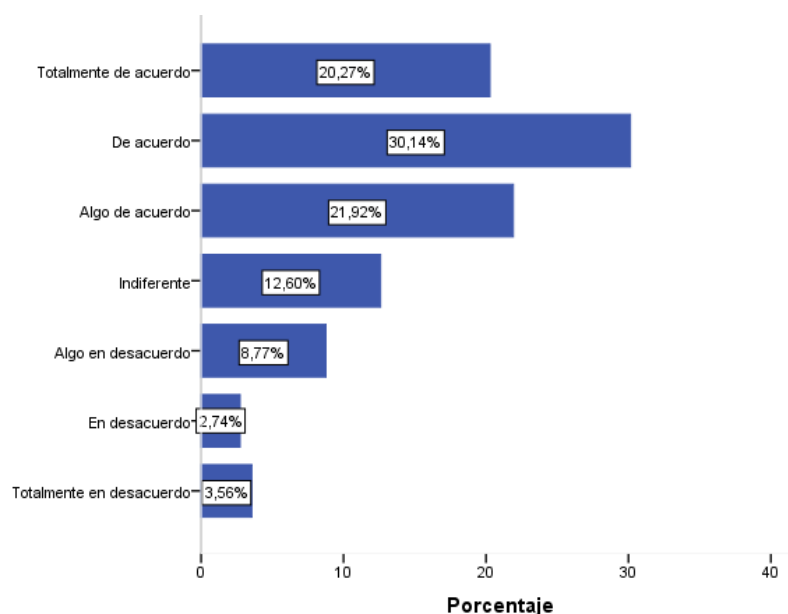


Figura 37. Información sobre programas de apoyo medioambiental dentro de la organización

Interpretación.- El porcentaje significativo obtenido en este ítem de 30,14%, determina que gran parte de los encuestados está de acuerdo con que dentro de su organización es fácil encontrar información sobre programas de apoyo medioambiental, seguido por un porcentaje de 21,92% de encuestados que está algo de acuerdo y el 20,27% está totalmente de acuerdo.

e) La organización proporciona información útil que necesitan los empleados para comportarse de una manera respetuosa con el medio ambiente

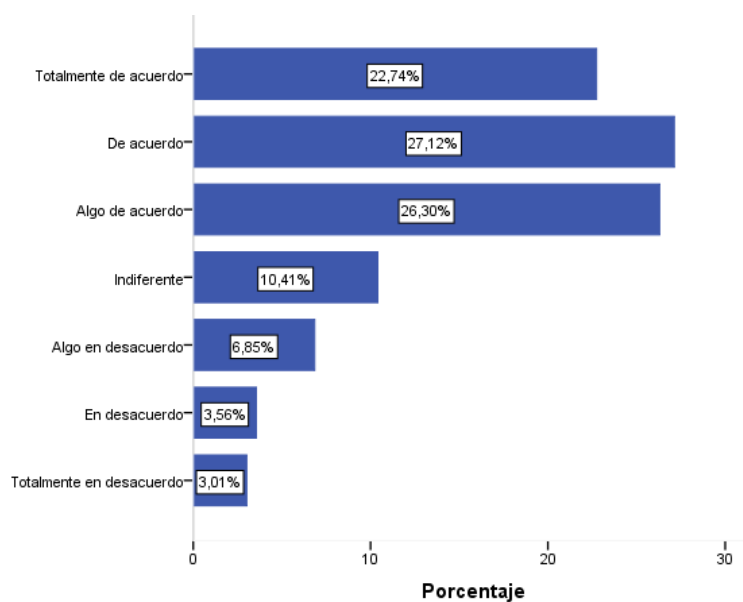


Figura 38. Proporción de información a los empleados para comportarse respetuosamente con el medio ambiente

Interpretación.- El porcentaje más significativo obtenido en este ítem de 27,12%, determina que gran parte de los encuestados está de acuerdo con que su organización proporciona información útil a los empleados para comportarse de una manera respetuosa con el medio ambiente, seguido por un porcentaje de 26,30% de encuestados que está algo de acuerdo y el 22,74% está totalmente de acuerdo.

f) La empresa está dispuesto a ayudar a los empleados a mejorar su comportamiento ambiental en el trabajo

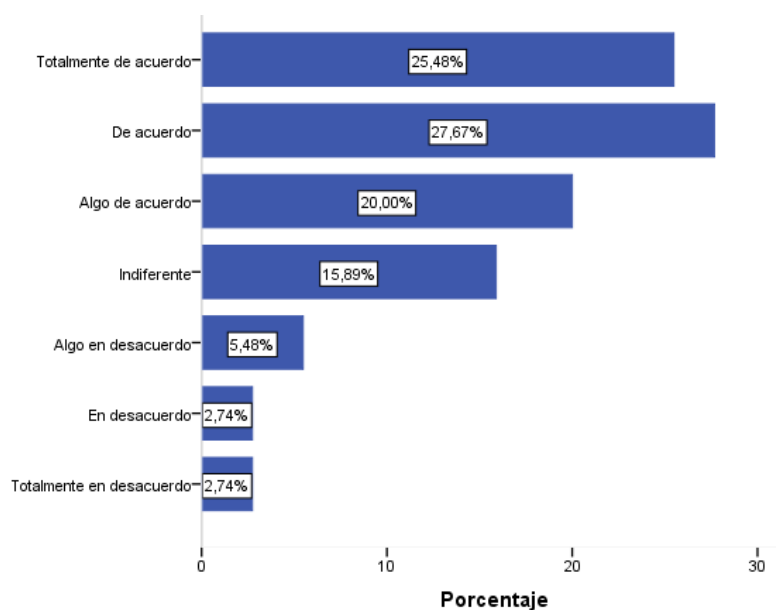


Figura 39. Ayuda a los empleados a mejorar comportamientos ambientales en el trabajo

Interpretación.- El porcentaje más significativo obtenido en este ítem de 27,67%, determina que gran parte de los encuestados está de acuerdo con que su organización está dispuesta a ayudar a los empleados a mejorar su comportamiento ambiental, seguido por un porcentaje de 25,48% de encuestados que está totalmente de acuerdo y el 20% está algo de acuerdo.

g) Muchos gerentes de alto nivel participan personalmente y activamente en el desarrollo de políticas de protección ambiental y la supervisión de su implementación

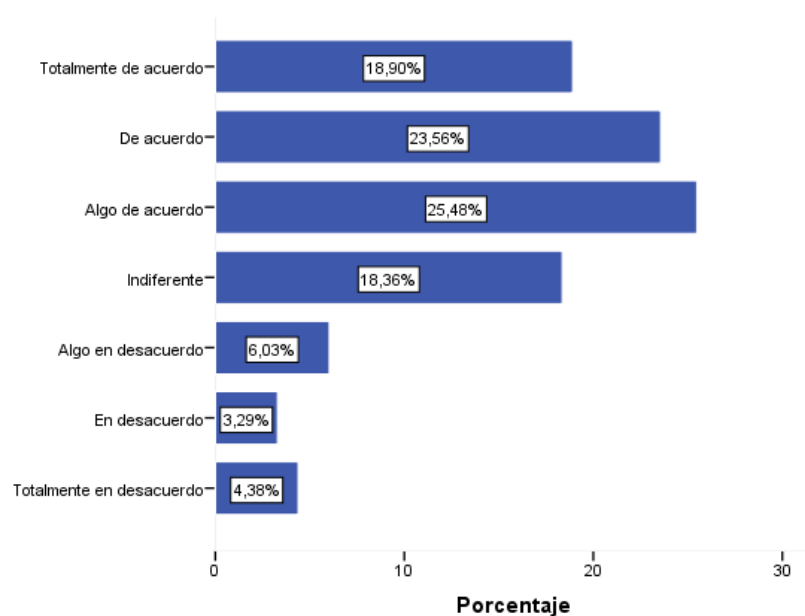


Figura 40. Participación de los gerentes en el desarrollo de políticas de protección ambiental

Interpretación.- la percepción de los encuestados, sobre si los gerentes de alto nivel de la organización participan personalmente y activamente en el desarrollo de políticas de protección ambiental, la gran mayoría (67,94%) dijo estar de acuerdo a esta cuestión, mientras que solo el 13,7% está en desacuerdo.

h) La empresa tiene políticas escritas relacionadas con la protección del medio ambiente.

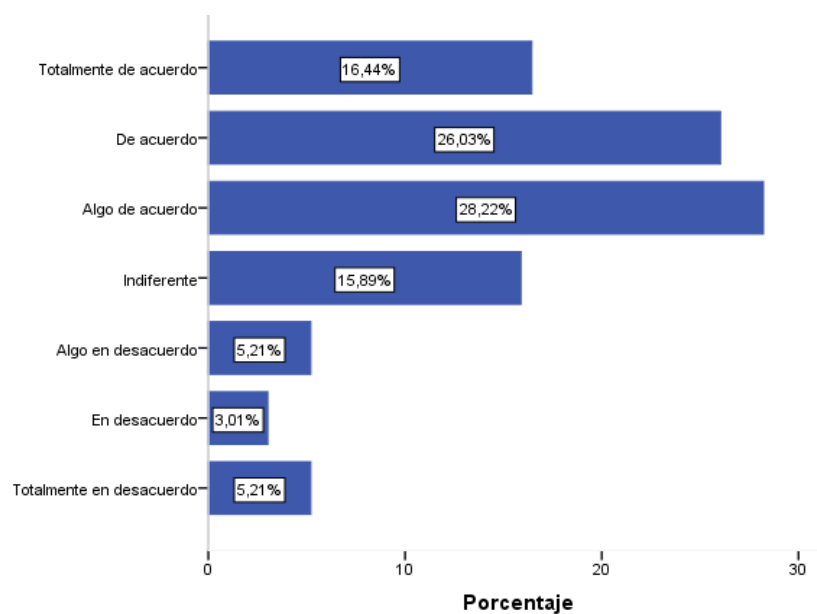


Figura 41. Presencia de políticas escritas relacionadas con la protección del medio ambiente

Interpretación.- El porcentaje mayor en este ítem (70,69%), determina que los encuestados están de acuerdo con que su empresa tiene políticas escritas relacionadas con la protección del medio ambiente y solo el 13,43% está en desacuerdo.

- i) La empresa le anima a desarrollar un comportamiento respetuoso con el medio ambiente

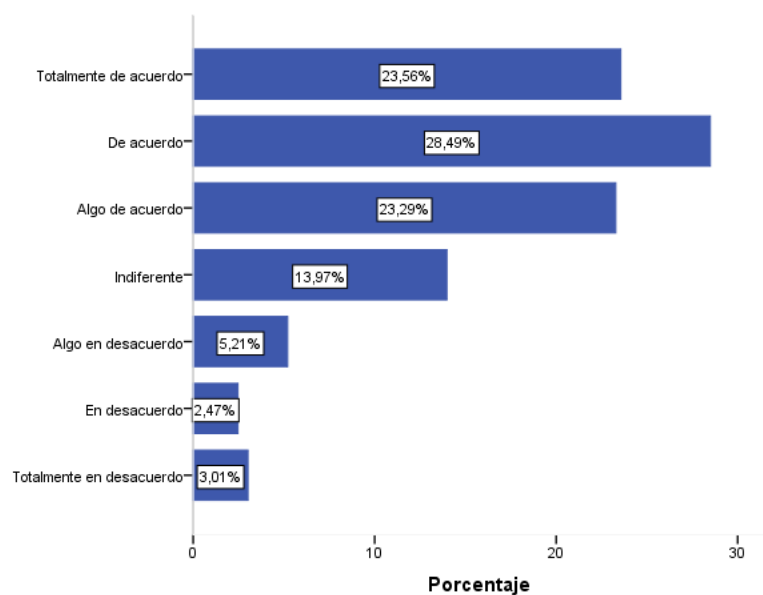


Figura 42. La empresa anima a desarrollar un comportamiento respetuoso con el medio ambiente

Interpretación.- El porcentaje más significativo obtenido en este ítem de 28,49%, determina que gran parte de los encuestados está de acuerdo con que su empresa anima a los empleados a desarrollar comportamientos respetuosos con el medio ambiente, seguido por un porcentaje de 23,56% de encuestados que está totalmente de acuerdo y el 23,29% está algo de acuerdo.

j) Siente que si hace sugerencias sobre el comportamiento a favor del medio ambiente puede conseguir beneficios en la empresa

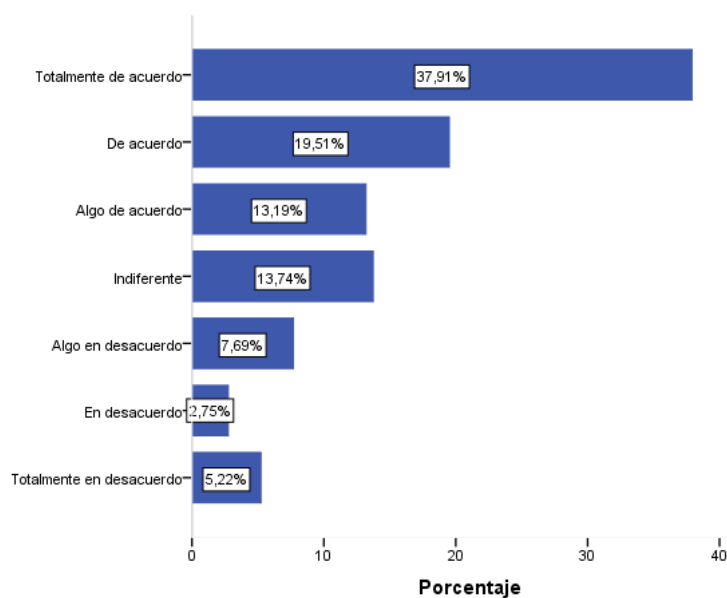


Figura 43. Sugerencias sobre el comportamiento a favor del medio ambiente ayuda a conseguir beneficios en la empresa

Interpretación.- El porcentaje más significativo obtenido en este ítem de 37,91%, determina que gran parte de los encuestados está totalmente de acuerdo con que si hace sugerencias sobre el comportamiento a favor del medio ambiente se puede conseguir beneficios en la empresa, seguido por un porcentaje de 19,51% de encuestados que está de acuerdo y el 13,74% muestra indiferencia a esta cuestión.

Pregunta 16.- Liderazgo transformacional percibido

a) Considera que su supervisor siempre está buscando oportunidades para que la organización sea respetuosa con el medio ambiente

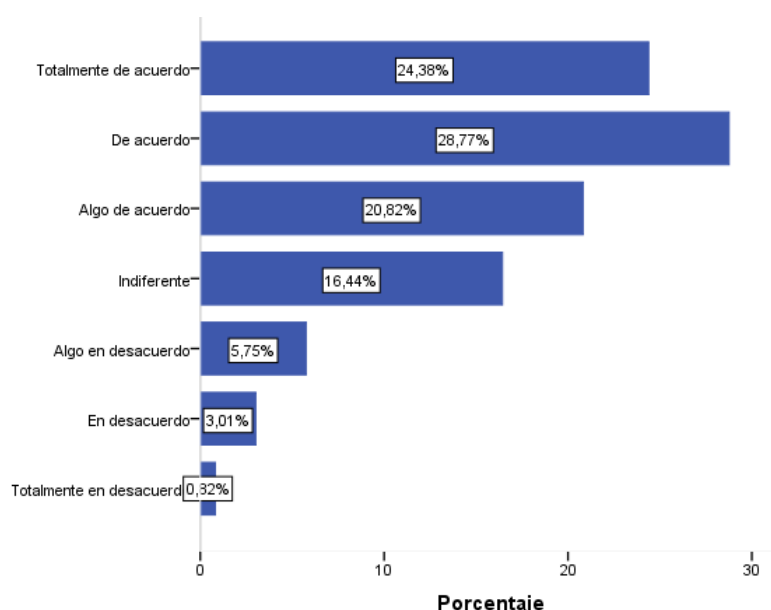


Figura 44. Búsqueda de oportunidades para que la organización sea respetuosa con el medio ambiente (supervisor)

Interpretación.- En este ítem gran parte de los encuestados (73,97%) esta de acuerdo ante su percepción sobre si su supervisor siempre está buscando oportunidades para que la organización sea respetuosa con el medio ambiente, solo el 9,08%, dijo estar en desacuerdo.

b) Un buen ejemplo de comportamiento respetuoso con el medio ambiente es su supervisor

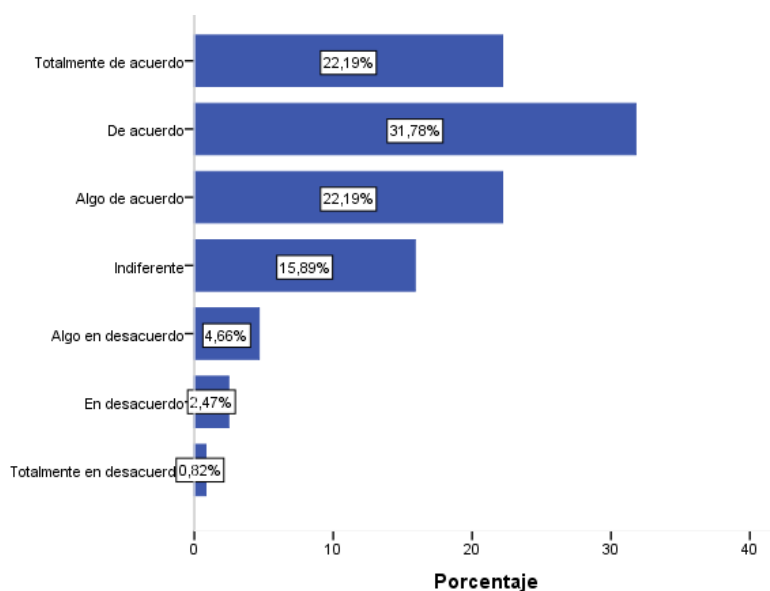


Figura 45. Consideración sobre si el supervisor es un ejemplo de comportamiento respetuoso con el medio ambiente

Interpretación.- En este ítem el 31,78%, muestra que gran parte de los encuestados indican estar de acuerdo ante su percepción sobre si su supervisor es un buen ejemplo de comportamiento respetuoso con el medio ambiente, seguido por el 22,19% que está totalmente de acuerdo y algo de acuerdo ante esta cuestión. Mientras que a un 15,89% le es indiferente.

- c) Su supervisor le anima a pensar en viejos problemas de nuevas maneras

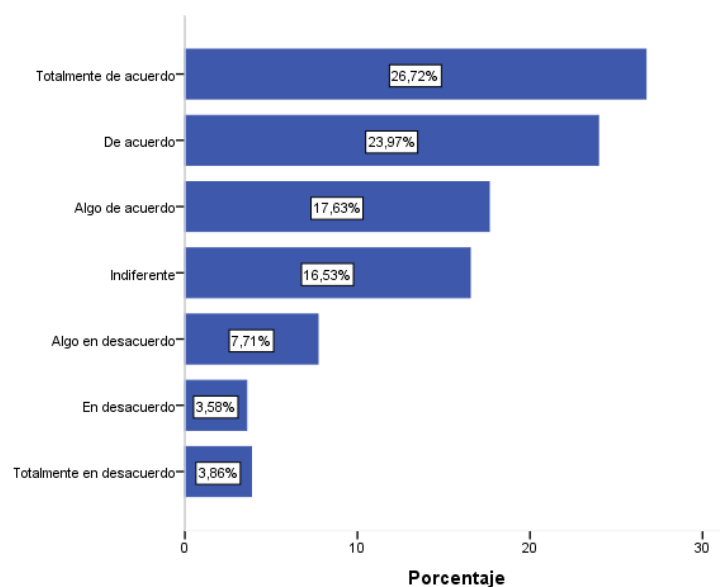


Figura 46. El supervisor anima a pensar en nuevas maneras

Interpretación.- En este ítem el 26,72%, muestra que gran parte de los encuestados indican estar totalmente de acuerdo ante su percepción sobre si su supervisor le anima a pensar en viejos problemas de nuevas maneras, seguido por el 23,97% que está de acuerdo y el 17,63% está algo de acuerdo ante esta cuestión.

d) Su supervisor le ha estimulado a repensar la forma en que hace las cosas y si se está comportando de manera respetuosa con el medio ambiente en el trabajo

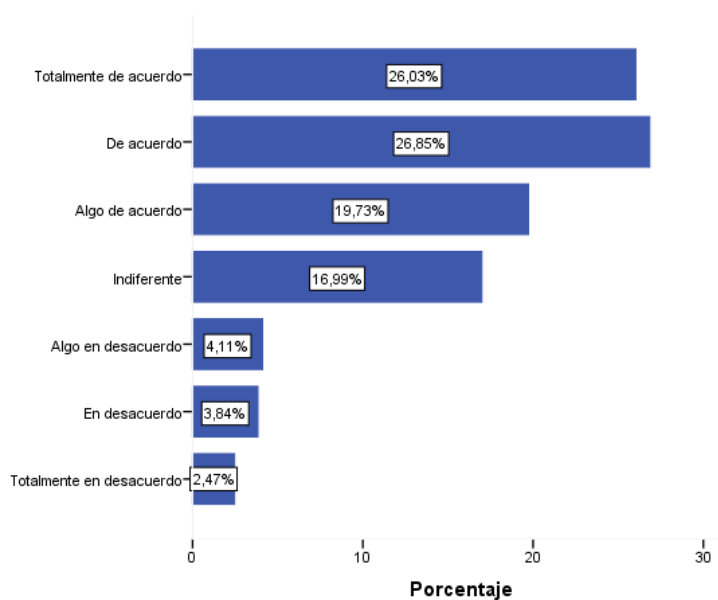


Figura 47. El supervisor anima a repensar la forma en que se hace las cosas y si se actúa respetuosamente con el medio ambiente

Interpretación.- En este ítem gran parte de los encuestados (72,61%) indican estar de acuerdo, ante su percepción sobre si su supervisor le ha estimulado a repensar la forma en que hace las cosas y si se está comportando de manera respetuosa con el medio ambiente, solo un 16,99% dio una respuesta indiferente.

e) Cree que su supervisor tiene los conocimientos y habilidades para desarrollar un comportamiento respetuoso con el medio ambiente

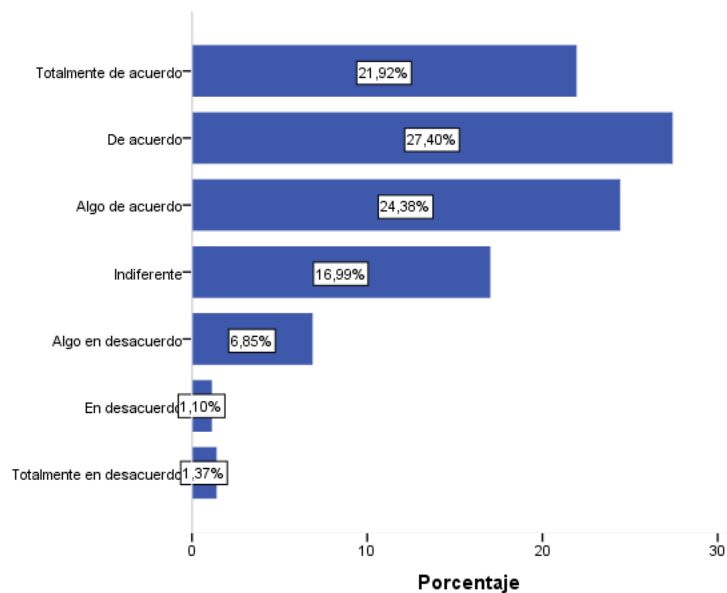


Figura 48. Conocimientos y habilidades del supervisor para desarrollar comportamientos respetuosos con el medio ambiente

Interpretación.- En este ítem gran parte de los encuestados (73,7%) está de acuerdo ante su percepción, sobre si su supervisor tiene los conocimientos y habilidades para desarrollar un comportamiento respetuoso con el medio ambiente, solo el 1,37% dijo estar en total desacuerdo a esta cuestión y no perciben conocimientos de su supervisor o jefe.

f) Considera que su supervisor ha tenido éxito desarrollando un comportamiento respetuoso con el medio ambiente en el trabajo

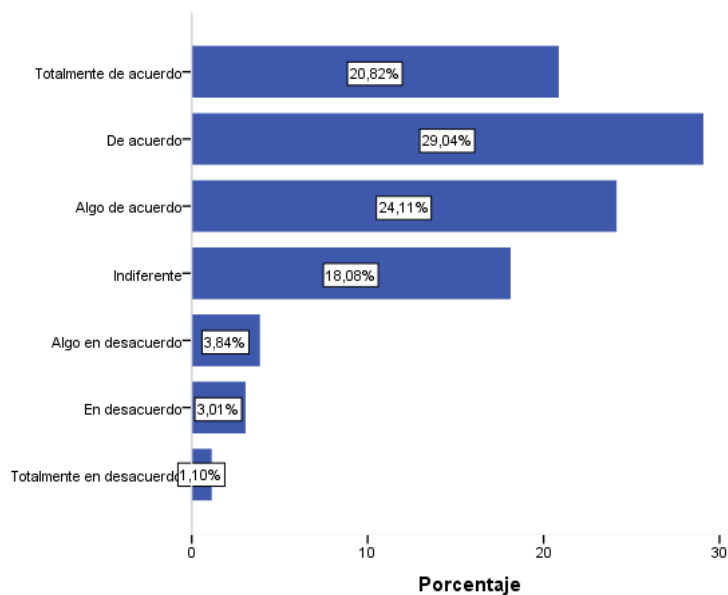


Figura 49. Éxito del supervisor en el desarrollo de comportamientos respetuosos con el medio ambiente

Interpretación.- En este ítem el 29,04%, muestra que gran parte de los encuestados indican estar **de acuerdo** ante su percepción sobre si su supervisor ha tenido éxito desarrollando un comportamiento respetuoso con el medio ambiente, seguido por el 24,11% que está algo de acuerdo y el 20,82% está totalmente de acuerdo ante esta cuestión.

g) Existen condiciones creadas por su supervisor que permiten una amplia participación en las decisiones sobre la estrategia ambiental de la institución

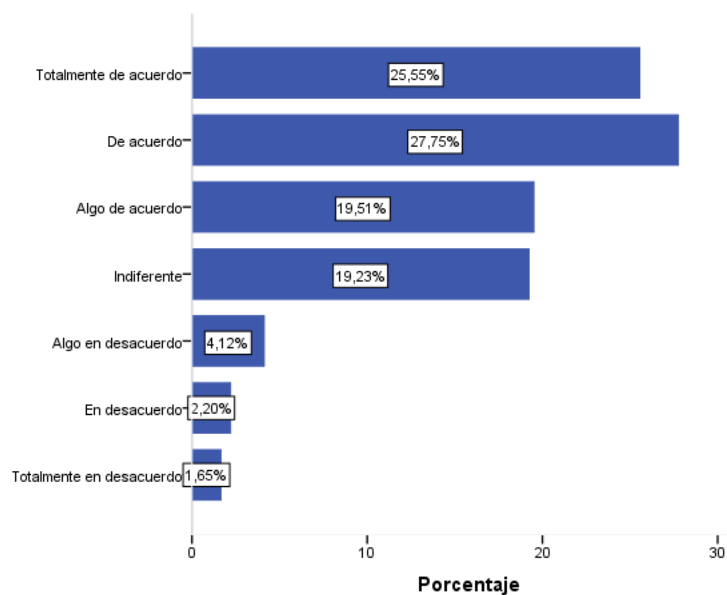


Figura 50. Condiciones creadas para una amplia participación sobre estrategia ambiental

Interpretación.- En este ítem el 27,75%, muestra que gran parte de los encuestados indican estar de acuerdo ante su percepción sobre si su supervisor creo condiciones que permitan una amplia participación en las decisiones sobre la estrategia ambiental del establecimiento, seguido por el 25,55% que está totalmente de acuerdo y el 19,51% está algo de acuerdo, así mismo para el 19,23% dio una respuesta indiferente ante esta cuestión.

Pregunta 17.- Escala de satisfacción laboral

a) Se lleva bien con sus supervisores

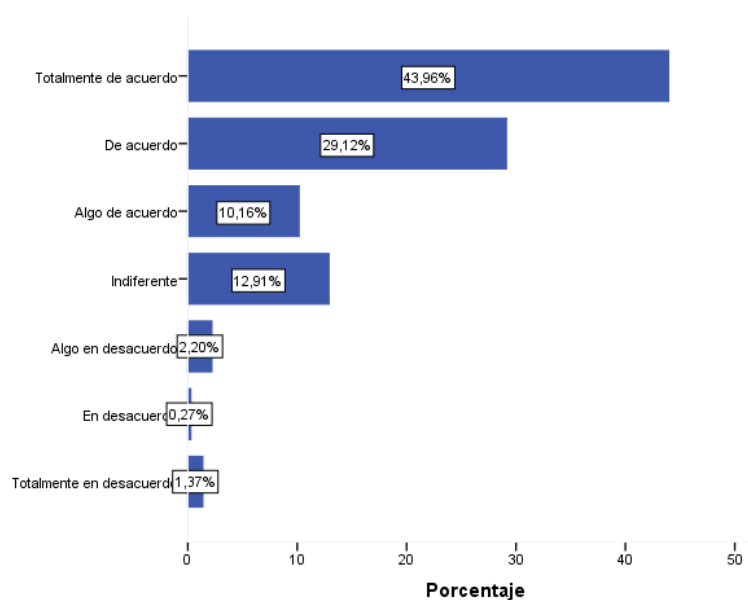


Figura 51. Relación supervisor-empleado

Interpretación.- En este ítem el 43,96%, muestra que gran parte de los encuestados indican estar totalmente de acuerdo con respecto a que si llevan bien con sus supervisores y solo el 3,84% dijo no mantener buena relación con su supervisor.

b) Se aprovechan bien sus talentos y habilidades

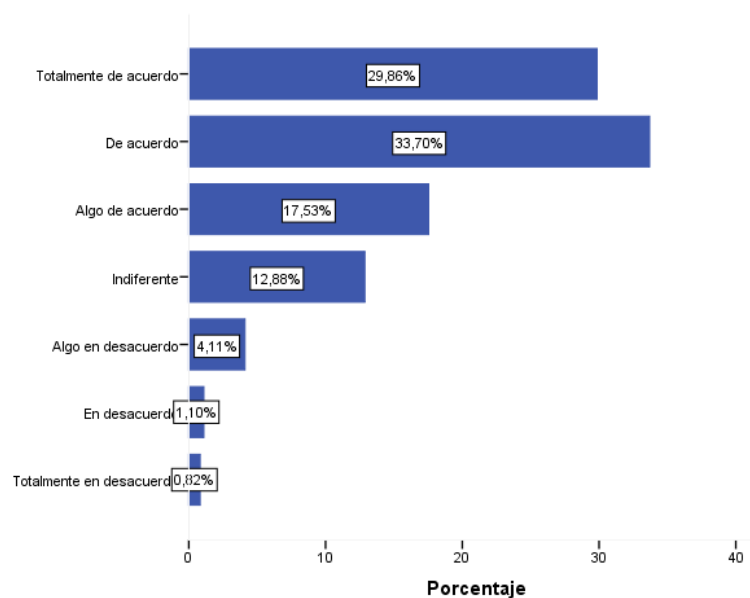


Figura 52. Valor del talento y habilidades del empleado

Interpretación.- En este ítem el 33,70%, muestra que gran parte de los encuestados indican estar de acuerdo ante su percepción sobre si se aprovechan bien sus talentos y habilidades, seguido por el 29,86% que está totalmente de acuerdo y el 17,53% está algo de acuerdo ante esta cuestión.

c) Le gusta su trabajo

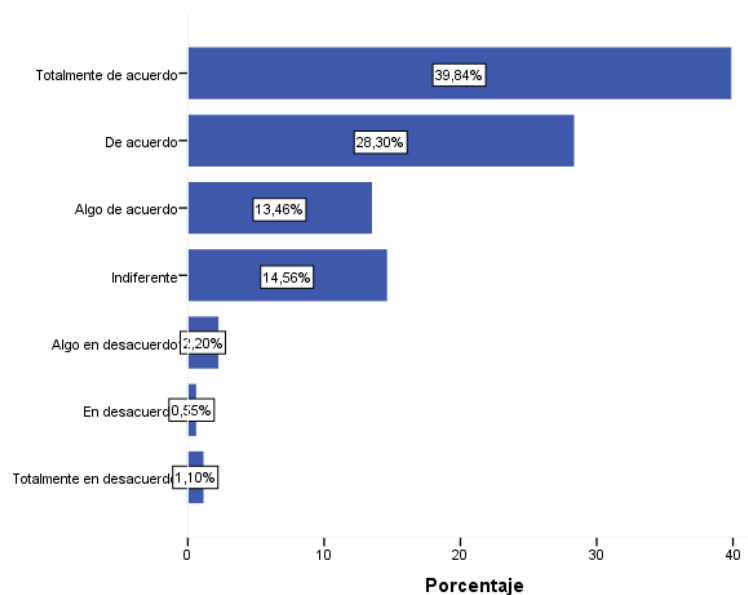


Figura 53. Gusto del empleado por su trabajo

Interpretación.- En este ítem el 39,84%, muestra que gran parte de los encuestados indican estar totalmente de acuerdo evidenciando que les gusta su trabajo, seguido por el 23,97% que está de acuerdo y el 17,63% está algo de acuerdo ante esta cuestión.

d) Se le reconoce el trabajo bien hecho

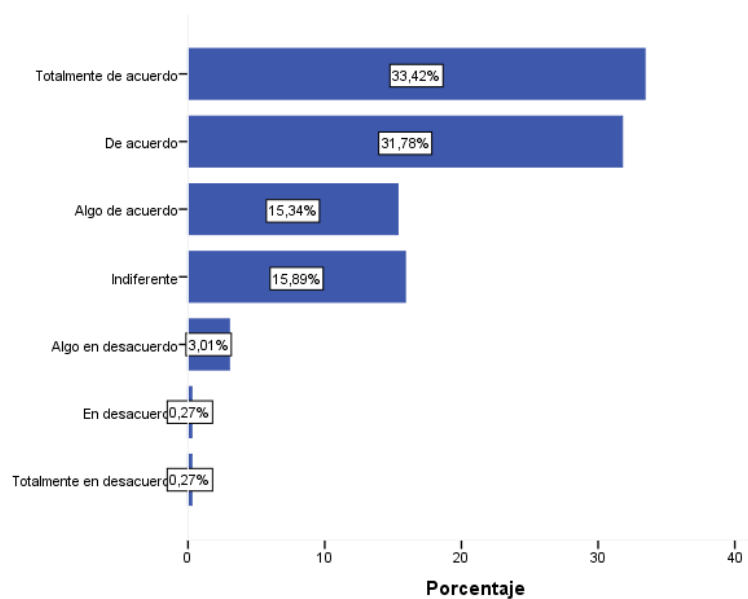


Figura 54. Reconocimiento del buen trabajo de los empleados

Interpretación.- En este ítem el 33,42%, muestra que gran parte de los encuestados indican estar totalmente de acuerdo al decir que se les reconoce el trabajo bien hecho, seguido por el 31,78% que está de acuerdo y el 15,89% dio una respuesta indiferente ante esta cuestión.

e) Le gusta trabajar en esta empresa

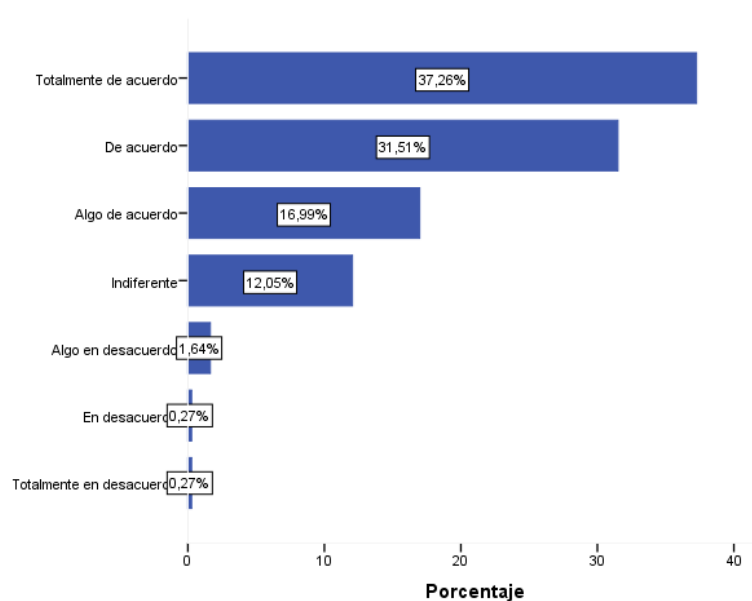


Figura 55. Gusto por el trabajo en la empresa

Interpretación.- En este ítem gran parte de los encuestados (37,26%) indican estar totalmente de acuerdo sobre si les gusta trabajar en esa empresa, y solo el 2,18% dio una respuesta negativa.

f) Se siente cercano a la gente con la que trabaja

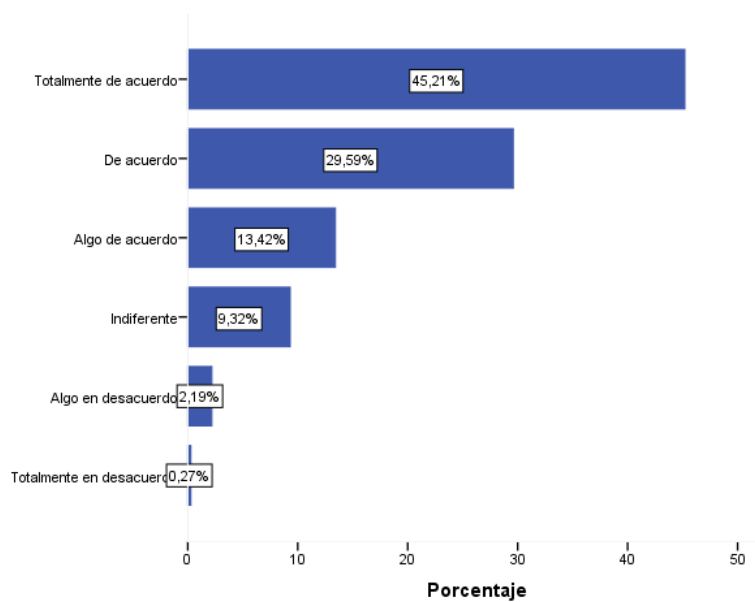


Figura 56. Relación empleado-colegas

Interpretación.- La mayoría de los encuestados (45,21%) indican estar totalmente de acuerdo sobre si se siente cercano a la gente con la que trabaja, un porcentaje muy mínimo del 0,27% está en desacuerdo ante esta pregunta

g) Se siente seguro con respecto a su trabajo

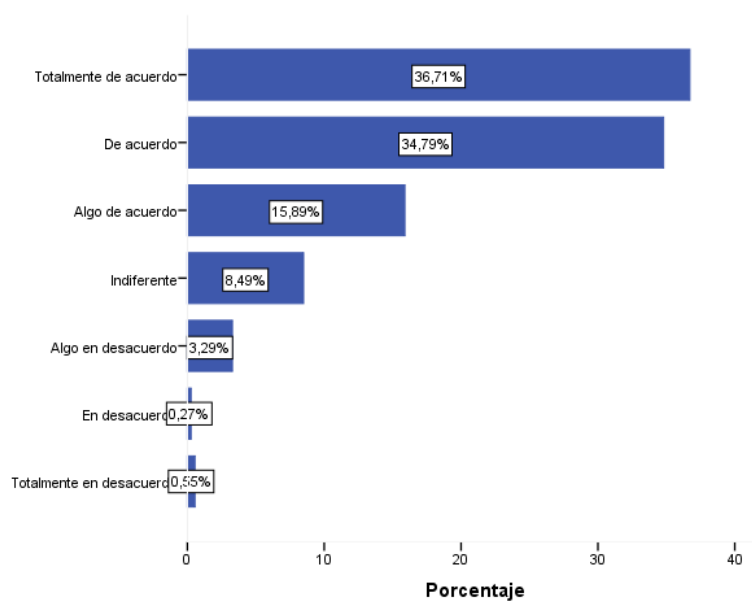


Figura 57. Seguridad con el trabajo

Interpretación.- En este ítem el 36,71%, muestra que gran parte de los encuestados indican estar totalmente de acuerdo al preguntarles si se sienten seguros con respecto a su trabajo y solo el 0,55% dijo estar totalmente en desacuerdo.

h) Cree que sus superiores se interesan por su bienestar

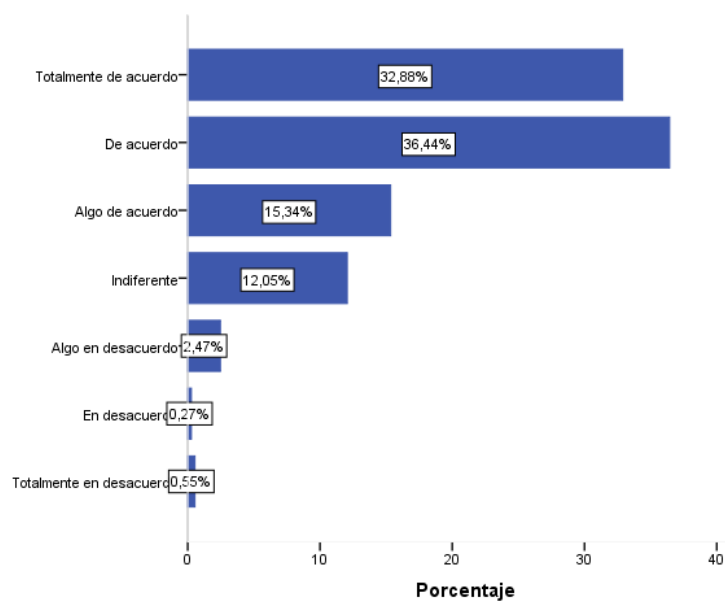


Figura 58. Interés por el bienestar de los empleados

Interpretación.- En este ítem el 36,44%, muestra que gran parte de los encuestados indican estar de acuerdo ante su percepción sobre si sus supervisores se interesan por su bienestar, seguido por el 32,88% que está totalmente de acuerdo y el 15,34% está algo de acuerdo ante esta cuestión.

i) Su sueldo es bueno

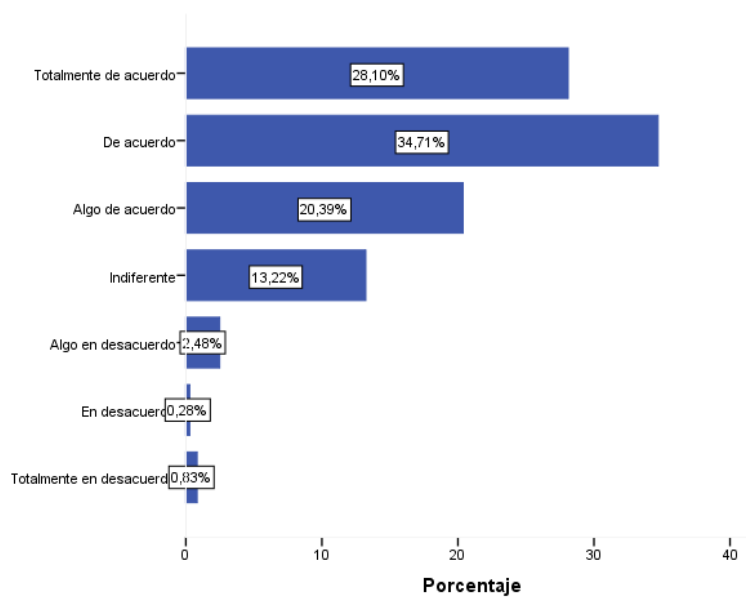


Figura 59. Valoración del sueldo del empleado

Interpretación.- En este ítem el 34,71%, muestra que gran parte de los encuestados indican estar de acuerdo ante su percepción sobre si su sueldo es bueno, seguido por el 28,1% de encuestados que está totalmente de acuerdo y el 20,39% está algo de acuerdo ante esta cuestión.

Pregunta 18.- Escala de compromiso de los empleados

- a) Estaría encantado de trabajar en esta organización hasta la jubilación

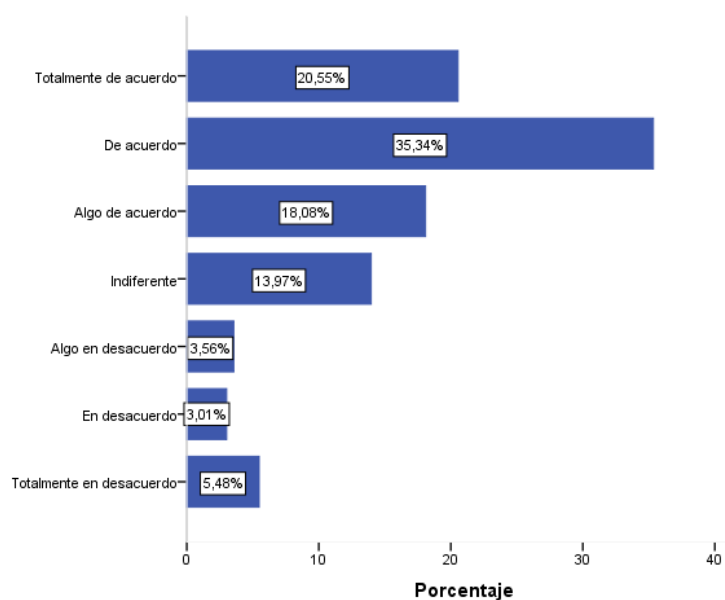


Figura 60. Deseo de trabajar en el establecimiento hasta la jubilación

Interpretación.- En el siguiente ítem se identifica que el 35,34%, gran parte de los encuestados indicó estar de acuerdo con trabajar en el establecimiento hasta su jubilación, seguido por el 20,55% de encuestados que está totalmente de acuerdo y el 18,08% está algo de acuerdo.

b) Trabajar aquí es importante para usted

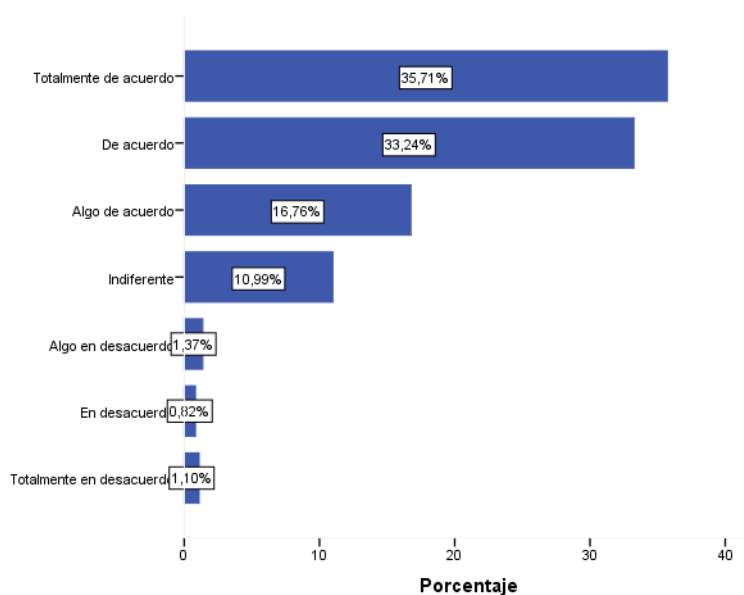


Figura 61. Importancia del empleado de trabajar en su organización

Interpretación.- En el siguiente ítem se identifica que el 35,71%, gran parte de los encuetados indicó estar totalmente de acuerdo con que trabajar en esa organización es importante para ellos, seguido por el 33,24% de encuestados que está de acuerdo y el 16,76% está algo de acuerdo, mientras que el 10,99% dio una respuesta indiferente a esta cuestión.

- c) Realmente siente que los problemas de la organización son sus problemas

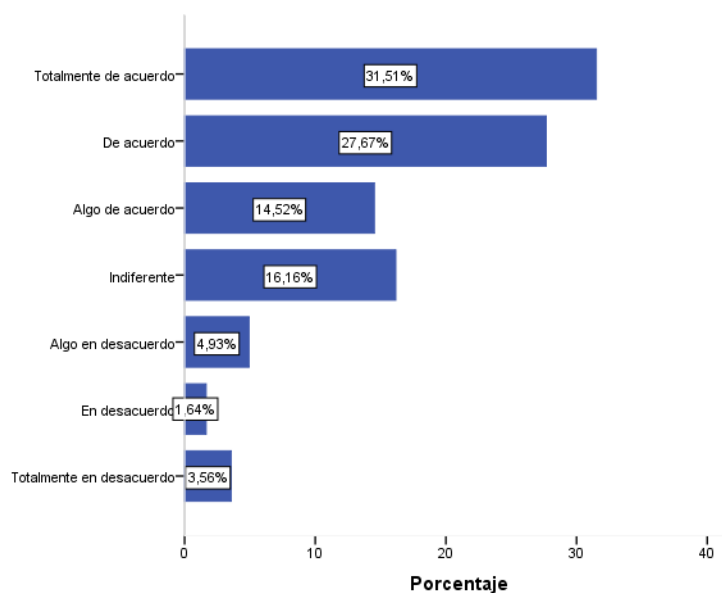


Figura 62. Sentido de pertenencia de los problemas organizacionales

Interpretación.- En el siguiente ítem se identifica que el 31,51%, gran parte de los encuestados indicó estar totalmente de acuerdo al sentir que los problemas de su organización son sus problemas y solo el 16,16% de trabajadores encuestados dio una respuesta indiferente sobre este tema.

- d) Se siente orgulloso de decir que trabaja en esta organización

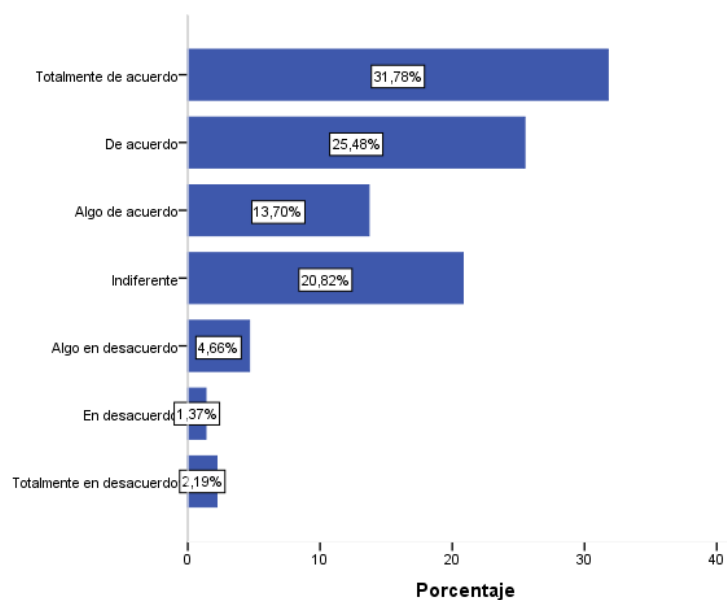


Figura 63. Orgullo de trabajar en la organización

Interpretación.- En el siguiente ítem se identifica que el 31,78%, gran parte de los encuestados indicó estar totalmente de acuerdo al sentir orgullo de decir que trabajan en ese establecimiento, seguido por el 25,48% de encuestados está de acuerdo, mientras que el 20,82% de los encuestados opino indiferencia ante esta cuestión.

Pregunta 19.- Escala de comportamiento ambiental de vida privada

- a) Recicla residuos

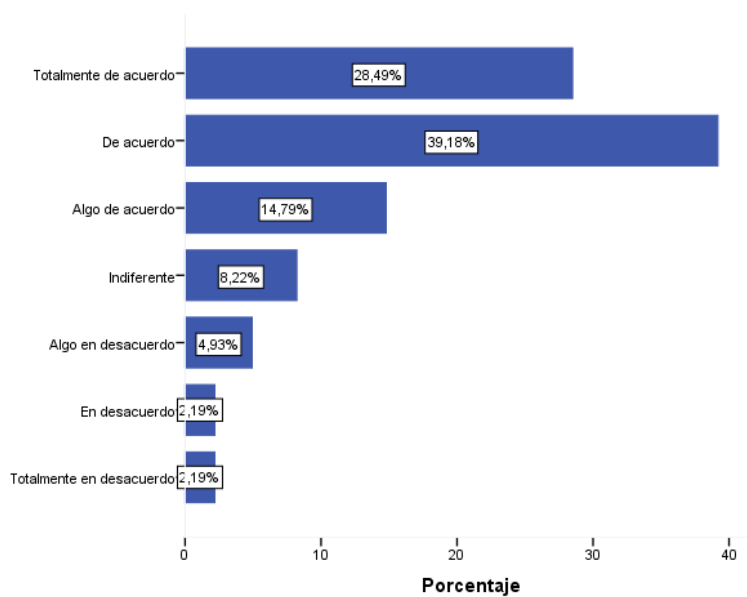


Figura 64. Reciclaje de residuos

Interpretación.- En este ítem se identifica que el 39,18%, gran parte de los encuestados afirma estar de acuerdo con que mantiene hábitos de reciclaje, este porcentaje esta seguido por el 28,49% de encuestados que está totalmente de acuerdo y el 14,79% está algo de acuerdo ante esta pregunta.

b) Ahorra agua cuando se ducha

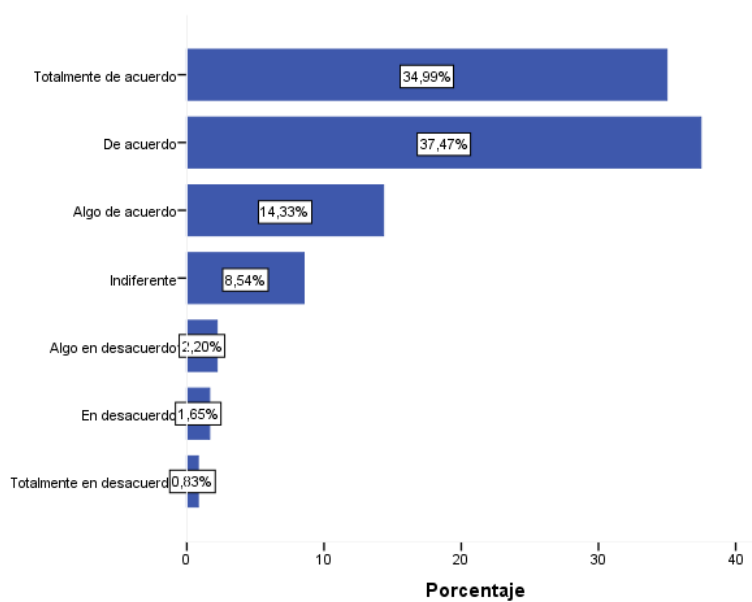


Figura 65. Ahorro de agua al ducharse

Interpretación.- En este ítem se determina que el 39,18%, es decir que gran parte de los encuetados afirma estar de acuerdo y procura ahorrar agua cuando se ducha, este porcentaje esta seguido por el 34,99% de encuestados que está totalmente de acuerdo y el 14,33% está algo de acuerdo ante esta pregunta.

c) Usa electricidad y agua eficientemente

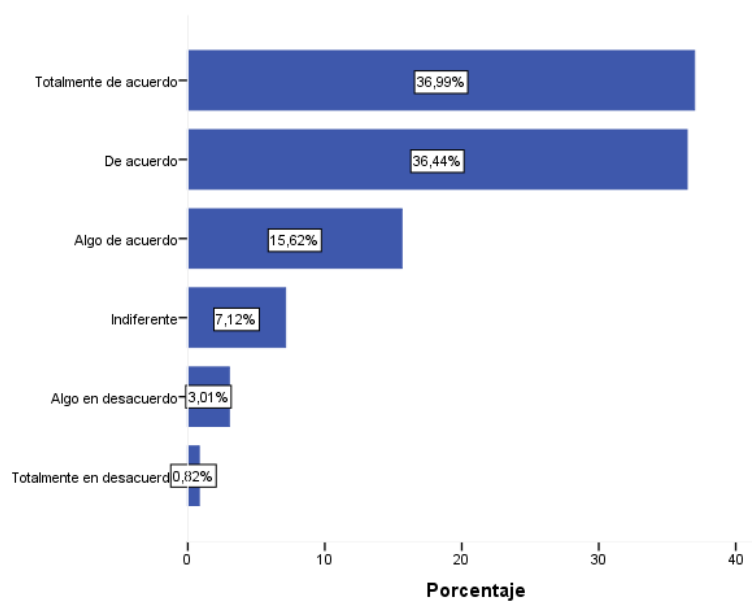


Figura 66. Uso eficiente de electricidad y agua

Interpretación.- En este ítem se identifica que el 36,99%, siendo este porcentaje gran parte de los encuestados afirma estar totalmente de acuerdo con que usan electricidad y agua eficientemente, este porcentaje esta seguido por el 36,44% de encuestados que está de acuerdo y el 15,62% está algo de acuerdo ante esta pregunta.

d) Trata de usar transporte público en lugar de auto propio

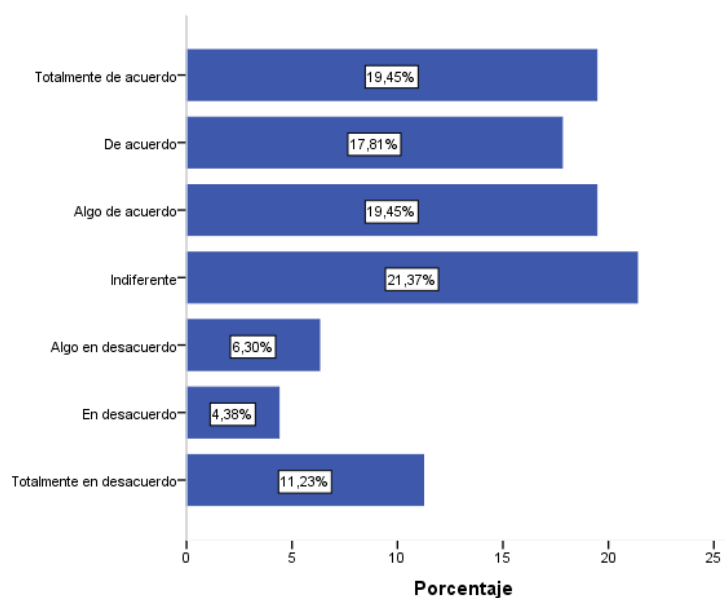


Figura 67. Uso de transporte público o privado

Interpretación.- En este ítem se identifica que el 21,37%, siendo este el porcentaje mayor el cual muestra una respuesta **indiferente** con que tratan de usar transporte público en lugar de auto propio, este porcentaje esta seguido por el 19,45% de encuestados están de acuerdo con esta pregunta.

- e) Trata de no usar fundas plásticas y lleva su propia bolsa cuando va hacer compras

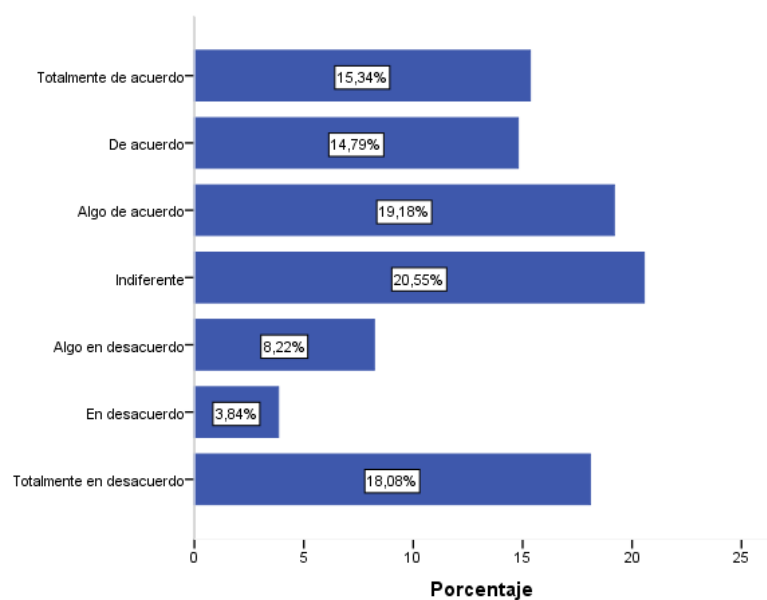


Figura 68. Reutilización de fundas plásticas al ir de compras

Interpretación.- En este ítem se identifica que el 20,55%, siendo este el porcentaje mayor el cual muestra una respuesta indiferente frente a si tratan de no utilizar fundas plásticas y van hacer compras con su propia funda, este porcentaje esta seguido por el 19,18% de encuestados están algo de acuerdo y el 18,08% está totalmente en desacuerdo con esta pregunta.

f) Prefiere productos eco-etiquetados

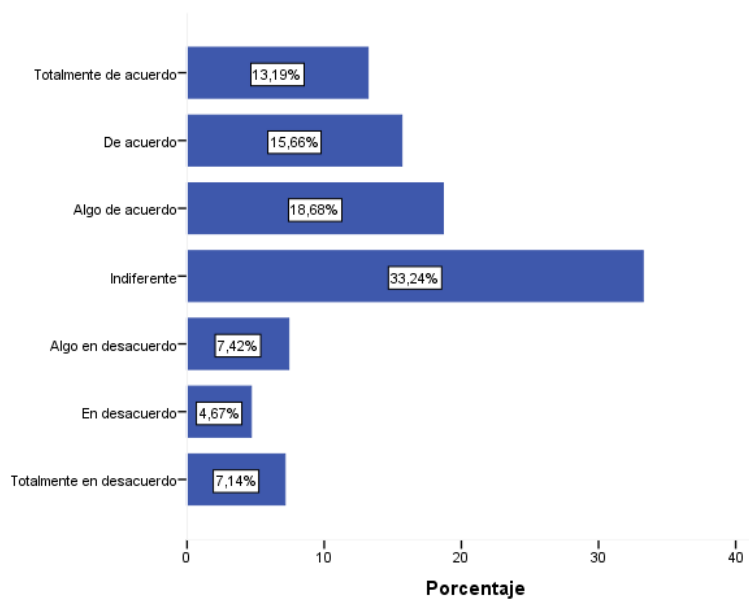


Figura 69. Preferencia de productos eco etiquetados

Interpretación.- En este ítem se identifica que el 33,24%, siendo este el porcentaje mayor el cual muestra una respuesta indiferente a la preferencia de productos eco-etiquetados, este porcentaje esta seguido por el 18,68% de encuestados están algo de acuerdo con esta pregunta.

- g) Se asegura que la calefacción no esté a una temperatura muy alta

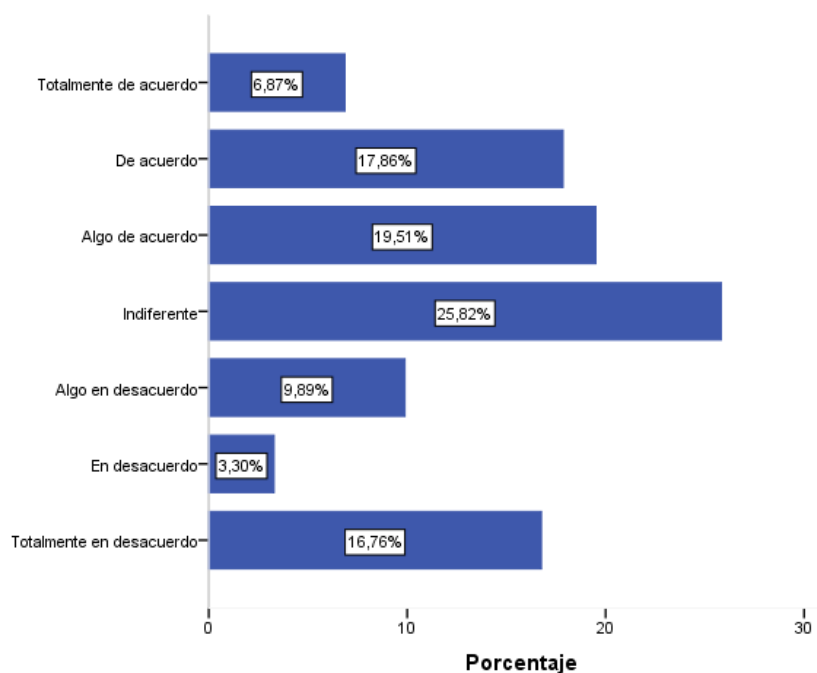


Figura 70. Eficiencia en el uso de calefacción

Interpretación.- En este ítem se identifica que la mayoría de encuestados (44,24%) están de acuerdo y procura que la calefacción no esté a una temperatura muy alta, este porcentaje está seguido por el 25,82% de encuestados que dio una respuesta indiferente.

h) Usa su carro siempre que le convenga

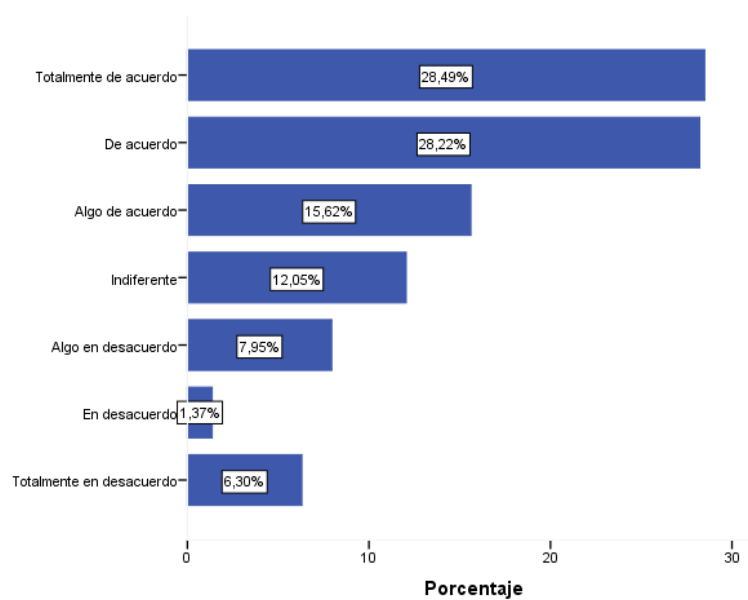


Figura 71. Uso del carro siempre que sea necesario

Interpretación.- En este ítem se identifica que el 28,49%, determina que la mayoría de los encuestados afirma estar totalmente de acuerdo que usen carro siempre que les convenga, este porcentaje está muy seguido por el 28,22% de encuestados que están de acuerdo con esta pregunta.

- i) Dejó de comprar productos que causaban problemas al medio ambiente

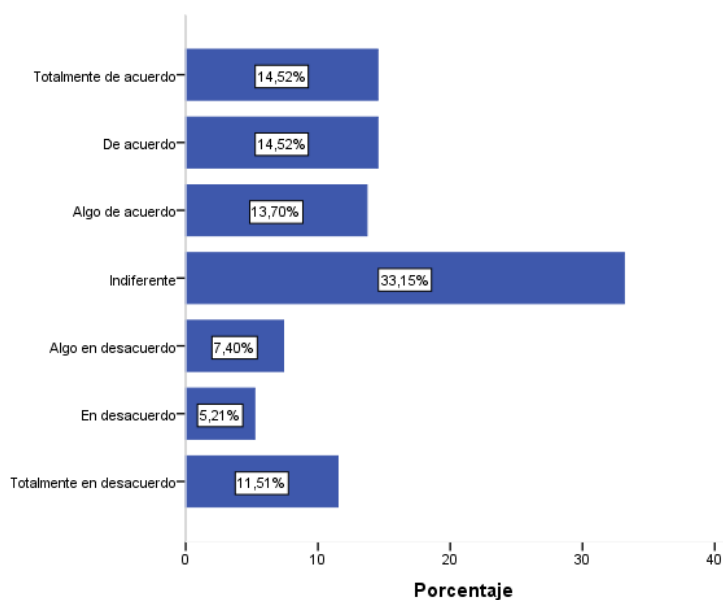


Figura 72. Cuidado en la compra de productos perjudiciales para el medio ambiente

Interpretación.- En este ítem se identifica que el 33,15%, determina que la mayoría de los encuestados es indiferente con el dejar de comprar productos que causaban problemas al medio ambiente y solo un 14,52% se encuentra de acuerdo y totalmente de acuerdo a esta pregunta.

j) Compra productos hechos de productos reciclados

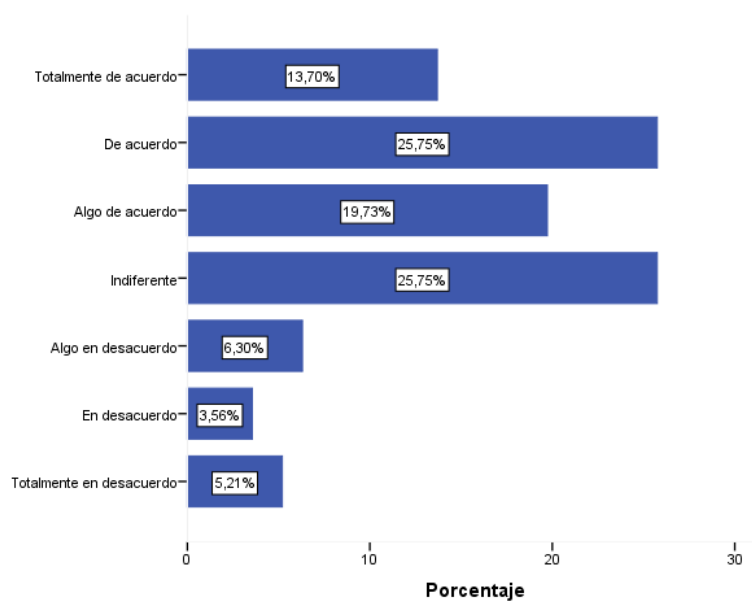


Figura 73. Compra de productos hechos de productos reciclados

Interpretación.- En este ítem se identifica que el 25,75% determina que los encuestados son indiferentes y otro 25,75% está de acuerdo, con que compran productos hechos de productos reciclados.

k) Convenció a algún miembro de su familia y/o amigos a no comprar productos dañinos al medio ambiente

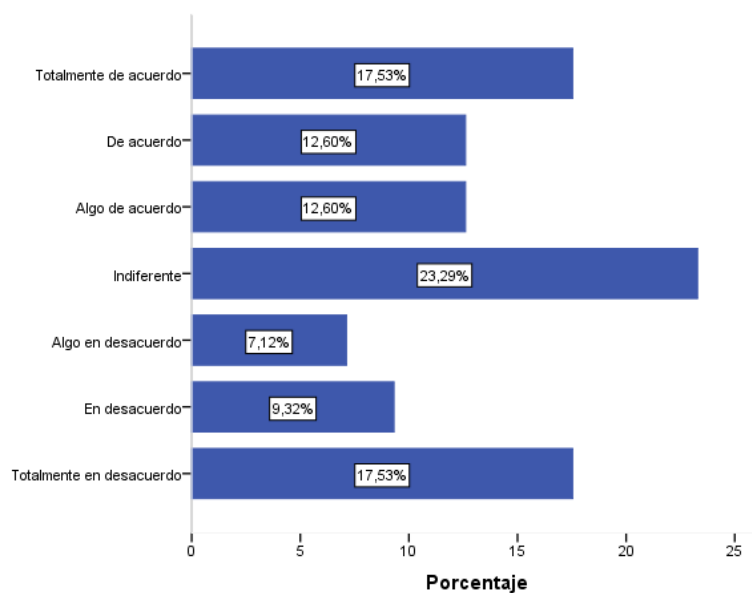


Figura 74. Promover la compra cuidadosa de productos perjudiciales al medio ambiente

Interpretación.- En este ítem se identifica que el 23,29%, determina que la mayoría de los encuestados es indiferente a tratar de convencer a algún miembro de su familia y/o amigos a no comprar productos dañinos al medio ambiente, este porcentaje está seguido por el 17,53% de encuestados están totalmente en desacuerdo y otro 17,53% están totalmente de acuerdo con esta pregunta.

3.4.2. Análisis descriptivo agrupado

Primera dimensión.- Pasión por el medio ambiente

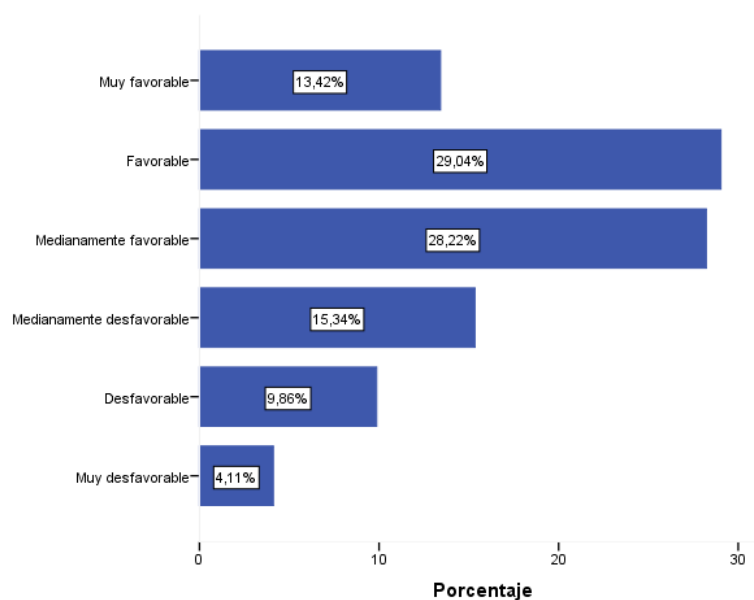


Figura 75. Pasión por el medio ambiente agrupado

Interpretación.- El resultado obtenido para los datos agrupados sobre pasión por el medio ambiente, muestran que el 29,04% de los encuestados dio una respuesta favorable y el 28,22% dio una respuesta algo favorable para el desarrollo de esta dimensión, es decir que la mayoría de encuestados dijo estar de acuerdo a esta pregunta.

Tercera dimensión.- Comportamiento ambiental de supervisor y colegas

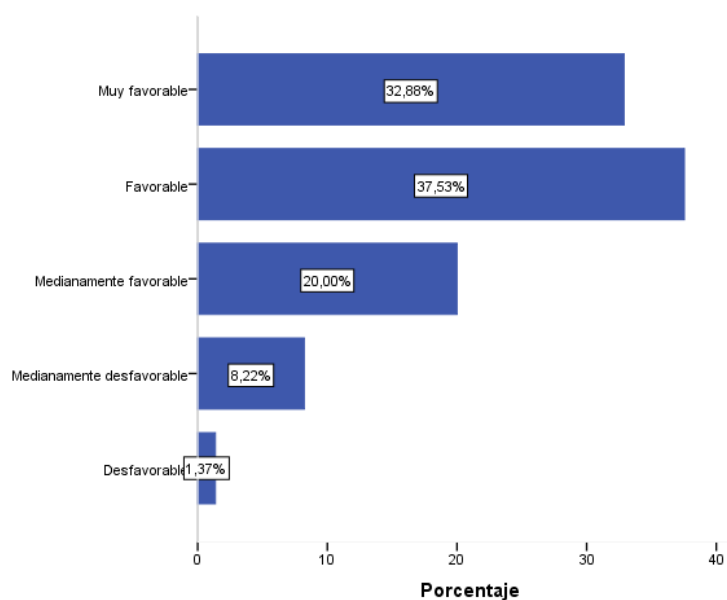


Figura 76. Comportamiento ambiental de supervisor y colegas

Interpretación.- El resultado obtenido para los datos agrupados sobre comportamiento ambiental amigable del supervisor y colegas, muestran que el 37,53% de los encuestados dio una respuesta favorable y el 23,88% dio una respuesta muy favorable para el desarrollo de esta dimensión, es decir que la mayoría de encuestados dijo estar de acuerdo y totalmente de acuerdo a esta pregunta.

Cuarta dimensión.- Soporte ambiental organizacional

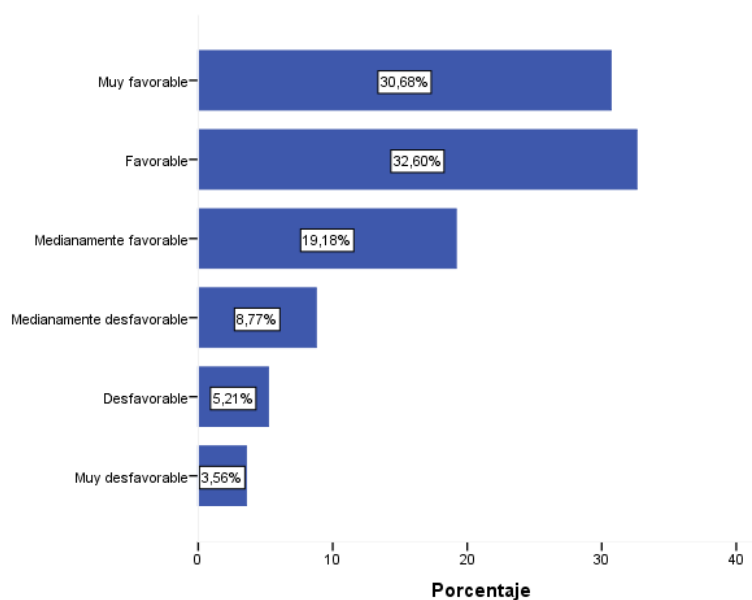


Figura 77. Soporte ambiental organizacional

Interpretación.- El resultado obtenido para los datos agrupados sobre soporte ambiental organizacional, muestran que el 32,60% de los encuestados dio una respuesta favorable y el 30,68% muy favorable para el desarrollo de esta dimensión, es decir que la mayoría de encuestados dijo estar de acuerdo y totalmente de acuerdo a esta pregunta.

Quinta dimensión.- Liderazgo transformacional percibido

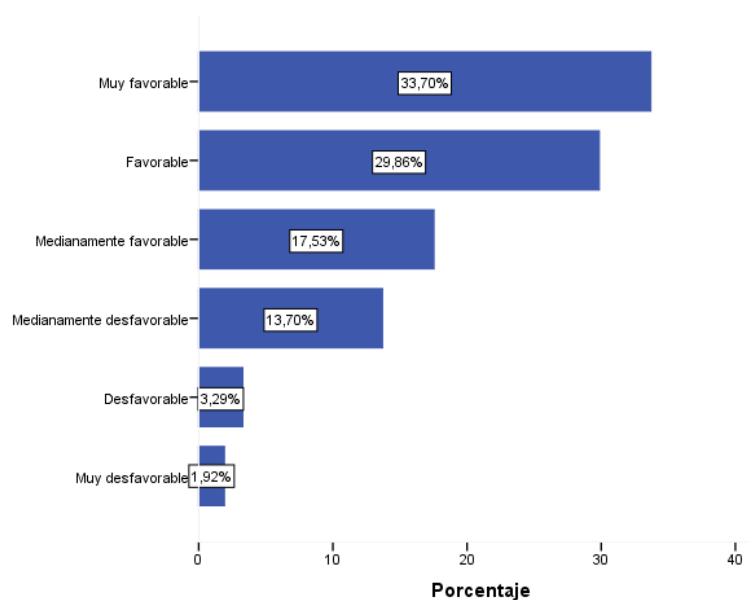


Figura 78. Liderazgo transformacional percibido

Interpretación.- El resultado obtenido para los datos agrupados sobre liderazgo transformacional percibido, muestran que el 33,70% de los encuestados dio una respuesta muy favorable para el desarrollo de esta dimensión, es decir que la mayoría de encuestados dijo estar de acuerdo y totalmente de acuerdo a esta pregunta.

Sexta dimensión.- Escala de satisfacción laboral

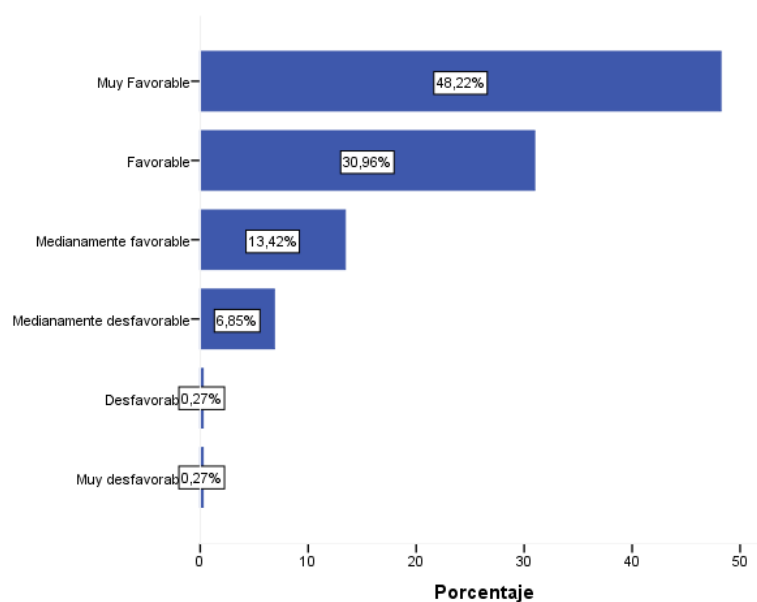


Figura 79. Satisfacción laboral

Interpretación.- El resultado obtenido para los datos agrupados sobre satisfacción laboral, muestran que el 48,22% de los encuestados dio una respuesta muy favorable para el desarrollo de esta dimensión, es decir que la mayoría de encuestados dijo estar de acuerdo y totalmente de acuerdo a esta pregunta.

Séptima dimensión.- Escala de compromiso laboral

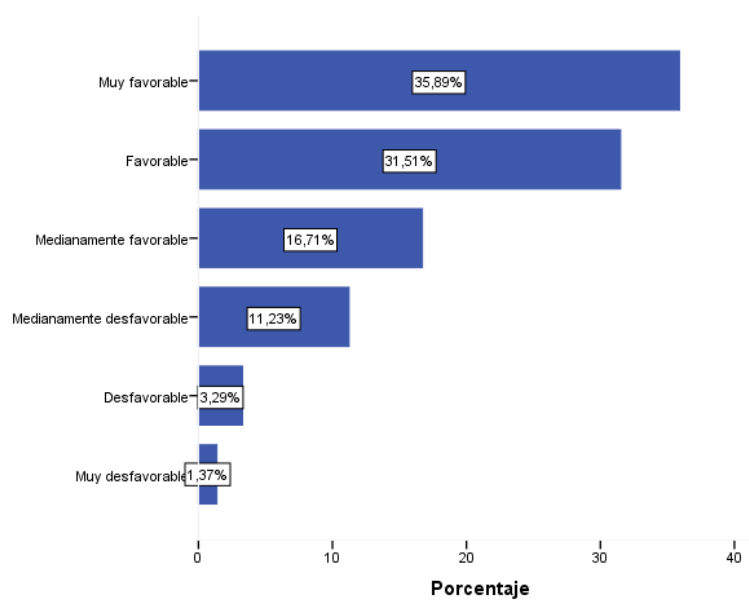


Figura 80. Compromiso laboral

Interpretación.- El resultado obtenido para los datos agrupados sobre compromiso laboral, muestran que el 35,89% de los encuestados dio una respuesta muy favorable para el desarrollo de esta dimensión, es decir que la mayoría de encuestados dijo estar de acuerdo y totalmente de acuerdo a esta pregunta.

Octava dimensión.- Comportamiento ambiental de vida privada

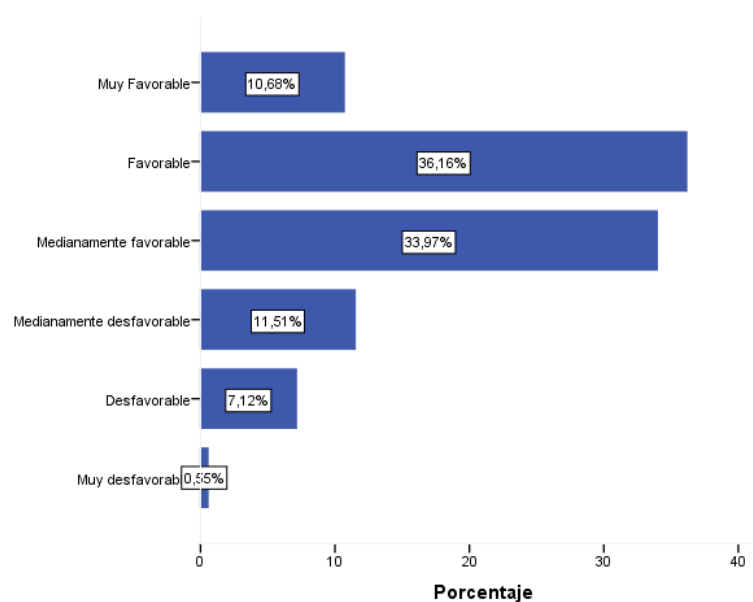


Figura 81. Comportamiento ambiental de vida privada

Interpretación.- El resultado obtenido para los datos agrupados sobre comportamiento ambiental de vida privada, muestran que el 36,16% de los encuestados dio una respuesta favorable para esta dimensión, es decir que la mayoría de encuestados dijo estar algo de acuerdo y de acuerdo a esta pregunta.

3.5. Cruce de variables

Tabla 31

Cruce de variables Pasión ambiental y género del encuestado

		Pasión por el medio ambiente (agrupado)*Género del encuestado tabulación cruzada		
		Género del encuestado		Total
		MASCULINO	FEMENINO	
Pasión por el medio ambiente (agrupado)	Muy desfavorable	9	6	15
		4,4%	3,8%	4,1%
	Desfavorable	23	13	36
		11,2%	8,1%	9,9%
	Medianamente desfavorable	31	25	56
		15,1%	15,6%	15,3%
	Medianamente favorable	53	50	103
		25,9%	31,3%	28,2%
	Favorable	60	46	106
		29,3%	28,8%	29,0%
	Muy favorable	29	20	49
		14,1%	12,5%	13,4%
Total		205	160	365
		100,0%	100,0%	100,0%

Interpretación.- Tras la aplicación del instrumento en este estudio, se observa que las mujeres son más apasionadas ambientalmente, el mayor porcentaje total de respuestas favorables (72,6%) dieron las mujeres. Mientras que de los 205 hombres encuestados, un total de 69,3% demuestra que también dieron una respuesta favorable.

Tabla 32

Cruce de variables, comportamiento ambiental de vida privada y nivel de educación del encuestado

		Comportamiento ambiental de vida privada (agrupado)*Nivel de educación del encuestado tabulación cruzada						
		Nivel de educación del encuestado						
		Primaria	Colegio	Artesano	Técnico	Universidad	Posgrado	Total
Comportamiento ambiental de vida privada (agrupado)	Muy desfavorable	1	0	0	0	1	0	2
		5,9%	0,0%	0,0%	0,0%	1,1%	0,0%	0,5%
	Desfavorable	1	19	0	0	6	0	26
		5,9%	8,6%	0,0%	0,0%	6,7%	0,0%	7,1%
	Medianamente desfavorable	1	17	7	6	10	1	42
		5,9%	7,7%	58,3%	33,3%	11,1%	12,5%	11,5%
	Medianamente favorable	7	79	2	7	26	3	124
		41,2%	35,9%	16,7%	38,9%	28,9%	37,5%	34,0%
	Favorable	5	82	3	4	37	1	132
		29,4%	37,3%	25,0%	22,2%	41,1%	12,5%	36,2%
	Muy Favorable	2	23	0	1	10	3	39
		11,8%	10,5%	0,0%	5,6%	11,1%	37,5%	10,7%
Total		17	220	12	18	90	8	365
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Interpretación.- Los resultados en la tabulación cruzada entre el comportamiento ambiental y niveles de educación, demuestran que los empleados con niveles de educación de colegio son más ambientalmente responsables (83,7%) al dar respuestas favorables, seguido empleados con niveles de educación superior cuyas respuestas también fueron favorables con un total de 81,1% para las dimensiones de estudiadas.

3.6. Análisis de concordancia

Tabla 33

Coefficiente de concordancia de Kendall

Estadísticos de prueba	
N	365
W de Kendall ^a	,228
Chi-cuadrado	498,427
gl	6
Sig. asintótica	,000

Tabla 34

Estadísticos Kappa

Medidas simétricas					
		Valor	Error estándar asintótico ^a	Aprox. S ^b	Aprox. Sig.
Comportamiento ambiental amigable del supervisor y colegas	Kappa	,142	,031	5,148	,000
Soporte ambiental organizacional	Kappa	,200	,031	7,561	,000
liderazgo transformacional	Kappa	,173	,031	6,656	,000
Satisfacción laboral	Kappa	,062	,025	2,518	,012
Compromiso laboral	Kappa	0,12	0,029	4,641	,000

Interpretación: el coeficiente de correlación de Kendall identifica la concordancia de las dimensiones, este coeficiente puede variar de -1 a 1, un valor positivo indica asociación positiva y mientras más alto sea el valor mayor será la asociación. Los resultados obtenidos son de 0,228 representa una asociación positiva baja y el valor $p \leq 0,05$, rechaza la hipótesis nula de que no existe asociación y se acepta la hipótesis alternativa de que las clasificaciones de todas las dimensiones están asociadas (ver tabla 33). Otro índice utilizado es el estadístico Kappa que

evalúa la concordancia del instrumento para todas dimensiones de estudio, los valores varían de -1 a 1, se evidencia valores k mayores a 0, lo que muestra una concordancia leve.

3.7. Contrastación de hipótesis

Tabla 35
Análisis de regresión múltiple

Modelo		Coeficientes ^a				
		B	Error estándar	Beta	t	Sig.
1	(Constante)	,655	,255		2,563	,011
	Pasión por el medio ambiente	,315	,036	,400	8,833	,000
	Comportamiento ambiental amigable de supervisor y colegas	,198	,060	,186	3,289	,001
	Soporte ambiental organizacional	,061	,052	,078	1,185	,237
	Liderazgo transformacional percibido	,101	,054	,120	1,873	,062
	Satisfacción laboral	,095	,060	,088	1,593	,112
	Compromiso laboral	,021	,041	,025	,513	,608
	Posición en el trabajo del encuestado	-,113	,073	-,090	-1,537	,125
	Rango de edad del encuestado	,033	,045	,030	,734	,464
	Nivel de educación del encuestado	-,004	,033	-,005	-,111	,912
	Nivel de ingreso del encuestado	,186	,081	,122	2,283	,023

a. Variable dependiente: Comportamiento ambiental de vida privada

En este análisis se consideró como variable dependiente el comportamiento ambiental amigable de los empleados y como variables independientes se consideraron a: la pasión ambiental, el comportamiento ambiental amigable de los supervisores y colegas, el soporte

ambiental organizacional, el liderazgo transformacional, escala de satisfacción laboral y escala de compromiso de los empleados. La posición en el trabajo, edad, nivel de educación, nivel de ingresos fueron agregados como dimensiones de control. A continuación se detalla los resultados sobre la aprobación o rechazo de las hipótesis planteadas.

H1: El comportamiento ambiental amigable de los empleados es resultado del comportamiento ambiental amigable del supervisor y colegas.

Los resultados en el análisis de regresión múltiple muestran una influencia positiva y significativa del comportamiento ambiental de los supervisores y colegas ($p < 0,01$) en el comportamiento ambiental amigable del empleado, por lo tanto se acepta la hipótesis planteada (ver tabla 35).

H2: El soporte ambiental organizacional percibido por el empleado mejora su comportamiento ambiental amigable en el lugar de trabajo.

Los resultados en el análisis muestran una influencia negativa del soporte ambiental organizacional ($p > 0,01$) en el comportamiento ambiental amigable del empleado, por lo tanto se rechaza la hipótesis planteada (ver tabla 35).

H3: Los patrones de liderazgo transformacional del supervisor afectan positivamente en el comportamiento ambiental amigable del empleado.

Los resultados en el análisis muestran una influencia negativa del liderazgo transformacional ($p > 0,05$) en el comportamiento ambiental amigable del empleado, por lo tanto se rechaza la hipótesis planteada (ver tabla 35).

H4: La pasión ambiental armoniosa percibida por los empleados influirá en su comportamiento ambiental amigable en el lugar de trabajo.

Los resultados en el análisis de regresión múltiple muestran una influencia positiva y significativa pasión ambiental ($p < 0,01$) en el comportamiento ambiental amigable del empleado, por lo tanto se acepta la hipótesis planteada (ver tabla 35).

En la tabla 35, se observa que el nivel de ingreso percibido también influye en el comportamiento ambiental amigable del empleado. Para las demás variables se evidencia que no existe influencia sobre la variable dependiente (comportamiento ambiental amigable del empleado).

CAPITULO 4

4. Conclusiones y recomendaciones

4.1. Conclusiones

Conclusiones del marco teórico

Los programas de responsabilidad social empresarial provocan efectos positivos al entorno, así también el desconocimiento sobre temas ambientales perjudica a la sociedad, ambiente y a la empresa misma, generando mayores gastos por el mal uso de recursos y mala imagen empresarial si dentro de las organizaciones no se desarrollan comportamientos ambientales.

El sector turístico a nivel mundial es reconocido como una de las actividades principales que desarrollan los países, en Ecuador existe un potencial natural y cultural como atractivo turístico para otros mercados, la llegada de turistas extranjeros aporta al ingreso de divisas y generación de fuentes de empleo en todas las actividades turísticas del país, principalmente a las actividades de alimentos, bebidas y alojamiento.

Los indicadores turísticos relevantes en el Ecuador en diciembre del 2018, ubican a las actividades de alojamiento y servicios de comida entre las cinco industrias económicas de mayor contribución al empleo nacional, representan el 6,5% del total de empleados en la economía.

Concientizar y educar a todos los responsables del sector turístico y principalmente para aquellas empresas de alojamiento en temas de RSE, pues es aquí donde se albergan la mayor

parte de turistas y donde se hace uso de gran cantidad de recursos naturales que sin duda alguna deben ser cuidados.

La teoría cognitivo social explica que los empleados aprenden y adoptan conductas de otros empleados dentro de la empresa, porque mantienen relaciones diarias en su trabajo, es decir que, si un empleado recicla desperdicios, los demás trabajadores también lo harán. Por otra parte, la teoría del apoyo organizacional observa que la organización es una fuente importante de recursos socioemocionales y beneficios para los trabajadores, aumenta el compromiso y alienta el mantenimiento de patrones de comportamiento positivos a favor del medio ambiente.

Conclusiones del marco metodológico

El instrumento de recolección de datos es la encuesta, dividida en cuatro secciones: 1) datos generales de la empresa 2) perfil del encuestado, 3) impulsores de comportamiento ambiental y 4) datos del informante, que a través de un análisis de fiabilidad utilizando el alfa de Cronbach para todas las dimensiones de estudio, se comprobó la confiabilidad en las respuestas ya que los resultados superaran el 0.8.

El trabajo de campo y la aplicación de las encuestas físicas en los hoteles y hostales del DMQ, seleccionados por conveniencia, se visualizaron en el catastro de alojamiento y se identificó donde existe mayor aglomeración y proximidad de estos para mejores resultados.

Conclusiones de los resultados

La presente investigación busca analizar aquellos determinantes que mejoren el comportamiento ambiental del empleado y en si el desempeño ambiental de las organizaciones, el modelo teórico utilizado en este trabajo para analizar los impulsores dio como resultado la

influencia de dos factores, como son: el comportamiento ambiental de superiores y colegas y la pasión ambiental, sobre el comportamiento ambiental del empleado, aprobándose dos de las hipótesis planteadas por el investigador.

La teoría cognitivo social como base en esta investigación afirma que el individuo adopta nuevos comportamientos de otras personas con quien mantiene relación cotidiana, los hallazgos obtenidos comprueban esta teoría, ya que el comportamiento ambiental de supervisores y colegas es un predictor para el comportamiento ambiental del empleado. Así también la pasión ambiental de los trabajadores, de los establecimientos de alojamiento, influyen en el comportamiento ambiental en el entorno laboral y vida privada.

El soporte ambiental organizacional y el liderazgo transformacional en este estudio son dimensiones que no influyen en el comportamiento del empleado, evidentemente los empleados desarrollan comportamientos ambientales vistos en su entorno laboral o por sus emociones personales.

Dentro de los establecimientos de alojamiento existe mayor participación de empleados de género masculino, pero se demuestra que las mujeres realizan comportamientos ambientales más que los hombres dentro y fuera de la organización, esto indica que las mujeres tienden a ser más consientes al promover la responsabilidad social corporativa.

Los empleados cuya respuesta es favorable al desarrollo de comportamientos ambientales en su mayoría llegaron a culminar la secundaria (83,3%), mientras que los empleados que tienen estudios superiores (81,1%), con un porcentaje mínimo inferior son más ambientalmente responsables y consientes en el desarrollo de comportamientos ambientales, haciendo referencia a que sus respuestas se inclinaron a estar totalmente de acuerdo a estos temas.

4.2. Recomendaciones

Las empresas que se interesen en fomentar comportamientos ambientales en los empleados, deben mostrar determinación para mejorar su desempeño ambiental, eliminando los obstáculos que dificultan este comportamiento, tales como, falta de comunicación, falta de conocimiento, ausencia de liderazgo, objetivos no enfocados a la RSE y el no adaptarse a los cambios.

Para promover comportamientos ambientales amigables de los empleados, las empresas deben considerar otros aspectos importantes que también influyen en su comportamiento, tales como: el género y nivel de educación, que según los resultados obtenidos demuestran que las mujeres son más ambientalmente responsables que los hombres.

Futuros análisis e investigaciones se deben realizar sobre como los comportamientos ambientales que tienen los empleados, influyen para que una empresa logre mayor competitividad en temas de responsabilidad social.

Para futuras investigaciones se sugiere analizar el impacto que tienen los impulsores de comportamiento ambiental en otros sectores, siendo interesante enfocar este tipo de investigaciones al sector público, y conocer que factor o factores dentro de este sector deben ser trabajados para mejorar el compromiso ambiental de estas empresas.

Estudios futuros dentro de esta temática, deben investigar y analizar barreras existentes que impiden a las empresas ser más ambientalmente responsables y que factores les limitan a desarrollar acciones a favor del medio ambiente o aportar recursos en busca de sostenibilidad.

Se conoce que para que una organización desarrolle RS, es necesario el desarrollo de impulsores que fomenten comportamientos ambientales en los empleados, sabiendo esto se podría abordar estudios futuros en aquellas empresas que se manejan bajo estándares ambientales y analizar si la gestión ambiental dentro de la organización influye en la toma de decisiones de los clientes.

BIBLIOGRAFÍA

- Aragonés, J., & Cuervo, M. (2000). *Psicología ambiental*. España.
- Bandura, A. (1986). *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*. Prentice Hall.
- Bandura, A. (1999). *Social cognitive theory: An agentic perspective*. Stanford University, USA. Obtenido de <https://www.uky.edu/~eushe2/Bandura/Bandura1999AJSP.pdf>
- Baquero, M. (2017). La ética en el sector del alojamiento turístico como fuente de ventaja competitiva. *Comunicación de la SEECI*.
- Bass, B. (1985). *Leadership and Performance Beyond Expectations*. New York: TheFree Press.
- BCE, B. C. (29 de Junio de 2018). *La economía ecuatoriana creció 1,9% en el primer trimestre de 2018*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1105-la-economia-ecuatoriana-crecio-19-en-el-primer-trimestre-de-2018>
- Boiral, O., Paillé, P., & Raineri, N. (2015). The nature of employees' pro-environmental behaviors. *The Psychology of Green Organizations*, 6.
- Bolzan de Campos, C., & Enric, P. (2009). *Sistemas de Gestión Ambiental y comportamiento ecológico: una discusión teórica de sus relaciones posibles*. Brasil: Aletheia.
- Branzei, O., Vertinsky, I., Takahashi, T., & Zhang, W. (2001). Corporate Environmentalism Across Cultures: A Comparative Field Study of Chinese and Japanese Executives. *International Journal of Cross Cultural Management*, 1(2), 287-312.
- Cantor, D. E., Morrow, P. C., & Montabon, F. (26 de July de 2012). Engagement in Environmental Behaviors Among Supply Chain Management Employees: An Organizational Support Theoretical Perspective. *Journal of Supply Chain Management*, 48(3).
- Cardon, M. S., Wincent, J., Singh, J., & Drnovsek, M. (2009). The Nature and Experience of Entrepreneurial Passion. *Academy of Management Review*.
- Casares Long, J. (2003). *Reflexiones sobre el medio ambiente en Galicia*. (C. d. Sostible, Ed.) Obtenido de http://centros.edu.xunta.es/cpiramonpineiro/cpiEso/bioloxia/medioambiente/15_reflexionAmbientGal.pdf#page=419
- Concejo Metropolitano de Quito. (24 de Abril de 2012). Ordenanza metropolitana No. 0236.

- Cone, J. D., & Hayes, S. C. (1980). *Environmental problems/behavioral solutions*. Monterrey: Brooks/Cole Publishing Co.
- Ecuadorinmediato. (14 de Octubre de 2018). *El periódico instantáneo del Ecuador*. Obtenido de http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=2818835256
- Eisenberger, R., Cummings, J., Armeli, S., & Lynch, P. (1997). Perceived Organizational Support, Discretionary Treatment, and Job Satisfaction . *Journal of Applied Psychology*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/323276695/Teori-a-del-Apoyo-Organizacional>
- Flores, D., Bino, R., & Barroso, M. (2016). Responsabilidad social en el sector hotelero. Análisis de caso en Córdoba (Argentina). *Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, 122.
- Gomis, A., Álvarez, A., Rego, G., Leira, J., Caramés, R., & Andrade, M. (2009). La Responsabilidad Social Corporativa como oportunidad para las empresas turísticas. *Ocio y Turismo*, 13.
- Graves, L. M., Sarkis, J., & Zhu, Q. (2011). Understanding employee proenvironmental behavior: A test of a theoretical model. *Academy of Management Proceedings*.
- Hermosilla, D., Amutio, A., da Costa, S., & Páez, D. (2016). *El liderazgo transformacional en las organizaciones: variables mediadoras y consecuencias a largo plazo*. Madrid: Journal of Work and Organizational Psychology.
- Hernández S., R., Fernández C., C., & Baptista L., P. (2010). *Metodología de la investigación* (Vol. Quinta edición). México: McGRAW-HILL.
- Hogg, M., & Vaughan, G. (2008). *Psicología Social*. Madrid: Panamericana.
- INEC. (Abril de 2018). *Registro Estadístico de Entradas y Salidas Internacionales 2017*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Migracion/2017/Presentacion_Entradas_y_Salidas_Internacionales_2017.pdf
- ISO. (2010). *ISO 26000*.
- ISOTools. (10 de octubre de 2013). *ISO 26000. Por un turismo socialmente responsable*.
- King, C., Tosti-Kharas, J., & Lamm, E. (2015). Empowering Employee Sustainability: Perceived Organizational Support Toward the Environment. *Journal of Business Ethics*.
- Lalangui, J., Espinoza, C., & Pérez, M. (2017). Turismo sostenible, un aporte a la responsabilidad social empresarial: Sus inicios, características y desarrollo. *Universidad y Sociedad*.

- Leithwood, K., & Jantzi, D. (2006). Transformational school leadership for large-scale reform: Effects on students, teachers, and their classroom practices. *School Effectiveness and School Improvement, 17*(2).
- López, A., Ojeda, J., & Ríos, M. (2017). La responsabilidad social empresarial desde la percepción del capital humano. *Spanish Accounting Review*.
- Mariño, J., Hernández, J., Campón, A., & Folgado, J. (2016). El impacto de la responsabilidad social corporativa en la industria hotelera: Estado del arte. *El turismo y la experiencia del cliente: IX jornadas de investigación en turismo*.
- Martínez, E. E., Olivares-Linares, A. A., Tamayo-Salcedo, A. L., & Santos-López, A. (2017). Comportamientos proambientales de los empleados de la hotelería. El caso de un hotel certificado en Huatulco, México. *Gestión y ambiente*.
- Martínez, J. (Diciembre de 2012). Turismo sostenible y responsabilidad social corporativa. *Research game*.
- McKenzie-Mohr, D., & Smith, W. (1999). *Forstering Sustainable Behavior: An Introduction to Community-Based Social Marketing*. Canadá: New Society Publishers, Gabriola Island.
- MINTUR, M. d. (2017). *Turismo en Cifras*. Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/Perfiles/PerfilesDeTurismoInternacional.pdf>
- MINTUR, M. d. (Septiembre de 2018). *Boletines Mensuales de Turismo*. Obtenido de http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/BoletinesMensualesTurismo/2018/09-INDICADORES_TURISTICOS-%20SEPTIEMBRE-2018.pdf
- MINTUR, M. d. (Octubre de 2018). Consolidado Nacional.
- MINTUR, M. d. (03 de Octubre de 2018). *Ecuador capturó las miradas del mundo en FITUR 2018*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/ecuador-capturo-las-miradas-del-mundo-en-fitur-2018/>
- Montoya, O. (2007). Aplicación del análisis factorial a la investigación de mercados. *Scientia et Technica*.
- Paillé, P., & Boiral, O. (2013). Pro-environmental behavior at work: Construct validity and determinants. *Journal of Environmental Psychology*.
- Paredes, Y., Martínez, C., Machado, N., & Manosalvas, C. (2017). La responsabilidad social en la gestión de empresas de alojamiento turístico. *Retos Turisticos*.

- Pérez, E., & Medrano, L. (2010). Análisis Factorial Exploratorio: Bases Conceptuales y Metodológicas. *Revista Argentina de Ciencias del Comportamiento*, 61.
- Pérez, V., Guerrero, F., Gonzales, M., Pérez, F., & Caballero, R. (2014). *La sostenibilidad de los destinos cubanos de turismo de naturaleza: un enfoque*. Faro, Portugal : Tourism & Management Studies.
- Plaza, J. A., Burgos, J., & Belmonte, L. (2011). *Grupos de interés, gestión ambiental y resultado empresarial: una propuesta integradora*. Almería: Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa.
- PNUMA, P. d. (Octubre de 2018). *La ONU y el Estado de Derecho*. Obtenido de <https://www.un.org/ruleoflaw/es/un-and-the-rule-of-law/united-nations-environment-programme/>
- Podsakoff, P., MacKenzie, S., Moorman, R., & Fetter, R. (1990). Transformational leader behaviors and their effects on followers' trust in leader, satisfaction, and organizational citizenship behaviors. *The Leadership Quarterly*, 1(2), 107-142.
- Quito Turismo. (09 de Octubre de 2018). Catastro de Alojamiento DMQ.
- Renwick, D. W., Redman, T., & Maguire, S. (2013). Green human resource management: a review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*.
- Robertson, J., & Barling, J. (2012). Greening organizations through leaders "influence on employees" pro-environmental behaviors. *Journal of Organizational Behavior*, 34(2).
- Román, J. P., Krikorian, A., Ruiz, C. F., & Betancur, A. (2016). Apoyo organizacional y empoderamiento como antecedentes de comportamientos empoderados y participación de los empleados. *Estudios Gerenciales*, 32(139), 154-161.
- Roth, E. (2000). Psicología ambiental: interfase entre conducta y naturaleza. *Ciencia y Cultura*.
- Ruiz-Quintanilla, A., Bunge, J., Freeman-Gallant, A., & Cohen-Rosenthal, E. (1996). Employee participation in pollution reduction: A socio-technical perspective. *Business Strategy and the Environment*, 137.
- Saifulina, N., & Carballo-Penela, A. (2016). Promoting Sustainable Development at an Organizational Level: An Analysis of the Drives of Workplace Environmentally Friendly Behaviour of Employees. *Sustainable Development*.
- Schein, E. H. (1983). The role of the founder in creating organizational culture. *Organizational Dynamics*.

- Statista. (03 de octubre de 2018). *Evolución del consumo turístico interior en el mundo 2012-2018* . Obtenido de <https://es.statista.com/estadisticas/640115/evolucion-del-consumo-turistico-interior-en-el-mundo/>
- Straub, C. (2009). Work-family issues in contemporary Europe. *ESADE-BS - Política d'Empresa, Direcció de Recursos Humans i Sistemes d'Informació*.
- Suárez, E. (1998). *Problemas ambientales y soluciones conductuales*. Madrid: J. I. Aragonés & M. Américo (Eds.).
- Turismo, Q. (10 de octubre de 2018). *Calidad Turística*. Obtenido de <https://www.quito-turismo.gob.ec/destacados/3-distintivo-q>
- Turístico, E. (3 de Octubre de 2018). *Turismo en la economía de Ecuador*.
- UNWTO, O. M. (02 de Octubre de 2018). *Acerca de la Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de <http://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt>
- Vallerand, R. J., & Houliort, N. (2003). Passion at work: Toward a Neww Conceptualization. En *Emerging Perspectives on Values in Organizations* (págs. 175-204). Greenwich: Information Age Publishing.
- Vélez, A. M. (2011). Un recorrido hacia la responsabilidad social corporativa. *Revista Ciencias Estratégicas*, 55-74.
- Wesselink, R., Block, V., & Ringersma, J. (2017). Pro-environmental behaviour in the workplace and the role of managers and organisation . *Journal of Cleaner Production* .
- Whitfield, J., & Dioko, L. (2012). Measuring and Examining the Relevance of Discretionary Corporate Social Responsibility in Tourism. *Journal of Travel Research*.
- WTTC, W. T. (Marzo de 2018). *El sector de viajes y turismo: Impacto económico y problemas globales 2018*. Obtenido de <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/documents-2018/global-economic-impact-and-issues-2018-esp.pdf?la=en>
- Zhuxi, W., Zhang, J., Candice L., T., & Jia, Y. (2017). *Explaining benefits of employee proactive personality: The rol of engagement, team proactivity composition and perceived organizational support*. Estados Unidos: Journal of Vocational Behavior.
- Zigarmi, D., Nimon, K., Houson, D., Witt, D., & Diehl, J. (2009). *From Engagement to Work Passion*. California: The Ken Blanchard Companies.