



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

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

CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

**PROYECTO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO EN FINANZAS – CONTADOR
PÚBLICO – AUDITOR**

**TEMA: ESTUDIO SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOLIDARIA
ASOCIATIVA EN EL SECTOR SERVICIOS DE ALOJAMIENTO
CIIU I5510.01 DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI Y
PROPUESTA DE UNA HERRAMIENTA DE EVALUACIÓN
PARA EL BALANCE SOCIAL**

AUTORAS:

**GINA PAMELA CHANCUSIG RAMÍREZ
JOHANNA MARIBEL HERRERA MORENO**

DIRECTOR: ING. ELISABETH JIMÉNEZ, MGS.

LATACUNGA

2018



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

CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, “**ESTUDIO SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOLIDARIA ASOCIATIVA EN EL SECTOR SERVICIOS DE ALOJAMIENTO CIU I5510.01 DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI Y PROPUESTA DE UNA HERRAMIENTA DE EVALUACIÓN PARA EL BALANCE SOCIAL.**” realizado por la señorita **GINA PAMELA CHANCUSIG RAMÍREZ** y la señorita **JOHANNA MARIBEL HERRERA MORENO**, ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software anti-plagio, el mismo cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar a la señorita **GINA PAMELA CHANCUSIG RAMÍREZ** y la señorita **JOHANNA MARIBEL HERRERA MORENO** para que lo sustenten públicamente.

Latacunga, 12 de enero del 2018

ING. ERLINDA ELISABETH JIMÉNEZ SILVA, MBA
DIRECTORA



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

CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Nosotras, **GINA PAMELA CHANCUSIG RAMÍREZ**, con cédula de identidad N° 0503978389 y **JOHANNA MARIBEL HERRERA MORENO**, con cédula de identidad N° 0503661266, declaramos que este trabajo de titulación **“ESTUDIO SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOLIDARIA ASOCIATIVA EN EL SECTOR SERVICIOS DE ALOJAMIENTO CIU I5510.01 DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI Y PROPUESTA DE UNA HERRAMIENTA DE EVALUACIÓN PARA EL BALANCE SOCIAL.”** ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaro que este trabajo es de nuestra autoría, en virtud de ello me declaro responsable del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Latacunga, 12 de enero del 2018

GINA PAMELA CHANCUSIG RAMÍREZ
C.C. 0503978389

JOHANNA MARIBEL HERRERA MORENO
C.C. 0503661266



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

CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

AUTORIZACIÓN

Nosotras, **GINA PAMELA CHANCUSIG RAMÍREZ** y **JOHANNA MARIBEL HERRERA MORENO**, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en la biblioteca Virtual de la institución el presente trabajo de titulación **“ESTUDIO SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOLIDARIA ASOCIATIVA EN EL SECTOR SERVICIOS DE ALOJAMIENTO CIU I5510.01 DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI Y PROPUESTA DE UNA HERRAMIENTA DE EVALUACIÓN PARA EL BALANCE SOCIAL.”** cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra autoría y responsabilidad.

Latacunga, 11 de enero del 2018

GINA PAMELA CHANCUSIG RAMÍREZ
C.C. 0503978389

JOHANNA MARIBEL HERRERA MORENO
C.C. 0503661266

DEDICATORIA

A mi mamita Martha, por ser el pilar más importante en mi vida, por siempre estar ahí en los momentos más difíciles compartiéndome su amor y comprensión de madre, que ha sabido formarme con buenos sentimientos y valores, permitiéndome ser cada día una mejor persona.

A mi padre José, que gracias a sus sabios consejos supo guiarme por el camino del bien, siendo una buena persona con los demás, sin esperar nada a cambio.

A mi hermana Joss, que siempre ha estado junto a mí en los momentos difíciles, brindándome su apoyo incondicional, y siendo la mejor hermana del mundo.

Pam

Dedico el presente trabajo de investigación con mucho cariño a mis padres Wilson y Narcisa por ser el pilar fundamental en mi vida, por siempre estar prestos a brindarme su apoyo incondicional, por inculcarme excelentes valores, brindarme consejos y enseñanzas los cuales me han permitido motivarme a cumplir mis metas.

A mi hermano Kléver, por brindarme su apoyo y haber compartido conmigo cada logro alcanzado, alegrías y tristezas que eh atravesado durante esta linda etapa universitaria.

Joha

AGRADECIMIENTO

A Dios por ser ese padre celestial que me permitió llegar a este punto de mi vida, hoy me graduaré de la Universidad y la felicidad que siento la quiero compartir contigo, tú siempre me acompañas y haces que pueda conseguir mis metas.

A mi madre Martha, que con su demostración de una madre ejemplar me ha enseñado a no desfallecer ni rendirme ante nada y siempre perseverar a través de sus sabios consejos y demostración de cariño.

A mi hermana Joss, que con su paciencia supo apoyarme en los momentos de mi vida universitaria, bríndame su comprensión, ayuda y amor.

A mi hermana Jennifer, por ser esa amiga incondicional, que junto a sus ideas hemos pasado momentos inolvidables los mismos que nos han enseñado que no necesariamente se necesita ser hermanas de sangre, simplemente hermanas de corazón, y por el apoyo incondicional en mi vida universitaria

A mis primos Rossemary, Renata, Nicole, Frank, Mary y Pablito, que de una u otra manera contribuyeron para que este sueño se haga realidad.

A mis abuelitos y tíos, que desde niña han sabido educarme a base de buenos valores, y han tenido la suficiente paciencia para hacer de mí una mujer correcta.

A mi amiga Joha, que gracias a su comprensión y paciencia supimos elaborar este proyecto de tesis, que nos costó muchas desveladas.

Agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado durante toda mi carrera, por brindarme una vida llena de experiencias y momentos de felicidad únicos y verdaderos.

A mis padres Wilson Y Narcisa y mi hermano Kléver por enseñarme a luchar por mis sueños, por apoyarme incondicionalmente cuando los necesito, por ser ejemplo de lucha, perseverancia y amor absoluto.

A mi abuelita Emilia quien desde el cielo me da su bendición y fortaleza para salir adelante.

A Pame por haber sido una excelente compañera de tesis y amiga, por apoyarme en la realización del presente proyecto y ayudarme a seguir adelante en los momentos de desesperación.

A mis amigos por confiar y creer en mí y haber hecho de mi etapa universitaria un trayecto de bellos momentos, experiencias y vivencias que nunca olvidaré.

Joha

Queremos agradecer infinitamente a nuestra querida tutora de tesis Ing. Elisabeth Jiménez, quien nos ha brindado desinteresadamente su tiempo, experiencia, conocimientos y paciencia, para aclarar nuestras dudas y llegar a feliz término con el presente proyecto.

A todos los docentes quienes nos impartieron sus conocimientos durante nuestra vida universitaria.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD	iii
AUTORIZACIÓN	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS	xvi
RESÚMEN	xix
ABSTRACT	xx
CAPÍTULO I	1
RESPONSABILIDAD SOLIDARIA ASOCIATIVA (RSA) EN EL SECTOR SERVICIOS DE ALOJAMIENTO CIU I5510.01 DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI.	1
1.1 Planteamiento del problema	1
1.1.1 Macro.- La Responsabilidad Solidaria Asociativa a nivel mundial.....	1
1.1.2 Meso.- La Responsabilidad Solidaria Asociativa en el Ecuador.	6
1.1.3 Micro.- La Responsabilidad Solidaria Asociativa en el Sector Servicios de Alojamiento de la Provincia de Cotopaxi.....	10
1.1.4 Diagnóstico	15
1.1.5 Pronóstico.....	17
1.2 Hipótesis	20
1.3 Supra ordenación de variables	20
1.4 Constelación de ideas variable dependiente.....	23
1.5 Contextualización de variables.....	25
CAPÍTULO II	27
ARGUMENTOS TEÓRICOS, CONCEPTUALES Y LEGALES DE RESPONSABILIDAD SOLIDARIA ASOCIATIVA (RSA) DEL SECTOR NO FINANCIERO EN EL SECTOR SERVICIOS DE ALOJAMIENTO PRESTADOS POR HOTELES, HOTELES DE SUITES, APART	

HOTELES, COMPLEJOS TURÍSTICOS, HOSTERÍAS DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI.	27
2.1 Antecedentes investigativos.....	27
2.2 Fundamentación teórica.....	31
2.2.1 Responsabilidad Solidaria Asociativa.....	31
2.2.2 Balance Social	33
2.2.2.1 Balance Social Superintendencia de Economía Popular y Solidaria	33
2.3 Fundamentación conceptual.....	34
2.3.1 Responsabilidad Solidaria Asociativa.....	34
2.3.2 Balance social	36
2.4 Fundamentación legal del sector de la Economía Popular y Solidaria.....	38
2.4.1 Constitución de la República del Ecuador	38
2.4.2 Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria.....	41
2.4.3 Reglamento a la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria	43
2.4.4 Estatutos de la Asociación.....	43
2.4.5 Plan Nacional de Desarrollo.....	43
CAPÍTULO III	51
BASE METODOLÓGICA PARA LA INVESTIGACIÓN EN EL SECTOR SERVICIOS DE ALOJAMIENTO CIU I5510.01 DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI.	51
3.1 Naturaleza de la investigación.....	51
3.2 Tipos de investigación	51
3.2.1 Según el objeto de estudio	51
3.2.1.1 Investigación aplicada.....	51
3.2.2 Según la fuente de investigación	52
3.2.2.1 Investigación documental	52
3.2.2.2 Investigación de campo.....	53
3.2.3 Según el tratamiento y análisis de la información.....	53
3.2.3.1 Investigación cuantitativa	53
3.2.4 Según las variables	54
3.2.4.1 Investigación correlacional	54
3.2.5 Según el alcance o conocimiento a lograr	54
3.2.5.1 Investigación descriptiva	54

3.3	Diseño de la investigación	55
3.4	Niveles de investigación.....	56
3.4.1	Investigación exploratoria	56
3.4.2	Investigación descriptiva	57
3.5	Población y Muestra	57
3.5.1	Población	57
3.5.2	Muestra	62
3.6	Técnicas de recolección de datos	65
3.6.1	Instrumento	65
3.6.2	Validez y confiabilidad	68
3.6.2.1	Validez.....	68
3.6.2.2	Confiabilidad.....	70
3.7	Técnicas de análisis de datos.....	96
3.8	Técnicas de comprobación de hipótesis.....	97
3.8.1	Prueba chi-cuadrado para prueba de hipótesis.....	98
3.9	Informe de investigación	98
CAPÍTULO IV.....		100
EVALUACIÓN Y DIAGNÓSTICO DE RESPONSABILIDAD SOLIDARIA ASOCIATIVA (RSA) EN EL SECTOR SERVICIOS DE ALOJAMIENTO PRESTADO POR HOTELES, HOTELES DE SUITES, APART HOTELES, COMPLEJO TURÍSTICO, HOSTERÍAS DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI.		100
4.1	Análisis Macro del Sector Alojamiento.....	100
4.1.1	Aspecto legal.....	101
4.1.2	Aspecto económico	105
4.1.3	Aspecto político.....	111
4.1.4	Aspecto social y cultural.....	114
4.1.5	Aspecto tecnológico	116
4.1.6	Aspecto de mercado.....	121
4.2	Análisis Micro del Sector Alojamiento	122
4.2.1	Aspectos de normativa de la Responsabilidad Social Asociativa	122
4.2.2	Análisis de cumplimiento del Sector Servicios de Alojamiento CIIU I5510.01 de la provincia de Cotopaxi hacia la responsabilidad social.	122
4.3	Información primaria del sector	122

4.4	Comprobación de hipótesis del proyecto de investigación.	148
4.4.1	Informe final de la investigación.....	156
CAPÍTULO V		165
DISEÑO DE UNA HERRAMIENTA QUE PERMITA EVALUAR EL MODELO DE BALANCE SOCIAL.....		165
5.1	Presentación de la propuesta	165
5.2	Justificación de la propuesta.....	165
5.3	Metodología de la propuesta	166
5.3.1	Definición de criterios.....	166
5.3.2	Establecimiento de indicadores.....	168
5.3.3	Proceso de evaluación	172
5.3.4	Presentación.....	172
5.3.5	Informe de aplicación	172
5.3.6	Aspectos de sociabilización	173
5.4	Diseño operativo de la propuesta.....	175
5.5	Aspectos de control de la propuesta	178
CONCLUSIONES.....		179
RECOMENDACIONES.....		180
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		181
ANEXOS.....		186

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Establecimientos de Alojamientos en el Ecuador.....	8
Tabla 2	Servicios de Alojamientos Turísticos de la Provincia de Cotopaxi según Sector CIU I5510.01	12
Tabla 3	Contextualización de variables.....	25
Tabla 4	Fundamentación legal de la Responsabilidad Social Asociativa y Balance Social.	45
Tabla 5	Población Sector Servicios de Alojamiento de la Provincia de Cotopaxi CIU I5510.01	58
Tabla 6	Porcentaje de representación de los servicios de alojamiento de la provincia de Cotopaxi según la el tipo de negocio.....	61
Tabla 7	Datos tamaño de la muestra	63
Tabla 8	Muestra de los servicios de alojamiento de la provincia de Cotopaxi según la ubicación geográfica.....	64
Tabla 9	Muestra de los servicios de alojamiento de la provincia de Cotopaxi según la el tipo de negocio.....	64
Tabla 10	Validez de instrumento.....	69
Tabla 11	Categoría de calificación.....	69
Tabla 12	Resumen puntaje.....	69
Tabla 13	Equivalencias de grado de concordancia significativa.....	70
Tabla 14	Tipo de servicio de alojamiento (prueba piloto)	71
Tabla 15	Cantón en donde se encuentra ubicado el negocio (prueba piloto).....	72
Tabla 16	Tiempo de existencia del negocio (prueba piloto)	73
Tabla 17	Responsabilidad con el Cliente (prueba piloto)	73
Tabla 18	Responsabilidad con la comunidad (prueba piloto)	75
Tabla 19	Responsabilidad con el medio ambiente (prueba piloto)	76
Tabla 20	Contribuciones económicas (prueba piloto)	77
Tabla 21	Repartición de utilidades con los empleados (prueba piloto).....	79
Tabla 22	Iniciativas de responsabilidad con la sociedad (prueba piloto)	80
Tabla 23	Enfoque de iniciativas a ser adoptadas (prueba piloto)	82
Tabla 24	Capacitaciones a los empleados (prueba piloto)	84

Tabla 25 Pertenencia a una asociación, gremio o grupo de interés (prueba piloto).....	85
Tabla 26 Asociación de manera voluntaria donde se practique la equitatividad, solidaridad y el respeto a la identidad cultural (prueba piloto)	87
Tabla 27 Autoevaluación nivel de responsabilidad social (prueba piloto)	89
Tabla 28 Importancia que una asociación cuente con un Balance Social (prueba piloto)	90
Tabla 29 Balance Social como instrumento de información que será útil tanto para el Sector de Servicios de Alojamiento y la comunidad (prueba piloto).....	92
Tabla 30 Control de responsabilidad social (prueba piloto)	94
Tabla 31 Implementación de una herramienta de evaluación de responsabilidad social (prueba piloto)	95
Tabla 32 PIB (Miles USD).....	106
Tabla 33 Producción Total Servicios de Alojamiento	107
Tabla 34 Participación Nacional Actividades Económicas	109
Tabla 35 Objetivos Nacionales de Desarrollo	112
Tabla 36 Inversión en TIC.....	116
Tabla 37 Número de dispositivos.....	118
Tabla 38 Acceso a Internet	119
Tabla 39 Tipo de servicio de alojamiento.....	123
Tabla 40 Cantón en donde se encuentra ubicado el negocio.....	124
Tabla 41 Tiempo de existencia del negocio	125
Tabla 42 Interés en la responsabilidad con el cliente.....	126
Tabla 43 Interés en la responsabilidad con la comunidad.....	127
Tabla 44 Interés en la responsabilidad con el medio ambiente	128
Tabla 45 Contribuciones económicas, de protección al medio ambiente o de ayuda a la sociedad	130
Tabla 46 Repartición de utilidades con los empleados	131
Tabla 47 Iniciativas de responsabilidad con la sociedad.....	133
Tabla 48 Enfoque de iniciativas a ser adoptadas	134
Tabla 49 Capacitaciones a los empleados.....	136
Tabla 50 Pertenencia a una asociación, gremio o grupo de interés	137

Tabla 51 Asociación de manera voluntaria donde se practique la equitatividad, solidaridad y el respeto a la identidad cultural	139
Tabla 52 Autoevaluación nivel de responsabilidad social	140
Tabla 53 Importancia que una asociación cuente con un Balance Social ..	142
Tabla 54 Balance social como instrumento de información para el sector Servicios de Alojamiento y la comunidad	143
Tabla 55 Control de responsabilidad social	145
Tabla 56 Implementación de una herramienta de evaluación de responsabilidad social.....	146
Tabla 57 Contingencia	149
Tabla 58 Datos observados	150
Tabla 59 Datos esperados	150
Tabla 60 Cálculo Chi-cuadrado.....	151
Tabla 61 Resumen de procesamiento de casos	154
Tabla 62 Tabulación cruzada SPSS	154
Tabla 63 Pruebas de chi-cuadrado	155

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Georeferenciación RSE en diferentes países.	3
Figura 2 Indicadores de Responsabilidad Social de las empresas mas admiradas en Argentina	5
Figura 3 Número de establecimientos de alojamientos en el Ecuador	9
Figura 4 Responsabilidad Social en el cantón Latacunga	10
Figura 5 Servicios de Alojamiento en Cotopaxi	11
Figura 6 Árbol de Problemas	19
Figura 7 Supra ordinación de variables.....	22
Figura 8 Constelación de ideas variable dependiente	23
Figura 9 Constelación de ideas variable independiente	24
Figura 11 Porcentaje de representación de los servicios de alojamiento de la provincia de Cotopaxi según la ubicación geográfica del negocio	60
Figura 12 Representación de los establecimientos según el tipo de negocio	61
Figura 13 Georeferenciación Servicios de alojamiento de Cotopaxi	62
Figura 14 Tipo de servicios de alojamiento (prueba piloto)	71
Figura 15 Cantón en donde se encuentra ubicado el negocio (prueba piloto).....	72
Figura 16 Tiempo de existencia del negocio (prueba piloto)	73
Figura 17 Responsabilidad con el cliente (prueba piloto).....	74
Figura 18 Responsabilidad con la comunidad (prueba piloto).....	75
Figura 19 Responsabilidad con el medio ambiente (prueba piloto)	76
Figura 20 Contribuciones económicas (prueba piloto)	78
Figura 21 Repartición de utilidades con los empleados (prueba piloto).....	79
Figura 22 Iniciativas de responsabilidad con la sociedad (prueba piloto)	80
Figura 23 Enfoque de iniciativas a ser adoptadas (prueba piloto)	82
Figura 24 Capacitaciones a los empleados (prueba piloto).....	84
Figura 25 Pertenencia a una asociación, gremio o grupo de interés (prueba piloto).....	86
Figura 26 Asociación de manera voluntaria (prueba piloto)	87
Figura 27 Autoevaluación nivel de responsabilidad social (prueba piloto)....	89

Figura 28 Importancia que una asociación cuente con un Balance Social (prueba piloto).....	91
Figura 29 Balance Social como instrumento de información que será útil para el sector de Servicios de Alojamiento y la comunidad (prueba piloto).....	92
Figura 30 Control de responsabilidad social (prueba piloto).....	94
Figura 31 Implementación de una herramienta de evaluación de responsabilidad social (prueba piloto)	95
Figura 32 Proceso para efectuar análisis estadístico.	97
Figura 33 PIB (Miles USD).....	106
Figura 34 Producción total Servicios de Alojamiento	108
Figura 35 Participación Nacional Actividades Económicas	110
Figura 36 Valor de inversión	117
Figura 37 Número de dispositivos.....	118
Figura 38 Acceso a internet	120
Figura 39 Tipo de servicio de alojamiento.....	123
Figura 40 Cantón en donde se encuentra ubicado el negocio	124
Figura 41 Tiempo de existencia del negocio	125
Figura 42 Interés en la responsabilidad con el cliente.....	126
Figura 43 Interés en la responsabilidad con la comunidad.....	127
Figura 44 Interés en la responsabilidad con el medio ambiente.....	129
Figura 45 Contribuciones económicas, de protección al medio ambiente o de ayuda a la sociedad	130
Figura 46 Repartición de utilidades con los empleados	132
Figura 47 Iniciativas de responsabilidad con la sociedad.....	133
Figura 48 Enfoque de iniciativas a ser adoptadas.....	135
Figura 49 Capacitaciones a los empleados	136
Figura 50 Pertenencia a una asociación, gremio o grupo de interés.....	138
Figura 51 Asociación de manera voluntaria	139
Figura 52 Autoevaluación nivel de responsabilidad social	141
Figura 53 Importancia que una asociación cuente con un Balance Social .	142
Figura 54 Balance social como instrumento de información para el sector serviciosde alojamiento y la comunidad	144
Figura 55 Control de responsabilidad social	145

Figura 56 Implementación de una herramienta de evaluación de responsabilidad social.....	147
Figura 57 Tabla de distribución de frecuencias Chi-cuadrado.....	153
Figura 58 Comprobación de hipótesis (Chi-cuadrado)	153
Figura 59 Resultados de los establecimientos que consideran importante realizar contribuciones	160
Figura 60 Resultados iniciativas de responsabilidad con la sociedad	160
Figura 61 Resultados interés de pertenecer a una asociación.....	161
Figura 62 Resultados de la autoevaluación de la responsabilidad social ...	162
Figura 63 Resultados del Balance Social como instrumento de información	162
Figura 64 Criterios aplicados en la propuesta	167

RESÚMEN

La presente investigación se realizó con la finalidad de conocer la responsabilidad social asociativa que mantienen los establecimientos de servicios de alojamiento de la provincia de Cotopaxi, es decir el compromiso que tiene cada uno de ellos básicamente con los trabajadores, comunidad y el medio ambiente, para lo cual se aplicó 31 encuestas a los propietarios de dichos establecimientos de los diferentes cantones de la provincia de Cotopaxi, los resultados obtenidos en el trabajo de campo nos arroja que la responsabilidad social de cada uno de los establecimientos si afecta al Balance Social, es decir se cumple con la hipótesis de que la responsabilidad Solidaria Asociativa en los Servicios de Alojamiento CIIU I5510.01 repercute en el Balance Social, por lo que los propietarios de los establecimientos se ven en la necesidad de adoptar iniciativas de responsabilidad social frente a sus grupos de interés, así también la necesidad de contar con una herramienta que permita reflejar el porcentaje que tiene de responsabilidad social. Además de eso se desarrolló un modelo para evaluación del Balance Social en base a las macro dimensiones, criterios e indicadores proporcionados por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, el cual nos permitirá que los establecimientos del sector de servicios de alojamiento puedan contar con una herramienta de evaluación de responsabilidad social, para que de esta manera el sector servicios de alojamiento desarrolle sus actividades económicas, satisfaciendo tanto las necesidades de los clientes como las necesidades empresariales.

PALABRAS CLAVES:

- RESPONSABILIDAD SOLIDARIA
- BALANCE SOCIAL
- ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA
- SERVICIO DE ALOJAMIENTO

ABSTRACT

The present investigation was carried out with the purpose of knowing the associative social responsibility that the establishments of lodging services of the province of Cotopaxi maintain, that is to say the commitment that each one of them has basically with the workers, community and the environment, for which 31 surveys were applied to the owners of these establishments in the different cantons of the province of Cotopaxi, the results obtained in the field work shows that the social responsibility of each of the establishments does affect the Social Balance, ie the assumption is made that the Associative Solidarity responsibility in the ISIC I5510.01 Accommodation Services affects the Social Balance, so the owners of the establishments are forced to adopt social responsibility initiatives in front of their groups of interest, as well as the need to have a tool that allows refl drop the percentage you have of social responsibility. In addition, a model was developed for the evaluation of the Social Balance based on the macro dimensions, criteria and indicators provided by the Superintendence of Popular and Solidarity Economy, which will allow that the establishments of the lodging services sector have a tool of evaluation of social responsibility, so that in this way the housing services sector develops its economic activities, satisfying both the needs of customers and business needs.

KEYWORDS:

- SOLIDARITY RESPONSIBILITY
- SOCIAL BALANCE
- MACRO DIMENSIONS
- SOCIAL INDICATORS
- EVALUATION TOOL

CAPÍTULO I

RESPONSABILIDAD SOLIDARIA ASOCIATIVA (RSA) EN EL SECTOR SERVICIOS DE ALOJAMIENTO CIU I5510.01 DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI.

1.1 Planteamiento del problema

1.1.1 Macro.- La Responsabilidad Solidaria Asociativa a nivel mundial.

En la actualidad la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un tema de gran importancia ya que gracias a esto las organizaciones garantizan el éxito empresarial siempre enfocándose en un entorno social, económico y medio-ambiental, con el fin de beneficiar y mejorar la calidad de vida de las personas, por lo que la RSE es un modelo de gestión empresarial que se aplica a nivel mundial, el mismo que permite que las organizaciones puedan desarrollar estrategias que ayuden al desarrollo de la misma siempre y cuando estas tengan relación con la sociedad y en beneficio de la organización.

La aplicación de la responsabilidad social permite a las empresas identificar que las actividades se encuentren desarrolladas de manera ética y legal, ayudando a las organizaciones a mantener una mayor productividad, un crecimiento equilibrado, lealtad con sus clientes y proveedores, facilidad de acceso a los mercados, ser más competitiva, bienestar social y medio ambiental.

En los últimos años, el tema responsabilidad social de la empresa (RSE) ha obtenido gran excelencia en el mundo entero, específicamente en los países de América Latina y el Caribe. Se considera que en el continente europeo la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) tuvo sus indicios por primera vez en la publicación del Libro Verde “Fomentar un marco Europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas” (2001).

Según (Antolín & Gago, 2004) Manifiestan que:

...El estudio sobre las actitudes de los consumidores europeos realizado por CSR Europe y MORI durante el año 2000 en doce países ha puesto de manifiesto la existencia de una elevada sensibilidad entre los ciudadanos europeos ante todos los temas relacionados con la RSC.

Más del 25% de los europeos y el 37% de los españoles se encuentra "comprometido con algún tipo de responsabilidad social"; es decir, durante el último año, habían colaborado voluntariamente en un proyecto social o habían adquirido algún bien relacionado con una causa social, ecológica o ética al menos en cinco ocasiones (FES, 2001). (p. 6)

En el continente europeo se nota un porcentaje moderado de empresas que incentivan la RSE dirigida especialmente hacia los ciudadanos, para lo cual han implementado diferentes estrategias promoviendo beneficios u obteniendo bienes los cuales de alguna manera ayuden a contribuir con la sociedad y un camino hacia el desempeño sostenible e integrador.

En el contexto latinoamericano (Bull, 2004,) manifiesta que:

...Las perspectivas teóricas dominantes en el debate sobre RSE son, por un lado, la ética empresarial, y por otro, la gestión empresarial. Bajo la primera perspectiva teórica se discuten los argumentos éticos a favor y en contra de la idea acerca de que las empresas tienen una responsabilidad social que va más allá de producir un superávit y de cumplir con las leyes. Bajo la segunda perspectiva teórica, el propósito más importante de asumir una responsabilidad social, no solamente tiene un aspecto ético, sino que también es un buen negocio... (p. 2)

En el contexto latinoamericano la RSE menciona la práctica de ética empresarial la cual es de vital importancia ya que permite a la organización medir su nivel de desarrollo económico teniendo en cuenta las diferentes normativas legales que en cada uno de los países se ejecutan y así también, contribuir con el perfeccionamiento de una sociedad más justa y preocupada por la protección del ambiente.

Según (Izquierdo & Villalonga, 2005) Afirma que:

En ciertos países ya se han tomado diferentes medidas para la regulación de la presentación de datos relativos a la responsabilidad social de las empresas. (p. 4)...

... La preocupación acerca de estos temas de índole social y medioambiental, es la que genera una demanda de información que a su vez desemboca en la necesidad de disponer de un documento en el que se recoja dicha información demandada por la sociedad y que debe ser ofrecida por las empresas, esto es lo que se conoce como Responsabilidad Social... (p. 5)

Por lo que las empresas necesitan una herramienta que pueda ser útil en la recolección de información acerca de la responsabilidad social de las empresas, permitiendo que estas tomen decisiones en base a esos indicadores sociales y poder determinar el grado de responsabilidad social que mantiene, teniendo como objetivo primordial incluir a la responsabilidad social en sus estrategias y que sea parte de la cultura empresarial y por ende desarrollar instrumentos que permita el direccionamiento de la misma.



Figura 1 Georeferenciación RSE en diferentes países.

Fuente: (Mapa del Ecuador y sus regiones, 2017)

En la figura 1, se puede visualizar que de acuerdo a diversos países el porcentaje de empresas que toman en cuenta la RSE al momento de

elaborar sus productos o prestar sus servicios, Estados Unidos participa con un 79%, México 64,6%, Ecuador 61%, Argentina 86,5% y España 90%.

Según (Roitstein, 2004) en cuanto se refiere Responsabilidad Social Empresarial en Argentina, manifiesta que:

La evolución de la responsabilización social de las empresas dependerá ampliamente de la capacidad que como sociedad tenga de contribuir a un cambio de paradigma en lo que al rol social de las empresas se refiere. Se hace referencia al rol de las organizaciones de la sociedad civil en promover la concientización del sector empresarial acerca del impacto que tiene en la construcción de una sociedad con mayores niveles de justicia social y cohesión interna; al Estado, en su obligación de incentivar y controlar comportamientos socialmente responsables por parte de las corporaciones y, finalmente a la sociedad y a los consumidores, en su capacidad de favorecer la responsabilidad social de las empresas a través de decidir la compra de un producto o de un servicio según las empresas cumplan con su contrato social. (p. 27)

En Argentina el objetivo principal de la Responsabilidad Social Empresarial es cambiar el paradigma de lo que a rol social se refiere, para de esta manera concientizar al sector empresarial la práctica de acciones sociales, como por ejemplo se puede mencionar la implementación de un foro de responsabilidad social para el desarrollo sostenible, entendiendo como desarrollo sostenible a la satisfacción de las necesidades de las presentes generaciones sin implicar un cambio en los recursos y posibilidades de las generaciones futuras, en el cual participan representantes de empresas, organizaciones de la sociedad civil y el Estado; así también promocionan la responsabilidad social por medio de capacitaciones y congresos con el fin de otorgar un bienestar a la sociedad y mejor calidad de vida en general.

En un ranking realizado a 100 prestigiosas empresas argentinas por el diario (Clarín, 2002) se obtuvieron los siguientes resultados:

La fase cualitativa del ranking se basó en entrevistas en profundidad, en las que los encuestados debieron responder sobre varios indicadores (atributos) asociados al prestigio: la calidad de los productos y/o servicios (20%), la solvencia económica y financiera (17%), la creatividad en la

gestión comercial y el marketing (14%), la honestidad y ética empresariales (10%), la capacidad de adaptación a la crisis económica (10%), la calidad gerencial (8%), la trayectoria (8%), la proyección de futuro (8%) y la relación con la comunidad y el medio ambiente (5%).

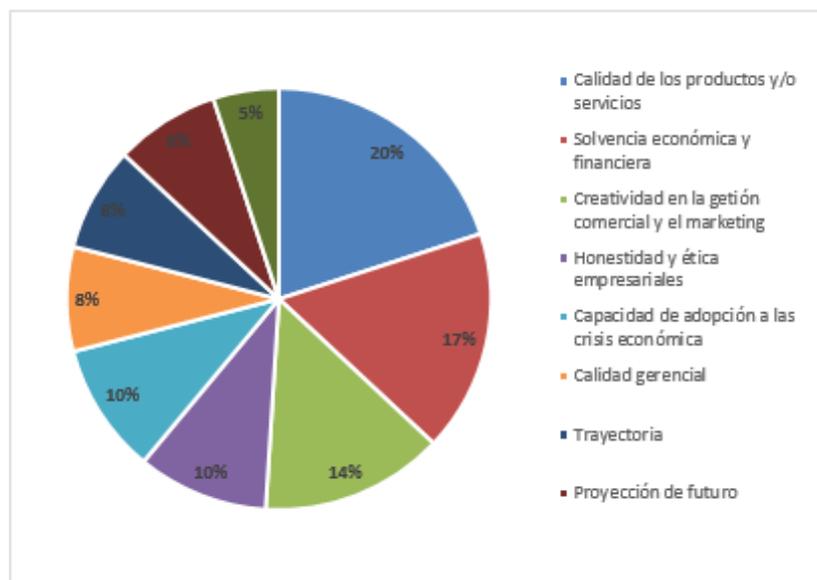


Figura 2 Indicadores de Responsabilidad Social de las empresas más admiradas en Argentina

Fuente: (Clarín, 2002)

En cuanto se refiere a la Responsabilidad Solidaria Asociativa en el sector hotelero (Bedoya, 2017) (Citado en GÓMEZ, S. 2008) manifiesta que:

...Particularmente la mayoría de investigaciones que abordan la RSE en el sector “no se preocupan por descubrir la verdad y las limitaciones de los paradigmas utilizados, más que desafiar o refutar los paradigmas teóricos en vigor se aferran a buscar la eficiencia o la utilidad, la mayoría de las veces sin ningún éxito. Este dogmatismo ha provocado que a dichos conceptos todavía se les siga confundiendo con una actividad eminentemente práctica y económica, y no desde una perspectiva integral como un fenómeno social, complejo y multideterminado” (p.123).

...A pesar que la RSE hotelera se considera una disciplina reciente en la cual los hoteles tímidamente participan, actualmente en el ámbito nacional la preocupación del sector se ha manifestado con mayor vehemencia y esto se ha enmarcado en la creciente asunción de certificaciones que manifiestan cierto grado de cumplimiento de la regulación prescrita.

La Responsabilidad Social Empresarial es el compromiso ya sea en el ámbito interno como externo de la organización (alta dirección, clientes, proveedores, empleados, entorno social, entorno ambiental, inversores, competencia y administraciones públicas) que obtiene una empresa para aportar al desarrollo económico sostenible por medio de cooperación con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad, con el objeto de mejorar la calidad de vida y así también conservar el medio ambiente.

En el sector servicios de alojamiento la práctica de Responsabilidad Social Empresarial es muy escasa por lo que es necesaria la implementación de un modelo de gestión integral para que de esta manera las cadenas hoteleras puedan desarrollar su negocio de una manera responsable, comprometidas con el cuidado del medio ambiente y la sociedad.

1.1.2 Meso.- La Responsabilidad Solidaria Asociativa en el Ecuador.

La Responsabilidad Social en el Ecuador, no se ha desarrollado en su totalidad, debido a un desconocimiento por parte de la gerencia de muchas empresas o el desinterés que mantienen las empresas frente a asuntos de ámbito social, que consideran que esto no es de importancia, sino solo se encuentran enfocándose en la obtención de un beneficio económico, dejando de lado el saber cómo sus empresas pueden aportar a la sociedad y como pueden estas evaluar la responsabilidad.

Según (Jorge, 2015) indica que:

Las empresas ecuatorianas se encuentran en una etapa de transición, en el rol que desempeñan dentro de la sociedad, al pasar de prácticas de ayuda social como beneficencia, a la RSE, que nace en los principios y valores organizacionales, enmarcados en una misión y visión, articulando estrategias para mejorar la situación del entorno y hacer que estas acciones perduren en el tiempo; así, en 1998 la Fundación Esquel Ecuador, pionera en la promoción de la RS, junto a otras organizaciones del País y el Synergos Institute de Estados Unidos, dan los primeros pasos en la creación del Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (Ceres). (p. 7)

De acuerdo a una incorrecta administración, se ha visto que la responsabilidad social no ha sido aplicada debido al poco interés de cada uno de los administradores de las empresas o así también al desconocimiento acerca de la responsabilidad social. Dentro de estos sectores se encuentran los servicios de alojamiento donde no se han implementado estrategias de responsabilidad social principalmente por el desconocimiento de los propietarios que en su gran mayoría ven a sus establecimientos como un negocio del cual solamente desean obtener ganancias económicas, sin tener una visión empresarial similar al de las grandes empresas, pero que se adapte a su realidad. Es así que se fueron creados diferentes órganos de control que regulan esta responsabilidad.

Según (Lima Bandeira & López Parra, 2012) menciona que:

Ecuador es uno de los países con la brecha más significativa de percepción sobre el nivel de la Responsabilidad Social entre ejecutivos y consumidores. Este dato indica que todavía hay un desconocimiento en la sociedad ecuatoriana y una posible desarticulación entre las iniciativas empresariales y el valor real agregado de éstas. En estos casos, existen distintas formas de manifestación de la Responsabilidad Social que pueden estar desvinculadas de la estrategia organizacional o de una verdadera preocupación con el tema. (p.5)

Por lo cual se considera importante el estudio de la Responsabilidad Social en las empresas ecuatorianas, permitiendo a las mismas mantener una sostenibilidad empresarial, mencionando que dicha responsabilidad también se encuentra vinculada con las estrategias de las empresas las cuales ayudarán a surgir entre la competencia existente, y permitirá que los grupos de interés mantengan una responsabilidad en cada una de las empresas, sin perder la visión de las mismas.

Según (CERES, 2008)¹ nos dice que en Ecuador:

Algunas empresas u organizaciones han comenzado haciendo filantropía, es decir donación de dinero, bienes o servicios, generalmente producidos por la empresa a grupos de personas que demandan requerimientos específicos. La filantropía no establece

¹ CERES: Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social.

ninguna relación formal entre la empresa y su entorno comunitario o social. La relación empresa-comunidad o empresa-sociedad es débil o inexistente. (p. 9)

Razón por la cual las empresas confunden el tema de responsabilidad social con filantropía, haciendo que el enfoque en sí de la responsabilidad social no este orientado al fin que tiene este, que es el compromiso con la sociedad, reducción de costos operativos en las empresa y el mejoramiento de la imagen de la empresa. Es decir muchas empresas no cuentan con una responsabilidad social, dentro de estas se encuentra el sector alojamientos del Ecuador.

Se puede observar que el turismo en el Ecuador se ha ido desarrollando en el paso del tiempo, es así que el turismo se desenvuelve en un espacio cada vez más saturado, donde la exigencia viene de parte de los consumidores, por lo cual el servicio de alojamiento debe enfocarse en un servicio de calidad sin perder de vista la responsabilidad social la cual ayudará a este sector al desarrollo de sus actividades de mejor manera.

Según (MINTUR, 2017)² menciona que: “En el Ecuador existe 5496 establecimientos de alojamientos, los mismos que se encuentran distribuidos en cada una de las provincias”.

Tabla 1

Establecimientos de Alojamientos en el Ecuador

Código	Provincia	Número de establecimientos
1	Azuay	283
2	Bolívar	53
3	Cañar	61
4	Carchi	61
5	Cotopaxi	148
6	Chimborazo	163
7	El oro	151

CONTINÚA 

² MINTUR: Ministerio de Turismo

8	Esmeraldas	394
9	Guayas	431
10	Imbabura	214
11	Loja	204
12	Los Ríos	122
13	Manabí	649
14	Morona Santiago	82
15	Napo	178
16	Pastaza	84
17	Pichincha	850
18	Tungurahua	357
19	Zamora Chinchipe	53
20	Galápagos	202
21	Sucumbíos	153
22	Orellana	114
23	Santo domingo de los Tsáchilas	136
24	Santa Elena	353
	Total	5496

Fuente: (MINTUR, 2017)

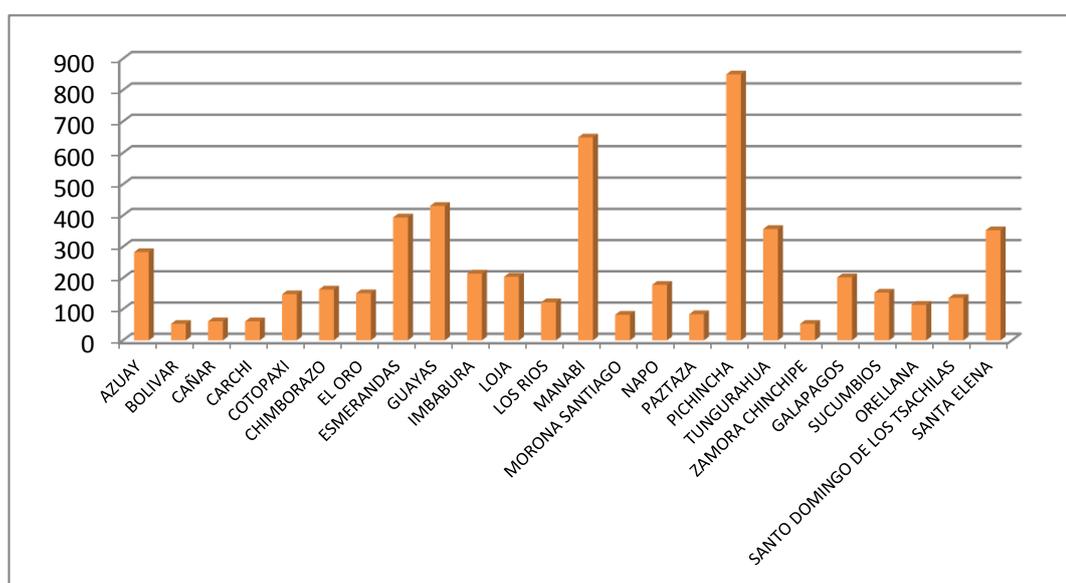


Figura 3 Número de establecimientos de alojamientos en el Ecuador

Fuente: (MINTUR, 2017)

En la figura anterior se puede observar que existe un número elevado de establecimientos de servicio de alojamientos, lo que se considera que este sector contribuye al desarrollo de cada una de estas provincias, por el caso de Pichincha representa un 15,47% del total de establecimientos de alojamientos, así también Bolívar y Zamora Chinchipe con un 0,96% siendo las provincias con el menos número de establecimientos.

1.1.3 Micro.- La Responsabilidad Solidaria Asociativa en el Sector Servicios de Alojamiento de la Provincia de Cotopaxi



Figura 4 Responsabilidad Social en el cantón Latacunga

Fuente: (Mapa de la provincia de Cotopaxi y sus cantones, 2017)

En los servicios de alojamiento de la provincia de Cotopaxi, no existe una correcta información acerca de la Responsabilidad Social es así que dicho sector no cuenta con lineamientos direccionados a la responsabilidad social, impidiendo que este pueda tener un diseño de estrategias orientadas

al crecimiento de las empresas; su administración e implementación se realiza de forma aislada y no como una estrategia integral dentro de las organizaciones ejecutoras.

Los cambios y tendencias en este sector han evolucionado a través del tiempo, para lo cual se ha visto la necesidad de presentar ventajas competitivas las cuales ayuden a estas organizaciones a permanecer en el mercado no solamente compitiendo a través de los precios sino también asegurar un mejor servicio incorporando diferentes elementos como una buena gestión estratégica, calidad en el servicio, imagen, seguridad, respeto medioambiental.



Figura 5 Servicios de Alojamiento en Cotopaxi

Fuente: (Hoteles de la provincia de Cotopaxi, 2017)

Tabla 2

Servicios de Alojamientos Turísticos de la Provincia de Cotopaxi según Sector CIU I5510.01

N°	Numero ruc	Razón social	Nombre comercial	Fecha inicio actividades	Descripción provincia	Descripción cantón	Descripción parroquia
1	0501655286001	Latacunga Pastuña Humberto	Hostería Alpaka Quilotoa	19/09/2000	Cotopaxi	Pujilí	Zumbahua
2	0501464960001	Corrales Borja María Inés	Hotel Jimmy	01/06/1984	Cotopaxi	Latacunga	Eloy Alfaro (San Felipe)
3	0501627954001	Panchi Masapanta María Fabiola	Hotel Vista Hermosa	03/07/2003	Cotopaxi	Latacunga	Ignacio Flores (Parque Flores)
4	0501445118001	Fonseca Ramírez María Isabel	Hostería Los Molinos	01/01/2000	Cotopaxi	Salcedo	San Miguel
5	0501046825001	Romero Vásquez Marcelo Ernesto	Hotel Makroz	03/10/2001	Cotopaxi	Latacunga	La Matriz
6	0501373336001	Naranjo Vizcarra Enrique Abelardo	Hotel Endamo	10/10/2000	Cotopaxi	Latacunga	La Matriz
7	0501044606001	Avila Zapata Teresa De Jesús	Hotel San Luis	10/09/1999	Cotopaxi	Latacunga	Eloy Alfaro (San Felipe)
8	0502863830001	Corrales Taipe Lilian Yolanda	Haru Hostería Y Recepciones	23/09/2002	Cotopaxi	Latacunga	San Buenaventura
9	0500551445001	Pérez Soria Rosa America Eulalia	Hotel Galo Carrillo	30/01/2004	Cotopaxi	Pangua	El Corazón
10	1702652395001	Araque Caiza José Marcelo	Hostería Cabaña Los Volcanes	17/01/1983	Cotopaxi	Latacunga	Tanicuchí

CONTINÚA 

11	1801675917001	Medina Paredes Freddy Oswaldo	El Bronx Hotel	13/12/2004	Cotopaxi	Latacunga	Eloy Alfaro (San Felipe)
12	1705542361001	Vega Estrada Edmundo Absalón	Hostería Black Sheep	22/03/2006	Cotopaxi	Sigchos	Chugchilán
13	1203966914001	Moreira Salazar Estrella Leonor	Hostería Las Pirámides	29/07/2004	Cotopaxi	La Mana	La Mana
14	0501467286001	Anchatuña Rojas María Inés	Hotel Balcones Del Río	15/09/2001	Cotopaxi	Latacunga	Ignacio Flores (Parque Flores)
15	1709486607001	Rocha Dourado Juan Francisco	Hotel Rodelu	02/05/1990	Cotopaxi	Latacunga	La Matriz
16	0502211956001	Tello Cazañas Sandra De Las Mercedes	Hotel Los Ilinizas	20/06/2006	Cotopaxi	Latacunga	La Matriz
17	1706910658001	Vargas Chávez María Elizabeth	Alma Del Sur Hostería	15/04/1998	Cotopaxi	Latacunga	Tanicuchí
18	0502520323001	Figueroa Espín Mónica Elisabeth	Hotel Jarfi	01/05/2001	Cotopaxi	Salcedo	San Miguel
19	0500415468001	Segovia León Hugo Heriberto	Hostería El Aliso	14/02/2000	Cotopaxi	Pujilí	Pujilí
20	0500538145001	Coello Vaca Blanca America	Hotel Llactacunga	08/01/2004	Cotopaxi	Latacunga	Eloy Alfaro (San Felipe)
21	0502417355001	Soto Calvopiña Bertha Eulalia	Hotel Caribbean Real	14/05/2008	Cotopaxi	Latacunga	Juan Montalvo (San Sebastián)
22	0500300496001	Mejía Sosa María Samaritana	Hostería Carlos Patricio	21/01/2009	Cotopaxi	La Mana	La Mana
23	0501780530001	Herrera Ortega Miguel Antonio	Complejo Turístico Maho	16/03/2011	Cotopaxi	La Mana	Guasaganda (Cab. En Guasaganda Centro)

CONTINUÁ 

24	1791414233001	Compañía Cuello De Luna Cuellodeluna S.A.	Hotel Cuello De Luna	26/04/1999	Cotopaxi	Latacunga	San Juan De Pastocalle
25	1803265840001	Pilamunga Uñug María Martina	Hotel Nacional	27/07/2011	Cotopaxi	Latacunga	La Matriz
26	1719759779001	Medina Robles Grecia Yanina	Hotel José Ezequiel	21/05/2012	Cotopaxi	La Mana	La Mana
27	1709729410001	Sánchez Sánchez Luter Freddy	Hotel Intersanz Internacional	03/07/2014	Cotopaxi	La Mana	La Mana
28	0502478431001	Espín Diaz Joshelin Elizabeth	Hotel Joshed	06/02/2013	Cotopaxi	Latacunga	La Matriz
29	0502878101001	Caiza Santafe María Carmen	Complejo Turístico San Miguel	03/07/2013	Cotopaxi	Salcedo	San Miguel
30	0501563365001	Camalle Untuña María Etelvina	Hotel Walnino Tres	02/04/2013	Cotopaxi	La Mana	La Mana
31	0500583596001	Chicaiza Chiriboga María Esther	Hotel Jesed	05/12/2014	Cotopaxi	La Mana	La Mana
32	1720216868001	Llumiluisa Chicaiza Patricio Gabriel	Hostería Somagg	04/03/2015	Cotopaxi	La Mana	La Mana
33	1804393195001	Zurita Quirola María Monserrath	Hotel Divino Niño Rey	04/01/2016	Cotopaxi	Latacunga	Belisario Quevedo (Guanailin)
34	0591739654001	Corporación Figueroa Sandoval Cofigsa	Hotel San Agustín Plaza	15/06/2017	Cotopaxi	Latacunga	La Matriz

Fuente: (Servicio de Rentas Internas Latacunga, 2017)

1.1.4 Diagnóstico

Una vez analizados los diferentes estudios acerca de la Responsabilidad Social Empresarial a nivel mundial, nacional y local, donde la misma se aplica a diferentes empresas sin importar su tamaño ni su actividad económica, ayudando que mantengan una sostenibilidad empresarial y considerando responsabilidad con la sociedad, sus trabajadores, el medio ambiente y de la empresa, no solamente un enfoque económico sino también un enfoque a la sociedad en sí. Donde también muchas de las empresas consideran que la filantropía es una manera de Responsabilidad Social, sin embargo esto no es así, se la considera como el primer paso para la responsabilidad dentro de las empresas.

La mayor parte de las empresas elaboran un informe social en el cual detallan tanto las actividades como las inversiones realizadas en el ámbito de Responsabilidad Social, dichas actividades no se evalúan con los grupos de interés que se encuentran vinculados a las empresas ni tampoco se las planea con anterioridad, por lo que no se encuentra claro el fin y los alcances de la Responsabilidad Social Asociativa y del Balance Social, ya que esto es confundido con el informe social que desarrollan las empresas.

Además diferentes estudios menciona que las empresas desarrollan la Responsabilidad Social, debido a que con esto no solamente mantienen una excelente imagen empresarial hacia la sociedad sino que también garantizar el éxito empresarial, ya sea de una manera económica, social y medio ambiental, siento esto un plus para las empresas que lo aplican, debido a que se encuentran en una posición más alta frente a sus competidores en la misma actividad económica. La demanda de información por parte de la sociedad con respecto a la Responsabilidad Social, también tiene un peso dentro de las empresas, pues esto ocasiona que las empresas mantengan una herramienta donde se refleje los indicadores necesarios que evalúan dicha responsabilidad, por lo que esta herramienta vendría a ser un balance social.

Muchas de las veces en las empresas, el desconociendo por parte de la gerencia, trabajadores y asesores de las mismas, provocan que estas no puedan tener un valor agregado frente a otras, quitándolas competitividad y prestigio frente al mercado. Sin aportar nada en el tema de Responsabilidad Social Asociativa, pues se considera un tema no relevante que no aportara en nada en el desarrollo de las actividades de estos establecimientos, sin embargo esto ayudara a se mantenga una excelente imagen empresarial frente a sus clientes.

Así pues el turismo dentro del Ecuador es importante debido que existe una elevada demanda de turistas que visitan cada lugar de todo el país, los mismos que ocupan los establecimientos de Servicio de Alojamiento, por esta razón existen gran cantidad de alojamientos siendo uno mejor que otro, debido a esta competitividad cada uno busca el bienestar solamente económico, preocupados por mantener un servicio de primera es decir de calidad, dejando de lado a lo que tiene que ver con la responsabilidad que debe mantener con sus grupos de interés, sin perder el enfoque ni la visión que cada uno de estos establecimientos posee.

Se considera que el tema de investigación es de vital importancia para el Sector Servicios de Alojamientos, ya que nos permitirá indagar y conocer la Responsabilidad Social Asociativa a la que se encuentran inmersos los diferentes sectores económicos. Existiendo en estos una brecha de desconocimiento e indiferencia por parte de los representantes de las empresas hacia la Responsabilidad Social Asociativa. Por esta razón se ha llegado a la conclusión que en el Sector Servicios de Alojamiento CIIU I5510.01 de la provincia de Cotopaxi si existen problemas relacionados con la Responsabilidad Social, los cuales limitan al crecimiento económico y social de este sector. También se ha llegado a determinar que no existe un modelo de balance social con el cual se pueda recolectar información acerca de la responsabilidad que mantiene el sector con la sociedad.

1.1.5 Pronóstico

Se considera que la Responsabilidad Social en el transcurso del tiempo va a tener un peso importante dentro de la sociedad y del mundo empresarial, es por ello que la inexistencia de políticas, la ausencia de instrumentos y el desconocimiento por parte de los empresarios acerca de la Responsabilidad Social va a ocasionar problemas que en un futuro afectara directamente al desarrollo de las actividades de las empresa. Es así que la relación se dará entre la empresa con la sociedad, y el medio ambiente será un factor importante para que las empresas puedan a llevar a cabo los objetivos propuestos por cada una de las mismas sin descuidar los factores sociales.

Por lo que es indispensable implementar estrategias competitivas que permitan a las organizaciones del Sector CIIU I5510.01 (Servicios de alojamiento prestados por hoteles, hoteles de suites, apart hoteles, complejos turísticos, hosterías) brindar un servicio de calidad que ayude a mejorar el desarrollo económico y social de la provincia, además diseñar una herramienta que permita la evaluación de indicadores de balance social que ayudara a realizar un análisis sobre la responsabilidad que mantiene dichos establecimientos.

Donde también va existir interés por parte de los representantes de las empresas por contar con un plan de Responsabilidad Social Asociativa, donde consideraran los beneficios y la necesidad de ser socialmente responsables. Las empresas realizaran elecciones sobre los modelos e indicadores para el diagnóstico de la gestión social, que dependerá de las características de cada empresa y sus objetivos en este caso está inmerso el sector de alojamiento.

Las establecimientos de Servicio de Alojamiento que no mantienen un Responsabilidad Social Empresarial, ni cuentan con una herramienta adecuada para la evaluación de responsabilidad que mantiene con la sociedad, serán afectadas por el paso del tiempo, donde existe una modificación directamente en la calidad del servicio que ofrece cada uno de

los establecimientos, provocando que existan clientes insatisfechos los mismos que ya no tendrán una acogida del producto o de un servicio. Así también estas empresas perderán su enfoque, donde el desarrollo y la prestación de servicio serán deficientes. De igual forma si no aplicar una responsabilidad, estas no podrán cumplir con las metas de desempeño que han sido ya desarrolladas en cada uno de los establecimientos de Servicio de Alojamiento.

Debido a que la Responsabilidad Social Asociativa tendrá un alcance en el ámbito empresarial, si este tema no es tomado con seriedad por parte de los representantes de las empresas, no podrán cumplir con los objetivos planteados, de esta forma dichas empresas no contara con el valor agregado que las diferencie de las demás, también el escaso compromiso afectara a los involucrados tanto internos como externos que buscan que las empresas puedan sobresalir más allá de una visión propuesta.

Es así que al pasar el tiempo las empresas se encontraran inmersas en el análisis de asumir un criterio de Responsabilidad Social Asociativa y la aplicación de un Modelo de Balance Social, debido a que las empresas que ya mantienen un plan de Responsabilidad contarán con una ventaja competitiva frente a las demás empresas quienes todavía no consideran importante el tema de responsabilidad.

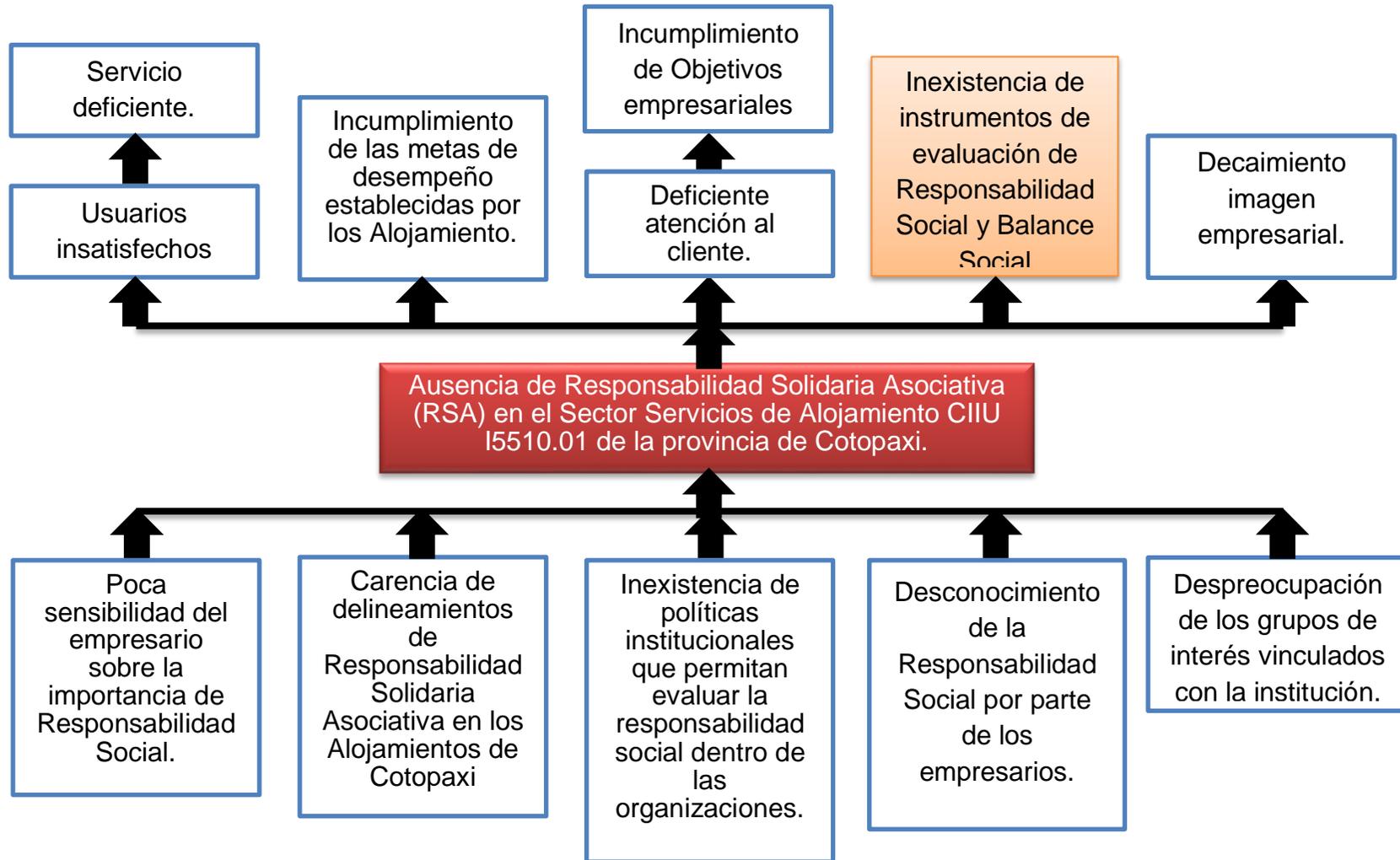


Figura 6 Árbol de Problemas

1.2 Hipótesis

H₁: La responsabilidad Solidaria Asociativa en los Servicios de Alojamiento de la provincia de Cotopaxi CIIU I5510.01 repercute en el Balance Social.

H₀: La responsabilidad Solidaria Asociativa en los Servicios de Alojamiento de la provincia de Cotopaxi CIIU I5510.01 no repercute en el Balance Social.

1.3 Supra ordinación de variables

En la supra ordinación se puede identificar los niveles que engloba cada una de las variables de la investigación, que a continuación se detalla:

Variable dependiente:

Corresponde al Balance Social, el mismo que se encuentra englobado en la Sostenibilidad de la Economía Popular y Solidaria, mediante la aplicación de principios cooperativos, los mismo que se encuentran enfocados en el bienestar de la comunidad el medio ambiente y el bienestar de los trabajadores a través de los métodos de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

El método de Balance Social de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria trata a cerca de un método económico social y solidario cuyo objetivo será generar condiciones materiales e inmateriales y así de esta manera posibilitar el buen vivir, manteniendo un ambiente de solidaridad, cooperación, reciprocidad privilegiando al trabajo y al ser humano por sobre el capital.

En cuanto se refiere a principios cooperativos el Balance Social busca mantener una adhesión voluntaria y abierta, participación económica de los socios gestión democrática, autonomía e independencia, educación, formación e información, cooperación entre cooperativas e interés por la

comunidad con el fin de mantener sostenibilidad de la economía popular y solidaria.

Variable independiente:

Corresponde a la Responsabilidad Social, se encuentra englobada en la Agenda de Desarrollo Sostenible la misma que consiste en el desarrollo de un plan de acción en beneficio de las personas, el planeta y sostenibilidad, seguido de a Iniciativa del Reporte Global (G.R.I) el mismo que se encuentra enfocado en ejecutar un desarrollo sostenible en base a tres dimensiones que son la económica, social y ambiental.

Según el (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2017) la agenda de desarrollo sostenible:

Con la finalidad de continuar con las acciones emprendidas para mejorar la calidad de vida de todas las personas, los líderes mundiales han definido un ambicioso programa a largo plazo, para incrementar el bienestar de sus pueblos con la consigna de que nadie se quede atrás y procurar una convivencia sostenible con el medio ambiente.

El (Instituto de Ética y Calidad en el Agro, 2007) en lo que se refiere a:

“Iniciativa del Reporte Global (GRI) es una organización creada en 1997 por la convocatoria de la Coalición de Economías Responsables del Medio Ambiente (CERES) y el Programa de Medio Ambiente de las Naciones Unidas (PNUMA). El GRI ha desarrollado la <<Guía para la elaboración de un informe de sostenibilidad>>. Los principios para determinar los asuntos e Indicadores sobre los que la organización debería informar son materialidad, participación de los grupos de interés, contexto de sostenibilidad, exhaustividad”

De acuerdo a lo antes mencionado se puede determinar que tanto los objetivos de la agenda de desarrollo sostenible como la Iniciativa del Reporte Global GRI se enfocan en la dotación de beneficios económicos, sociales y medioambientales con el fin de promover la calidad de vida de las personas y del medio ambiente.

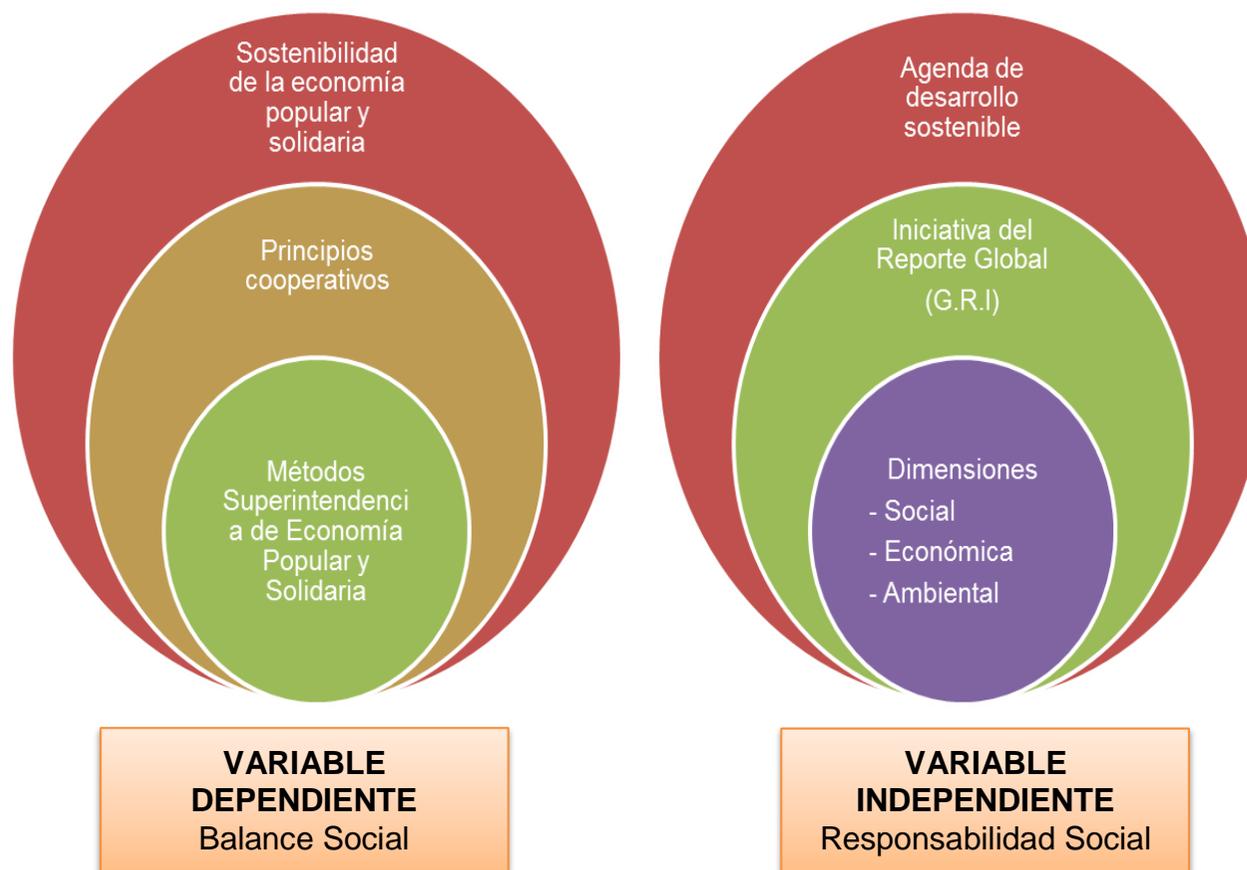


Figura 7 Supra ordenación de variables

1.4 Constelación de ideas variable dependiente

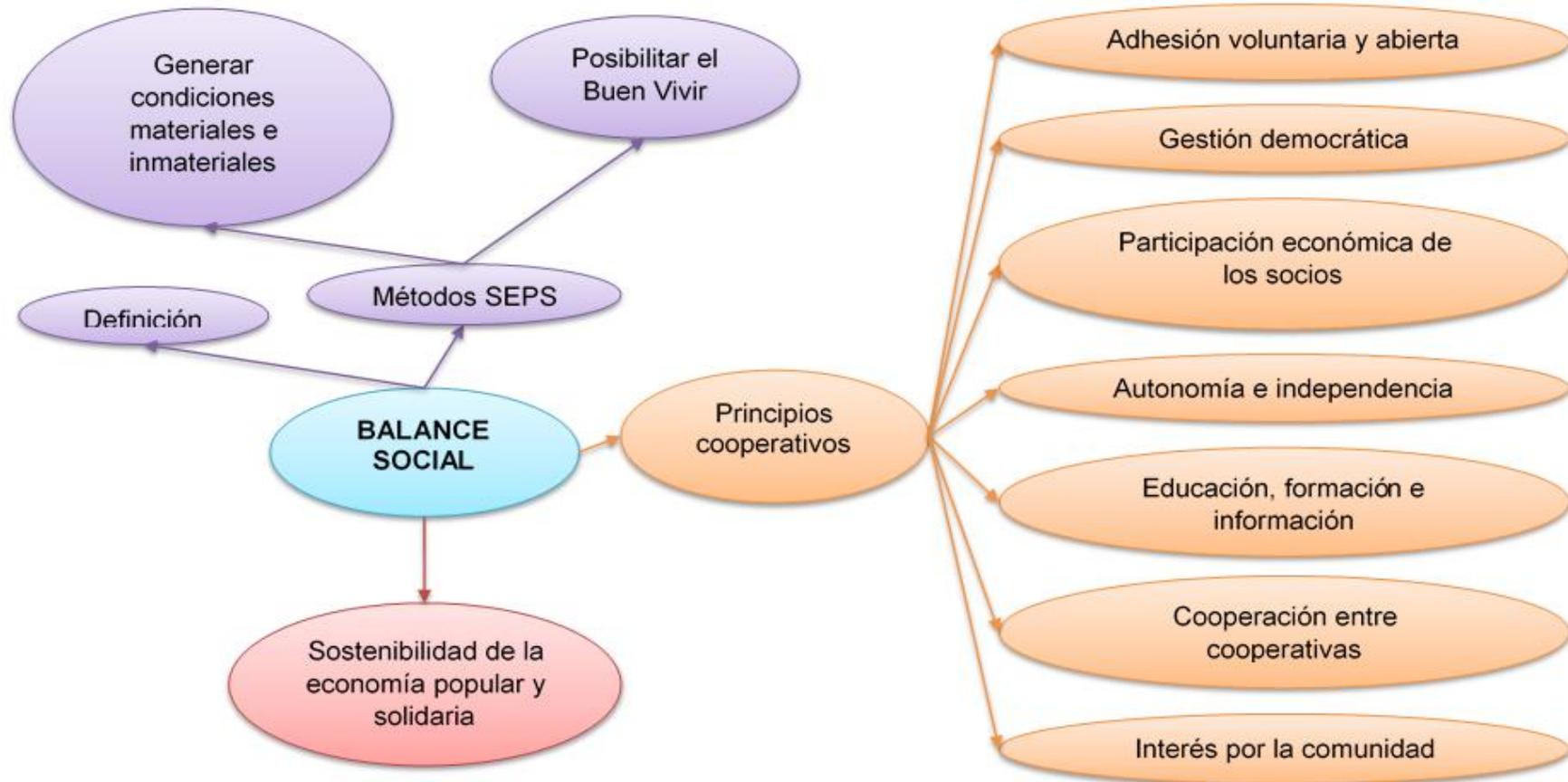


Figura 8 Constelación de ideas variable dependiente

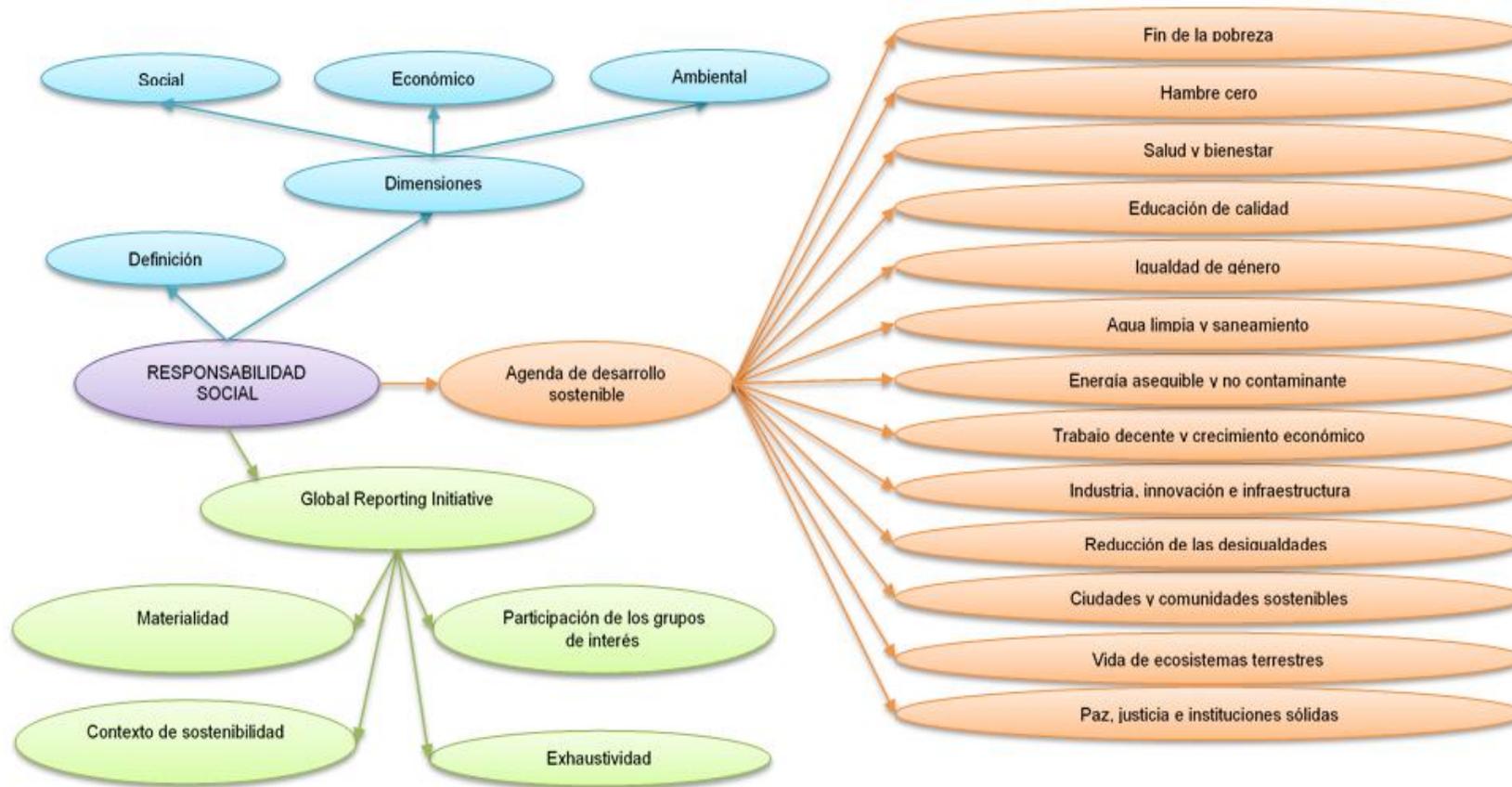


Figura 9 Constelación de ideas variable independiente

1.5 Contextualización de variables

Tabla 3

Contextualización de variables

Objetivo General: Diagnosticar sobre la Responsabilidad Solidaria Asociativa en el Sector Servicios de Alojamiento CIU I5510.01 de la provincia de Cotopaxi y diseñar una Herramienta de Evaluación para el Balance Social.

Objetivos específicos	Variable	Dimensión	Indicador	Fórmula	Instrumento
1. Elaborar el Marco teórico, conceptual y legal que sustente la Responsabilidad Solidaria Asociativa (RSA) en el Sector Servicios de Alojamiento CIU I5510.01 de la provincia de Cotopaxi.	Fundamentos teóricos	Teórico	Nivel de la aplicabilidad de la teoría.	$\frac{\text{Numero de Utilización de Teorias}}{\text{Numero de total de teorías investigadas}}$	Teorías de Responsabilidad Social
		Conceptual Legal	Nivel de aplicabilidad de la fundamentación conceptual y legal en el proyecto	$\frac{\text{Numero de fundamentos conceptuales y legales utilizados}}{\text{Total de fundamentos conceptuales y legales investigados}}$	
2. Determinar la Base metodológica para la investigación de Responsabilidad Solidaria Asociativa (RSA) en el Sector Servicios de Alojamiento.	Base Metodológica	Aplicable	Nivel de la aplicabilidad de la metodología.	$\frac{\text{Numero de aspectos utilizados de la metodología}}{\text{Total de requisitos de metodología}}$	Base Metodológica de la investigación

CONTINÚA 

3. Analizar resultados y establecer conclusiones a cerca de la Responsabilidad Solidaria Asociativa (RSA) en el Sector Servicios de Alojamiento CIUU I5510.01 de la provincia de Cotopaxi.	Análisis de datos	Práctica	Nivel de utilización de Indicadores de responsabilidad	$\frac{\text{Numero de indicadores aplicados}}{\text{Total de indicadores Sociales}}$	Cuestionario Estructurado
--	-------------------	----------	--	---	---------------------------

4. Diseñar una herramienta de evaluación para el Balance Social.	Herramienta de evaluación	Balance Social	Alojamientos que aplican Balance Social. Eventos programados para el cuidado del medio ambiente Campañas de reciclaje	$\frac{\text{Número de alojamientos que aplican Balance Social}}{\text{Total de número de alojamientos}}$ $\frac{\text{Total eventos realizados para el cuidado media ambiente}}{\text{Total eventos programados}}$ $\frac{\text{Número de campañas realizadas de reciclaje}}{\text{Total de campañas programadas de reciclaje}}$	Cuestionario Estructurado
--	---------------------------	----------------	---	---	---------------------------

CAPÍTULO II

ARGUMENTOS TEÓRICOS, CONCEPTUALES Y LEGALES DE RESPONSABILIDAD SOLIDARIA ASOCIATIVA (RSA) DEL SECTOR NO FINANCIERO EN EL SECTOR SERVICIOS DE ALOJAMIENTO PRESTADOS POR HOTELES, HOTELES DE SUITES, APART HOTELES, COMPLEJOS TURÍSTICOS, HOSTERÍAS DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI.

2.1 Antecedentes investigativos

La presente investigación, se basará en la Responsabilidad Solidaria Asociativa (RSA) en las organizaciones del sector no financiero de la Economía Popular y Solidaria, de Servicios de Alojamiento CIU I5510.01 de la Provincia de Cotopaxi. Así como también la propuesta de una herramienta para la evaluación de responsabilidad social, denominado balance social, para lo que se ha indagado sobre el tema de responsabilidad social asociativa y balance social, de esta manera obtener un enfoque claro sobre la importancia que esta mantiene en las empresas que desarrollan diferentes actividades económicas.

(Aguilar Sabogal, 2008) Manifiesta que:

La Responsabilidad Social Empresarial RSE, es un término ampliamente utilizado en diversos escenarios y con una creciente aceptación. Esto se ve reflejado en que las organizaciones y sus agremiaciones plantean la RSE como una de sus banderas de actuación; la sociedad civil y sus organizaciones exigen y motivan a las empresas a acoger programas de RSE y los gobiernos desarrollan políticas y normativas para que las organizaciones se acojan a las iniciativas nacionales e internacionales.

El término responsabilidad social empresarial tiene gran importancia dentro de las organizaciones, ya que permite a los propietarios implementar programas de responsabilidad social, permitiendo que dichas empresas se

encuentren comprometidas con el aspecto de responsabilidad, enfocándose al bienestar de todos los involucrados de la empresa, así también los gobiernos de distintos países mantienen un rol importante en este tema, debido a que existe un interés por este tema es así que de esta manera establecen políticas y normativas a las cuales tienen que estar sujetas las empresas dependiendo la actividad económica que desarrollen.

Las empresas no deben tomarlo de una manera negativa el acoplar la responsabilidad social al ambiente de la empresa, por lo contrario estas empresas deben mantener un equilibrio tanto en aspectos que tengan que ver con lo social, económico y medio ambiental, esto para que mantenga un valor agregado que los diferencie de las demás empresas quienes no consideran esta temática como valiosa.

(Fernández Alles & Cuadrado Marqués, 2011) En su publicación referente a la responsabilidad social en el sector hotelero manifiesta que

El sector hotelero, uno de los pilares básicos del sector turístico, emplea en el desarrollo de su actividad una amplia variedad de recursos. Dada la importancia actual de la Responsabilidad Social, tanto para las empresas como para los clientes y grupos de presión, la aplicación de políticas en este campo constituye un elemento estratégico clave en la gestión empresarial. Tanto es así, que la utilización responsable de los recursos contribuye al desarrollo de ventajas competitivas para las empresas que las implementan.

En la actualidad las entidades pertenecientes a la Economía Popular y Solidaria en el sector financiero y no financiero presentan responsabilidad social, en este caso el sector hotelero implementa estrategias, las cuales son clave fundamental para la gestión empresarial y de esta manera utilizar adecuadamente los recursos de las organizaciones en el desarrollo de sus actividades económicas, satisfaciendo tanto las necesidades de los clientes como las necesidades empresariales.

Esto es necesario debido a que el turismo es una actividad que se ha ido creciendo en el Ecuador, permitiendo ser uno de los sectores que debe tomar consideraciones o medidas respecto a la responsabilidad social, ya que en este sector se encuentran involucrados diferentes recursos,

ayudando a poseer una ventaja competitiva frente a sus numerosos competidores.

(Córdova, 2011) En su publicación *La Comunicación en la gestión de la responsabilidad Solidaria Empresarial* revela que:

El mundo empresarial actual está ávido de modelos gerenciales que le permitan no sólo ser más eficiente, sino enmarcarse a un desarrollo e interés por la construcción de una conciencia social, buscando una sociedad más justa y solidaria.

La crisis económica de los últimos años ha obligado a la empresa revisar y tomar conciencia de la importancia de mantener comportamientos éticos para fortalecer la gestión de su propia identidad desde los valores y, a partir de allí, gestionar su imagen y reputación corporativa de forma transparente y confiable.

En este contexto, la comunicación y el relacionamiento responsable con los públicos de interés se convierten en los ejes y motores de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), buscándose un triple beneficio: empresa-sociedad-Estado.

En la actualidad, el mundo de las empresas se encuentran no solamente enfocándose a buscar un beneficio económico o a su vez a ser más eficiente en las actividades que van desarrollando cada momento frente a sus clientes, sino que además de eso están mirando hacia una perspectiva de mantener un responsabilidad social, por lo que esto ayudara a que los grupos involucrados de estas empresas piensen de una forma solidaria y justa para todos. Sin embargo las economías han ido cambiando, ayudando que los representantes de las empresas tomen conciencia de la importancia que mantiene la responsabilidad social enmarcada en la aplicación de principios y valores, considerando que de esta manera se podrá obtener una imagen corporativa, que atraiga al cliente a obtener el producto o servicio que las empresas ofrecen.

Básicamente existe un vínculo entre la empresa, la sociedad y el estado, que se dirige al beneficio de estos, siendo los ejes que permitirán desarrollar esta responsabilidad social con un criterio de solidaridad y respeto hacia los grupos de interés.

(Ramos Leguísamo, 2013, citado en Ethos CERES, 2012) afirma que la responsabilidad social es:

Una nueva forma de gestión, con lo cual las empresas y organización operan en forma sustentable en lo económico, social y ambiental, reconociendo los intereses de distintos públicos con los que se relaciona, como los accionistas, los empleados, la comunidad, los proveedores, los clientes, considerando el medio ambiente y las generaciones futuras.

En la responsabilidad social el interés es muy ligado a todos los participantes de las empresas, tomando en cuenta que ninguno debe quedar excluido, pues cada uno de estos participantes cumplen un función importante dentro de la empresa, es por eso que no se debe descuidar esta parte de las empresas, claro esta que todo esto ayuda que las empresas mantengan una ventaja frente a las demás empresas que no aplican ningún tipo de responsabilidad y que además de eso no poseen una herramienta que permite la evaluación de indicadores de responsabilidad.

(Nieto Antolín & Fernandez Gago , 2004) Acotan que: la responsabilidad Social “no parece un fenómeno pasajero. El cambio experimentado en el sistema de valores de los ciudadanos ha provocado una mayor preocupación por los temas sociales y medioambientales” (p. 11).

Entonces el tema social dentro de las organizaciones es un tema que en el futuro va hacer uno de los aspectos que van a direccionar a las empresas, a plasmar esta responsabilidad Social en el diseño de sus estrategias y también en el sistema de gestión, pues todo este tema en la sociedad ha provocado una preocupación ya que no se encuentra en su totalidad la implementación de responsabilidad social, pus todo este descuido se ha visto afectación de la sociedad así como del medio ambiente, que es lo que está perjudicando al sociedad, todo esto ha sido siempre propenso a ser un tema que no le interesa al empresario, o que piense que no le corresponde tomar las medidas del caso.

Para finalizar de acuerdo con (Jaramillo, 2007) el balance social “surge, entonces, como aquel instrumento para medir y evaluar en forma clara y precisa los resultados de la aplicación de la política social de la organización” (p. 14).

Es así que el balance social dentro de la organización viene hacer un instrumento de gestión el cual va a permitir planear, organizar, dirigir, registrar, controlar y evaluar el desempeño social de la organización en términos cuantitativos y cualitativos, al empresario y a la sociedad conocer si los indicadores de este balance social arrojan valores que permiten verificar cuan responsable es la empresa con la sociedad.

Por lo que las empresas mantendrán una preocupación por diferentes temas de carácter social y medioambiental, generando información de vital importancia que será utilizada por las partes interesadas de las empresas, permitiendo que mantengan una calidad en sus procesos y en la obtención del producto o del servicio.

2.2 Fundamentación teórica

2.2.1 Responsabilidad Solidaria Asociativa

- **Responsabilidad social**

Teoría de los stakeholders

Según (Esteban, 2007) indica que:

La teoría de los stakeholders podría ayudar a hacer posible el tránsito de la teoría a la práctica de una ética organizacional y de concepto de responsabilidad que esta implica, de igual manera trata a cerca de las exigencias que tal pensamiento le plantea a la sociedad si quiere organizarse teniendo en cuenta a los individuos como ciudadanos que pueden y deben exigir los derechos de ciudadanía económica, social y política.

La responsabilidad social se encuentra enfocada en los stakeholders, los cuales deben exigir los derechos que cada uno de ellos mantiene, practicando iniciativas de responsabilidad y ética dentro de las empresas colaborando con el bienestar de cada uno de estos grupos de interés, buscando siempre el beneficio y desarrollo de los mismos. Es así que la

responsabilidad se encuentra direccionada en cubrir las necesidades que mantienen.

Teoría de la actuación social de la empresa

(Carné, 2007) Afirma que:

En este enfoque, la idea de la responsabilidad social surge al considerar que la empresa en su actuación en la sociedad produce no solo efectos económicos, sino también sociales. Desde esta perspectiva, se habla de <<actuación social de la empresa>> para significar <<el comportamiento empresarial orientado a producir menos daño y unos resultados más beneficiosos para la gente y la sociedad>>.

La responsabilidad mantiene un enfoque consideran que las empresas no deben solamente enfocarse en la generación de ingresos que serán en beneficio de cada uno de ellas, sino que también deben considerar la conservación del medio ambiente enfocada en realizar actividades que no perjudique a la sociedad.

(Cancino del Castillo & Morales Parragué, 2008 citado en Friedman, M. 1970) menciona que:

Las bases de la visión de Milton Friedman aparecen propuestas en su trabajo "The social responsibility of business is to increase its profits" donde establece que la responsabilidad social debe recaer directamente en los individuos en sí, y no en las empresas propiamente tales, es decir, establece que la responsabilidad social entendida como una forma de generar bienestar más allá de las fronteras de la empresa no corresponde en ningún caso una obligación para la empresa ni tampoco un beneficio para ella. Según Friedman, la única obligación o responsabilidad social que posee y debe poseer una empresa es la maximización de la riqueza para sus accionistas, dentro del marco legal y las reglas del juego que hayan sido acordadas entre las partes.

- **Sector económico**

Teoría económica de Adam Smith

(Dobb, 2004) Acerca de la teoría de Adam Smith manifiesta que:

La Economía política, considerada como una rama de la ciencia del estadista o del legislador, se propone dos objetivos diferentes: el primero, proporcionar a la gente ingresos abundantes o medios

de subsistencia, o mejor dicho, capacitarles para que se provean por sí mismos de tales ingresos o medios de subsistencia; y el segundo, proveer al estado o a la comunidad de ingresos suficientes para los servicios públicos. Se propone enriquecer tanto al pueblo como al soberano.

El beneficio que genera una empresa no solamente debe estar enfocada a la ganancia del propietario, sino que también debe estar orientada a la comunidad, satisfaciendo las necesidades que tiene, puesto que gracias a la comunidad puede adquirir buenas referencias de las actividades que se desarrollan y de esa manera crecer en el mercado formando parte de una institución socialmente responsable.

2.2.2 Balance Social

2.2.2.1 Balance Social Superintendencia de Economía Popular y Solidaria

La teoría de utilidad

(Díaz, 2003) Menciona que:

Esta teoría sostiene que las empresas deben informar a la sociedad aquellas actividades que realizan y las afecta con la finalidad que exista evidencia para que los usuarios individuales la consideren en la toma de decisiones, además de generar evidencia para que el mercado de capitales utilice esta información en la determinación de los valores adecuados que circulan en ella. (p.32)

Se recalca que las empresas deben mantener información de las actividades que desarrollan con la comunidad, esto se reflejara como evidencia de su actuación social, para que los grupos de interés puedan tomar las mejores decisiones, permitiendo que los clientes puedan invertir en el bien o en el servicio proporcionado por la empresa.

2.3 Fundamentación conceptual

2.3.1 Responsabilidad Solidaria Asociativa

La investigación se basara en conceptos relacionados a las variables tanto dependiente como independiente, para esto se detallara algunos conceptos de diferentes autores.

La responsabilidad social empresarial es el conjunto de acciones innovadoras de una organización, basadas en el cumplimiento de las leyes y en los valores éticos, para institucionalizar un gobierno corporativo transparente que integre en las actividades en curso de la organización la generación de riqueza respetuosa de los derechos humanos con la responsabilidad de sus actividades sobre la sociedad y el medio ambiente. (Martínez Herrera, 2011,p.7)

La responsabilidad social se encuentra basada en el cumplimiento de las normativas implantadas en cada uno de los países, pues de esta manera existirá una conciencia por parte del representante de cada una de las empresas, siendo esta muy importante para la conservación de recursos que sean escasos, así pues la responsabilidad social estará sobre la sociedad y el medio ambiente que lo rodea la empresa, sin dejar a lados a todos los grupos de interés, esta responsabilidad es generadora de incremento de resultados económicos, además de adquirir una ventaja frente a las demás empresas, pues la aceptación del cliente por el bien o el servicio lo va hacer de una empresa que prácticamente tenga responsabilidad social y que lo tenga con el medio ambiente.

Debido a un enfoque tan codicioso por parte de la empresa de solo obtener ganancias para la empresa, o para los accionistas, estos olvidan la importancia que deben tener frente a la sociedad, es así que las actividades que lo realizan no son éticamente bien vistas por la sociedad, donde esta es la forma por parte de las empresas para que el clientes desprestigie al bien o al servicio de la empresa, donde no existe una conciencia correcta de las actividades desarrolladas en la empresa.

Según (Fernández García, 2009) menciona que: “La responsabilidad social se entiende como el compromiso que tienen los ciudadanos, las

instituciones, públicas y privadas, y las organizaciones sociales, en general, para contribuir el aumento del bienestar de la sociedad local y global” (p.19).

La responsabilidad social tiene la visión el bienestar de cada grupo de interés que compone la sociedad, el compromiso es de todos quienes conforma cada parte o departamentos de las empresas, empezando de una responsabilidad individual dentro de la misma, así pues cada uno mantiene esa idea, donde se expandirá en toda un organización pensando de forma colectiva, de esta forma esta responsabilidad será notoria frente a los clientes.

La responsabilidad social de la empresa o empresarial (RSE) ha de ser entendida como una filosofía y una actitud que adopta la empresa hacia los negocios y que se refleja en la incorporación voluntaria en su gestión de las preocupaciones y expectativas de sus distintos grupos de interés (stakeholders), con una visión a largo plazo. Una empresa socialmente responsable busca el punto óptimo en cada momento entre la rentabilidad económica, la mejora del bienestar social de la comunidad y la preservación del medio ambiente. (Fernández García, 2009, p.19)

En las empresas la responsabilidad social deberá ser un tema importante que debe ser conllevado como un compromiso por parte de los directivos así como sus trabajadores de las empresas es decir con todos los grupos de interés deben encontrarse inmersos, aquellos que directa o indirectamente intervienen en las empresas ayudando al desarrollo de las actividades y crecimiento de la misma, ya que la empresa debe tener la colaboración y el apoyo por parte de estos grupos, comenzando desde el Gobierno de cada uno de los países hasta los clientes que adquieren el bien o el servicio. Así también la empresa debe mantener un equilibrio en diferentes momentos como es en la parte económica, el bienestar de la sociedad y también del medio ambiente, de esta manera mantener una ventaja frente a los competidores y que las empresas pueden surgir de manera internacional.

La responsabilidad social es un compromiso que la empresa mantiene con todos sus grupos de interés para el bienestar de toda la empresa y de esta manera obtener una ventaja competitiva, es decir obteniendo una excelente imagen empresarial.

2.3.2 Balance social

(Lorenzo, Geba, Montes, & Schaposnik, 2004) Vincula directamente a la responsabilidad social, y lo describe como:

Una herramienta de gestión empresarial que permite evaluar cuantitativa y cualitativamente el cumplimiento de la responsabilidad social de la empresa en términos de activos y pasivos sociales en sus áreas interna y externa, durante un período determinado y frente a metas de desempeño definidas y aceptadas previamente.

El balance social es una herramienta importante dentro de las empresas, debido a que mediante esto la empresa podrá contar con datos que le permitan tomar decisiones acerca de la responsabilidad que lleva con la sociedad, tanto en el ambiente interno como en el externo donde beneficiara a los diferentes involucrados de la empresa, cumpliendo metas de desempeño que han sido planteadas para ser cumplidas en una fecha determinada y que es de la dirección tomar medidas para que estas se cumplan, de esta manera las empresas se encontraran seguras de su labor frente a la sociedad, utilizando como instrumento de evaluación de la responsabilidad un balance social.

Donde las metas desempeño ayudaran a las empresas a obtener un enfoque claro de las actividades que debe realiza o el camino que se debe llevar para poner cumplir dicha meta, en este caso se estaría hablando de responsabilidad social.

Según (Server Izquierdo & Villalonga Grañana, 2005) menciona que: “El Balance Social entendiend como tal un documento mediante el cual las empresas ofrecen datos referentes a su responsabilidad social, surge a partir de esa necesidad y demanda de información por parte de la sociedad” (p.140).

La sociedad es aquella que exige las empresas a que estas se encuentran obligadas a mantener una responsabilidad frente a ella, por lo que exigen información o indicadores que le permitan observar cuales son los aportes sociales que mantienen, sin importar que tipo la actividad económica de las empresas sino que también exista y que pueda ser

facilitada la información demandada por la sociedad cubriendo todos los intereses de la misma.

De esta manera va existir una correcta comunicación entre la empresa y la sociedad, sin tener ningún conflicto sino más bien una confianza entre las dos partes, teniéndole a la empresa frente a la sociedad con un elevado prestigio empresarial, donde existirá una aceptación responsable de la misma.

El balance social es un instrumento que nos permite evaluar el grado de responsabilidad social que mantiene una empresa, en base a indicadores ya sean estos cuantitativos como cualitativos, permitiendo a las empresas obtener una excelente imagen corporativa y de esta manera cumplirá con los objetivos planteados por la empresa.

Cada empresa sin importar su actividad, podrá implementar un balance social de acuerdo a las necesidades de cada una, siempre y cuando estas empresas deseen implementar responsabilidad social. Y que mantengan ese espíritu de cooperación con la sociedad, y no solo enfocándose en la obtención de ganancias económicas dejando a lado este tema, siendo importante para la captación de clientes, pues esta implementación elevara la imagen y la aceptación por parte del sociedad, ya que directamente serán beneficiados.

Las decisiones dentro de las empresas con responsabilidad social, serán tomadas por todos los colaboradores de esta, así también los recursos utilizados dentro de la empresa se mantendrán una responsabilidad teniendo en cuenta que dichos recursos son limitados y manteniendo una conciencia que estos recursos hay que administrarlos de una manera correcta, es decir tratarlos de conservarlos.

Mediante la utilización del balance social se podrá determinar cómo la empresa se encuentra frente a la responsabilidad social, y con esto tomar las medidas adecuadas para cada caso, sin perder el enfoque de cada una de ellas.

2.4 Fundamentación legal del sector de la Economía Popular y Solidaria

2.4.1 Constitución de la República del Ecuador

CAPÍTULO SEXTO

Derechos de libertad

El artículo 66 de la (Constitución del Ecuador, 2008) en sus literales correspondientes a la responsabilidad social acuerda que: se reconoce y garantizará a las personas:

Numeral 15. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

Numeral 16. El derecho a la libertad de contratación.

Numeral 17. El derecho a la libertad de trabajo. Nadie será obligado a realizar un trabajo gratuito o forzoso, salvo los casos que determine la ley.

Numeral 18. El derecho al honor y al buen nombre. La ley protegerá la imagen y la voz de la persona.

Numeral 26: El derecho a la propiedad en todas sus formas, con función y responsabilidad social y ambiental. El derecho al acceso a la propiedad se hará efectivo con la adopción de políticas públicas, entre otras medidas.

Numeral 27: El derecho a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado, libre de contaminación y en armonía con la naturaleza.

Este artículo trata a cerca de la responsabilidad social que se debe implementar en cada organización con el fin de respaldar a sus colaboradores sus colaboradores, sociedad y medio ambiente.

TÍTULO VI

Régimen de Desarrollo

CAPÍTULO PRIMERO

Principios generales

El Artículo 278 de la (Constitución del Ecuador, 2008) establece que: Para la consecución del buen vivir, a las personas y a las colectividades, y sus diversas formas organizativas, les corresponde:

1. Participar en todas las fases y espacios de la gestión pública y de la planificación del desarrollo nacional y local, y en la ejecución y control del cumplimiento de los planes de desarrollo en todos sus niveles.
2. Producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental.

Al hablar del consumo de bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental se refiere a que la sociedad debe adquirir productos o servicios los cuales tengan un efecto positivo sobre el medio ambiente con el objetivo de mejorar su situación competitiva y de esta manera cumplir con los objetivos del buen vivir.

CAPÍTULO CUARTO

Soberanía económica

SECCIÓN PRIMERA

Sistema económico y política económica

El Artículo 283 de la (Constitución del Ecuador, 2008) establece que:

“El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y

tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios”.

Siendo el servicio de alojamientos un sistema económico este debe ser social y solidario en el desarrollo de sus actividades, cumpliendo responsablemente con la comunidad y manteniendo un equilibrio en la relación empresa – sociedad.

CAPÍTULO SEXTO

Trabajo y producción

SECCIÓN PRIMERA

Formas de la organización de la producción y su gestión

El artículo 319 de la (Constitución del Ecuador, 2008) establece que:

Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

El estado es quien promueve el desarrollo de los negocios que se encuentran enfocados en el bienestar de la sociedad y de la misma manera

sancionará contra los negocios que se encuentren afectando a los derechos de la ciudadanía y del medio ambiente.

2.4.2 Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria

LEY ORGÁNICA DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA Y DEL SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO

Según la (Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, 2017) en su artículo 1 define a la Economía Popular y Solidaria como:

Art. 1.- Definición.- Para efectos de la presente Ley, se entiende por economía popular y Solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital.

El servicio de alojamiento es una organización económica donde su objetivo es satisfacer necesidades generando réditos manteniendo una relación de solidaridad.

Art. 2.de la (Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, 2017) establece el ámbito de aplicación:

Art. 2.- Ámbito.- Se rigen por la presente ley, todas las personas naturales y jurídicas, y demás formas de organización que, de acuerdo con la Constitución, conforman la economía popular y solidaria y el sector Financiero Popular y Solidario; y, las instituciones públicas encargadas de la rectoría, regulación, control, fortalecimiento, promoción y acompañamiento.

Los servicios de alojamiento al ser regulados por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria debe acatar las disposiciones expuestas en la presente ley.

Según el Art. 4 de la (Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, 2017) establece los principios:

“Art. 4.- Principios.- Las personas y organizaciones amparadas por esta ley, en el ejercicio de sus actividades, se guiarán por los siguientes principios, según corresponda:

- a) La búsqueda del buen vivir y del bien común;
- b) La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales;
- c) El comercio justo y consumo ético y responsable;
- d) La equidad de género;
- e) El respeto a la identidad cultural;
- f) La autogestión;
- g) La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas; y,
- h) La distribución equitativa y solidaria de excedentes.”

Este artículo apoyará a la presente investigación ya que mediante estos principios se determinará los indicadores de responsabilidad social a evaluados en el modelo de balance social.

DISPOSICIONES GENERALES

En la (Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, 2017) en su disposición segunda establece que:

Las organizaciones sujetas a esta Ley incorporarán en sus informes de gestión, el balance social que acreditará el nivel de cumplimiento de los principios y sus objetivos sociales, en cuanto a la preservación de su identidad, su incidencia en el desarrollo social y comunitario, impacto ambiental, educativo y cultural.

2.4.3 Reglamento a la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria

2.4.4 Estatutos de la Asociación

Ley de Turismo publicada en el registro oficial Suplemento 733 de 27-dic.-2002. Última modificación: 29-dic.-2014

CAPÍTULO II

DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. (p. 2)

La presente investigación por ser realizada a los servicios de alojamiento debe mantener un acto económico solidario.

CAPÍTULO IV

DEL MINISTERIO DE TURISMO

2.4.5 Plan Nacional de Desarrollo

Según el (Plan Nacional del Buen Vivir, 2013 - 2017) dentro de los objetivos nacionales para el Buen Vivir establece que:

Objetivo 8: “Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible”.

El sistema económico mundial requiere renovar su concepción, priorizando la igualdad en las relaciones de poder, tanto entre países como al interior de ellos. De igual manera, dando prioridad a la (re)distribución y al ser humano, sobre el crecimiento económico y el

capital (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017). Esta nueva concepción permitirá concretar aspectos como la inclusión económica y social de millones de personas, la transformación del modo de producción de los países del Sur, el fortalecimiento de las finanzas públicas, la regulación del sistema económico, y la justicia e igualdad en las condiciones laborales.

El sistema económico, social y solidario, además de establecer una serie de principios y pautas de interacción social, busca alternativas de acumulación, redistribución y regulación, y nuevas formas de coordinación democrática de la sociedad que permita a la misma alcanzar un desarrollo sostenible.

En este aspecto el régimen económico no tiene prioridad en sí mismo; sino más bien, busca el desarrollo de cada una de las familias ecuatorianas y al mismo tiempo colaborar con la mejor calidad de vida siendo este un medio que sirve tanto a la vida de los seres humanos y de la naturaleza como parte de su desarrollo sustentable.

Tabla 4

Fundamentación legal de la Responsabilidad Social Asociativa y Balance Social.

Artículo	Descripción	APORTE
Constitución de la República del Ecuador		
Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:	<p>Literales</p> <p>Numeral 15. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.</p> <p>Numeral 16. El derecho a la libertad de contratación.</p> <p>Numeral 17. El derecho a la libertad de trabajo. Nadie será obligado a realizar un trabajo gratuito o forzoso, salvo los casos que determine la ley.</p> <p>Numeral 18. El derecho al honor y al buen nombre. La ley protegerá la imagen y la voz de la persona.</p> <p>Numeral 26: El derecho a la propiedad en todas sus formas, con función y responsabilidad social y ambiental. El derecho al acceso a la propiedad se hará efectivo con la adopción de políticas públicas, entre otras medidas.</p> <p>Numeral 27: El derecho a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado, libre de contaminación y en armonía con la naturaleza.</p>	Este artículo hace mención a la responsabilidad social que se debe implementar cada organización con el fin de respaldar a sus colaboradores sus colaboradores, sociedad y medio ambiente.
Art. 278.- Para la	1. Participar en todas las fases y espacios de la gestión pública y de la	Al hablar del consumo de

CONTINÚA 

<p>consecución del buen vivir, a las personas y a las colectividades, y sus diversas formas organizativas, les corresponde:</p>	<p>planificación del desarrollo nacional y local, y en la ejecución y control del cumplimiento de los planes de desarrollo en todos sus niveles.</p> <p>2. Producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental.</p>	<p>bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental alude a que la sociedad debe adquirir productos o servicios los cuales tengan un efecto positivo sobre el medio ambiente con el objetivo de mejorar su situación competitiva y de esta manera cumplir con los objetivos del buen vivir.</p>
--	---	--

<p>Art. 283</p>	<p>El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.</p> <p>El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.</p>	<p>Siendo el servicio de alojamientos un sistema económico este debe ser social y solidario en el desarrollo de sus actividades, cumpliendo responsablemente con la comunidad y manteniendo un equilibrio en la relación</p>
------------------------	--	--

CONTINÚA 

empresa – sociedad.

Art. 319

Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

El estado es quien promueve el desarrollo de los negocios que se encuentran enfocados en el bienestar de la sociedad y de la misma manera sancionará contra los negocios que se encuentren afectando a los derechos de la ciudadanía y del medio ambiente.

ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria

Art. 1.- Definición

Para efectos de la presente Ley, se entiende por economía popular y Solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital.

El servicio de alojamiento es una organización económica donde su objetivo es satisfacer necesidades generando réditos manteniendo una relación de solidaridad.

CONTINÚA 

Art. 2.- Ámbito	Se rigen por la presente ley, todas las personas naturales y jurídicas, y demás formas de organización que, de acuerdo con la Constitución, conforman la economía popular y solidaria y el sector Financiero Popular y Solidario; y, las instituciones públicas encargadas de la rectoría, regulación, control, fortalecimiento, promoción y acompañamiento.	Los servicios de alojamiento al ser regulados por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria debe acatar las disposiciones expuestas en la presente ley.
Art. 4.- Principios	<p>Las personas y organizaciones amparadas por esta ley, en el ejercicio de sus actividades, se guiarán por los siguientes principios, según corresponda:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) La búsqueda del buen vivir y del bien común; b) La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales; c) El comercio justo y consumo ético y responsable; d) La equidad de género; e) El respeto a la identidad cultural; f) La autogestión; g) La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas; y, h) La distribución equitativa y solidaria de excedentes 	Este artículo apoyará a la presente investigación ya que mediante estos principios se determinará los indicadores de responsabilidad social a evaluados en el modelo de balance social.
DISPOSICIONES GENERALES	Las organizaciones sujetas a esta Ley incorporarán en sus informes de gestión, el balance social que acreditará el nivel de cumplimiento de los principios y sus objetivos sociales, en cuanto a la preservación de su	El balance social en los servicios de alojamiento será implementado con el fin aportar

CONTINÚA 

identidad, su incidencia en el desarrollo social y comunitario, impacto ambiental, educativo y cultural.

información tanto a los agentes internos (directivos, trabajadores) como externos (sociedad, estado, clientes) y así evaluar cuantitativa y cualitativamente el cumplimiento de la responsabilidad social de la empresa en un determinado período.

Estatutos de la Asociación

Art. 5.- Acto Económico Solidario	Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades: <ul style="list-style-type: none"> a. Alojamiento; b. (p. 2) 	La presente investigación por ser realizada a los servicios de alojamiento debe mantener un acto económico solidario.
--	--	---

Plan Nacional De Desarrollo

Objetivo “Consolidar sistema económico social y solidario, de	8: El sistema económico mundial requiere renovar su concepción, priorizando la igualdad en las relaciones de poder, tanto entre países como al interior de ellos. De igual manera, dando prioridad a la (re)distribución y al ser humano, sobre el crecimiento económico y el capital (Senplades, 2009). Esta nueva concepción permitirá concretar aspectos como la inclusión económica y social	El sistema económico, social y solidario, además de establecer una serie de principios y pautas de interacción social, busca alternativas de acumulación,
--	---	---

CONTINÚA 

forma sostenible”. de millones de personas, la transformación del modo de producción de los países del Sur, el fortalecimiento de las finanzas públicas, la regulación del sistema económico, y la justicia e igualdad en las condiciones laborales.

redistribución y regulación, y nuevas formas de coordinación democrática de la sociedad que permita a la misma alcanzar un desarrollo sostenible.

En este aspecto el régimen económico no tiene prioridad en sí mismo; sino más bien, busca el desarrollo de cada una de las familias ecuatorianas y al mismo tiempo colaborar con la mejor calidad de vida siendo este un medio que sirve tanto a la vida de los seres humanos y de la naturaleza como parte de su desarrollo sustentable.

Fuente: (Constitución del Ecuador, 2008), (Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, 2017), (Plan Nacional del Buen Vivir, 2013 - 2017) .

CONTINÚA 

CAPÍTULO III

BASE METODOLÓGICA PARA LA INVESTIGACIÓN EN EL SECTOR SERVICIOS DE ALOJAMIENTO CIIU I5510.01 DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI.

3.1 Naturaleza de la investigación

Según (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2006) menciona que:

La investigación es muy útil para distintos fines: para crear nuevos sistemas y productos; resolver problemas económicos y sociales; ubicar mercados, diseñar soluciones y hasta evaluar si hemos hecho algo correctamente o no. Incluso, para abrir un pequeño negocio familiar es conveniente usarla. (p.35)

Se considera que la investigación es de gran importancia ya que nos permite desarrollar y plantear soluciones a diferentes proyectos, ya sean estos de índole económico, social o político; sin embargo vale recalcar que es significativo que el investigador tome muy en cuenta el enfoque el cual va a aplicar en el transcurso de la investigación para de esta manera obtener resultados transparentes los cuales permitan cumplir con las expectativas y objetivos planteados.

3.2 Tipos de investigación

3.2.1 Según el objeto de estudio

3.2.1.1 Investigación aplicada

La investigación aplicada persigue fines inmediatos y concretos, y según afirma (Velez, 2003), a través de la búsqueda de “la obtención de un nuevo

conocimiento técnico con aplicación inmediata a un problema determinado. (...) se fundamenta en los resultados de la investigación básica, la cual a su vez está sujeta a una necesidad social por resolver”.

Es decir se ejecutan diferentes actividades las cuales están orientadas principalmente a la adquisición de nuevos conocimientos y su respectiva aplicación con el fin de dar solución a problemas o interrogantes de carácter científico, es por ello que la presente investigación busca plantear la mejor solución a lo que respecta a la responsabilidad social asociativa del sector servicios de alojamiento de la provincia de Cotopaxi para que por medio de ello se planteen iniciativas de responsabilidad social enfocadas en los trabajadores, clientes, comunidad y medio ambiente.

3.2.2 Según la fuente de investigación

3.2.2.1 Investigación documental

De acuerdo con (Casares Hernandez, 1995):

La investigación documental depende fundamentalmente de la información que se obtiene o se consulta en documentos, entendiendo por éstos todo material al que se puede acudir como fuente de referencia, sin que se altere su naturaleza o sentido, los cuales aportan información o dan testimonio de una realidad o un acontecimiento.

Por lo que las principales fuentes de información a utilizarse en la ejecución del tema propuesto son: documentos escritos, documentos fílmicos y documentos grabados, los cuales permitan realizar un análisis de la información obtenida referentes a la responsabilidad social y balance social, y para de esta manera llegar a establecer semejanzas, diferencias, fases, posturas o estado actual del conocimiento respecto al tema.

3.2.2.2 Investigación de campo

Según el Manual de Trabajos de Grado, de Especialización y Maestrías y Tesis Doctorales, (Upel, 2006), es:

El análisis sistemático de problemas de la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos o predecir su ocurrencia, haciendo uso de métodos característicos de cualquiera de los paradigmas (...) de investigación conocidos (...)", (p.14).

En este tipo de investigación el investigador trata de comprender y resolver los diferentes problemas, situaciones o necesidades encontradas en un objeto estudiado, en este caso se trabajará con fuentes primarias, es decir se obtendrán datos del ambiente natural en el que conviven las personas, aplicando encuestas a los propietarios de los diferentes servicios de alojamientos de la provincia de Cotopaxi.

3.2.3 Según el tratamiento y análisis de la información

3.2.3.1 Investigación cuantitativa

En el libro de metodología de investigación (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2006) menciona que el enfoque cuantitativo:

Parte de una idea, que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se desarrolla un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas (con frecuencia utilizando métodos estadísticos), y se establece una serie de conclusiones respecto de la(s) hipótesis. (p.14)

Por lo que se puede mencionar que dicho enfoque de investigación permitirá el análisis e interpretación de datos de forma numérica, los cuales ayudaran al manejo de la información, aplicando métodos estadísticos para la

interpretación de dichos datos y de esa manera se podrá comprobar la hipótesis planteada en la presente investigación obteniendo conclusiones respecto al objeto de estudio.

El enfoque es cuantitativo debido a que mediante indicadores se podrá medir el grado de responsabilidad social al cual se enfrentan los diferentes establecimientos de servicios de alojamiento ya sean hoteles, hoteles de suites, complejos turísticos, apart hoteles u hosterías.

3.2.4 Según las variables

3.2.4.1 Investigación correlacional

(Salkind, 1998), acerca de la investigación correlacional manifiesta que:

Tiene como propósito mostrar o examinar la relación entre variables o resultados de variables. De acuerdo con este autor, uno de los puntos importantes respecto a la investigación correlacional es examinar relaciones entre variables o sus resultados, pero en ningún momento explica que una sea la causa de la otra.

Es decir, la correlación se refiere principalmente a la relación existente entre la variable dependiente (balance social) e independiente (responsabilidad social) planteadas en la investigación, así también de los conceptos, ideas o teorías descritas en la investigación.

3.2.5 Según el alcance o conocimiento a lograr

3.2.5.1 Investigación descriptiva

La investigación descriptiva es aquella que, como afirma (Salkind, 1998), “se reseñan las características o rasgos de la situación o fenómeno objeto de estudio” (p. 11).

Según (Cerdeira, 1998), se afirma que:

Tradicionalmente se define la palabra describir como el acto de representar, reproducir o figurar a personas, animales o cosas...; y agrega: Se deben describir aquellos aspectos más característicos, distintivos y particulares de estas personas, situaciones o cosas, o sea, aquellas propiedades que las hacen reconocibles a los ojos de los demás (p. 71).

De acuerdo con este autor, una de las funciones principales de la investigación descriptiva es la capacidad que se obtiene para distinguir las características principales del objeto de estudio y su descripción detallada de acuerdo a las partes, categorías o clases del objeto estudiado.

Se considera que este tipo de investigación es el más utilizado ya que por medio de ello se exponen, narran, reseñan o identifican hechos, sucesos, situaciones, características, entre otros de un objeto de estudio, o se diseñan productos, modelos, prototipos, entre otros, teniendo en cuentas que no se dan explicaciones o razones de las situaciones de los hechos o fenómenos estudiados, es por esta razón que el instrumento a aplicarse en la presente investigación es el cuestionario ya que nos permitirá obtener resultados enfocados tanto en la responsabilidad social como en el balance social.

3.3 Diseño de la investigación

En el libro Metodología de la Investigación (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2006) afirma que:

Con el propósito de responder a las preguntas de investigación planteadas y cumplir con los objetivos del estudio, el investigador debe seleccionar o desarrollar un diseño de investigación específico. Cuando se establecen y formulan hipótesis, los diseños sirven también para someterlas a prueba. (p.157)

El diseño de la investigación está enfocado a la forma como el investigador va a desarrollar el trabajo para el cumplimiento de los objetivos planteados dentro de la investigación, es importante tener en claro los objetivos a los cuales se quiere llegar para seleccionar el diseño de la investigación, la

selección de dicho diseño se tendrá éxito en los resultados obtenidos de la investigación.

Es por lo que la investigación sobre la responsabilidad solidaria asociativa en el Sector Servicios de Alojamiento CIIU I5510.01 de la provincia de Cotopaxi y propuesta de una herramienta de evaluación para el balance social se basa en un diseño no experimental.

En la cual este diseño no experimental se realiza sin manipular deliberadamente las variables, donde se analiza la realidad y se observa la situación, en este caso en los diferentes Alojamientos de la provincia de Cotopaxi.

3.4 Niveles de investigación

3.4.1 Investigación exploratoria

(Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2006) En su libro Metodología de la Investigación manifiesta que:

Los estudios exploratorios sirven para familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa respecto de un contexto particular, investigar nuevos problemas, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones futuras, o sugerir afirmaciones y postulados. Se realiza cuando el objetivo consiste en examinar un tema poco estudiado. (p. 141)

De tal manera este tipo de investigación nos permitirá obtener amplios conocimientos acerca de la responsabilidad social asociativa, siendo esta una etapa en la cual se podrá establecer lineamientos técnicos y efectivos para encontrar soluciones a los indicios del problema planteado.

3.4.2 Investigación descriptiva

Acerca de la investigación descriptiva (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2006) alude que:

Los estudios descriptivos son útiles para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación.

En esta clase de estudios el investigador debe ser capaz de definir, o al menos visualizar, que se medirá (que conceptos, variables, componentes.) y sobre que o quienes se recolectaran los datos (personas, grupos, comunidades, objetos, animales, hechos). (p.)

Es decir se ocupa del estudio de hechos o sucesos de la vida real que ocurren en la actualidad en un determinado sector, principalmente comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de datos acerca del objeto de estudio.

3.5 Población y Muestra

3.5.1 Población

Al respecto (Gallego, Segura, & Icart, 2017) en su libro titulado "Elaboración y Presentación de un Proyecto de Investigación y una Tesina", comenta:

Es el conjunto de individuos que tienen ciertas características o propiedades que son las que se desea estudiar. Cuando se conoce el número de individuos se habla de población finita y cuando no se conoce se habla de población infinita. Dicha diferencia es importante cuando se estudia una parte y no toda la población, pues la fórmula para calcular el número de individuos de la muestra con la que se trabajara variara en función de estos dos tipos de población.

Se entiende por población al conjunto de seres vivos que habitan en un determinado lugar.

Es así que la población para el desarrollo de la presente investigación según la base de datos publicada en la página web del (Servicio de Rentas

Internas Latacunga, 2017) el 10 de octubre del 2017, representa un total de 34 servicios de alojamiento clasificados por actividad económica, de donde se han seleccionado los correspondientes a nuestro tema de investigación, Servicios de Alojamiento prestados por hoteles, hoteles de suites, apart hoteles, complejos turísticos y hosterías.

A continuación se detalla la razón social, nombre del establecimiento y su respectiva dirección:

Tabla 5

**Población Sector Servicios de Alojamiento de la Provincia de Cotopaxi
CIU I5510.01**

	Numero Ruc	Razón Social	Nombre Fantasia Comercial	Descripción Cantón
1	0501655286001	Latacunga Pastuña Humberto	Hostería Alpaka Quilotoa	Pujilí
2	0501464960001	Corrales Borja María Inés	Hotel Jimmy	Latacunga
3	0501627954001	Panchi Masapanta María Fabiola	Hotel Vista Hermosa	Latacunga
4	0501445118001	Fonseca Ramírez María Isabel	Hostería Los Molinos	Salcedo
5	0501046825001	Romero Vásquez Marcelo Ernesto	Hotel Makroz	Latacunga
6	0501373336001	Naranjo Vizcarra Enrique Abelardo	Hotel Endamo	Latacunga
7	0501044606001	Avila Zapata Teresa De Jesús	Hotel San Luis	Latacunga
8	0502863830001	Corrales Taipe Lilian Yolanda	Haru Hostería Y Recepciones	Latacunga
9	0500551445001	Pérez Soria Rosa America Eulalia	Hotel Galo Carrillo	Pangua
10	1702652395001	Araque Caiza José Marcelo	Hostería Cabaña Los Volcanes	Latacunga
11	1801675917001	Medina Paredes Freddy Oswaldo	El Bronx Hotel	Latacunga
12	1705542361001	Vega Estrada Edmundo Absalón	Hostería Black Sheep	Sigchos
13	1203966914001	Moreira Salazar Estrella Leonor	Hostería Las Pirámides	La Mana
14	0501467286001	Anchatuña Rojas María Inés	Hotel Balcones Del Río	Latacunga
15	1709486607001	Rocha Dourado Juan	Hotel Rodelu	Latacunga

CONTINUÁ 

Francisco				
16	0502211956001	Tello Cazañas Sandra De Las Mercedes	Hotel Los Ilinizas	Latacunga
17	1706910658001	Vargas Chávez María Elizabeth	Alma Del Sur Hostería	Latacunga
18	0502520323001	Figueroa Espín Mónica Elisabeth	Hotel Jarfi	Salcedo
19	0500415468001	Segovia León Hugo Heriberto	Hostería El Aliso	Pujilí
20	0500538145001	Coello Vaca Blanca America	Hotel Llactacunga	Latacunga
21	0502417355001	Soto Calvopiña Bertha Eulalia	Hotel Caribbean Real	Latacunga
22	0500300496001	Mejía Sosa María Samaritana	Hostería Carlos Patricio	La Mana
23	0501780530001	Herrera Ortega Miguel Antonio	Complejo Turístico Maho	La Mana
24	1791414233001	Compañía Cuello De Luna Cuellodeluna S.A.	Hotel Cuello De Luna	Latacunga
25	1803265840001	Pilamunga Uñug María Martina	Hotel Nacional	Latacunga
26	1719759779001	Medina Robles Grecia Yanina	Hotel José Ezequiel	La Mana
27	1709729410001	Sánchez Sánchez Luter Freddy	Hotel Intersanz Internacional	La Mana
28	0502478431001	Espín Diaz Joshelin Elizabeth	Hotel Joshed	Latacunga
29	0502878101001	Caiza Santafe María Carmen	Complejo Turístico San Miguel	Salcedo
30	0501563365001	Camalle Untuña María Etelvina	Hotel Walnino Tres	La Mana
31	0500583596001	Chicaiza Chiriboga María Esther	Hotel Jesed	La Mana
32	1720216868001	Llumiluisa Chicaiza Patricio Gabriel	Hostería Somagg	La Mana
33	1804393195001	Zurita Quirola María Monserrath	Hotel Divino Niño Rey	Latacunga
34	0591739654001	Corporación Figueroa Sandoval Cofigsa	Hotel San Agustin Plaza	Latacunga

Fuente: (Servicio de Rentas Internas Latacunga, 2017)

Tabla 8

Porcentaje de representación de los servicios de alojamiento de la provincia de Cotopaxi según la ubicación geográfica del negocio.

Cantón	N° Establecimientos	% representación
La Maná	8	24%
Latacunga	19	56%
Pangua	1	3%
Pujilí	2	6%
Salcedo	3	9%
Sigchos	1	3%
Total	34	100%

Fuente: (Servicio de Rentas Internas Latacunga, 2017)

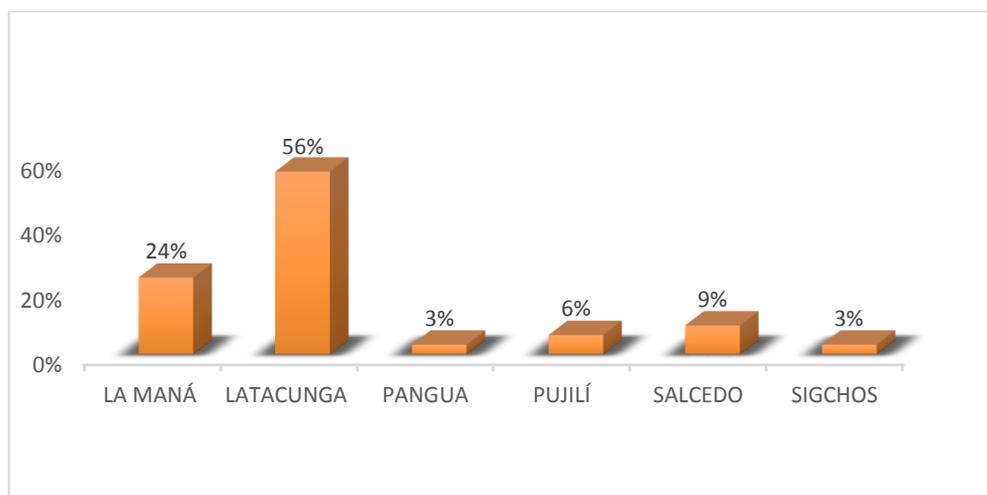


Figura 10 Porcentaje de representación de los servicios de alojamiento de la provincia de Cotopaxi según la ubicación geográfica del negocio.

Fuente: (Servicio de Rentas Internas Latacunga, 2017)

El gráfico nos muestra la distribución de los servicios de alojamiento en los diferentes cantones de la provincia de Cotopaxi; en donde se encuentra que el 24% de los servicios de alojamiento se encuentran ubicados en La Maná, el 56% en Latacunga, el 3% en Pangua, el 6% en Pujilí, el 9% en Salcedo y el 3% en Sigchos.

Tabla 6

Porcentaje de representación de los servicios de alojamiento de la provincia de Cotopaxi según la el tipo de negocio.

Tipo de Servicio de Alojamiento	N° Establecimientos	% Representación
Hostería	10	29%
Hotel	22	66%
Complejo turístico	2	6%
Total	34	100%

Fuente: (Servicio de Rentas Internas Latacunga, 2017)

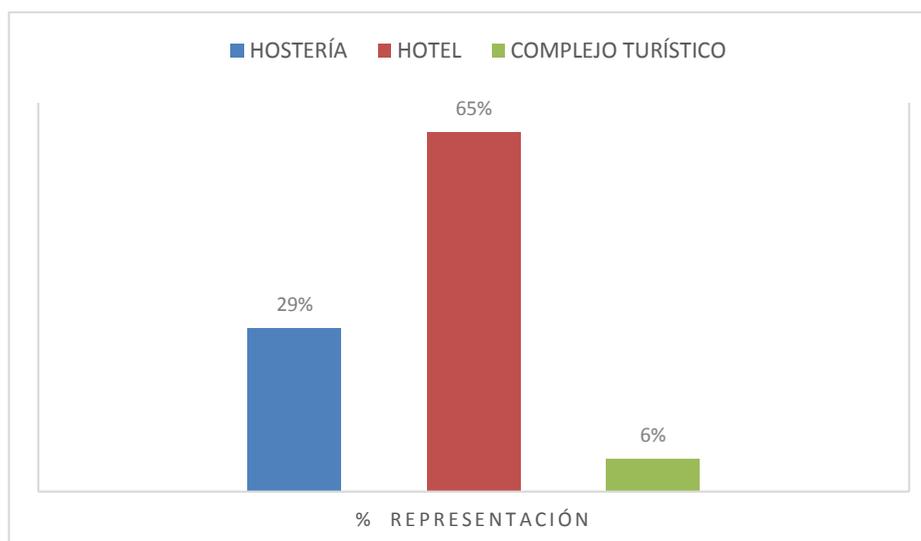


Figura 11 Representación de los establecimientos según el tipo del negocio.

Fuente: (Servicio de Rentas Internas Latacunga, 2017)

En el gráfico anterior indica que del total de establecimientos que prestan servicios de alojamiento en la provincia de Cotopaxi, el 29% está conformado por hosterías, el 65% por hoteles y 6% complejos turísticos.

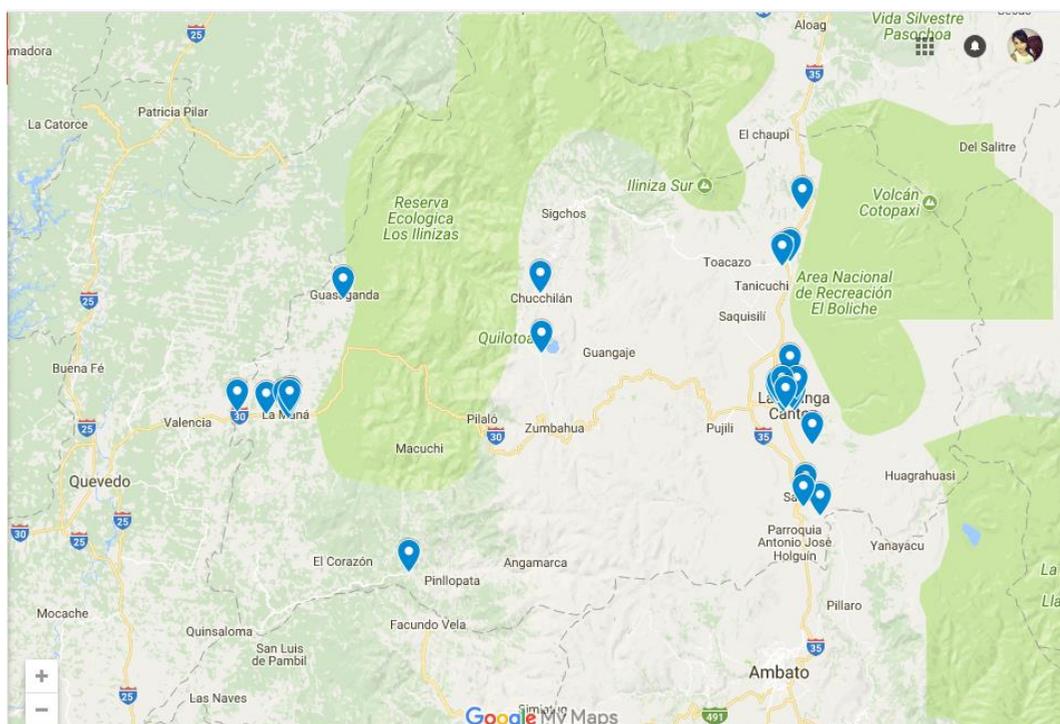


Figura 12 Georeferenciación Servicios de Alojamiento de Cotopaxi

Fuente: (Servicio de Rentas Internas Latacunga, 2017)

3.5.2 Muestra

Para el proceso cuantitativo según (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2006) en su libro metodología de la investigación menciona que:

La muestra es un subgrupo de la población de interés (sobre el cual se recolectaran datos, y que tiene que definirse o delimitarse de antemano con precisión), este deberá ser representativo de la población. El investigador pretende que los resultados encontrados en la muestra logren generalizarse o extrapolarse a la población (en el sentido de la validez extrema que se comentó al hablar de experimentos). El interés es que la muestra sea estadísticamente representativa. (p. 273 – 274)

La muestra es una cantidad representativa de un total que es separado para aplicar diferentes instrumentos de recolección de datos como por ejemplo encuestas, entrevistas, focus group, entre otros; para analizarlos y emitir conclusiones y soluciones a cerca del objeto de estudio. Teniendo un

conocimiento real de que es una muestra se procede a realizar el cálculo de la muestra de una población total de 38 servicios de alojamiento por actividad económica del Sector Servicios de Alojamiento prestados por hoteles, hoteles de suites, apart hoteles, complejos turísticos y hosterías.

Fórmula para cálculo de la muestra para poblaciones finitas:

$$n = \frac{z^2 N p q}{(N - 1) E^2 + z^2 p q}$$

Tabla 7

Datos tamaño de la muestra

Simb.	Significado	Porcentaje	Valor
Z	Nivel de confianza	95%	1,96
P	Probabilidad de ocurrencia	50%	0,5
Q	Probabilidad de no ocurrencia	50%	0,5
N	Población		34
E	Error de muestreo	5%	0,05

Fuente: (Bernal, 2010)

Cálculo tamaño de la muestra

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

$$n = \frac{(1,96)^2 \times (34) \times (0,50) \times (0,50)}{(34 - 1) 0,05^2 + 1,96^2 \times 0,50 \times 0,50}$$

$$n = \frac{32,6536}{1,0429}$$

$$n = 31,31 \cong 31$$

Una vez aplicada la fórmula de la muestra se determinó que el instrumento de recolección de datos va a ser aplicado en 35 establecimientos.

Tabla 8

Muestra de los servicios de alojamiento de la provincia de Cotopaxi según la ubicación geográfica.

Cantón	N° Establecimientos	% Representación
La Maná	7	29%
Latacunga	17	53%
Pangua	1	3%
Pujilí	2	5%
Salcedo	3	8%
Sigchos	1	3%
Total	31	100%

Fuente: (Servicio de Rentas Internas Latacunga, 2017)

Tabla 9

Muestra de los servicios de alojamiento de la provincia de Cotopaxi según la el tipo de negocio.

Tipo de Servicio de Alojamiento	N° Establecimientos	% Representación
Hostería	9	29%
Hotel	20	66%
Complejo turístico	2	6%
Total	31	100%

Fuente: (Servicio de Rentas Internas Latacunga, 2017)

Considerando la ubicación geográfica del sector servicios de alojamiento de la provincia de Cotopaxi se ha determinado que la muestra objeto de estudio corresponde a 7 establecimientos ubicados en el cantón La Maná, 17 establecimientos del cantón Latacunga, 1 establecimiento del cantón Pangua, 2 establecimientos del cantón Pujilí, 3 establecimientos del cantón Salcedo y 1

establecimiento del cantón Sigchos; de los cuales 9 corresponden a hosterías, 20 hoteles y 2 complejos turísticos, a continuación se puede observar la ubicación de cada uno de los servicios de alojamientos encuestados.

3.6 Técnicas de recolección de datos

3.6.1 Instrumento

El instrumento a utilizar para la siguiente investigación es una encuesta dirigida a los propietarios del Sector Servicios de Alojamiento CIIU I5510.01 de la provincia de Cotopaxi; básicamente contiene preguntas relacionadas con la responsabilidad solidaria asociativa, la cual trata acerca del compromiso que las organizaciones poseen tanto en el ámbito social, económico y medioambiental con el objetivo de mejorar la calidad de vida de las personas y balance social el cual constituye una herramienta de evaluación del entorno económico, social y ambiental, la cual permite a los establecimientos identificar el nivel de responsabilidad social, aportar con iniciativas de beneficios tanto económicos como sociales y mejorar su desempeño organizacional.

El cuestionario a ser aplicado se detalla a continuación:



TEMA: ESTUDIO SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOLIDARIA ASOCIATIVA EN EL SECTOR SERVICIOS DE ALOJAMIENTO CIU I5510.01 DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI Y PROPUESTA DE UNA HERRAMIENTA DE EVALUACIÓN PARA EL BALANCE SOCIAL

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PROPIETARIOS DE LOS SERVICIOS DE ALOJAMIENTO DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI

Objetivo: Conocer el nivel de contribución en Responsabilidad Social que tiene el negocio con el cliente, la comunidad y el medio ambiente e identificar el grado de interés en formar parte de una asociación.

INSTRUCCIONES.- Favor conteste cada una de las preguntas con la mayor sinceridad posible y elija la respuesta que usted considere pertinente.

Parte I: Datos Informativos

1.1 Tipo de servicio de alojamiento

- a) Hotel ()
- b) Hotel de Suite ()
- c) Apart Hotel ()
- d) Complejo Turístico ()
- e) Hostería ()

1.2 Cantón en donde se encuentra ubicado el negocio:

- a) Latacunga ()
- b) Salcedo ()
- c) Pujilí ()
- d) Saquisilí ()
- e) Pangua ()
- f) Sigchos ()
- g) La Maná ()

1.2 Tiempo de existencia del negocio:

- a) Menos de 1 año ()
- b) De 1 a 3 años ()
- c) Más de 3 a 5 años ()
- d) Más de 5 años ()

Parte II: Preguntas relacionadas con responsabilidad solidaria asociativa.

Responsabilidad solidaria asociativa: Trata acerca del compromiso que las organizaciones poseen tanto en el ámbito social, económico y medioambiental con el objetivo de mejorar la calidad de vida de las personas.

1. ¿Considera usted relevante que todo negocio se interese en la responsabilidad con el cliente?

1.1 Si _____

1.2 No _____

2. ¿Considera usted relevante que todo negocio se interese en la responsabilidad con la comunidad?

2.1 Si _____

2.2 No _____

3) ¿Considera usted relevante que todo negocio se interese en la responsabilidad con el medio ambiente?

3.1 Si _____

3.2 No _____

4. ¿Según su criterio considera importante que los servicios de alojamiento realicen contribuciones económicas, de protección al medio ambiente o de ayuda a la sociedad?

4.1 Si _____

4.2 No _____

5. ¿Está usted de acuerdo de que todo negocio reparta las utilidades con sus empleados?

5.1 Si _____

5.2 No _____

6. ¿Usted en su negocio ha pensado en adoptar iniciativas de responsabilidad con la sociedad?

6.1 Si _____

6.2 No _____

7. Si usted tuviera la oportunidad de adoptar iniciativas de responsabilidad social, las iniciativas que usted adoptaría estarían enfocadas principalmente en:

7.1 Beneficio a los trabajadores _____

7.2 Beneficio a los clientes _____

7.3 Beneficio a la comunidad _____

7.4 Beneficio al medio ambiente _____

7.5 Otros _____

¿Cuáles? _____

8. ¿En los últimos 3 años ha tenido la oportunidad de realizar capacitaciones a sus empleados?

8.1 Si _____

8.2 No _____

Parte III: Preguntas relacionadas con Balance Social.

Balance social: constituye una herramienta de evaluación del entorno económico, social y ambiental, la cual permite a los establecimientos identificar el nivel de responsabilidad social, para de esta manera aportar con iniciativas de beneficios tanto económicos como sociales y así mejorar su desempeño organizacional.

9. ¿Su negocio ha tenido la oportunidad de pertenecer a una asociación, gremio o grupo de interés?

9.1 Si _____

9.2 No _____

10. ¿Usted estaría interesado en formar parte de una asociación de manera voluntaria donde se practique la equitatividad, solidaridad y el respeto a la identidad cultural?

10.1 Si _____

10.2 No _____

11. ¿Ha tenido la oportunidad de autoevaluar su nivel de responsabilidad social?

11.1 Si _____

11.2 No _____

12. ¿Considera usted importante que una asociación cuente con un Balance Social, el cual permita identificar el compromiso que mantiene con los clientes, la comunidad y el medio ambiente?

12.1 Si _____

12.2 No _____

13. ¿Considera usted que el Balance Social es un instrumento de información que será útil tanto para el sector de servicios de alojamiento como para la comunidad?

13.1 Si _____

13.2 No _____

Parte IV: Preguntas relacionadas con la propuesta.

14. ¿Cree usted que todo negocio que pertenezca a una asociación debería tener algún control de responsabilidad social?

14.1 Si _____

14.2 No _____

15. ¿Considera usted necesario que los servicios de alojamiento deberían implementar una herramienta de evaluación de responsabilidad social la cual le permita crecer y desarrollarse en su actividad económica?

15.1 Si _____

15.2 No _____

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

3.6.2 Validez y confiabilidad

3.6.2.1 Validez

En base a lo expresado por (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2006) afirma que: “La validez, en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir” (p.277).

Esto es importante dentro de la validación del instrumento a ser aplicado, debido a que mediante esto se podrá precisar si la encuesta a desarrollar mantiene una imagen clara y completa, evaluando su estructura y contenido, de esta forma se podrá obtener un enfoque claro de la realidad que se pretende conocer, obteniendo resultados coherentes para la investigación.

Según (Arribas, 2004) detalla los diferentes tipos de validez del instrumento de recolección de datos:

Validez de contenido: Se trata de someter el cuestionario a la valoración de investigadores y expertos, que deben juzgar la capacidad de éste para evaluar todas las dimensiones que deseamos medir.

Validez de constructo: Evalúa el grado en que el instrumento refleja la teoría del fenómeno o del concepto que mide.

Validez de criterio: Relación de la puntuación de cada sujeto con un Gold Standard (patrón de oro) o criterio que tenga garantías de medir lo que deseamos medir. (p.28)

Para el cálculo de la validez se utilizó la validez de contenido, debido a que este método consiste en la evaluación por parte de expertos o jueces, para la cual se acudió a diferentes expertos, quienes tienen un conocimiento y una experiencia en el ámbito Metodológico, de este modo se ha considerado a los siguientes docentes: Ing. Jiménez Elizabeth y Dra. Cejas Martínez Magda Francisca de nuestra prestigiosa universidad.

Para lo cual fue desarrollado un formato de validación (ver Anexo 1), mismo que fueron calificados por parte de los expertos anteriormente

nombrados, permitiendo de esta manera que el instrumento de recolección de datos se encuentre validado sin ninguna novedad alguna.

Dentro del tipo de validez de contenido, los criterios a calificar dentro del formato de validación (Anexo 1), serán llevados a una matriz a lo que se le dará un puntaje, y posterior a esto se aplicará una fórmula de grado de concordancia significativa, como se especifica a continuación:

Tabla 10

Validez de instrumento

Criterios	Jueces		Valor de P
	Juez 1	Juez 2	
1.- El instrumento contiene instrucciones para su solución.	1	1	2
2.- Los ítems permiten el logro de los objetivos propuestos.	1	1	2
3.- Los ítems están presentados en forma lógica-secuencial.	1	1	2
4.- El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera el (los) ítem (s) que harían falta.	1	1	2
Total	4	4	8

Tabla 11

Categoría de calificación

Categoría de calificación	
SI	1
NO	0

Tabla 12

Resumen puntaje

	Total acuerdos (Ta)	Total desacuerdos (Td)
Juez 1	4	0
Juez 2	4	0
Total	8	0

Tabla 13

Equivalencias de grado de concordancia significativa

Equivalencias	
Aceptable	0,70
Bueno	> 0,70 a 0,89
Excelente	> 0,90

Debido a que en los resultados se ha obtenido un grado de concordancia significativa mayor a 0,90 la encuesta se considera aplicable.

Fórmula para calcular la validez de la prueba piloto

$$b = \frac{Ta}{Ta + Td} \times 100$$

Dónde:

b= grado de concordancia significativa

Ta= N° Total de acuerdo de jueces

Td= N° Total de desacuerdo de jueces

$$b = \frac{Ta}{Ta + Td} \times 100$$

$$b = \frac{8}{8 + 0} \times 100$$

$$b = 1 \times 100$$

$$b = 100\%$$

Tenido como resultado el 100% de acuerdo con los jueces, siendo así el instrumento tiene una validez excelente debido a que el grado de concordancia significativa es mayor a 0,90.

3.6.2.2 Confiabilidad

Según (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2006) afirma que: “Confiabilidad grado en el que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes” (p.277).

La confiabilidad del instrumento de recolección de datos permitirá verificar que tan fiable es la encuesta, manteniendo resultados consistentes, donde la mayor parte de las personas opinan o tienen un punto de vista al que tiene el investigador es decir el instrumento tiene relación con la hipótesis planteada en la investigación.

Para la verificación de la confiabilidad se aplicó una prueba piloto a los propietarios de 5 establecimientos de Servicios de Alojamiento de la Provincia de Cotopaxi, debido a que la mayoría de la población se encuentra ubicada en el cantón Latacunga las encuestas fueron aplicadas en dicho cantón; a continuación se detallan los resultados obtenidos.

Tabla 14

Tipo de servicio de alojamiento (prueba piloto)

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Hotel	4	80,0	80,0	80,0
Hostería	1	20,0	20,0	100,0
Total	5	100,0	100,0	

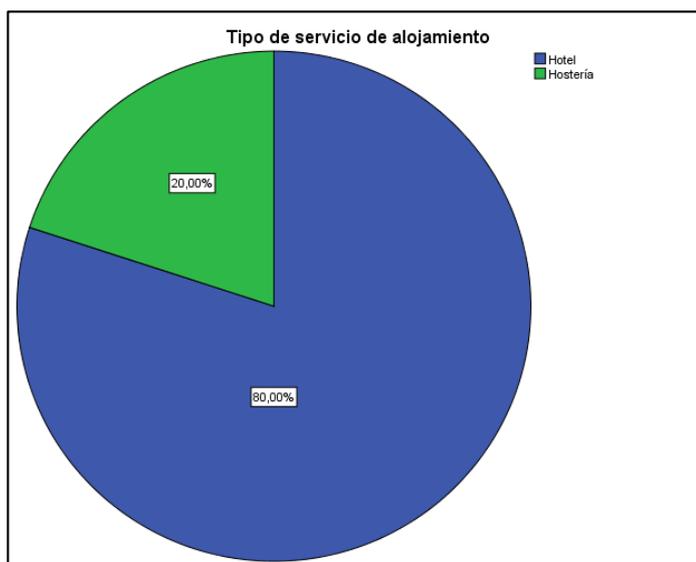


Figura 13 Tipo de servicios de alojamiento (prueba piloto)

La prueba piloto se ha aplicado en 5 establecimientos de los cuales el 80% corresponden a hoteles y el 20% a hosterías, que brindan Servicios de Alojamiento en la provincia de Cotopaxi

Tabla 15

Cantón en donde se encuentra ubicado el negocio (prueba piloto)

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Latacunga	4	80,0	80,0	80,0
Pujilí	1	20,0	20,0	100,0
Total	5	100,0	100,0	

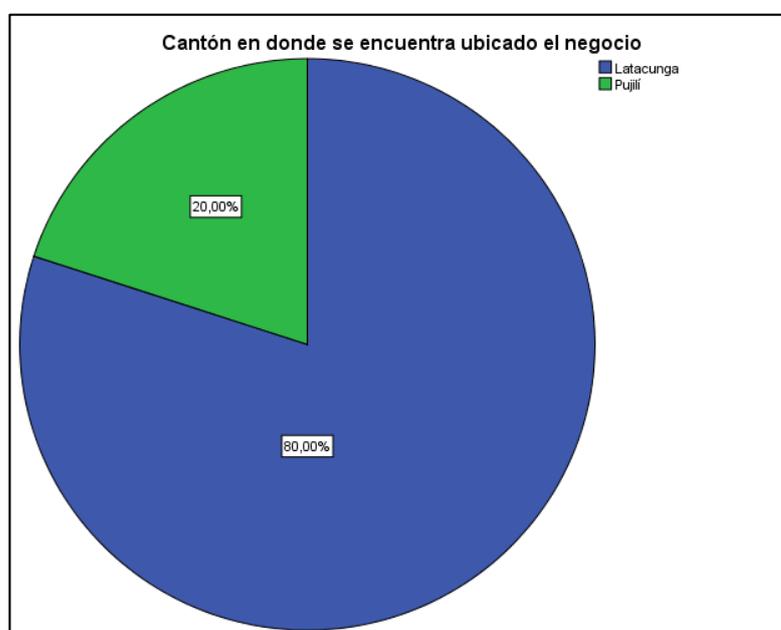
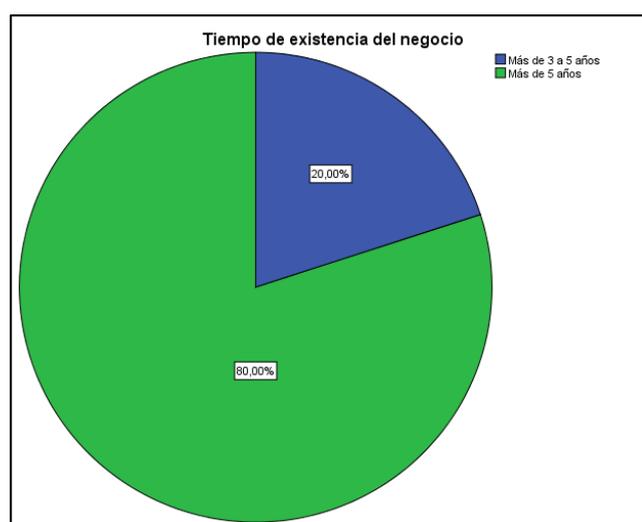


Figura 14 Cantón en donde se encuentra ubicado el negocio (prueba piloto)

La prueba piloto se ha aplicado en 5 establecimientos que brindan Servicios de Alojamiento en la provincia de Cotopaxi, considerando el número de negocios existentes en la provincia.

Tabla 16**Tiempo de existencia del negocio (prueba piloto)**

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Más de 3 a 5 años	1	20,0	20,0	20,0
Más de 5 años	4	80,0	80,0	100,0
Total	5	100,0	100,0	

**Figura 15 Tiempo de existencia del negocio (prueba piloto)****Preguntas relacionadas con la responsabilidad solidaria asociativa**

1. ¿Considera usted relevante que todo negocio se interese en la responsabilidad con el cliente?

Tabla 17**Responsabilidad con el Cliente (prueba piloto)**

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	5	100,0	100,0	100,0

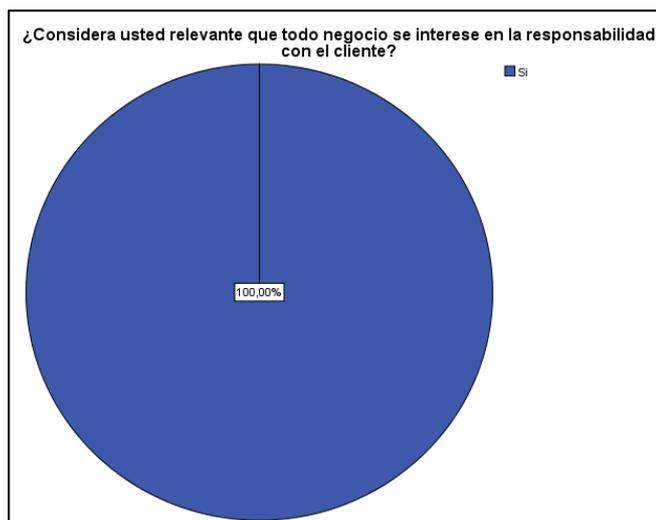


Figura 16 Responsabilidad con el cliente (prueba piloto)

INTERPRETACIÓN:

En las 5 encuestas aplicadas de la prueba piloto el 100% de las personas encuestadas manifestaron que si consideran relevante que todo negocio se interese por la responsabilidad con el cliente.

ANÁLISIS

En base a los resultados obtenidos la totalidad de los propietarios de alojamientos de la ciudad de Latacunga aluden que si es importante que los negocios se interesen en la responsabilidad con el cliente debido a que ellos son la clave del negocio y de esta manera existe los ingresos necesarios para que cada uno de estos establecimientos puedan desarrollarse de una mejor manera, además que esto ayudara a obtener una buena imagen frente a sus clientes.

DIAGNÓSTICO

Considerando los resultados de la aplicación de las encuestas se determina que la responsabilidad que mantenga un negocio con el cliente afectara directamente en sus ingresos, puesto que si el cliente es considerado una persona significativa y es tratado cordialmente dentro del negocio, existirá una fidelidad por parte de este, siendo un beneficio de

desarrollo y crecimiento para cada negocio, que esto a la larga atraerá clientes comprometidos con el servicio que se proporciona.

2. ¿Considera usted relevante que todo negocio se interese en la responsabilidad con la comunidad?

Tabla 18

Responsabilidad con la comunidad (prueba piloto)

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	5	100,0	100,0	100,0

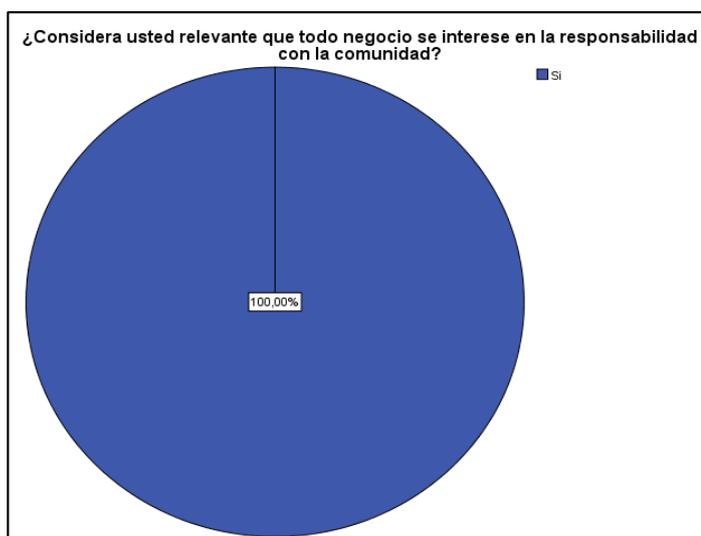


Figura 17 Responsabilidad con la comunidad (prueba piloto)

INTERPRETACIÓN:

De las 5 encuestas realizadas el 100% de las personas encuestadas manifestaron que si consideran relevante que todo negocios se interese por la responsabilidad con la comunidad.

ANÁLISIS:

En base a los resultados obtenidos se puede mencionar que los propietarios de los negocios de alojamientos de la ciudad de Latacunga ven importante la responsabilidad con la comunidad, ya que la misma permite

mantener, crecer y mejorar un negocio, proporcionando el posicionamiento del mismo, creando un vínculo de armonía entre el establecimiento y los clientes.

DIAGNÓSTICO:

Considerando los resultados de las encuesta se puede evidenciar que la mayoría de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Latacunga mantienen un interés por la responsabilidad con la comunidad por lo que si esta responsabilidad con la comunidad no es relevante para los propietarios, esto afectará al prestigio de cada uno de los negocios restringiendo al desarrollo del mismo, impidiendo la obtención de ingresos adecuados para el crecimiento del negocio.

3. ¿Considera usted relevante que todo negocio se interese en la responsabilidad con el medio ambiente?

Tabla 19

Responsabilidad con el medio ambiente (prueba piloto)

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	5	100,0	100,0	100,0

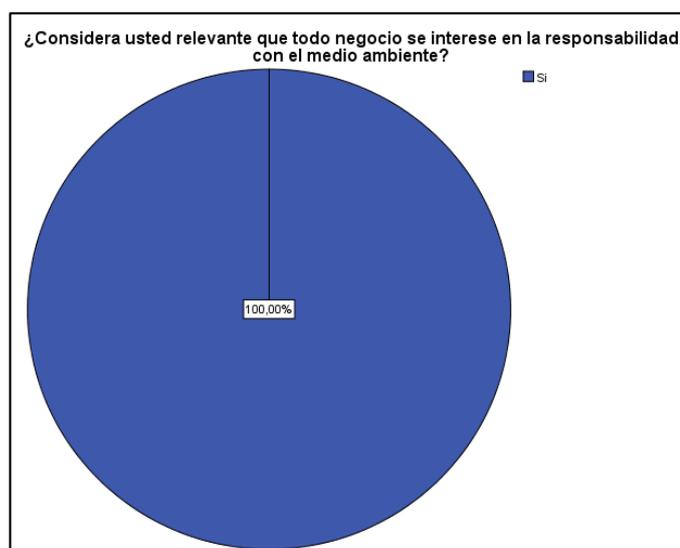


Figura 18 Responsabilidad con el medio ambiente (prueba piloto)

INTERPRETACIÓN

De las 5 encuestas realizadas a los propietarios de los establecimientos de alojamientos, 100% de los propietarios encuestados manifestaron que si consideran relevante que todo negocios se interese por la responsabilidad con el medio ambiente.

ANÁLISIS

En base a los resultados de las encuestas aplicadas a los propietarios de los establecimientos de servicios de alojamiento de la ciudad de Latacunga, el total de las personas encuestadas consideran importante que los negocios hagan énfasis en la responsabilidad con el medio ambiente, puesto que es un pilar fundamental dentro de la sociedad, permitiendo mejorar la imagen del negocio ante proveedores y clientes.

DIAGNÓSTICO

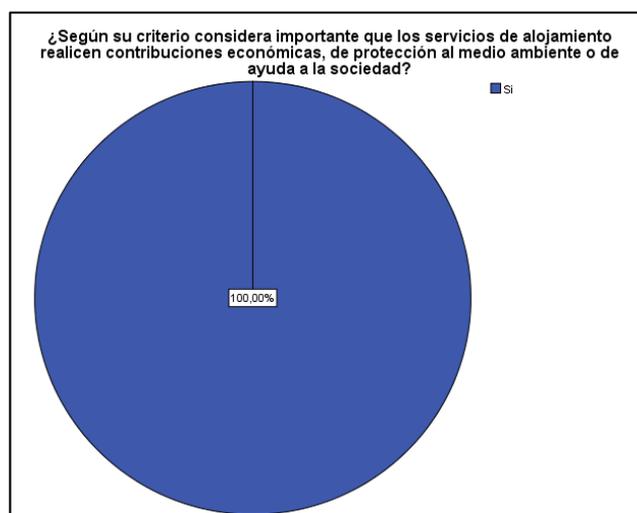
El no considerar en los negocios la responsabilidad con el medio ambiente podría afectar a la imagen del negocio que puede mantener tanta los proveedores como los clientes, así también provocando la contaminación del sector donde se encuentra localizado cada establecimiento, siendo esto procreadora de enfermedades para el ser humano puesto que las acciones del ser humano contribuyen al bien o al deterioro del medio ambiente.

4. ¿Según su criterio considera importante que los servicios de alojamiento realicen contribuciones económicas, de protección al medio ambiente o de ayuda a la sociedad?

Tabla 20

Contribuciones económicas (prueba piloto)

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	5	100,0	100,0	100,0



**Figura 19 Contribuciones económicas
(prueba piloto)**

INTERPRETACIÓN:

De las 5 encuestas aplicadas a los propietarios de los establecimientos de servicios de alojamiento, el 100% de los propietarios encuestados manifestaron que si consideran importante que los servicios de alojamiento realicen contribuciones económicas, de protección al medio ambiente o de ayuda a la sociedad.

ANÁLISIS:

Del análisis realizado la mayoría señala que si es importante que los servicios de alojamientos realicen contribuciones ya sean estas económicas, de protección al medio ambiente o de ayuda para la comunidad, porque estos diferentes pilares son necesarios para el crecimiento del negocio reflejando una buena imagen ante el consumidor, de esta manera captando nuevos clientes.

DIAGNÓSTICO:

El no realizar algún tipo de contribuciones ya sean económicas, de protección al medio ambiente o de ayuda a la sociedad, esto afectaría al descontento de las personas que frecuentan o se encuentran relacionados con el establecimiento, provocando que exista un rechazo por parte de los

clientes, así como también como la pérdida de confianza de los empleados del establecimiento, perdiendo credibilidad tanto de los clientes y proveedores.

5. ¿Está usted de acuerdo de que todo negocio reparta las utilidades con sus empleados?

Tabla 21

Repartición de utilidades con los empleados (prueba piloto)

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	5	100,0	100,0	100,0

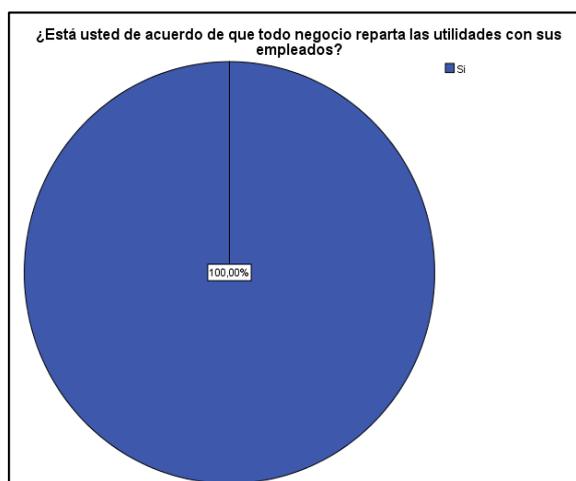


Figura 20 Repartición de utilidades con los empleados (prueba piloto)

INTERPRETACIÓN:

De las 5 encuestas realizadas a los propietarios de los servicios de alojamiento, el 100% de los propietarios encuestados manifestaron que si están de acuerdo de que todo negocio reparta las utilidades con sus empleados.

ANÁLISIS:

De acuerdo a los resultados de las encuestas se puede evidenciar que la totalidad de los propietarios encuestados todos señalan que si están

de acuerdo que los negocios deben repartir sus utilidades con sus empleados, puesto que esto es una estrategia para la motivación de sus empleados en el desarrollo de las actividades efectuadas dentro de cada uno de los negocios, así también existe mayor confianza en el establecimiento por parte de los empleados

DIAGNÓSTICO:

El no repartir las utilidades con los empleados por parte de los propietarios de los establecimientos de servicios de alojamientos puede esto afectar en el ambiente laboral provocando que exista un descontento por parte de dichos trabajadores, perjudicando en el rendimiento de sus actividades, y en el desarrollo del negocio, obteniendo empleados que no se encuentren comprometidos y que no quieran desarrollarse para ser mejores ni brindar un excelente servicio al establecimiento.

6. ¿Usted en su negocio ha pensado en adoptar iniciativas de responsabilidad con la sociedad?

Tabla 22

Iniciativas de responsabilidad con la sociedad (prueba piloto)

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	5	100,0	100,0	100,0

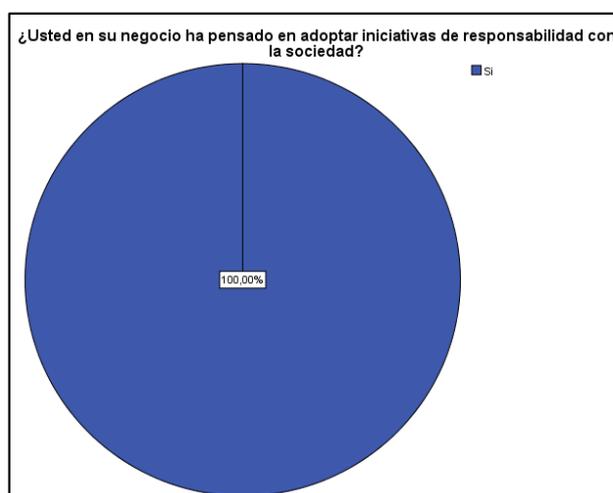


Figura 21 Iniciativas de responsabilidad con la sociedad (prueba piloto)

INTERPRETACIÓN:

De las 5 encuestas realizadas a los propietarios de los establecimientos de servicios de alojamiento, el 100% de las personas encuestadas manifestaron que si han pensado en adoptar iniciativas de responsabilidad con la sociedad.

ANÁLISIS:

En base a los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta a los propietarios de los servicios de alojamiento se puede analizar que el total de los propietarios encuestadas si han pensado en la adopción en iniciativas de responsabilidad con la sociedad, debido a que estas iniciativas permitirán que exista un vínculo de compromiso entre los establecimientos y la sociedad, satisfaciendo las necesidades de cada una de las partes.

DIAGNÓSTICO:

El propietario que no adopte alguna iniciativa de responsabilidad con la sociedad en su establecimiento de servicio de alojamiento, se verá afectado en su imagen empresarial, debido a que no existe un compromiso o un plan con la sociedad, provocando que no ayude a mejorar el posicionamiento del establecimiento y a restringir un aumento en las ventas, pues no serán portadores de excelentes referencias frente a las actividades desarrolladas dentro del establecimiento.

7. Si usted tuviera la oportunidad de adoptar iniciativas de responsabilidad social, las iniciativas que usted adoptaría estarían enfocadas principalmente en:

Tabla 23

Enfoque de iniciativas a ser adoptadas (prueba piloto)

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Beneficio a los trabajadores	2	40,0	40,0	40,0
Beneficio a los clientes	1	20,0	20,0	60,0
Beneficio a la comunidad	2	40,0	40,0	100,0
Total	5	100,0	100,0	

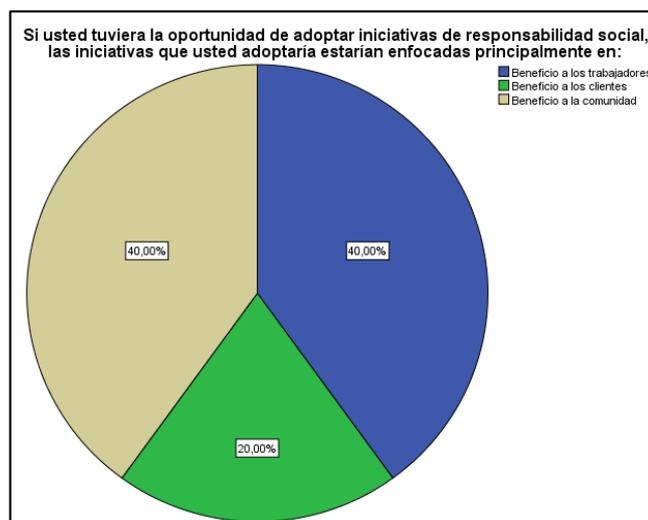


Figura 22 Enfoque de iniciativas a ser adoptadas (prueba piloto)

INTERPRETACIÓN:

De las 5 encuestas realizadas a los propietarios de los establecimientos de servicios de alojamiento de la ciudad de Latacunga, el 40% de los propietarios encuestados manifestaron que si tuviera la oportunidad de adoptar iniciativas de responsabilidad social lo realizarían en beneficio a los trabajadores.

De las 5 encuestas realizadas a los propietarios de los establecimientos de servicios de alojamiento de la ciudad de Latacunga el 20% de las

personas encuestadas manifestaron que si tuviera la oportunidad de adoptar iniciativas de responsabilidad social lo realizarían en beneficio a los clientes.

De las 5 encuestas realizadas a los propietarios de los establecimientos de servicios de alojamiento de la ciudad de Latacunga, el 40% de las personas encuestadas manifestaron que si tuviera la oportunidad de adoptar iniciativas de responsabilidad social lo realizarían en beneficio a la comunidad.

ANÁLISIS:

De los resultados obtenidos una gran parte de la población que fue encuestada alude que tuviera la oportunidad de adoptar diferentes iniciativas de responsabilidad social lo realizarían en beneficio de trabajadores y de la comunidad, puesto que estos grupos de interés permitirán un posicionamiento de los negocios, así también la comunidad siendo este un punto de referencia que vaya categorizando la calidad de servicio de cada establecimiento. Además un grupo de interés como son los trabajadores una parte que permitirá que el negocio vaya creciendo de acuerdo las labores realizadas dentro del mismo.

DIAGNÓSTICO:

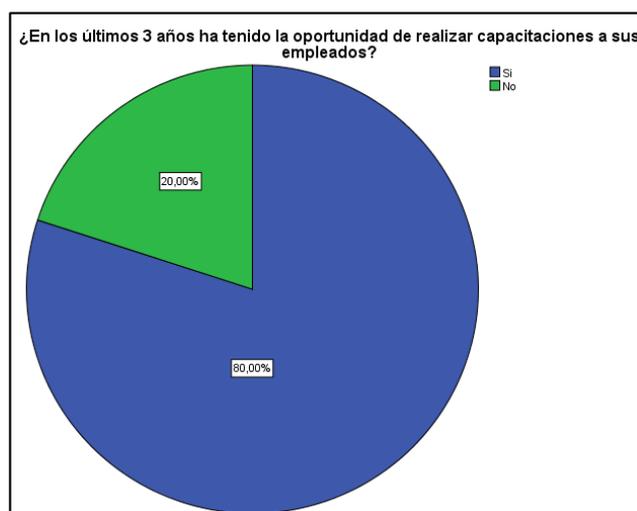
Los negocios que no se encuentren enfocados en adoptar alguna iniciativa de responsabilidad social podrán verse afectados directamente en crecimiento de su negocio puesto que hoy en día los trabajadores, clientes y la comunidad son observadores de las actividades que realizan en beneficios de cada uno de estos grupos de interés, siendo estos portadores de referencias de los negocios, así pues si no se adoptan iniciativas no contarán con una buena imagen.

8. ¿En los últimos 3 años ha tenido la oportunidad de realizar capacitaciones a sus empleados?

Tabla 24

Capacitaciones a los empleados (prueba piloto)

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	4	80,0	80,0	80,0
No	1	20,0	20,0	100,0
Total	5	100,0	100,0	



**Figura 23 Capacitaciones a los empleados
(prueba piloto)**

INTERPRETACIÓN:

De las 5 encuestas realizadas a los propietarios de los servicios de alojamientos de la ciudad de Latacunga, el 80% de las personas encuestadas manifestaron que en los últimos 3 años si han tenido la oportunidad de realizar capacitaciones a sus empleados.

De las 5 encuestas realizadas a los propietarios de los servicios de alojamientos de la ciudad de Latacunga, el 20% de las personas encuestadas manifestaron que en los últimos 3 años no han tenido la oportunidad de realizar capacitaciones a sus empleados.

ANÁLISIS:

Considerando los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los propietarios de los establecimientos de servicios de alojamiento de la ciudad de Latacunga, la mayoría de los propietarios encuestados mencionan que en los últimos 3 años si han realizado capacitaciones a sus empleados, ayudando a mejorar los conocimientos y competencias de cada uno, pues a través de ellos se puede generar diferentes ideas y proyectos que ayuden a crecer al negocio.

DIAGNÓSTICO:

El no mantener trabajadores capacitados afectará a que los mismos no mantengan ideas, propuestas y proyectos para que cada uno de los negocios pueda crecer, donde el trabajador se encontrara desmotivado por carecer de conocimientos necesarios, así también la limitación de la innovación en el servicio prestado disminuyendo la aceptación en el mercado.

9. ¿Su negocio ha tenido la oportunidad de pertenecer a una asociación, gremio o grupo de interés?

Tabla 25

Pertenencia a una asociación, gremio o grupo de interés (prueba piloto)

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	4	80,0	80,0	80,0
No	1	20,0	20,0	100,0
Total	5	100,0	100,0	

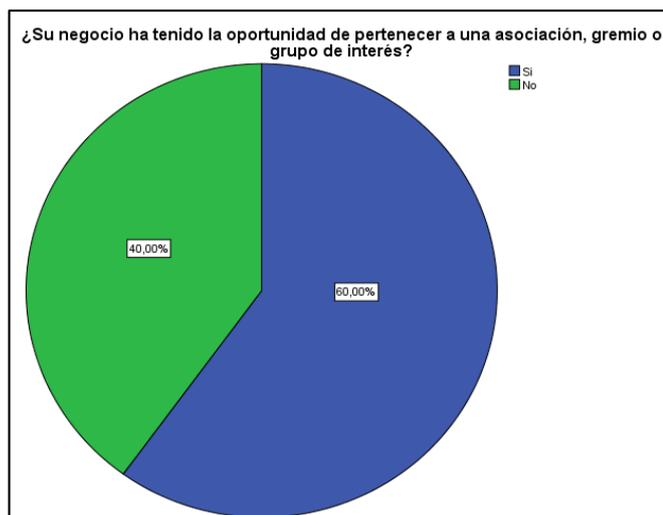


Figura 24 Pertenencia a una asociación, gremio o grupo de interés (prueba piloto)

INTERPRETACIÓN:

De las 5 encuestas realizadas a los propietarios de los establecimientos de servicios de alojamiento de la ciudad de Latacunga, el 60% de las personas encuestadas manifestaron que si han tenido la oportunidad de pertenecer a una asociación, gremio o grupo de interés.

De las 5 encuestas realizadas a los propietarios de los establecimientos de servicios de alojamiento de la ciudad de Latacunga, el 40% de las personas encuestadas manifestaron que no han tenido la oportunidad de pertenecer a una asociación, gremio o grupo de interés.

ANÁLISIS:

Considerando los resultados de las encuestas realizados a los propietarios de los establecimientos de servicios de alojamiento de la ciudad de Latacunga, la mayoría señala que si han tenido la oportunidad de pertenecer a una asociación, gremio o grupo de interés, debido que existen diferentes beneficios pertenecer a estos grupos, permitiendo trabajar en equipo y lograr un objetivo en común, así también adquisición de nuevos conocimientos referente a la servicio de alojamiento.

DIAGNÓSTICO:

El no pertenecer a una asociación, gremio o grupo de interés afectará al creciente colectivo de los servicios de alojamiento desaprovechando oportunidades y beneficios que se mantiene al pertenecer a uno de estos grupos, limitando que cada uno de estos establecimientos mantenga un desarrollo y evitando el intercambio de información sobre las buenas prácticas, la relación con el clientes y los precios que mantienen.

10. ¿Usted estaría interesado en formar parte de una asociación de manera voluntaria donde se practique la equitatividad, solidaridad y el respeto a la identidad cultural?

Tabla 26

Asociación de manera voluntaria donde se practique la equitatividad, solidaridad y el respeto a la identidad cultural (prueba piloto)

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	4	80,0	80,0	80,0
No	1	20,0	20,0	100,0
Total	5	100,0	100,0	

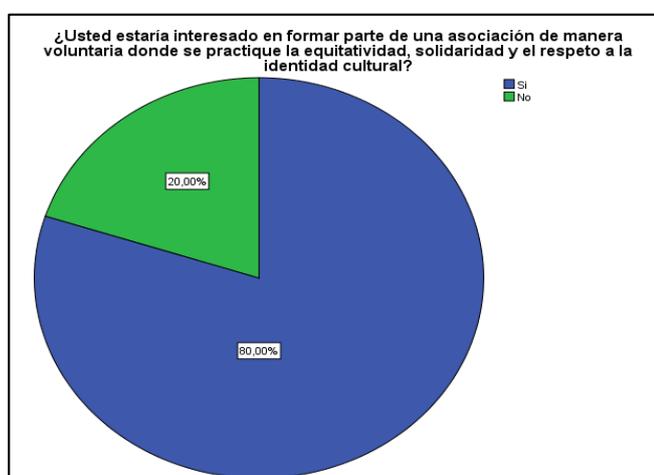


Figura 25 Asociación de manera voluntaria (prueba piloto)

INTERPRETACIÓN:

De las 5 encuestas realizadas a los propietarios de los establecimientos de servicio de alojamientos de la ciudad de Latacunga, el 80% de los propietarios encuestados manifestaron que si estarían interesados en formar parte de una asociación de manera voluntaria donde se practique la equitatividad, solidaridad y el respeto a la identidad cultural.

De las 5 encuestas realizadas a los propietarios de los establecimientos de servicio de alojamientos de la ciudad de Latacunga, el 20% de las personas encuestadas manifestaron que no estarían interesados en formar parte de una asociación de manera voluntaria donde se practique la equitatividad, solidaridad y el respeto a la identidad cultural.

ANÁLISIS:

Según el estudio realizado de acuerdo a las repuestas obtenidas se puede mencionar que la mayor parte de los propietarios encuestados de los establecimientos de servicios de alojamientos indicaron que si estarían interesados en formar parte de una asociación de manera voluntaria donde se practique la equitatividad, solidaridad y el respeto a la identidad cultural, donde todo esto le traería beneficios colectivos, respetando a los socios.

DIAGNÓSTICO:

El formar parte de un asociación donde no se practique la equitatividad, solidaridad y el respeto a la identidad cultural, esto afectara que exista conflictos dentro de la asociación perjudicando la imagen de los diferentes establecimientos obteniendo el desprestigio de sus clientes.

11. ¿Ha tenido la oportunidad de autoevaluar su nivel de responsabilidad social?

Tabla 27

Autoevaluación nivel de responsabilidad social (prueba piloto)

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	2	40,0	40,0	40,0
No	3	60,0	60,0	100,0
Total	5	100,0	100,0	

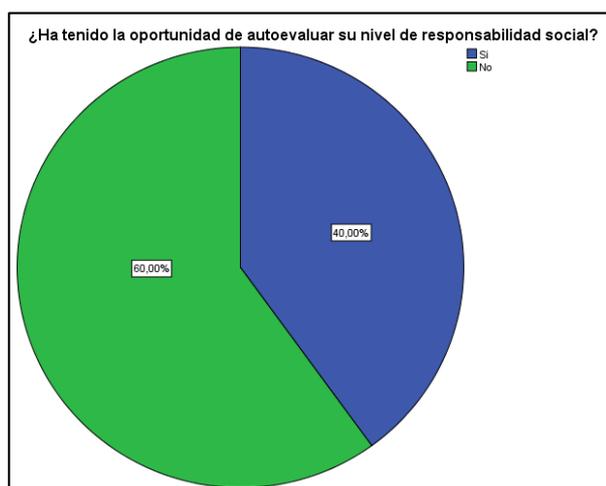


Figura 26 Autoevaluación nivel de responsabilidad social (prueba piloto)

INTERPRETACIÓN:

De las 5 encuestas realizadas a los propietarios de los servicios de alojamiento de la ciudad de Latacunga, el 40% de las personas encuestadas manifestaron que si han tenido la oportunidad de autoevaluar su nivel de responsabilidad social.

De las 5 encuestas realizadas a los propietarios de los servicios de alojamiento de la ciudad de Latacunga, el 60% de las personas encuestadas manifestaron que no han tenido la oportunidad de autoevaluar su nivel de responsabilidad social.

ANÁLISIS:

Considerando los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta a los propietarios de los alojamientos se puede manifestar que la mayor parte de los propietarios encuestados indicaron que no han tenido la oportunidad de autoevaluar su nivel de responsabilidad social, debido a que no existe una herramienta que pueda facilitar dicha evaluación, así también porque no existe un compromiso por parte de ellos mismo como propietarios, donde piensan que no es relevante el tema sino simplemente el obtener un lucro, sin pensar en sus clientes, el medio ambiente y la comunidad.

DIAGNÓSTICO

Los establecimientos de servicio de alojamiento de la ciudad de Latacunga que no han tenido la oportunidad de autoevaluar su responsabilidad social, se verán afectados a que estos establecimientos desconozcan de sus debilidades frente a sus trabajadores, clientes y de la comunidad, provocando una limitación en el desarrollo y crecimiento del negocio.

12. ¿Considera usted importante que una asociación cuente con un Balance Social, el cual permita identificar el compromiso que mantiene con los clientes, la comunidad y el medio ambiente?

Tabla 28

Importancia que una asociación cuente con un Balance Social (prueba piloto)

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	5	100,0	100,0	100,0
Total	5	100,0	100,0	

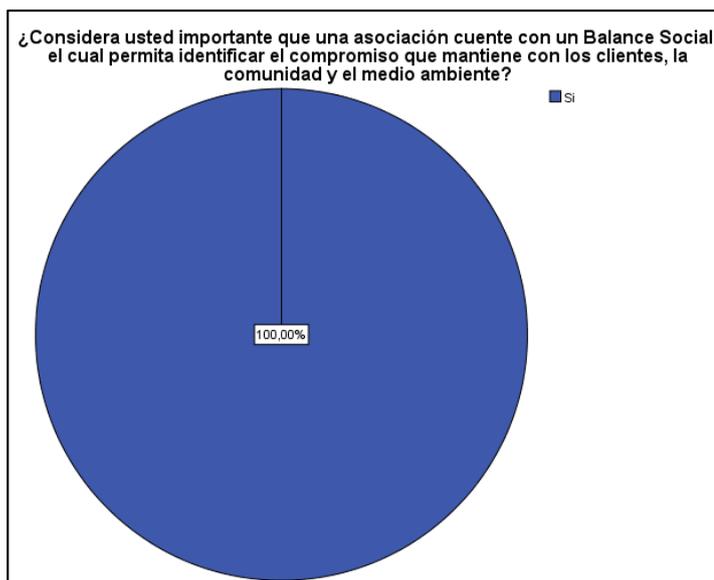


Figura 27 Importancia que una asociación cuente con un Balance Social (prueba piloto)

INTERPRETACIÓN:

De las 5 encuestas realizadas a los propietarios de los establecimientos de servicios de alojamientos de la ciudad de Latacunga, el 100% de las personas encuestadas manifestaron que si consideran importante que una asociación cuente con un Balance Social, el cual permita identificar el compromiso que mantiene con los clientes, la comunidad y el medio ambiente.

ANÁLISIS:

La totalidad de los propietarios encuestados de los establecimientos de servicios de alojamiento que fueron encuestados alude que si consideran importante que una asociación cuente con un Balance Social, el cual permita identificar el compromiso que mantiene con los clientes, la comunidad y el medio ambiente, porque esto permitirá que el negocio tenga idea de su grado de responsabilidad que mantiene frente con estos grupos de interés así pues tomar las mejores decisiones en beneficio del desarrollo de cada establecimiento.

DIAGNÓSTICO:

Una asociación al no poseer un Balance Social afectara a que esta no tenga identificado su compromiso frente a sus clientes, la comunidad y el medio ambiente, y no pueda tomar las mejores decisiones dentro de cada uno de los establecimientos, así también desconocer de las debilidades que tiene, y de esta manera no podrá tomar alternativas de solución para poder combatir dichas debilidades.

13. ¿Considera usted que el Balance Social es un instrumento de información que será útil tanto para el sector de servicios de alojamiento como para la comunidad?

Tabla 29

Balance Social como instrumento de información que será útil tanto para el Sector de Servicios de Alojamiento y la comunidad (prueba piloto)

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	4	80,0	80,0	80,0
No	1	20,0	20,0	100,0
Total	5	100,0	100,0	

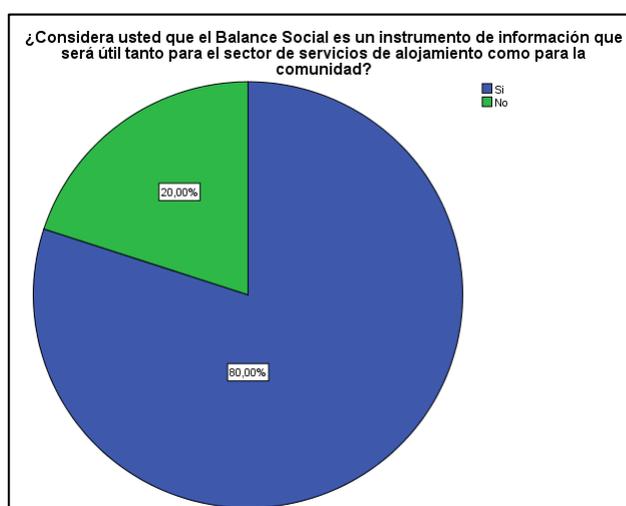


Figura 28 Balance Social como instrumento de información que será útil tanto para el Sector de Servicios de Alojamiento y la comunidad (prueba piloto)

INTERPRETACIÓN:

De las 5 encuestas realizadas a los propietarios de los establecimientos de servicios de alojamiento de la ciudad de Latacunga, el 80% de las personas encuestadas manifestaron que el Balance Social si es un instrumento de información que será útil tanto para el sector de servicios de alojamiento como para la comunidad.

De las 5 encuestas realizadas a los propietarios de los establecimientos de servicios de alojamiento de la ciudad de Latacunga, el 20% de las personas encuestadas manifestaron que el Balance Social no es un instrumento de información que será útil tanto para el sector de servicios de alojamiento como para la comunidad.

ANÁLISIS:

En base a los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta a los propietarios de los establecimientos de servicios de alojamiento, la mayor parte de los propietarios encuestados consideran que el Balance Social si es un instrumento de información que será útil tanto para el sector de servicios de alojamiento como para la comunidad, permitiendo que estos establecimientos puedan medir su grado de responsabilidad de esta forma poder corregir algunos parámetros que deben cumplir, los cuales son de importancia para el desarrollo de las actividades.

DIAGNÓSTICO:

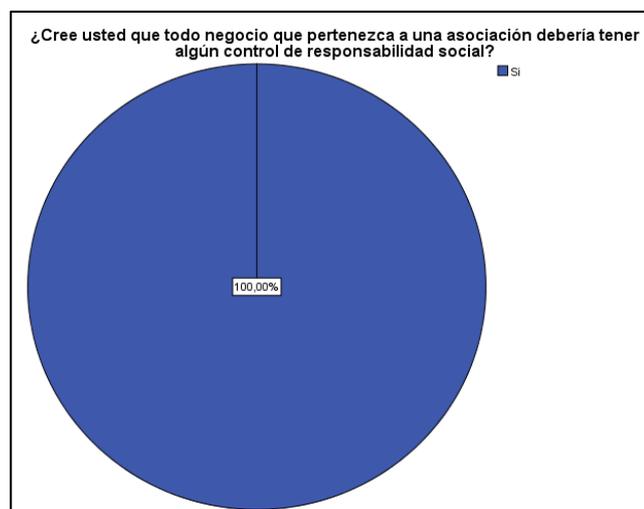
La inexistencia de un Balance Social como un instrumento de información para el sector de servicios de alojamiento afectar a la gestión de los negocios, así como también a la toma de decisiones frente a las acciones relacionado con la comunidad, donde cada uno de los establecimientos no tendrán un informe que le permita evaluar las debilidades que el establecimiento tiene frente a sus clientes, medio ambiente y la comunidad.

14. ¿Cree usted que todo negocio que pertenezca a una asociación debería tener algún control de responsabilidad social?

Tabla 30

Control de responsabilidad social (prueba piloto)

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	5	100,0	100,0	100,0
Total	5	100,0	100,0	



**Figura 29 Control de responsabilidad social
(prueba piloto)**

INTERPRETACIÓN:

De las 5 encuestas realizadas a los propietarios de los establecimientos de servicios de alojamientos de la ciudad de Latacunga, el 100% de los propietarios encuestados manifestaron que si cree que todo negocio que pertenezca a una asociación debería tener algún control de responsabilidad social.

ANÁLISIS:

Considerando los resultados de las encuestas se evidencio que la mayoría de los propietarios encuestados señalan que si creen que todo negocio que pertenezca a una asociación debería tener algún control de responsabilidad social, de esta manera no solamente se encontrara enfocada en obtener solamente lucro, sino que también existirá el

compromiso con los diferentes grupos de interés de esta forma ganará prestigio el establecimiento.

DIAGNÓSTICO:

El negocio que pertenece a una asociación al no poseer un control de responsabilidad social, esto afectara a que no exista e compromiso necesario para velar por los derechos de los trabajadores, clientes y de la comunidad, provocando el desconocimiento del grado de responsabilidad que tiene y de esta manera el establecimiento perderá prestigio frente a sus grupos de interés.

15. ¿Considera usted necesario que los servicios de alojamiento deberían implementar una herramienta de evaluación de responsabilidad social la cual le permita crecer y desarrollarse en su actividad económica?

Tabla 31

Implementación de una herramienta de evaluación de responsabilidad social (prueba piloto)

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	5	100,0	100,0	100,0
Total	5	100,0	100,0	

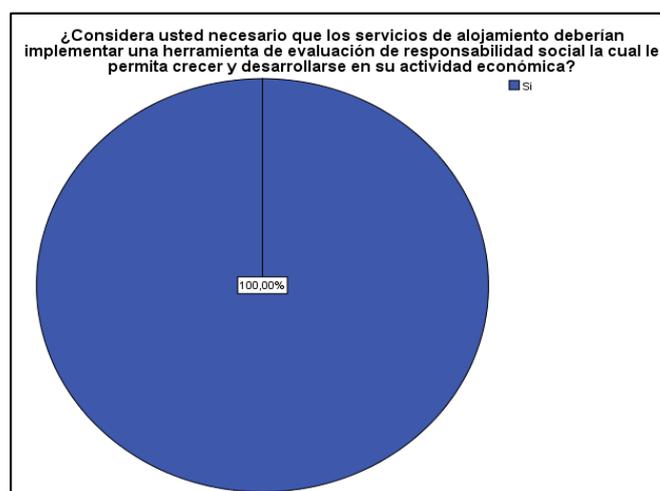


Figura 30 Implementación de una herramienta de evaluación de responsabilidad social (prueba piloto)

INTERPRETACIÓN:

De las 5 encuestas realizadas a los propietarios de los servicios de alojamiento de la ciudad de Latacunga, el 100% de las personas encuestadas manifestaron que si considera necesario que los servicios de alojamiento deberían implementar una herramienta de evaluación de responsabilidad social la cual le permita crecer y desarrollarse en su actividad económica.

ANÁLISIS:

De la totalidad de las personas encuestadas se puede afirmar que si considera necesario que los servicios de alojamiento deberían implementar una herramienta de evaluación de responsabilidad social la cual le permita crecer y desarrollarse en su actividad económica, esto ayudara que estos establecimientos mantenga una imagen empresarial y capten más clientes debido a que no solamente se encuentre enfocados a obtener una ganancia sino que también velaran por el bienestar de trabajadores, clientes y de la sociedad.

DIAGNÓSTICO:

El no contar con una herramienta de evaluación de responsabilidad social este afectara directamente en el crecimiento y desarrollo de las actividades del negocio, desconociendo las debilidades y fortalezas referentes al compromiso que tiene frente a los grupos de interés, por lo que existirá una disminución de sus ingresos.

3.7 Técnicas de análisis de datos

Para analizar los datos obtenidos después de la aplicación del instrumento en la investigación, se mantendrá un orden lógico y práctico, así pues de este modo la tabulación de los datos recolectados se procederá a la utilización del programa SPSS, que permitirá cuantificar, analizar e interpretar los resultados de la encuesta, la misma que se encontrara validada por profesionales.

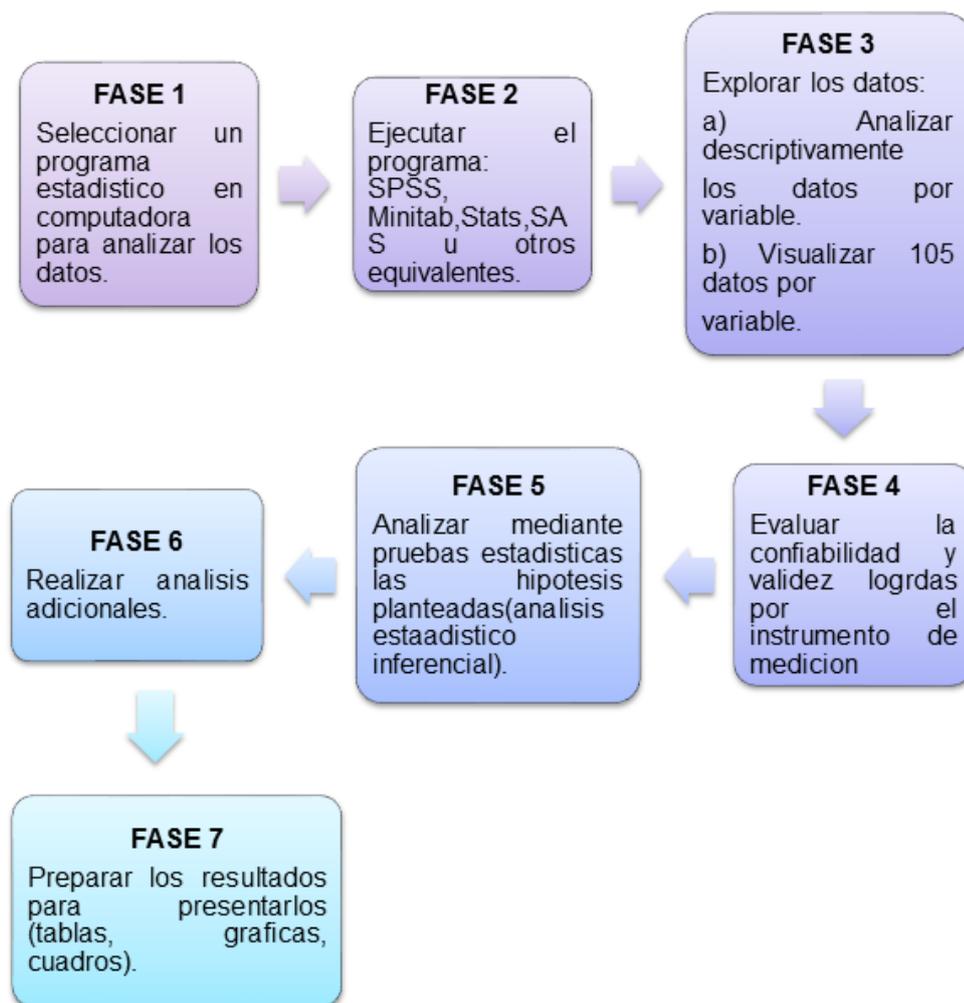


Figura 31 Proceso para efectuar análisis estadístico.

Fuente:(Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2006)

3.8 Técnicas de comprobación de hipótesis

La técnica de comprobación de hipótesis a utilizar es la distribución de che cuadrado, la cual nos va a permitir comprobar nuestra hipótesis planteada en la investigación.

Prueba t de Student

Considerando lo expuesto por (Juárez, Villatoro, & López, 2002) se tiene que

La prueba t de Student es una prueba paramétrica de comparación de dos muestras, es decir necesita cumplir las siguientes características:

- Selección completamente aleatoria de los grupos

- Homocedasticidad (homogeneidad de las varianzas de la variable dependiente en ambos grupos)
- Distribución normal de la variable dependiente en los dos grupos
- Nivel intervalar de la variable dependiente

Su función es comparar dos grupos de puntuaciones (medias aritméticas) y determinar que la diferencia no se deba al azar (que la diferencia sea estadísticamente significativa). Esta prueba tiene dos modalidades, una para muestras independientes y otra para grupos relacionados. (p.19)

3.8.1 Prueba chi-cuadrado para prueba de hipótesis

(Bernal, 2010) en su libro Metodología de la Investigación acerca de la prueba de comprobación de hipótesis chi cuadrado acota que: “La prueba de chi cuadrado (X^2) permite determinar si el patrón de frecuencia observado corresponde o se ajusta al patrón esperado; también sirve para evaluar hipótesis acerca de la relación entre dos variables categóricas” (p. 214)

3.9 Informe de investigación

Según (Gómez, 2006) menciona que el informe de investigación:

Se trata de un escrito que debe tener coherencia lógica en su desarrollo, de manera que quien lo lea pueda seguir el hilo del trabajo, e ir completando paulatinamente la información necesaria para lograr, al terminar de leerlo, entender completamente el trabajo desarrollado, y los resultados obtenidos.(p.172)

En la investigación es necesaria la elaboración de un informe el mismo que debe ser redactado de la manera más entendible posible hacia los lectores de esta investigación, deberá desarrollarse de acuerdo a una estructura, la función del informe es dar a conocer a las demás personas la situación investigada así como también los resultados obtenidos de la misma.

Según (García, 2005) menciona: “que se distinguen informes técnicos, dirigidos a un público experto en investigación de mercados y metodología, e

informes divulgativos, dirigidos a un público interesado en los resultados pero no familiarizado con los aspectos metodológicos” (p. 206).

El informe de investigación a desarrollarse es un informe técnico, el mismo que mantiene una estructura concreta, que permitirá reflejar lo necesario de la investigación.

La estructura del informe según (García, 2005) contiene:

Introducción: se hace mención a los antecedentes del problema.

Objetivos: Definidos de acuerdo a la necesidad de la investigación.

Metodología: Debe contener la información de las técnicas de recolección de datos.

Resultados: Recogerse los datos más relevantes obtenidos en relación con los fines perseguidos de la investigación.

Conclusiones y Recomendaciones: Los investigadores deben indicar las principales conclusiones del estudio, aportando su experiencia profesional, y realizando recomendaciones que pueda servir para resolver el problema de la investigación.

Anexos: Se incluye las herramientas utilizadas en el proceso de recogida de información (p. 206).

CAPÍTULO IV

EVALUACIÓN Y DIAGNÓSTICO DE RESPONSABILIDAD SOLIDARIA ASOCIATIVA (RSA) EN EL SECTOR SERVICIOS DE ALOJAMIENTO PRESTADO POR HOTELES, HOTELES DE SUITES, APART HOTELES, COMPLEJO TURÍSTICO, HOSTERÍAS DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI.

4.1 Análisis Macro del Sector Alojamiento

La responsabilidad social es un tema de gran importancia, debido a que gracias a esto muchas de las empresas logran una buena imagen frente a sus colaboradores, los mismos que son parte del crecimiento y desarrollo de las mismas, siempre viendo el bienestar de cada uno de ellos enfocándose en el entorno social, económico y medio ambiental.

En los últimos años, el tema de responsabilidad social de la empresa (RSE) ha obtenido gran excelencia en el mundo entero, específicamente en los países de América Latina y el Caribe, esto debido a que muchos de los empresarios han tomado conciencia de aplicar esto en cada una de sus empresas, siendo también parte de esto el estado con las normativas legales de cada uno de los países.

Según (Banco Interamericano de Desarrollo, 2011) afirma que: “Desde el punto de vista de gestión no se han desarrollado completamente herramientas e índices de desempeño en RSE que muestren el argumento empresarial en su totalidad” (p.68).

Las empresas no mantienen alguna herramienta que permite evaluar la responsabilidad social de cada uno de ellas, limitando a conocer qué grado de responsabilidad mantiene, enfocándose en cada uno de los pilares que embarca la responsabilidad.

En el sector de alojamiento existen diferentes factores que pueden estar afectando a dicho sector, por lo que es importante analizar diferentes aspectos como son legales, económicos, políticos, sociales, culturales, tecnológicos y de mercado los mismos que se encuentran relacionados en las actividades del sector ya mencionado, esto con la finalidad de realizar un diagnóstico que ayude al sector a tomar medidas en aspectos que puedan perjudicar y aprovechar oportunidades.

4.1.1 Aspecto legal

La constitución como una base fundamental de un Estado, siendo esta superior al resto de las leyes, en la cual se mantiene diferentes principios que ayudara al desarrollo de la Responsabilidad Social en las empresas, donde las mismas tendrán la obligación de cumplir con la ley establecida, para beneficio de cada uno de los grupos de interés que participan.

Es así que los siguientes artículos de la constitución se encuentran relacionados con la responsabilidad social:

El artículo 66 de la (Constitución del Ecuador, 2008) en sus literales correspondientes a la responsabilidad social acuerda que: se reconoce y garantizará a las personas:

Numeral 15. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

Numeral 16. El derecho a la libertad de contratación.

Numeral 17. El derecho a la libertad de trabajo. Nadie será obligado a realizar un trabajo gratuito o forzoso, salvo los casos que determine la ley.

Numeral 18. El derecho al honor y al buen nombre. La ley protegerá la imagen y la voz de la persona.

Numeral 26: El derecho a la propiedad en todas sus formas, con función y responsabilidad social y ambiental. El derecho al acceso a la propiedad se hará efectivo con la adopción de políticas públicas, entre otras medidas.

Numeral 27: El derecho a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado, libre de contaminación y en armonía con la naturaleza.

Analizando el artículo anteriormente detallado se puede mencionar que en base a estos numerales garantizan a las personas que realice alguna actividad económica, ya sea esta de manera individual o colectiva, deben siempre tener presente principios como la solidaridad, donde esta proporcionara un apoyo para quien lo necesita, la responsabilidad social con los diferentes grupos de interés que integren dicha actividad, y la parte ambiental que debe ser conllevada con precaución, cuidando la integridad del ser humano y el entorno que lo rodea, de esta manera asegurar que dicha actividad económica se encuentre desarrollada correctamente.

En donde se diagnostica que de acuerdo a la aplicación de este artículo, los propietarios de los diferentes negocios en este caso del sector de alojamiento, aplicaran los principios anteriormente nombrados, por lo que esto se verá reflejado en el desarrollo de las actividades cotidianas del giro del negocio, ayudando que cada uno de ellos mantener una buena imagen frente a sus trabajadores, clientes y comunidad, así también cumpliendo con lo dispuesto en la constitución, permitiendo que exista la comunicación necesaria entre los establecimientos y los diferentes grupos de interés.

El Artículo 283 de la (Constitución del Ecuador, 2008) menciona que el sistema económico social y solidario:

Reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

Las diferentes formas de organización deberán tener presente las disposiciones en el artículo ya mencionado, siendo esto una ventaja para cada uno de los establecimientos, al pertenecer a un grupo en particular, beneficiándose de obtener un sistema económicos social y solidario, es decir que las actividades desarrolladas se enfocaran en la sociedad contribuyendo de manera solidaria con ella.

Teniendo como un diagnostico que el sector de alojamiento conforma un sistema económico, el mismo que debe ser social y solidario, donde siempre debe prevalecer el ser humano, en las diferentes formas de organización que dispone la Constitución o la Economía Social y Solidaria, esto conllevaría a que exista una relación entre la sociedad, Estado y mercado, ayudando a que este sector mantenga incentivos que permitirá que el establecimiento obtenga competitividad frente a los demás.

Según la (Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, 2017) en su artículo 1 define a la Economía Popular y Solidaria como:

Art. 1.- Definición.- Para efectos de la presente Ley, se entiende por economía popular y Solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital.

Al analizar el artículo se puede manifestar que el tipo de organización económica, es significativo debido a que esto hace referencia a la organización de la sociedad ya sea de manera individual o colectiva, con el fin de resolver algún tipo de problema económico mediante la utilización de los recursos disponibles en la misma, de esta manera se generan procesos donde existe la producción, intercambio y consumo de bienes y servicios, obteniendo ingresos siempre pensando primero en el bienestar del ser humano antes de la acumulación de capital.

En donde se diagnostica que en el sector de alojamiento al ser una actividad económica que presta un servicio, y que se encuentra basada en la Economía Popular y Solidaria, conlleva a que este sector se encuentra en la obligación de participar en el mercado, manteniendo una relación de solidaridad, cooperación y reciprocidad, siempre enfocado al buen vivir es decir un bienestar colectivo mantenido una equidad en la sociedad, y no solamente en la obtención de lucro, el cual ha sido motivo que propietario de los diferentes establecimientos de alojamiento se despreocupen por grupos de interés que son relevante en el negocio y que solo miren las necesidades de ellos.

Según (Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, 2017) en su artículo 4 describe los principios que se debe cumplir:

Art. 4.- Principios.- Las personas y organizaciones amparadas por esta ley, en el ejercicio de sus actividades, se guiarán por los siguientes principios, según corresponda:

- i) La búsqueda del buen vivir y del bien común;
- j) La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales;
- k) El comercio justo y consumo ético y responsable;
- l) La equidad de género;
- m) El respeto a la identidad cultural;
- n) La autogestión;

- o) La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas; y,
- p) La distribución equitativa y solidaria de excedentes.

Los principios de la Economía Popular y Solidaria son de gran utilidad para el desarrollo de una actividad económica, los mismos que poniendo en práctica serán de ayuda para guiar de mejor manera sus actividades, siempre enfocadas en la búsqueda del buen vivir, estando siempre el trabajo sobre el capital, así también en la responsabilidad social y ambiental que deben mantener cada una de las empresas frente a las acciones que estén perjudicando al medio ambiente y la vida de los seres humanos que integran casa empresa.

Realizando un diagnóstico en el sector de alojamiento frente a los principios propuestos en la Economía Popular y Solidaria en el artículo 4, permitirá que dichos establecimientos al estar bajo esta ley, mantengan un compromiso con sus trabajadores, clientes, comunidad y el medio ambiente, por lo que también se puede mencionar que esto ayudará que las actividades realizadas se desarrollen con transparencia dentro de cada uno de los establecimientos con la rendición de cuenta hacia sus miembros, la distribución equitativa de sus utilidades.

4.1.2 Aspecto económico

El sector turístico en la actualidad es considerado fundamental en la economía del país, el mismo que aportado para el desarrollo y crecimiento, donde los aspectos económicos son de importancia para los negocios que existen dentro de este, debido tanto para la toma de decisiones en las actividades de las empresas para que las mismas puedan tener un beneficio alguno.

a. Producto Interno Bruto

El Producto Interno Bruto (PIB) es el conjunto de bienes y servicios que son desarrollados dentro de una economía en un determinado tiempo, permitiendo determinar si ha existido un aumento una disminución de la

producción de dichos bienes y servicios de las empresas que integran un país, por lo que se puede observar la riqueza que mantiene un territorio, por lo que a continuación se detallan el crecimiento del PIB en el país desde el año 2012 al 2016:

Tabla 32

PIB (Miles USD)

Año	PIB
2012	\$ 87.924.544,00
2013	\$ 95.129.659,00
2014	\$ 102.292.260,00
2015	\$ 100.176.808,00
2016	\$ 97.802.211,00

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2017)

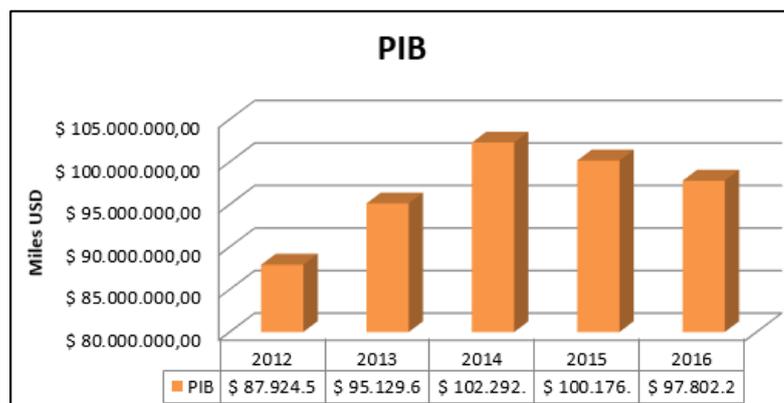


Figura 32 PIB (Miles USD)

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2017)

En la Figura se puede observar que ha existido un aumento en el PIB a partir del año 2012 hasta el año 2014, esto principalmente porque ha existido el consumo de los bienes y servicios que cada una de las empresas proporcionan, así también se puede mencionar que ha existido el crecimiento de las exportaciones, ayudando a que la economía mantenga una expansión dentro de estos años, así también por los elevados precios del petróleo, donde en el Ecuador entre estos años también existió una disminución de la pobreza.

Por otra parte desde al año 2014 al año 2016, existió una disminución del PIB, esto debido a los precios del petróleo que estas disminuyendo y por otra parte también se puede mencionar la apreciación del dólar. Dentro de esto también dentro de esto se puede mencionar el terremoto el 16 de abril de 2016 que afecto a la parte costera del país, en el mismo periodo el empleo y el subempleo aumento.

Debido a lo que está pasando dentro del país, se ha podido evidenciar que no han existido los sufrientes ahorros fiscales, por lo que el gobierno ha tomado diferentes medidas frente a la disminución del PIB en el país, como restringir las importaciones, aumentar los ingresos públicos no petroleros, es así que estas alternativas permitirán disminuir los efectos que tiene los bajos precios del petróleo.

Donde el turismo es una de las actividades que permite un crecimiento en la economía del país, el mismo que se ha visto en el año 2016 una demanda de turística, en diferentes periodos de tiempo, es así que todo este turismo interno dinamizo la economía del país, especialmente en las áreas afectadas por el terremoto ya mencionado contribuyendo a la reactivación productiva.

b. Producción Total Servicios de Alojamiento en Cotopaxi

Tabla 33

Producción Total Servicios de Alojamiento

Año	Producción Total
2011	8.222,90
2012	9.592,95
2013	11.373,19
2014	13.927,05
2015	14.166,65

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2017)

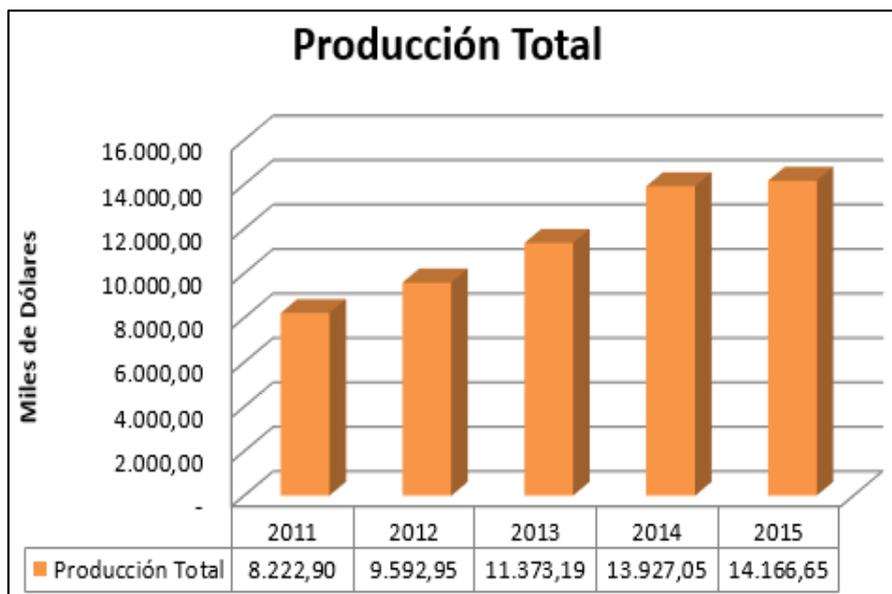


Figura 33 Producción total Servicios de Alojamiento

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2017)

En la figura se puede observar que durante el año 2011 hasta el año 2015, existió un incremento en la producción en el servicio de alojamiento en cada año, esto debido a que por parte de turistas tanto nacionales como extranjeros han visitado la provincia de Cotopaxi, es así que la actividad de alojamiento es uno de los complementos del turismo, que ofrece el alojamiento de las personas que optan por la visita de los diferentes lugares.

La provincia de Cotopaxi es una de las zonas que mantienen diferentes lugares turísticos, que son de atracción tanto para visitantes nacionales como extranjeros, es así que el 35% de personas que visitan el país, optan por la visita de lo atractivos turístico de los siete cantones de Cotopaxi, observando la demanda de turistas que mantiene la provincia los propietarios de los diferentes establecimientos de alojamiento han realizado adecuaciones o nuevas construcciones para poder satisfacer la demanda.

c. Participación Nacional de empresas

Tabla 34

Participación Nacional Actividades Económicas

Actividad Económica	% Participación Nacional
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.	36,6%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.	10,4%
Transporte y almacenamiento.	10,0%
Industrias manufactureras.	8,6%
Actividades de alojamiento.	7,4%
Actividades profesionales, científicas y técnicas.	6,3%
Otras actividades de servicios.	5,2%
Construcción.	3,4%
Enseñanza.	2,9%
Actividades inmobiliarias.	2,4%
Actividades de servicios administrativos y de apoyo.	2,1%
Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social.	2,1%
Información y comunicación.	0,9%
Artes, entretenimiento y recreación.	0,7%
Explotación de minas y canteras.	0,4%
Actividades financieras y de seguros.	0,3%
Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria.	0,3%
Distribución de agua; alcantarillado, gestión de desechos y actividades de saneamiento.	0,1%
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado.	0,0%

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2017)

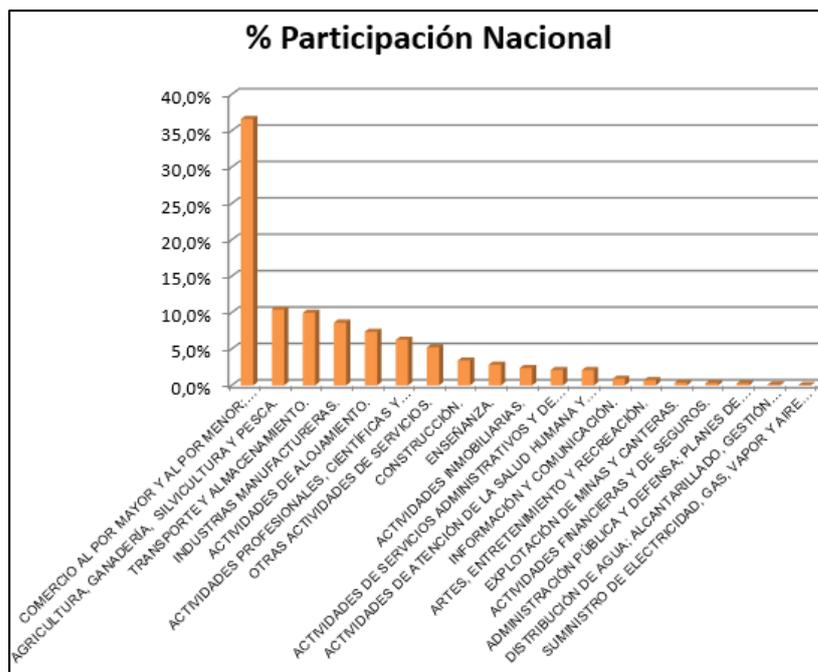


Figura 34 Participación Nacional Actividades Económicas

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2017)

Se puede apreciar en la figura que la participación nacional de los establecimientos de actividad de alojamiento, se encuentra en el quinto lugar con un porcentaje del 7,4% del número de empresas según la actividad económica, correspondiendo a 62.162 empresas, dedicadas a la actividad de alojamiento, por lo que se puede evidenciar que la participación del turismo es importante puesto que Ecuador es un país lleno de atractivos turísticos que ofrece diferentes actividades que son motivo de atracción para turistas nacionales como para turistas extranjeros.

Es así que debido a la demanda por los turistas que existen se ha convertido en una fuente de ingreso económico importante dentro del país, se ha diseñado diferentes estrategias para que el turismo sea una de las actividades no petrolera que aporte a la economía del país, es así que el sector hotelero debe unirse para trabajar de manera ordenada, para que generen una información transparente al sector turístico. Promoviendo de esta manera que los establecimientos tengan mayor acogida por los turistas de esta manera cuenten con una demanda satisfecha con un servicio de calidad.

4.1.3. Aspecto político

Ecuador ha pasado por diferentes acontecimientos en el ámbito político, así también ha existido elecciones de nuevas autoridades que han mantenido diferentes pensamientos en las variedad de asuntos que implica un país, se puede manifestar un acontecimiento el 15 de enero de 2007 donde el Eco. Rafael Correa fue electo presidente de la República del Ecuador.

Es ahí que comienzan una transformación en la política del país, pues existieron reformas y la creación de nuevas leyes, las mismas que prácticamente se encienden en la búsqueda del buen vivir, enfocándose en lo social, abarcando todos los sectores. El mismo que consiste en la redistribución de la riqueza y la integración social mejorando la calidad de vida de los ciudadanos.

Sin embargo el Plan Nacional para el Buen Vivir se encuentra integrado por estrategias que permiten que el turismo sea una actividad que genere ingresos para la sociedad, así como también sea creadora de nuevos empleos los mismos en beneficio para la comunidad, siempre pensando en el bienestar social.

Sin embargo en la actualidad con el gobierno del Presidente Lenin Moreno Garcés, existen cambios en el Plan Nacional para el Buen Vivir 2017-2021, el mismo que está basado bajo tres ejes lo cuales son: derechos para todos durante toda la vida, Economía al servicio de la sociedad y más sociedad, mejor Estado, los mismo que se encuentran formados por diferentes objetivos que en total son nueve objetivo. El mismo que se encuentran enfocados hacia el bienestar de la vida de las personas, así también referente a la economía dentro de la sociedad y garantizar que la sociedad y el Estado mantengan una buena relación.

Tabla 35

Objetivos Nacionales de Desarrollo

Ejes	Objetivos
Eje 1: Derechos para todos durante toda la vida.	1 Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas
	2 Afirmar la interculturalidad y plurinacionalidad, revalorizando las identidades
	3 Garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones
	4 Consolidar la sostenibilidad del sistema económico, social y solidario y a afianzar la dolarización
Eje 2: Economía al servicio de la sociedad.	5 Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible, de manera redistributiva y solidaria
	6 Desarrollar las capacidades productivas y del entorno, para lograr la soberanía alimentaria y el Buen Vivir Rural
Eje 3: Más sociedad, mejor Estado.	7 Incentivar una sociedad participativa, con un Estado cercano al servicio de la ciudadanía
	8 Promover la transparencia y la corresponsabilidad para una nueva ética social
	9 Garantizar la soberanía y la paz, y posicionar estratégicamente al país en la región y el mundo

Fuente: (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017)

Cada uno de los ejes busca el bienestar de cada uno de los sectores que componen el territorio ecuatoriano, el primer eje se refiere específicamente al ser humano que debe tener derechos en el transcurso de la vida, sin ninguna discriminación alguna que atente contra él, básicamente se enfoca en la salud en la calidad de vida de las personas, en especial de las personas de la tercera edad, poseer una vivienda, tener las facilidades para que las personas puedan estudiar, eliminación de la violencia hacia el ser humano sin distinción de edad y género y el acceso al empleo, es decir todos lo derecho que todo ser humano debe poseer para tener una vida digna. Donde existir el compromiso por parte del Estado donde: debe respetar los derechos de cada uno, proteger que no se violen los derechos de las personas y garantizar los derechos.

Donde todo esto referente al primer eje se puede manifestar que las empresas también deben respetar al ser humano, sin violentar sus derechos que garantizan que lleven una vida justa y digna, donde los propietarios de las empresas deberán mantener una responsabilidad con sus trabajadores, clientes y comunidad, siempre buscando el bienestar de cada uno de ellos, por lo que el sector de alojamiento también está bajo este eje, donde cada uno de los dueños de los alojamientos deben mantener el respeto a los derechos de cada uno de los grupos de interés involucrados en la actividad económica de cada uno de los establecimientos.

El segundo eje abarca a la economía al servicio de la sociedad, esto hace énfasis en lo expuesto en la constitución que menciona que el sistema económico del país, es una economía social y solidaria, buscando el fortalecimiento de la Economía Popular y Solidaria, incentivos a emprendimientos, turismo comunitario responsable y el desarrollo de emprendimientos de turismo locales.

En el sector de alojamiento, este eje tiene mucha relación debido a que dentro de este sector se incentiva a la economía social y solidaria, en el que busca mantener una relación equilibrada entre la sociedad, Estado y mercado, siempre respetando la naturaleza, también debe existir el favorecimiento de la producción nacional y la utilización de mano obra local, así como mantener el comercio ético y justo.

Finalmente el tercer eje más sociedad, mejor Estado menciona a la participación de la sociedad frente a las actividades desarrolladas por el Estado, donde busca crear un vínculo favorable entre los dos, combatiendo el tráfico y consumo de drogas, la formación de los valores en los hogares con coordinación de las instituciones educativas.

Por lo que se puede manifestar que dentro del actual gobierno si existen las intenciones de seguir enfocando a las empresas a mantener una economía social y solidaria, donde se respeta al ser humano así como sus derechos para mantener una vida digna, y promocionando la Economía

Popular y Solidaria así como al turismo comunitario responsable donde los beneficios de esto son para la sociedad.

4.1.4 Aspecto social y cultural

La responsabilidad social frente a los aspectos social y cultural, hace énfasis a impacto que es producido por las empresas ante las personas así como también hacia la comunidad, donde cada una de las empresas realizan su actividades y como no decir a la naturaleza que prácticamente la contaminación que existe por parte de las empresas a provocado un problema social.

Donde el sector de alojamiento debe estar consiente de mantener una buena relación con la sociedad, esto permitirá que las personas tengan una buena imagen de cada establecimiento reduciendo el riesgo de tener una mala reputación, no solamente por parte de la sociedad sino que también por parte de los trabajadores, que al ser testigos de la responsabilidad que mantienen, esto provocara que el talento humano sea atraído y retenido en el establecimiento provocando que tenga mayor competitividad. Si existe el compromiso con los trabajadores estos serán unos trabajadores que se encuentren motivados a trabajar de la mejor manera posible, donde esto conllevara que el servicio sea de calidad.

Se puede evidenciar áreas dentro del aspecto social y cultural en los establecimientos de alojamientos como puede ser el vínculo laboral, el compromiso que mantiene con los trabajadores permitirá que aquellos puedan realizar sus labores como fueron capacitados para obtener una meta planteada, manteniendo una responsabilidad en la seguridad del trabajador así como cuidando la salud del mismo, igualdad en el trato y en las actividades que deben realizar y la formación de cada uno de ellos, así también puede existir la creación de nuevas fuentes de trabajo que puedan ayudar a las personas del sector que se encuentren en busca de un empleo.

Los establecimientos de alojamientos en este aspecto social, se puede decir que existe una relación con la sociedad, en el que se considera

importante que este integre a la comunidad donde se encuentra desarrollando sus actividades, esto no solamente puede ser provocar impactos positivos, como es la generación de trabajo, aportación a la economía local sino que también existe impactos negativos como puede ser la contaminación que esté afectando a las personas que rodea al establecimiento, esta relación se enfoca en la obtención de un capital social que estaría encaminado a la solución de problemas que mantiene la comunidad, cubriendo las necesidades sociales, económicas y ambientales que posee.

Es así que el sector de alojamiento debería ser responsable frente a la sociedad para que pueda ayudar a un desarrollo de la sociedad donde se encuentre operando, todo esto se puede dar mediante la comunicación con los diferentes grupos de interés permitiendo identificar asuntos que les correspondan a la empresa como a la comunidad.

Así existe por parte de las empresas una acción social que se desarrolla al compromiso que mantiene con la sociedad, donde cada una de las personas son las que emiten comentarios acerca de la contribución destinada para la comunidad, es así que la responsabilidad social es uno de los temas importantes dentro de las empresas, mediante esto a cada uno de estas se les puede abrir oportunidades en el mercado, no solamente por el compromiso con la sociedad sino que también existe dicho compromiso con los clientes, trabajadores y el medio ambiente, realizando contribuciones a cada uno de estos enfoques. Además de eso también puede gestionarse programas que permitan a los establecimientos a ser responsables.

Por lo que también la propuesta que corresponde al Balance Social elaborada dentro del proyecto será muy útil para cada uno de los grupos de interés, donde la sociedad podrá evaluar el grado de responsabilidad social que mantiene cada uno de los establecimientos, permitiendo conocer el compromiso que mantiene frente a cada dimensión establecida en la estructura de la herramienta.

4.1.5 Aspecto tecnológico

La tecnología es un conjunto tanto de técnicas, conocimientos y procesos, la cual permite al ser humano desarrollar un ambiente mejor, donde esta tecnología ayuda en la creación y diseño de bienes y de servicios con el fin de satisfacer las necesidades de las personas.

La tecnología también afecta al sector de alojamiento, debido a que mediante este medio se podrá realizar publicidad, reserva y la venta del servicio hotelero, es decir existe un vínculo con el cliente que permitirá promocionar a cada uno de los establecimientos. Es así que la utilización de la tecnología en este sector se está convirtiendo cada vez más imprescindible debido a que permite ordenar la información de cada uno de los establecimientos, aligerando las operaciones que se realizan en cada uno de ellos de esta manera los trabajadores dispondrán de más tiempo para atender a los clientes.

También se puede manifestar que dentro de estos establecimientos permitirá que los trabajadores puedan gestionar de mejor manera la información, tanto en la elaboración de informes y en el manejo de sus registros y su contabilidad.

a. Inversión en TIC – Servicios de Alojamiento

Tabla 36

Inversión en TIC

Año	Valor de Inversión
2012	\$ 2.832.291,00
2013	\$ 1.256.635,00
2014	\$ 2.896.043,00

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2017)

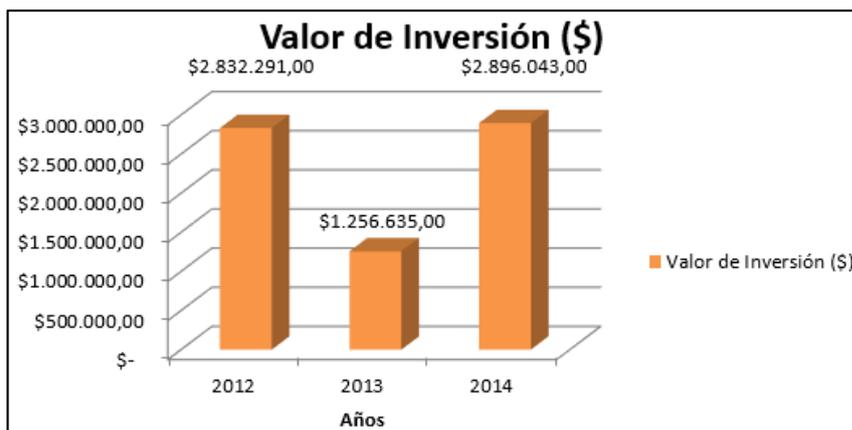


Figura 35 Valor de inversión

Fuente: *(Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2017)*

La inversión de tecnología dentro de las empresas es importante debido a que esto permite que cada una de las actividades realizadas dentro de esta se puedan desarrollar con mayor facilidad y optimizando el tiempo.

Es así que observando la figura se puede mencionar que el sector de alojamientos ha realizado inversiones en tecnología, en el 2012 se realizó una inversión de \$ 2.832.291,00, sin embargo en la año 2013 existió un disminución de esta tecnología de \$1.575.656,00, puesto que por parte de los propietarios de los establecimientos, existe una despreocupación en este aspecto y no consideran la importancia de la inversión limitando que exista una mejora en el servicio, en actividades de publicidad y en si en los ingresos de los establecimientos. Por otra parte en el año 2014 se dio un crecimiento de la inversión de la tecnología de \$ 2.896.043,00 duplicando la cantidad invertida al anterior año, la misma con la que se realizó diferentes adquirentes de dispositivos tecnológicos, software y aplicaciones que sean útil dentro de cada uno de los establecimientos.

Donde la tecnología hoy por día, no simplemente es considerada como un lujo sino que es considerada como una herramienta fundamental que ayuda que las empresas puedan mantener una competitividad en el mercado, no solamente en el nacional sino que el internacional, permitiendo que gracias a la utilización de estas tecnologías cada uno de los establecimientos de alojamiento se encuentren vinculados con los clientes,

promocionando sus servicios, y utilizándolos para la administración y control del mismo.

b. Número de Dispositivos que dispone el Servicio de Alojamiento

Tabla 37

Número de dispositivos

Año	Computadoras	Smartphone	Notebook	Tablet	Otros dispositivos
2012	6.909	349	434	63	141
2013	6.216	382	390	249	172
2014	14.845	1.092	4.641	89	178

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2017)

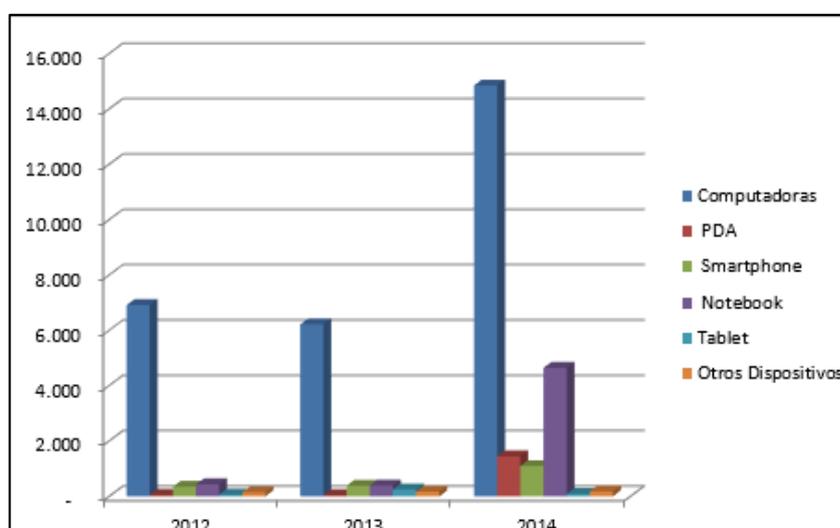


Figura 36 Número de dispositivos

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2017)

Como se puede observar la figura los servicios de alojamiento el dispositivo que es más utilizado es la computadora en los tres años, para el desarrollo de sus actividades económicas, en el año 2012 se utilizaron 9 909 computadoras, para el año 2013 se utilizaron 6 216 computadoras y para el 2014 fueron 14 845 computadoras, seguido por la utilización de las notebook, vale resaltar que los dispositivos utilizados por los establecimientos han ido incrementando al pasar de los años.

Siendo la computadora un dispositivo importante dentro de los negocios, ayudando a que las empresas mantengan un registro de sus archivos y documentos ordenados y de una forma accesible, que le permite optimizar el tiempo de los trabajadores provocando que exista productividad dentro de las empresas. Así también permite la utilización de software que son de utilidad para cada empresa, ya sea esto para el manejo de la contabilidad.

La utilización de estos dispositivos permitirá que nuestra propuesta que es el balance social sea utilizada por los establecimientos de alojamiento de la provincia de Cotopaxi, donde cada uno de estos mantiene los dispositivos necesarios para la ejecución de esta herramienta, permitiendo que cada uno de los propietarios de los establecimientos pueda evaluar la responsabilidad social que mantienen con los grupos de interés.

c. Número de empresas que utilizan internet sector Alojamiento

El internet es una herramienta muy útil dentro de las empresas, permite que las mismas dispongan de información que sea necesario para tomar decisiones. A continuación se detalla del porcentaje de los establecimientos del sector alojamiento que tienen acceso a internet:

Tabla 38

Acceso a Internet

Año	Número de empresas		
	Total	Utilizan internet	Porcentaje
2012	506	458	91%
2013	343	292	85%
2014	347	303	87%

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2017)

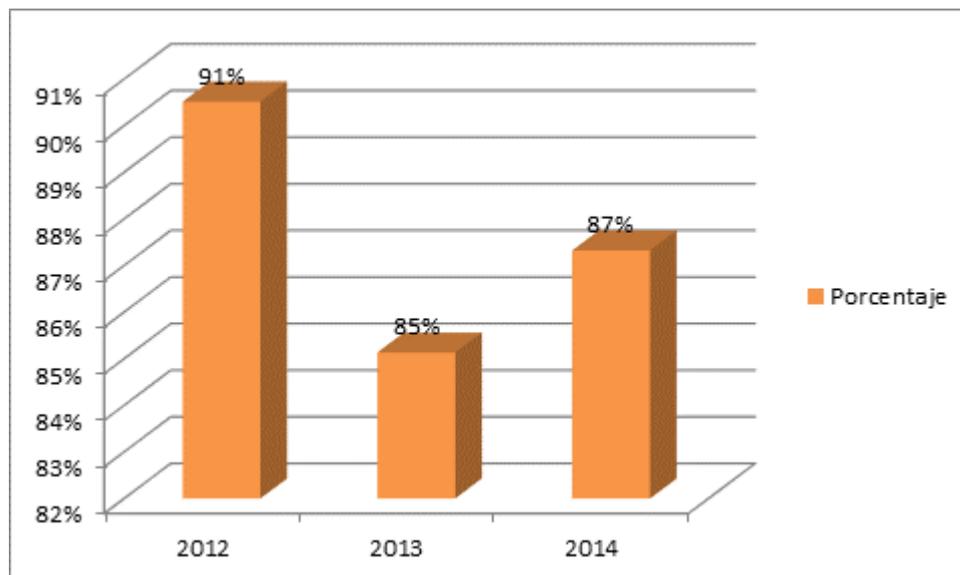


Figura 37 Acceso a internet

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2017)

En la figura se puede observar que los establecimientos de alojamiento si mantiene un acceso a internet, en el año 2012 del total de las empresas dedicadas a la actividad de alojamientos que son 506 establecimientos, existe un 91% de empresas que tienen internet correspondiendo a 458 establecimientos, en el año 2013 el 85% de las empresas y en el año 2014 el 87% de las empresas tienen el acceso al internet, donde se puede mencionar que por parte de los propietarios de los establecimientos existe compromiso para que cada uno de estos, se encuentren vinculados con los grupos de interés si también tener a la mano información que le permita tomar las mejores decisiones.

Siendo esto una herramienta importante para la comunicación de los establecimientos como medio para realizar promoción de los servicios prestados, así también al acceso a información de los mismos, la comunicación con los clientes y los proveedores, siendo el internet que se encuentra accesible para las persona esto permite que la difusión de la información por parte de los establecimientos sea conocida y revisada por todo el mundo, provocando que exista turistas interesados en conocer los atractivos turísticos que posee el país, en el sector de alojamiento permite que las turistas mantengan comunicación con los establecimientos para la

realización de reservas, conocimientos de promociones, referencias de los establecimientos.

4.1.6 Aspecto de mercado

Dentro de la actividad de alojamiento se menciona que existe un mercado muy competitivo, debido a que Ecuador es un lugar que posee diferentes atractivos turísticos lo que le hace que turistas nacionales como extranjeros opten por visitar, es así que la demanda dentro del país es elevada.

Según (González, 2006) menciona que:

La principal responsabilidad de la empresa ante los accionistas y ante la sociedad es la de conciliar el objetivo de generar beneficios, y, a través de ellos, riqueza y empleo, con el estricto cumplimiento de las leyes, sin incurrir en fraude, competencia desleal, corrupción o engaño. (p.5)

Se considera que la aplicación de una competencia desleal dentro de las empresas afectará a la imagen de la misma, perjudicando a los grupos de interés, es decir las empresas no mantendrán la Responsabilidad Social y solo se encontrarán enfocadas en adquirir beneficios económicos sin pensar en el bienestar de sus clientes, la comunidad y el medio ambiente.

Donde la Responsabilidad Social se vincula en que las empresas pueden afectar de manera o no a los diferentes grupos de interés, sin embargo al aplicar la competencia desleal no estaría pensando como esto afectaría directamente en el negocio, en el momento que puede salir a luz las acciones tomadas por las empresas, donde esto sería motivo de confianza de parte de los clientes, proveedores y la comunidad.

Las empresas que mantienen un posicionamiento bueno en el mercado, pueden ser clientes que aprovechen dicha posición para imponer las condiciones frente a sus proveedores, aplicando una competencia desleal, perjudicando el bienestar del mismo es decir no encontrarse comprometido con el bienestar del proveedor.

4.2 Análisis Micro del Sector Alojamiento

4.2.1 Aspectos de normativa de la Responsabilidad Social Asociativa

En los aspectos relacionados con la responsabilidad social asociativa se ha determinado que los propietarios si consideran importante que los servicios de alojamiento realicen contribuciones económicas, de protección al medio ambiente o de ayuda a la sociedad y de igual manera la gran mayoría de propietarios se preocupan por que sus colaboradores se mantengan capacitado ya que por medio de ello mantienen una buena estructura organizacional y así brindan el mejor servicio al cliente.

4.2.2 Análisis de cumplimiento del Sector Servicios de Alojamiento CIU I5510.01 de la provincia de Cotopaxi hacia la responsabilidad social.

En el análisis de cumplimiento varios propietarios han manifestado que debido a que no poseen un control de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria únicamente se han enfocado en crecer económicamente por lo que no cuentan con un Balance Social, el cual permita identificar el compromiso que mantiene con los clientes, la comunidad y el medio ambiente, de la misma manera se identificó que no existe una asociación la cual les permita adoptar iniciativas de desarrollo por lo que consideran importante que los servicios de alojamiento deberían implementar una herramienta de evaluación de responsabilidad social la cual le permita crecer y desarrollarse en su actividad económica, crecer en el mercado y así de esta manera cumplir con los objetivos y políticas propuestas, satisfaciendo al cliente, la comunidad y el medio ambiente.

4.3 Información primaria del sector

Mediante la aplicación de encuestas se detallará el estudio de campo efectuado en el Sector Servicios de Alojamiento prestado por hoteles, hoteles de suites, apart hoteles, complejos turísticos y hosterías de la

provincia de Cotopaxi, para lo cual se aplicó un cuestionario de 12 preguntas dirigidas a los propietarios de cada establecimiento.

La información obtenida en el estudio de campo está comprendida en cuatro partes, la cual se detalla a continuación:

Parte I: Datos Informativos

Tabla 39

Tipo de servicio de alojamiento

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Hotel	19	61,3	61,3	61,3
Complejo turístico	2	6,5	6,5	67,7
Hostería	10	32,3	32,3	100
Total	31	100	100	

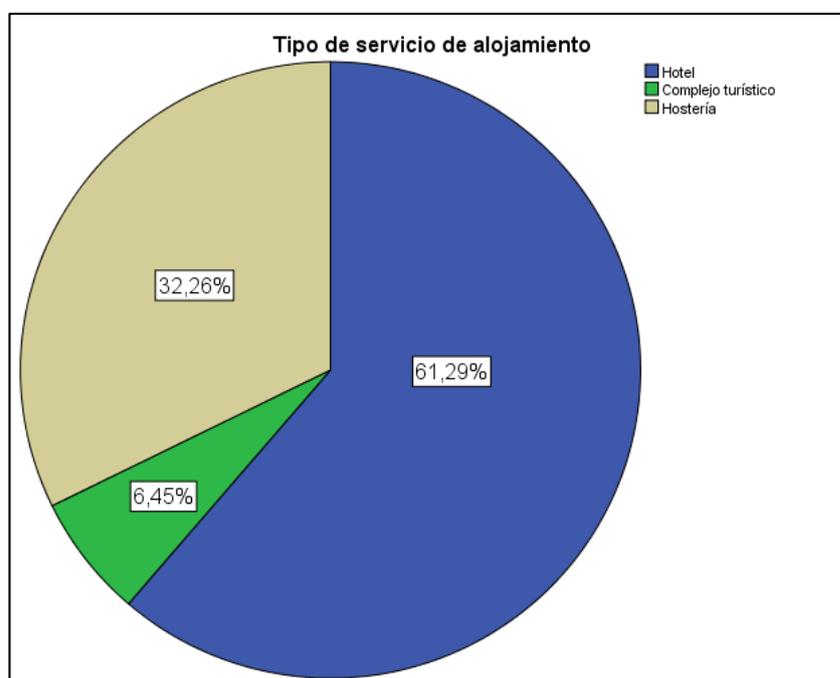


Figura 38 Tipo de servicio de alojamiento

El cuestionario fue aplicado en diferentes establecimientos que brindan Servicios de Alojamiento en la provincia de Cotopaxi, según el clasificador CIIU I5510.01 y en base a los registros que reposan en la página web www.sri.gob.ec con fecha de corte 10 de octubre de 2017 se determinó

que existen 34 establecimientos en el Sector Servicios de Alojamiento prestado por hoteles, hoteles de suites, apart hoteles, complejo turístico y hosterías; de los cuales, la encuesta fue aplicada a una muestra a los propietarios de 31 establecimientos los cuales están distribuidos como de detalla a continuación: 19 hoteles representando el 61,3% de la muestra, 2 complejos turísticos que representan el 6,5% y 10 hosterías que representan el 32,3%.

Tabla 40

Cantón en donde se encuentra ubicado el negocio

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Latacunga	17	54,8	54,8	54,8
Salcedo	3	9,7	9,7	64,5
Pujilí	2	6,5	6,5	71
Pangua	1	3,2	3,2	74,2
Sigchos	1	3,2	3,2	77,4
La Maná	7	22,6	22,6	100
Total	31	100	100	

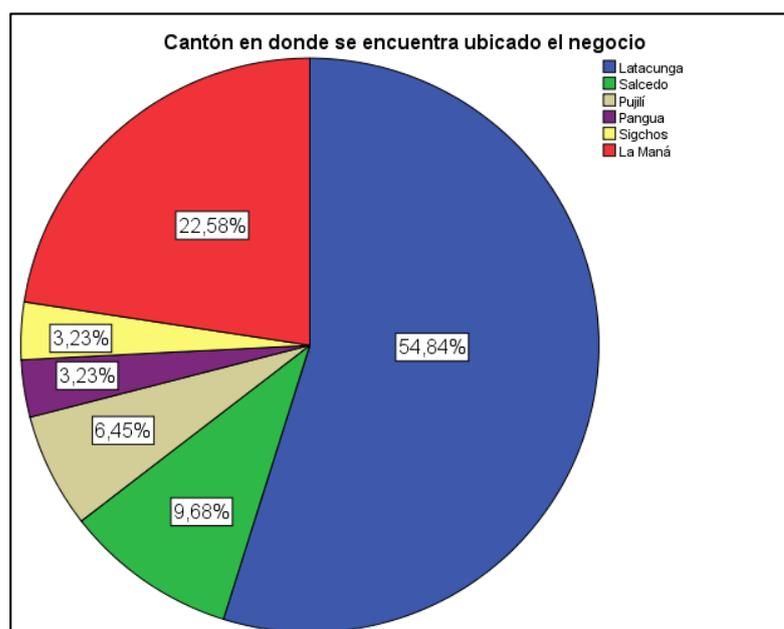


Figura 39 Cantón en donde se encuentra ubicado el negocio

Del total de la muestra de la provincia de Cotopaxi las encuestas fueron aplicadas en 17 establecimientos del cantón Latacunga que

representan el 54,8% del total de la muestra, 3 establecimientos del cantón Salcedo representando el 9,7%, 2 establecimientos en el cantón Pujilí que representan el 6,5%, 1 establecimiento en el cantón Pangua que representa el 3,2%, 1 establecimiento en el cantón Sigchos representando el 3,2% y el 22,6% en el cantón La Maná.

Tabla 41

Tiempo de existencia del negocio

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos de 1 año	1	3,2	3,2	3,2
De 1 a 3 años	2	6,5	6,5	9,7
Más de 3 a 5 años	5	16,1	16,1	25,8
Más de 5 años	23	74,2	74,2	100
Total	31	100	100	

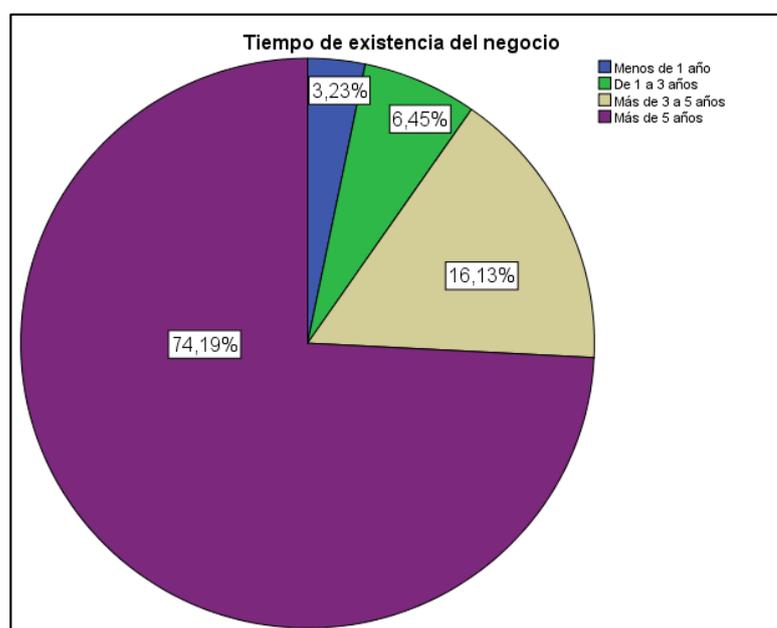


Figura 40 Tiempo de existencia del negocio

Según el tiempo de existencia del negocio se ha determinado que un total de 23 establecimientos quienes representan el 74,19% tienen más de 5 años en el mercado, 5 establecimientos 16,13% más de 3 a 5 años, e establecimientos 6,45% de 1 a 3 años y 1 establecimiento representando el 3,23% menos de un año.

Parte II: Preguntas relacionadas con responsabilidad solidaria asociativa.

1. ¿Considera usted relevante que todo negocio se interese en la responsabilidad con el cliente?

Tabla 42

Interés en la responsabilidad con el cliente.

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	30	96,8	96,8	96,8
No	1	3,2	3,2	100
Total	31	100,0	100,0	

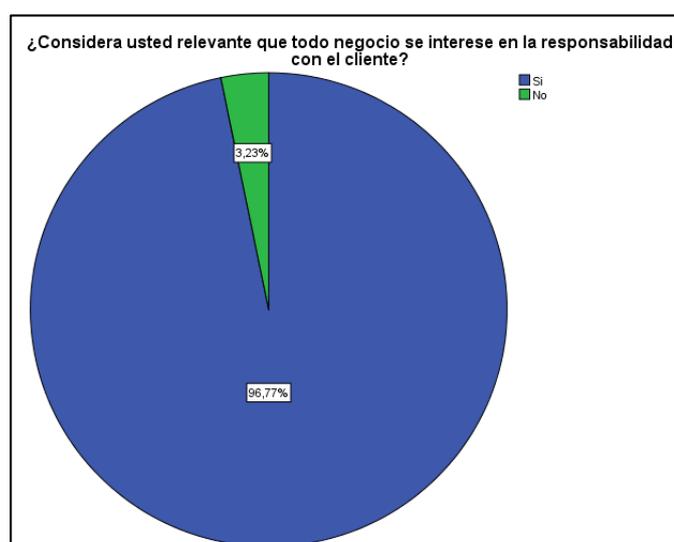


Figura 41 Interés en la responsabilidad con el cliente.

Interpretación:

De las 31 encuestas aplicadas en el Sector Servicios de Alojamiento de la provincia de Cotopaxi 30 propietarios manifestaron que si consideran relevante que todo negocio se interesa en la responsabilidad con el cliente y 1 propietario dio a conocer que no lo considera importante.

Análisis:

Considerando los resultados obtenidos se pudo identificar que del total de propietarios de los establecimientos correspondientes a Servicios de

Alojamiento de la provincia de Cotopaxi el 96,8% de propietarios están de acuerdo que todo negocio se interese por la responsabilidad con el cliente, ya que por ser su principal fuente de ingreso plantean estrategias para proporcionar un buen servicio y por ende llegar a la satisfacción del mismo, para así incrementar sus utilidades, permanecer en el mercado y captar nuevos clientes y el 3,2% no lo considera relevante.

Diagnóstico:

En base al resultado de la encuestas realizadas se determina que los Servicios de Alojamiento tienen responsabilidad con el cliente, lo cual es favorable para la investigación, ya que el cliente es el pilar fundamental de todo negocio que brinde este tipo de servicio y va a permitir que el mismo se encuentre en niveles altos en cuanto se refiere a satisfacción del cliente.

2. ¿Considera usted relevante que todo negocio se interese en la responsabilidad con la comunidad?

Tabla 43

Interés en la responsabilidad con la comunidad

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	28	90,3	90,3	90,3
No	3	9,7	9,7	100
Total	31	100	100	

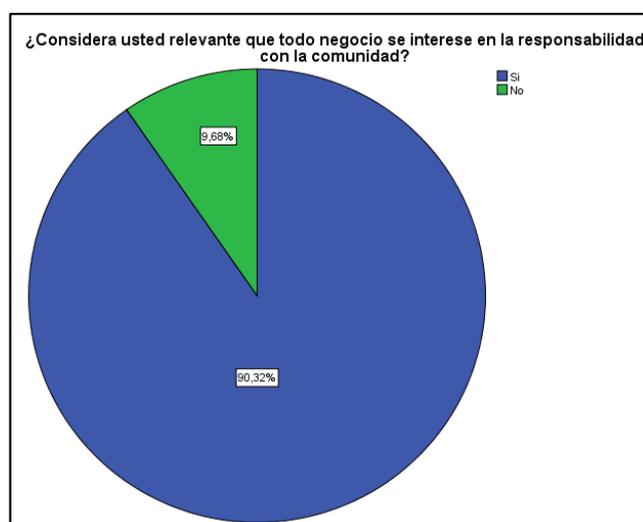


Figura 42 Interés en la responsabilidad con la comunidad

Interpretación:

En base a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas se determinó que 28 propietarios de los Servicios de Alojamiento consideran importante que todo negocio se interese por la responsabilidad con la comunidad y 3 propietarios no consideran un factor relevante para el desarrollo de su actividad económica.

Análisis:

Considerando el resultado de las encuestas aplicadas en los Servicios de Alojamiento se determinó que la mayor parte de ellas es decir el 90,3% están de acuerdo en que el negocio se interese por la responsabilidad con la comunidad y tan solo el 9,7% no está de acuerdo, se puede señalar que no existe un vínculo entre las partes de interés.

Diagnóstico:

De la totalidad de encuestas aplicadas en los diferentes establecimientos de Servicios de Alojamiento de la provincia de Cotopaxi la mayor parte de propietarios manifestaron que si consideran relevante que todo negocio se interese por la responsabilidad con la comunidad ya que permite proteger, progresar y optimar un negocio y de esta manera crear un vínculo de armonía entre el negocio y las personas que habitan en el sector en donde se encuentra ubicado el mismo.

3. ¿Considera usted relevante que todo negocio se interese en la responsabilidad con el medio ambiente?

Tabla 44

Interés en la responsabilidad con el medio ambiente

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	30	96,8	96,8	96,8
No	1	3,2	3,2	100,0
Total	31	100,0	100,0	

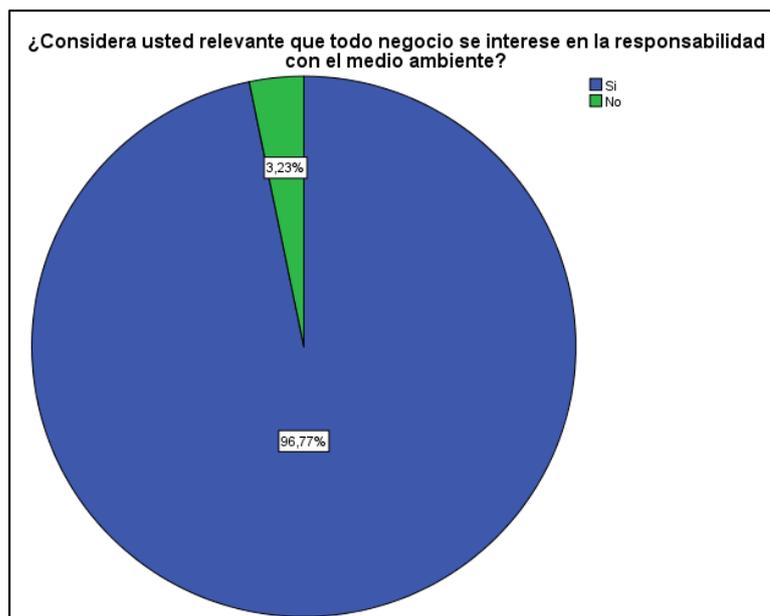


Figura 43 Interés en la responsabilidad con el medio ambiente

Interpretación:

De las 31 encuestas aplicadas a los propietarios de los Servicios de Alojamiento 30 propietarios manifestaron que sí están de acuerdo en que todo negocio se interese en la responsabilidad con el medio ambiente y 1 propietario está en desacuerdo.

Análisis:

En base a los resultados de las encuestas aplicadas a los propietarios de los establecimientos de Servicios de Alojamiento de los diferentes cantones de la provincia de Cotopaxi, se pudo identificar que el 96,8% del total de las personas encuestadas consideran relevante que los negocios se interesen en la responsabilidad con el medio ambiente, ya que en muchos de los casos consideran que el mayor atractivo del turista es la naturaleza por lo que utilizan este mecanismo como estrategia para captar clientes ofreciéndoles una estadía confortable y en vínculo con el medio ambiente; y el 3,2% no está de acuerdo.

Diagnóstico:

Considerando la información recolectada se pudo identificar que los propietarios consideran fundamental la protección del medio ambiente, sin

embargo no en todos los negocios se comprometen en la protección del mismo por lo que se ven afectados en su desarrollo económico.

4. ¿Según su criterio considera importante que los servicios de alojamiento realicen contribuciones económicas, de protección al medio ambiente o de ayuda a la sociedad?

Tabla 45

Contribuciones económicas, de protección al medio ambiente o de ayuda a la sociedad

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	30	96,8	96,8	96,8
No	1	3,2	3,2	100
Total	31	100	100	

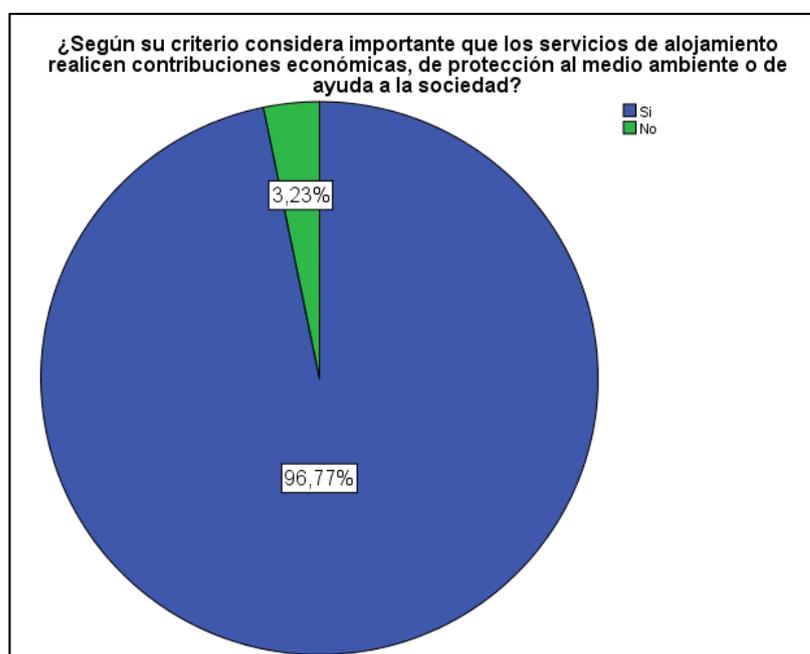


Figura 44 Contribuciones económicas, de protección al medio ambiente o de ayuda a la sociedad

Interpretación:

De las 31 encuestas aplicadas a los propietarios de los establecimientos de que brindan Servicios de Alojamiento en la provincia de Cotopaxi, 30 propietarios manifestaron que si consideran importante que los servicios de alojamiento realicen contribuciones económicas, de protección al medio

ambiente o de ayuda a la sociedad, mientras que 1 persona indicó que no lo considera relevante.

Análisis:

En base a la información recolectada se determinó que el 96,8% de propietarios de los Servicios de Alojamiento están de acuerdo en que las contribuciones económicas ayudarán a los diferentes grupos de interés, ya que por medio de ello lograrían tanto el crecimiento del negocio como también la confianza de sus clientes.

Diagnóstico:

Por tal motivo se determinó que la mayoría de propietarios de los negocios consideran importante que los Servicios de Alojamiento realicen contribuciones ya sean en el ámbito económico, de protección al medio ambiente o de ayuda para la comunidad, lo cual es favorable para la investigación debido a que se puede identificar que existe compromiso y lealtad hacia con los habitantes del sector en donde se ubica el establecimiento.

5. ¿Está usted de acuerdo de que todo negocio reparta las utilidades con sus empleados?

Tabla 46

Repartición de utilidades con los empleados

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	30	96,8	96,8	96,8
No	1	3,2	3,2	100
Total	31	100	100	

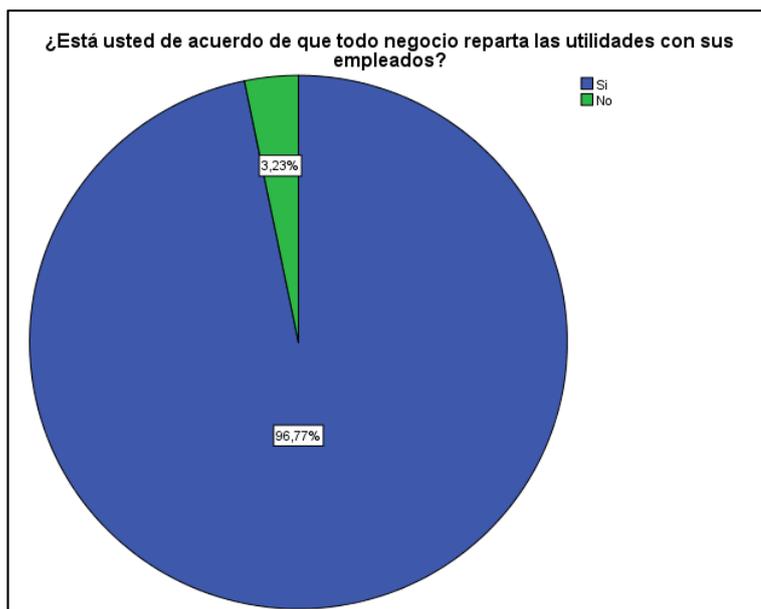


Figura 45 Repartición de utilidades con los empleados

Interpretación:

De las 31 encuestas realizadas 30 propietarios de los Servicios de Alojamiento manifestaron que si están de acuerdo en se reparta las utilidades con sus empleados, mientras que 1 propietario no lo considera importante.

Análisis:

Mediante la información obtenida se puede afirmar que el 96,8% de los propietarios de los Servicios de Alojamiento si están de acuerdo en que las utilidades sean repartidas en beneficio de sus trabajadores y el 3,2% manifestaron que sus trabajadores perciben una remuneración digna por lo que no lo consideran relevante.

Diagnóstico:

Conforme a los resultados de las encuestas aplicadas se puede evidenciar que la mayoría de propietarios indican que si están de acuerdo en que los negocios deben repartir las utilidades con sus empleados, debido a que por medio de ello cada uno de los colaboradores va a incrementar su economía y también va a ser motivado para seguir desempeñando sus

actividades con mayor compromiso, por lo tanto incrementa la economía del negocio y brindan un servicio de calidad.

6. ¿Usted en su negocio ha pensado en adoptar iniciativas de responsabilidad con la sociedad?

Tabla 47

Iniciativas de responsabilidad con la sociedad

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	29	93,5	93,5	93,5
No	2	6,5	6,5	100
Total	31	100	100	

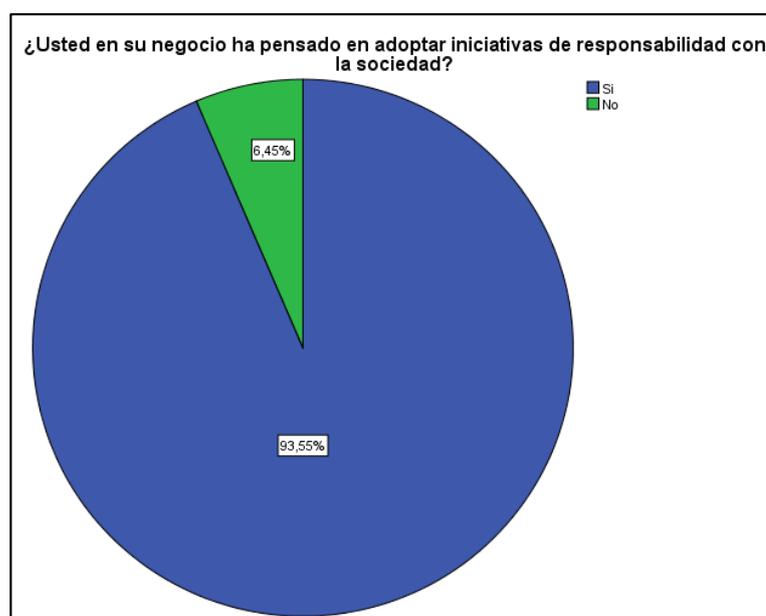


Figura 46 Iniciativas de responsabilidad con la sociedad

Interpretación:

De las 31 encuestas realizadas en los Servicios de Alojamiento, 29 propietarios manifestaron que si están interesados en adoptar iniciativas de responsabilidad con la sociedad mientras 2 encuestados no lo consideran necesario.

Análisis:

En base a las encuestas aplicadas el 93,5% de propietarios de los servicios de alojamiento se interesan en adoptar iniciativas de responsabilidad social, en algunos de los casos los establecimientos cuenta con iniciativas enfocadas en la atención de calidad al cliente y satisfacción del mismo, y el 6,5% considera que no es importante para el desarrollo de sus actividades económicas que simplemente se interesan por la captación de rubros económicos.

Diagnóstico:

Por esta razón se puede analizar que la adopción de iniciativas de responsabilidad con la sociedad, ayudan no solamente al establecimiento que las implementa sino también a los beneficiarios ya que se obligarán a obtener un compromiso mutuo y así satisfacer las necesidades de cada uno de los grupos de interés.

7. Si usted tuviera la oportunidad de adoptar iniciativas de responsabilidad social, las iniciativas que usted adoptaría estarían enfocadas principalmente en:

Tabla 48

Enfoque de iniciativas a ser adoptadas

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Beneficio a los trabajadores	9	29	29	29
Beneficio a los clientes	16	51,6	51,6	80,6
Beneficio a la comunidad	2	6,5	6,5	87,1
Beneficio al medio ambiente	4	12,9	12,9	100
Total	31	100	100	

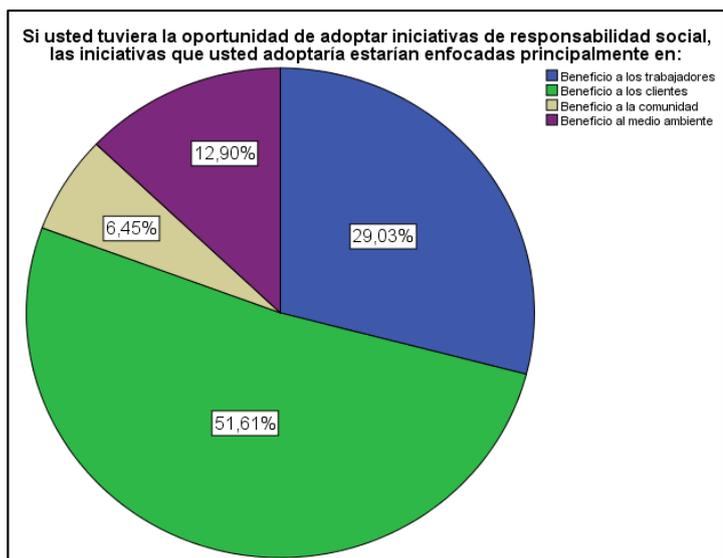


Figura 47 Enfoque de iniciativas a ser adoptadas

Interpretación:

De las 31 encuestas realizadas a los propietarios de los Servicios de Alojamiento de la Provincia de Cotopaxi se llegó a determinar que: 9 propietarios estarían interesados en adoptar iniciativas en beneficio a los trabajadores, 16 propietarios adoptarían iniciativas en beneficio a los clientes, 2 propietarios adoptarían iniciativas en beneficio a la comunidad y 4 en beneficio al medio ambiente.

Análisis:

En base a los resultados obtenidos se puede identificar que el 29% de los encuestados adoptarían iniciativas en beneficio a sus trabajadores ya que les permitiría motivarlos para que exista compromiso en la ejecución de sus actividades, el 51,6% adoptaría iniciativas en beneficio a los clientes debido a que es su principal fuente de ingreso, el 6,5% adoptaría iniciativas en beneficio a la comunidad por permitirles desarrollar su negocio en el sector y 12,9% en beneficio al medio ambiente por ser considerado como el mayor atractivo del turista.

Diagnóstico:

Es por ello que considerando la información recolectada en las encuestas aplicadas se puede analizar que la mayoría de propietarios de los Servicios de Alojamiento estarían interesados en adoptar iniciativas en beneficio de sus clientes y sus trabajadores ya que estos grupos de interés son la fuente primordial para que su negocio siga creciendo.

8. ¿En los últimos 3 años ha tenido la oportunidad de realizar capacitaciones a sus empleados?

Tabla 49

Capacitaciones a los empleados

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	25	80,6	80,6	80,6
No	6	19,4	19,4	100
Total	31	100	100	

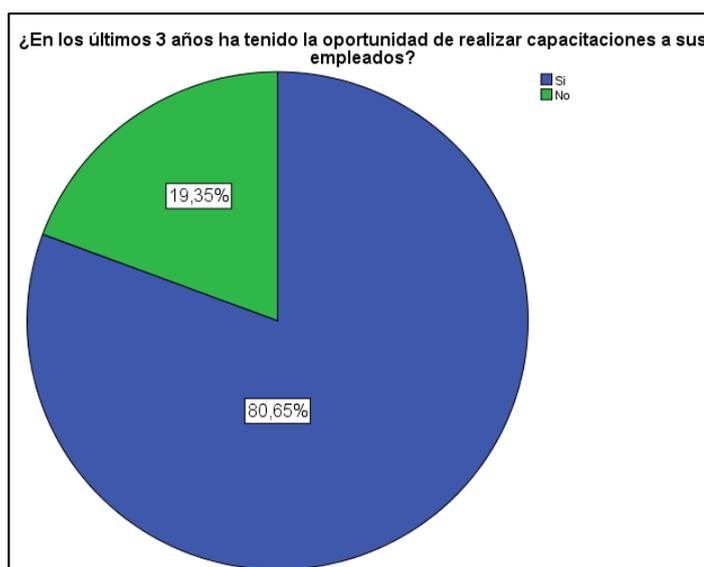


Figura 48 Capacitaciones a los empleados

Interpretación:

De las 31 encuestas realizadas a los propietarios de los diferentes Alojamientos de la provincia de Cotopaxi se determinó que 25 establecimientos si han tenido la oportunidad de realizar capacitaciones a sus empleados en los últimos 3 años, mientras que 6 establecimientos no

han tenido la oportunidad pero que lo implementaran para sus futuros proyectos.

Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los propietarios de los establecimientos de Servicios de Alojamiento de la provincia de Cotopaxi, el 80,6% de encuestados mencionaron que en los últimos 3 años si han realizado capacitaciones permanentes en beneficio de sus empleados y el 19,4% únicamente han realizado una inducción al inicio de la actividad económica.

Diagnóstico:

Por tal motivo los propietarios de los Servicios de Alojamiento contribuyen al incremento de conocimiento de sus colaboradores, para que de esta manera el trabajador se sienta capaz de tomar decisiones, mejorar su desempeño laboral y solucionar problemas si el caso lo requiere, lo cual es favorable para la investigación ya que por medio de ello se puede evidenciar el compromiso existente en los indicadores tanto de responsabilidad social como de balance social.

Parte III: Preguntas relacionadas con Balance Social.

9. ¿Su negocio ha tenido la oportunidad de pertenecer a una asociación, gremio o grupo de interés?

Tabla 50

Pertenencia a una asociación, gremio o grupo de interés

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	9	29	29	29
No	22	71	71	100
Total	31	100	100	



Figura 49 Pertenencia a una asociación, gremio o grupo de interés

Interpretación:

De las 31 encuestas aplicadas a los diferentes propietarios de los Servicios de Aojamiento de la provincia de Cotopaxi, 9 representantes de los establecimientos respondieron que si han pertenecido a una asociación mientras que 22 representantes no han tenido la oportunidad de conformar una asociación.

Análisis:

De acuerdo a la información recolectada se pudo determinar que la mayoría de establecimientos, es decir el 71% de negocios no han tenido la oportunidad de pertenecer a una asociación, ya que consideran que es un negocio personal y que su éxito o fracaso depende de la calidad del servicio que brindan a sus clientes.

El 29% de establecimientos que en algún momento pertenecieron a una asociación manifestaron que por falta de compromiso de los representantes legales, desinterés de las partes y el pasar de los años no ha llegado a feliz término dicha organización.

Diagnóstico:

Es por este motivo los encuestados han decidido desempeñar sus actividades económicas independientemente obteniendo simplemente beneficio económico propio y limitando que exista un mejor desarrollo en el mercado.

10. ¿Usted estaría interesado en formar parte de una asociación de manera voluntaria donde se practique la equitatividad, solidaridad y el respeto a la identidad cultural?

Tabla 51

Asociación de manera voluntaria donde se practique la equitatividad, solidaridad y el respeto a la identidad cultural

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	29	93,5	93,5	93,5
No	2	6,5	6,5	100
Total	31	100	100	

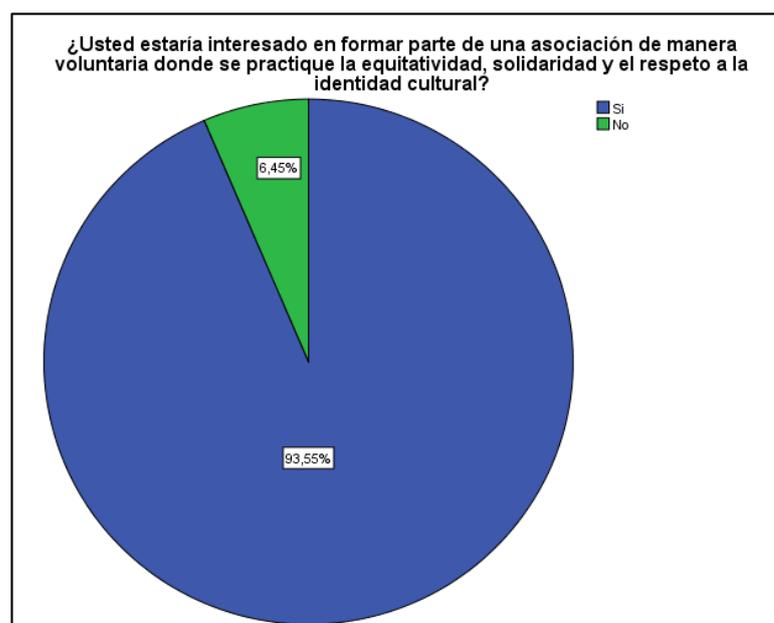


Figura 50 Asociación de manera voluntaria donde se practique la equitatividad, solidaridad y el respeto a la identidad cultural

Interpretación:

De las 31 encuestas realizadas en los servicios de alojamiento de los diferentes cantones de la provincia de Cotopaxi 29 propietarios manifestaron que si estarían interesados en formar parte de una asociación de manera voluntaria donde se practique la equitatividad, solidaridad y respeto a la identidad cultural, mientras que 2 propietarios manifestaron que no están interesados.

Análisis:

Conforme a los resultados de las encuestas realizadas se identificó que el 93,5% de encuestados se verían beneficiados al integrar una asociación ya que se implementarían estrategias de mercado, marketing y liderazgo en beneficio de todo el sector que brinde Servicios de Alojamiento.

Diagnóstico:

Es por ello que se puede afirmar que la mayor parte de propietarios están interesados en formar parte de una asociación, lo cual es favorable para la investigación ya que por medio asociación voluntaria de personas se llegará a obtener un fin común, cuyas acciones se sustentan en valores y principios de apoyo mutuo, igualdad, libertad, compromiso con la comunidad y la naturaleza.

11. ¿Ha tenido la oportunidad de autoevaluar su nivel de responsabilidad social?

Tabla 52

Autoevaluación nivel de responsabilidad social

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	13	41,9	41,9	41,9
No	18	58,1	58,1	100
Total	31	100	100	

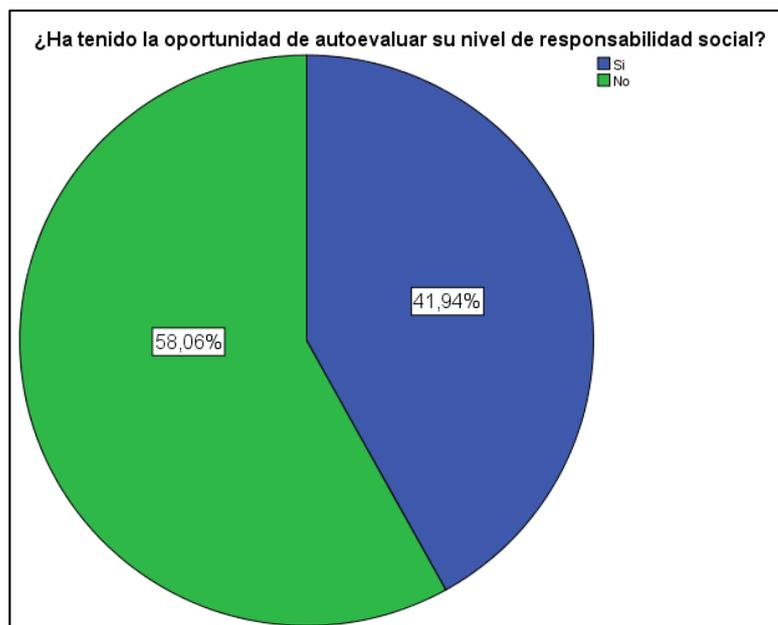


Figura 51 Autoevaluación nivel de responsabilidad social

Interpretación:

De las 31 encuestas realizadas a los propietarios de los Servicios de Alojamiento de la provincia de Cotopaxi, 13 propietarios quienes representan el 41,9% manifestaron que si han autoevaluado su nivel de responsabilidad social; mientras que 18 propietarios quienes representan el 58,1% indicaron que no han tenido la oportunidad de autoevaluar su nivel de responsabilidad social.

Análisis:

Considerando los resultados obtenidos en las encuestas realizadas se puede mencionar que el 58,1% no ha tenido la oportunidad de evaluar su nivel de responsabilidad social debido al desconocimiento de herramientas o indicadores económicos o sociales que puedan ser utilizados para dicha evaluación.

Mientras que el 41,9% que han evaluado su nivel de responsabilidad social lo han realizado con pequeñas encuestas las cuales les permitía conocer si su servicio fue excelente, muy bueno, bueno, malo, regular o deficiente.

Diagnóstico:

Es por ello que varios casos les ha sido complicado implementar estrategias las cuales ayuden al negocio a determinar sus falencias tanto en el ámbito social, económico y medio ambiental.

12. ¿Considera usted importante que una asociación cuente con un Balance Social, el cual permita identificar el compromiso que mantiene con los clientes, la comunidad y el medio ambiente?

Tabla 53

Importancia que una asociación cuente con un Balance Social

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	30	96,8	96,8	96,8
No	1	3,2	3,2	100
Total	31	100	100	

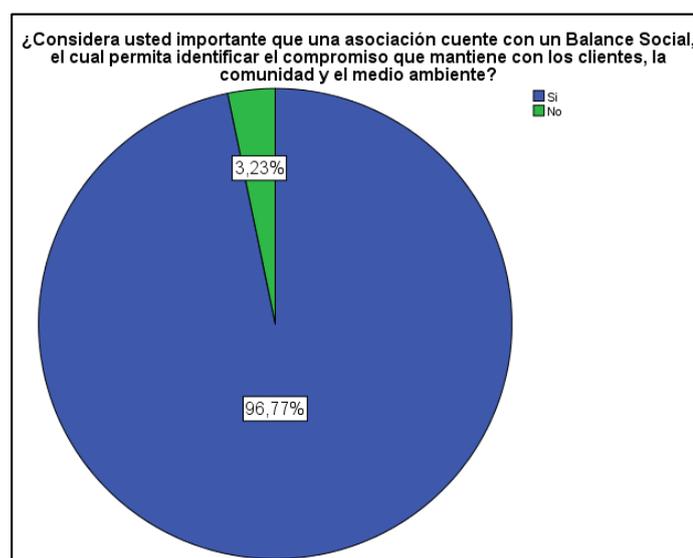


Figura 52 Importancia que una asociación cuente con un Balance Social

Interpretación:

De las 31 encuestas aplicadas en los Servicios de Alojamiento de los diferentes cantones de la Provincia de Cotopaxi se determinó que 30 propietarios consideran importante que una asociación cuente con un Balance Social, el cual permita identificar el compromiso que mantiene con

los clientes, la comunidad y el medio ambiente; mientras que 1 propietario manifestó que no lo considera como factor importante para el desarrollo de sus actividades económicas.

Análisis:

En base a los resultados obtenidos de a podido identificar que el 96,8% de propietarios encuestados estarían interesados en contar con un Balance Social, ya que por medio de ello identificarán el compromiso que mantiene con los clientes, la comunidad y el medio ambiente, y no sólo se enfocarían en obtener beneficio económico.

Diagnóstico:

De tal manera que la gran mayoría de encuestados se han interesado en que una asociación cuente con un Balance Social, ya que el mismo les permitirá identificar el nivel de compromiso que mantienen con sus clientes, la comunidad y el medio ambiente, por medio de indicadores cualitativos y cuantitativos, y así también mantener una evaluación constante y adoptar decisiones correctas las cuales se vean reflejadas en el crecimiento económico de cada uno de los negocios.

13. ¿Considera usted que el Balance Social es un instrumento de información que será útil tanto para el sector de servicios de alojamiento como para la comunidad?

Tabla 54

Balance social como instrumento de información para el sector Servicios de Alojamiento y la comunidad

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	25	80,6	80,6	80,6
No	6	19,4	19,4	100
Total	31	100	100	

¿Considera usted que el Balance Social es un instrumento de información que será útil tanto para el sector de servicios de alojamiento como para la comunidad?

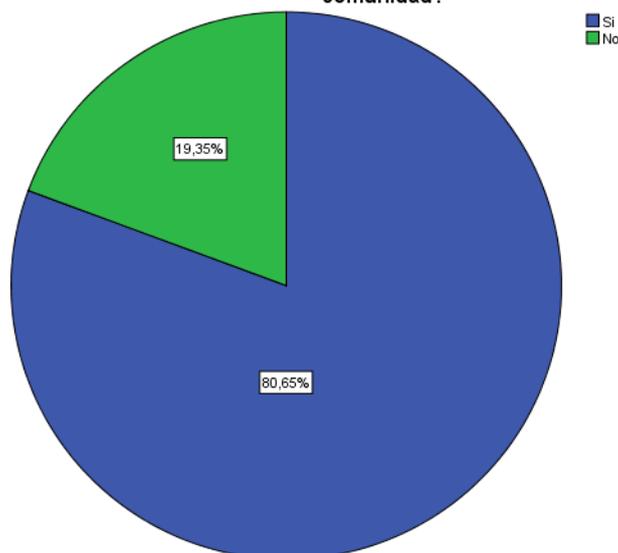


Figura 53 Balance social como instrumento de información para el sector Servicios de Alojamiento y la comunidad

Interpretación:

De las 31 encuestas aplicadas en el sector Servicios de Alojamiento se obtuvieron los siguientes datos: 25 propietarios si consideran que el Balance Social es un instrumento de información que será útil tanto para el sector de servicios de alojamiento como para la comunidad, mientras que 6 propietarios no considera importante dicho factor para el desempeño de sus actividades económicas.

Análisis:

En base a las encuestas aplicadas a los propietarios de cada establecimiento se determinó que el 80.6% si considera importante la implementación de un Balance Social para su negocio ya que por medio de ello implementarán estrategias en beneficio al desarrollo tanto del sector servicios de alojamiento, sus clientes y la comunidad en general, y el 19,4% no lo considera importante debido a que tienen sus propias estrategias de mercado y políticas de desarrollo empresarial.

Diagnóstico:

Conforme a las opiniones de los diferentes propietarios de los establecimientos que brindan Servicios de Alojamiento se puede determinar que la gran mayoría de establecimientos si consideran al Balance Social como un instrumento de información el cual mediante la aplicación de indicadores le va a permitir al propietario del establecimiento implementar iniciativas de ayuda a la comunidad y de esta manera permanecer en el mercado brindando servicios de calidad.

Parte IV: Preguntas relacionadas con la propuesta.

14. ¿Cree usted que todo negocio que pertenezca a una asociación debería tener algún control de responsabilidad social?

Tabla 55

Control de responsabilidad social

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	26	83,9	83,9	83,9
No	5	16,1	16,1	100
Total	31	100	100	

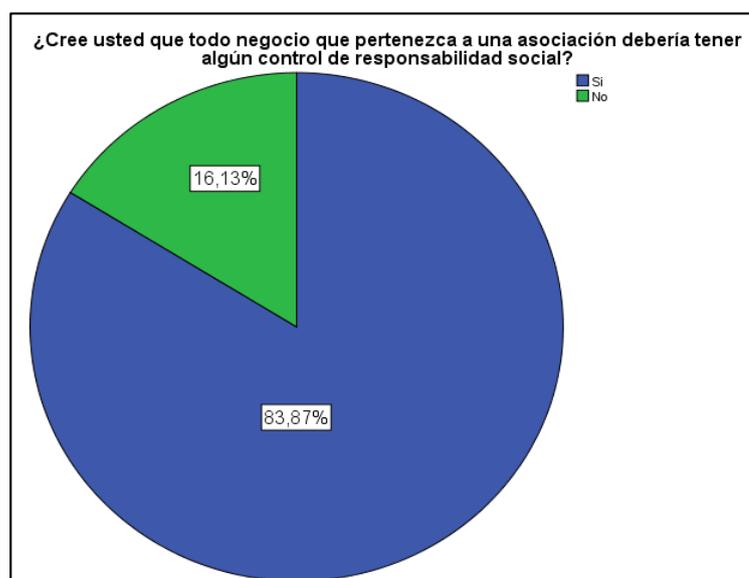


Figura 54 Control de responsabilidad social

Interpretación:

De las 31 encuestas realizadas a los propietarios de los Servicios de Alojamiento de la Provincia de Cotopaxi se llegó a determinar qué: 26 propietarios estarían de acuerdo en que todo negocio que pertenezca a una asociación debería tener algún control de responsabilidad social y 5 propietarios no estarían de acuerdo.

Análisis:

Considerando los resultados obtenidos se pudo identificar que 83,9% está de acuerdo en que todo negocio que pertenezca a una asociación debería tener un control de las actividades que realiza y que se limiten a cumplir con la responsabilidad social y 16,1% no lo considera importante ya que actualmente se encuentran registrados en el Ministerio de Turismo como entidad de control.

Diagnóstico:

Debido a la información recolectada se pudo identificar que es de gran importancia el control de responsabilidad social, ya que por medio de ello estos establecimientos podrán medir su grado de responsabilidad y de esta manera fomentar el crecimiento empresarial.

15. ¿Considera usted necesario que los servicios de alojamiento deberían implementar una herramienta de evaluación de responsabilidad social la cual le permita crecer y desarrollarse en su actividad económica?

Tabla 56

Implementación de una herramienta de evaluación de responsabilidad social

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	29	93,5	93,5	93,5
No	2	6,5	6,5	100
Total	31	100	100	

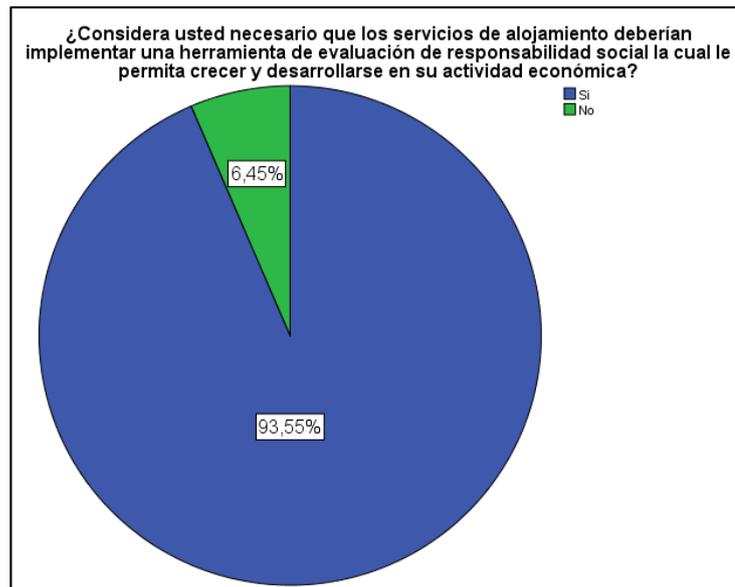


Figura 55 Implementación de una herramienta de evaluación de responsabilidad social

Interpretación:

De las 31 encuestas realizadas en el sector Servicios de Alojamiento se determinó que 29 propietarios consideran necesario que los servicios de alojamiento deberían implementar una herramienta de evaluación de responsabilidad social la cual le permita crecer y desarrollarse en su actividad económica, mientras que 2 propietarios manifestaron que no lo consideran relevante.

Análisis:

Analizando las encuestas realizadas se ha llegado a determinar que el 93,5% de los encuestados consideran necesario la implementación de una herramienta de evaluación de responsabilidad social ya que hasta la actualidad no todos han tenido la oportunidad de evaluar su nivel de responsabilidad con sus clientes, la comunidad y el medio ambiente; el 6,5% de propietarios no lo considera importante pero manifiestan que sería una excelente opción para corregir errores y de esta manera mejorar la atención al cliente.

Diagnóstico:

Conforme a la información obtenida en las encuestas realizadas se pudo determinar que la mayoría de propietarios de los Servicios de Alojamiento si consideran necesario la implementación de una herramienta de evaluación de responsabilidad social, esto es favorable para la investigación ya que por medio de ello el negocio implementaría indicadores los cuales les permitiría crecer tanto económicamente como en el entorno.

4.4 Comprobación de hipótesis del proyecto de investigación.

Para la comprobación de la hipótesis se realizará mediante la comprobación manual y mediante el software estadístico SPSS, lo cual se detalla a continuación:

Comprobación de la hipótesis la mediante la forma manual

La comprobación manual de la hipótesis se realizó mediante la prueba estadística Chi-cuadrado, aplicando la siguiente fórmula:

$$x^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

Dónde:

X²= Valor Chi-cuadrado

(O-E)= Frecuencia observada (datos obtenidos) – Frecuencia esperada

E= Frecuencia esperada

Σ=Sumatoria

Planteamiento de la hipótesis

H₀: La responsabilidad Solidaria Asociativa en el Sector Servicios de Alojamiento de la provincia de Cotopaxi CIU I5510.01 no repercute en el Balance Social.

H₁: La responsabilidad Solidaria Asociativa en el Sector Servicios de Alojamiento de la provincia de Cotopaxi CIIU I5510.01 repercute en el Balance Social.

Calcular el valor de Chi-cuadrado

Para el cálculo del Chi-cuadrado se procede a identificar las variables de la investigación, la variable dependiente “Balance Social” y la variable independiente “La Responsabilidad Solidaria Asociativa en el Sector Servicios de Alojamiento”. Para lo cual se toman las siguientes preguntas de la encuesta aplicada.

Para la variable independiente:

Pregunta 4: ¿Según su criterio considera importante que los servicios de alojamiento realicen contribuciones económicas, de protección al medio ambiente o de ayuda a la sociedad?

Para la variable dependiente:

Pregunta 13: ¿Considera usted que el Balance Social es un instrumento de información que será útil tanto para el sector de servicios de alojamiento como para la comunidad?

Tabla 57

Contingencia

Pregunta	Si	No	Total
Pregunta 4: ¿Según su criterio considera importante que los servicios de alojamiento realicen contribuciones económicas, de protección al medio ambiente o de ayuda a la sociedad?	30	1	31
Pregunta 13: ¿Considera usted que el Balance Social es un instrumento de información que será útil tanto para el sector de servicios de alojamiento como para la comunidad?	25	6	31

Tabla 58**Datos observados**

Pregunta N°	Alternativas		
	Si	No	Total
Pregunta 4: ¿Según su criterio considera importante que los servicios de alojamiento realicen contribuciones económicas, de protección al medio ambiente o de ayuda a la sociedad?	30	1	31
Pregunta 13: ¿Considera usted que el Balance Social es un instrumento de información que será útil tanto para el sector de servicios de alojamiento como para la comunidad?	25	6	31
Total	55	7	62

Una vez que se han determinado los datos observados, se procede a calcular los datos esperados aplicando la siguiente fórmula:

$$e = \frac{(Total\ de\ la\ fila) * (Total\ de\ la\ columna)}{Total\ de\ la\ fila\ y\ columna}$$

Tabla 59**Datos esperados**

Pregunta N°	Alternativas		
	Si	No	Total
Pregunta 4: ¿Según su criterio considera importante que los servicios de alojamiento realicen contribuciones económicas, de protección al medio ambiente o de ayuda a la sociedad?	27,5	3,5	31
Pregunta 13: ¿Considera usted que el Balance Social es un instrumento de información que será útil tanto para el	27,5	3,5	31

CONTINÚA 

sector de servicios de alojamiento como para la comunidad?			
Total	55	7	62

Una vez obtenidos los datos observados y datos esperados, procedemos a calcular el Chi-cuadrado aplicando la fórmula.

Tabla 60

Cálculo Chi-cuadrado

$x^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$	O	E	(O-E)	(O-E) ²	(O-E) ² /E
Pregunta 4: ¿Según su criterio considera importante que los servicios de alojamiento realicen contribuciones económicas, de protección al medio ambiente o de ayuda a la sociedad?	30	27,5	2,5	6,3	0,23
Pregunta 4: ¿Según su criterio considera importante que los servicios de alojamiento realicen contribuciones económicas, de protección al medio ambiente o de ayuda a la sociedad?	1	3,5	-2,5	6,3	1,79
Pregunta 13: ¿Considera usted que el Balance Social es un instrumento de información que será útil tanto para el sector de servicios de alojamiento como para la comunidad?	25	27,5	-2,5	6,3	0,23
Pregunta 13: ¿Considera usted que el Balance Social es un instrumento de información que será útil tanto para el sector de	6	3,5	2,5	6,3	1,79

servicios de alojamiento como
para la comunidad?

TOTAL	62	62	0	25	4,03
--------------	-----------	-----------	----------	-----------	-------------

Grados de libertad

Además calculamos el grado de libertad para identificar la prueba Chi-cuadrada calculada en la investigación en la tabla de distribución, para ello aplicamos a siguiente fórmula:

$$GL = K - 1$$

$$GL = (f - 1) * (c - 1)$$

$$GL = (2 - 1) * (2 - 1)$$

$$GL = 1$$

Donde:

GL= Grados de libertad

f= Filas

c= Columnas

Por tanto, con 1 grado de Libertad, tenemos un valor de la tabla estadística de 3,8415.

Valor crítico

Para el cálculo del valor crítico se considera un nivel de significancia del 5% (0,05), con una probabilidad del 95% (0,95) y 1 grado de libertad, en donde se obtiene un Chi-cuadrado tabulado de 3.8415 según la tabla de distribución.

v/p	0,001	0,0025	0,005	0,01	0,0025	0,05	0,1
1	10.8274	9.1404	7.8794	6.6349	5.0239	3.8415	2.7055
2	13.8150	11.9827	10.5965	9.2104	7.3778	5.9915	4.6052
3	16.2660	14.3202	12.8381	11.3449	9.3484	7.8147	6.2514
4	18.4662	16.4238	14.8602	13.2767	11.1433	9.4877	7.7794
5	20.5147	18.3854	16.7496	15.0863	12.8325	11.0705	9.2363
6	22.4575	20.2491	18.5475	16.8119	14.4494	12.5916	10.6446

Figura 56 Tabla de distribución de frecuencias Chi-cuadrado

Fuente: (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2006)

Comprobación de hipótesis - decisión

Para la comprobación de hipótesis se considera que: si el valor calculado del Chi-cuadrado es mayor al Chi-tabulado, se rechaza la hipótesis nula, caso contrario se rechaza la hipótesis alternativa y se toma la hipótesis nula.

Si X^2 calculado \geq X^2 tabulado, se rechaza la hipótesis nula (H_0)

$4,03 > 3,8415$ por lo que se rechaza (H_0) y se acepta (H_1)

Considerando el resultado de la comprobación de hipótesis, se determinó que Chi-cuadrado calculado 4,03 es mayor que Chi-cuadrado tabulado 3,8415; por lo tanto se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_1), es decir: La responsabilidad Solidaria Asociativa en el Sector Servicios de Alojamiento de la Provincia de Cotopaxi CIIU I5510.01 repercute en el Balance Social.

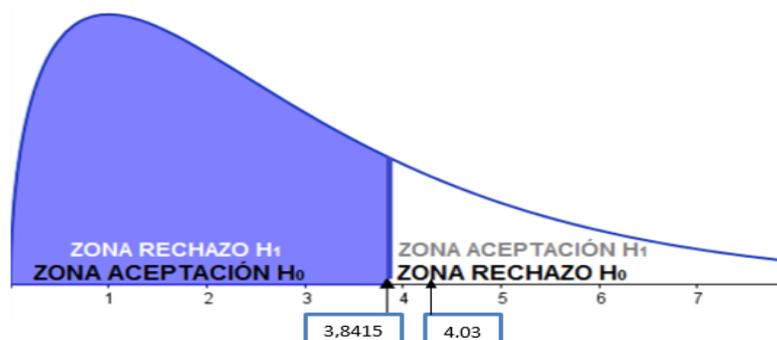


Figura 57 Comprobación de hipótesis (Chi-cuadrado)

Comprobación de la hipótesis la mediante el software estadístico SPSS

El software estadístico SPSS arroja las siguientes tablas como resultado:

Tabla 61

Resumen de procesamiento de casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
¿Según su criterio considera importante que los servicios de alojamiento realicen contribuciones económicas, de protección al medio ambiente o de ayuda a la sociedad? * ¿Considera usted que el Balance Social es un instrumento de información que será útil tanto para el sector de servicios de alojamiento como para la comunidad?	31	100,00%	0	0,00%	31	100,00%

Tabla 62

Tabulación cruzada SPSS

	¿Considera usted que el Balance Social es un instrumento de información que será útil tanto para el sector de servicios de alojamiento como para la comunidad?		Total
	Si	No	

CONTINÚA 

¿Según su criterio considera importante que los servicios de alojamiento realicen contribuciones económicas, de protección al medio ambiente o de ayuda a la sociedad?	Si	Recuento	25	5	30
		Recuento esperado	24,2	5,8	30
	No	Recuento	0	1	1
		Recuento esperado	0,8	0,2	1
Total		Recuento	25	6	31
		Recuento esperado	25	6	31

Tabla 63

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	4,306 ^a	1	0,038		
Corrección de continuidad ^b	,622	1	0,430		
Razón de verosimilitud	3,429	1	0,064		
Prueba exacta de Fisher				0,194	0,194
Asociación lineal por lineal	4,167	1	0,041		
N de casos válidos	31				
a. 3 casillas (50,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,19.					
b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2					

Para tomar la decisión se consideran los valores contenidos entre la celda Chi-cuadrado de Pearson y Significación asintótica (bilateral) es decir 0,038; como dicho valor es menor a 0,05 debido a que el análisis se hace en referencia a un 95% de confianza, implica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, lo que ratifica el resultado de la prueba de comprobación de hipótesis realizada manualmente.

4.4.1 Informe final de la investigación

1. Tema.

Estudio sobre la responsabilidad solidaria asociativa en el sector servicios de alojamiento CIU I5510.01 de la provincia de Cotopaxi y propuesta de una herramienta de evaluación para el balance social.

2. Introducción.

La Responsabilidad Social tiene gran importancia dentro de las organizaciones ya que permite a los propietarios implementar programas de responsabilidad social para que de esta manera se puedan establecer políticas y normativas a las cuales tienen que estar sujetas las empresas, sin importar el tamaño o su actividad económica, la misma que busca el bienestar de los grupos de interés, permitiendo que estas empresas mantengan una buena imagen frente a sus clientes.

Con el fin de impulsar el crecimiento de las empresas y proporcionando alternativas de solución frente a la sociedad, colaborando con el bienestar de cada uno de los colaboradores ya sean estos internos como externos a la empresa, donde debe existir un vínculo entre la empresa con la comunidad permitiendo que exista un compromiso de responsabilidad, ante la necesidad que mantiene la comunidad y la conservación del medio ambiente, es así que para poner en práctica la responsabilidad existe diferentes iniciativas, como a través de proyectos que permita que la sociedad pueda crecer y desarrollarse.

La mayoría de las empresas buscan solo generar beneficios económicos, omitiendo generar una responsabilidad frente a la comunidad, por lo que la responsabilidad social busca orientar a los dueños de las empresas que las actividades desarrolladas dentro de cada una de ellas no debe perjudicar a sus colaboradores sino más bien deben tener un beneficio en cuanto al equilibrio de las dimensiones de la responsabilidad social que consisten en lo económico, social y ambiental.

Sin embargo no existe una responsabilidad total dentro del sector de alojamiento por lo que se considera que los establecimientos deben mantener un compromiso con sus trabajadores, clientes, sociedad y con el medio ambiente, donde también deben contar con una herramienta que permita evaluar dicha responsabilidad es decir un Balance Social. Sin embargo en muchos de los establecimientos de alojamiento existe una ausencia de responsabilidad social, donde muchos de estos solo buscan el generar lucro, sin importar el bienestar de los grupos de interés.

Además que el balance social dentro de la organización viene hacer un instrumento de gestión el cual va a permitir planear, organizar, dirigir, registrar, controlar y evaluar el desempeño social de la organización en términos cuantitativos y cualitativos, mediante la aplicación de indicadores que reflejen la situación actual de cada uno de los establecimientos, de esta manera se puede tomar decisiones frente a la responsabilidad que mantiene los clientes, comunidad y el medio ambiente. Tomando iniciativas de beneficio para cada uno de los grupos de interés que gracias a ellos los establecimientos pueden surgir en el mercado.

Para el análisis y diagnóstico del sector de alojamientos de la provincia de Cotopaxi de acuerdo al CIIU I5510.01 se establece que existen:

Población: 34 establecimientos de alojamiento

- Hosterías 10
- Hoteles 22
- Complejos turísticos 2

3. Objetivos.

3.1 Objetivo general

Analizar y diagnosticar el compromiso que tiene el sector Servicios de Alojamiento CIU I5510.01 de la provincia de Cotopaxi con el cliente, la comunidad y el medio ambiente.

3.2 Objetivos específicos

- Conocer el interés de los propietarios de los establecimientos de alojamiento de realizar contribuciones económicas, de protección al medio ambiente y de ayuda a la sociedad.
- Analizar si los propietarios de los alojamientos de la provincia de Cotopaxi tienen interés por formar parte de una asociación.
- identificar la existencia de un instrumento de evaluación de responsabilidad social en los establecimientos de alojamiento de la provincia de Cotopaxi.
- Establecer el aporte del balance social para la comunidad y el establecimiento en el sector de alojamiento.
- Determinar la aceptación del modelo econométrico de evaluación para la responsabilidad social en los establecimientos de alojamiento.

4. Metodología.

Sector de estudio: Alojamientos de la provincia de Cotopaxi

Enfoque de investigación: método cuantitativo

Fuente de investigación: de campo y documental

Instrumento: Encuesta

- **Validez:** Validación de expertos
- **Confiabilidad:** instrumento relacionado con la hipótesis

Población: 34 establecimientos

Muestra: 31 establecimientos

Georeferenciación:

- **La Maná:** 7 encuestas
- **Latacunga:** 17 encuestas
- **Pangua:** 1 encuestas
- **Pujilí:** 2 encuestas
- **Salcedo:** 3 encuestas
- **Sigchos:** 1 encuestas

Técnica de análisis de datos: SPSS (Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales)

Técnica comprobación de hipótesis: La prueba de chi cuadrado (X^2)

Hipótesis:

H₁: La responsabilidad Solidaria Asociativa en los Servicios de Alojamiento CIU I5510.01 repercute en el Balance Social

5. Resultados

Después de haber culminado el trabajo de campo nos permitió conocer acerca de la responsabilidad social que mantienen los establecimientos de alojamiento de la provincia de Cotopaxi, se obtuvo los siguientes resultados:

- a. Contribuciones económicas, de protección al medio ambiente o de ayuda a la sociedad.**

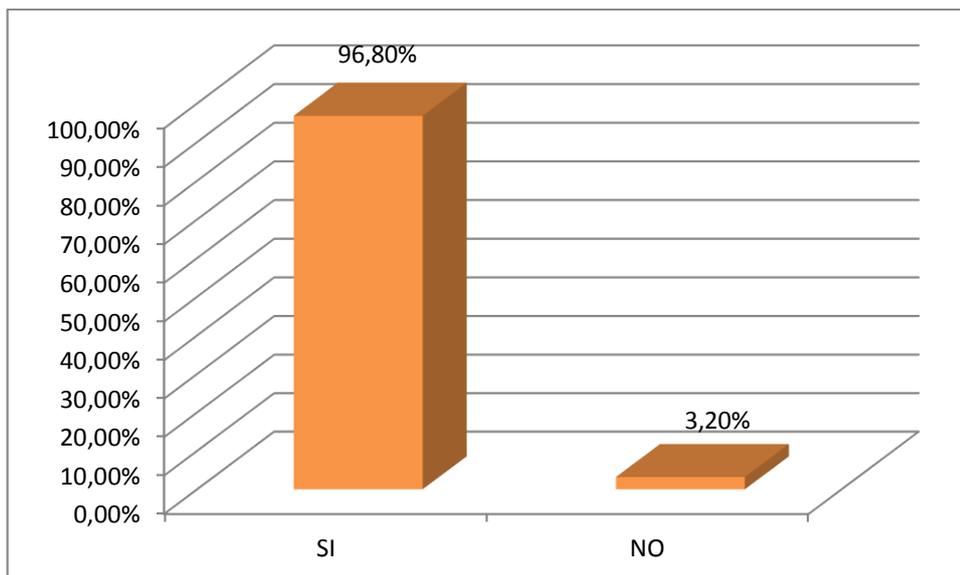


Figura 58 Resultados de los establecimientos que consideran importante realizar contribuciones

El 96,80% de los propietarios de los establecimientos de alojamiento de la provincia de Cotopaxi consideran que si es importante que se realicen contribuciones económicas, es decir que se encuentran dispuestos a colaborar con la responsabilidad social dentro de sus establecimientos, así también como a la protección del medio ambiente elaborando planes de manejo ambiental, y con la comunidad permitiendo el crecimiento y desarrollo de la misma.

b. Iniciativas de responsabilidad con la sociedad

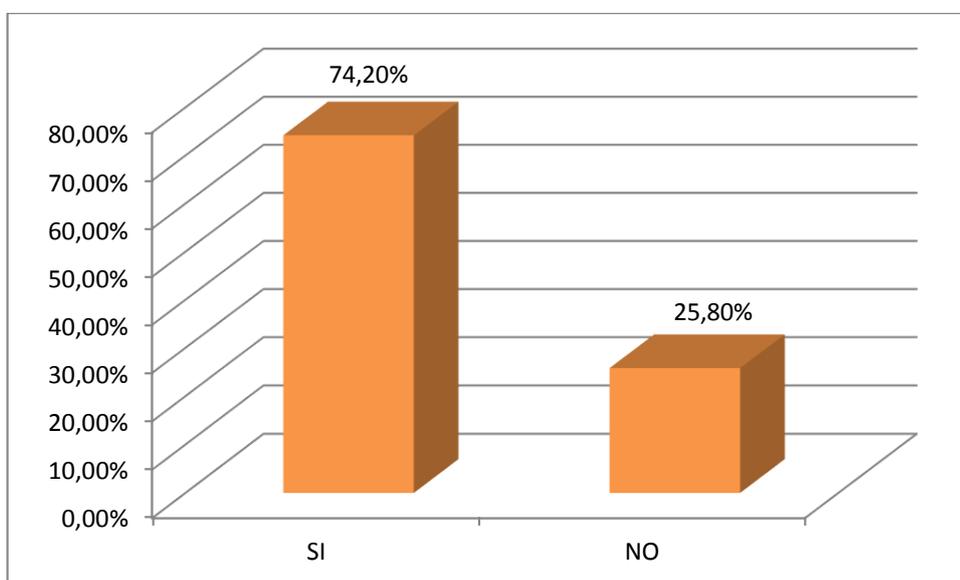


Figura 59 Resultados iniciativas de responsabilidad con la sociedad

Se puede identificar que el 74,20% de los propietarios si se encuentran interesados en adoptar las iniciativas de responsabilidad frente a la sociedad, lo que permitirá que dichos establecimientos mantengan una buen imagen frente a sus clientes, ayudando que esto sea motivo para incrementar sus ingresos, así también las personas que laboran se sentirán más comprometidas dentro del trabajo, se creara un ambiente positivo al saber que la empresa donde laboran mantiene una responsabilidad frente a su sociedad, creando beneficios.

C. Interés en formar parte de una asociación de manera voluntaria

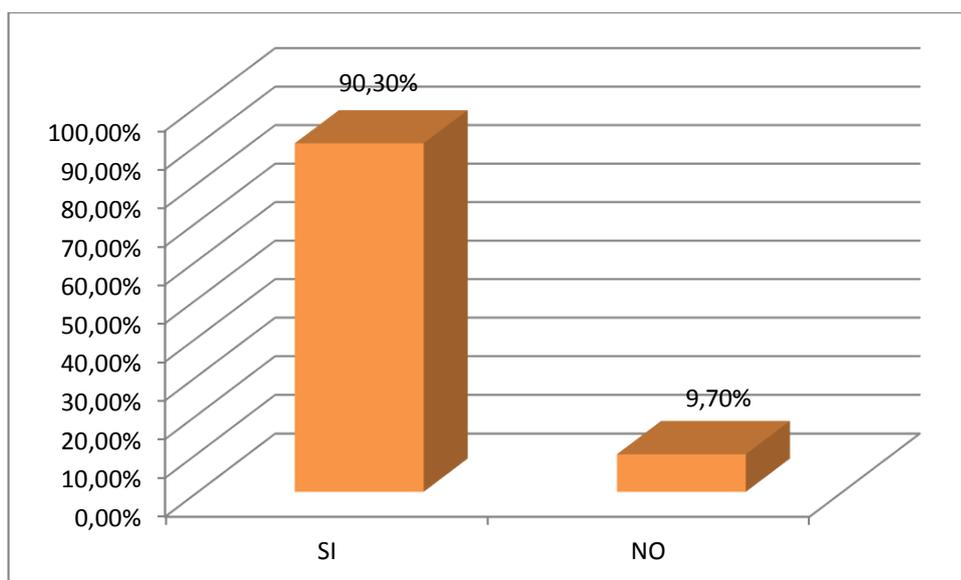


Figura 60 Resultados interés de pertenecer a una asociación.

El 90,30% de los propietarios manifiestan que si están interesados en pertenecer a una asociación, debido que mediante eso podrá tener más beneficios para su establecimiento, puesto que ayudara que se desarrollen o se creen nuevos proyectos que necesiten de la colaboración de cada uno de los asociados, además de eso ayudara que existan convenios con las agencias de viajes.

d. Autoevaluación de la responsabilidad social

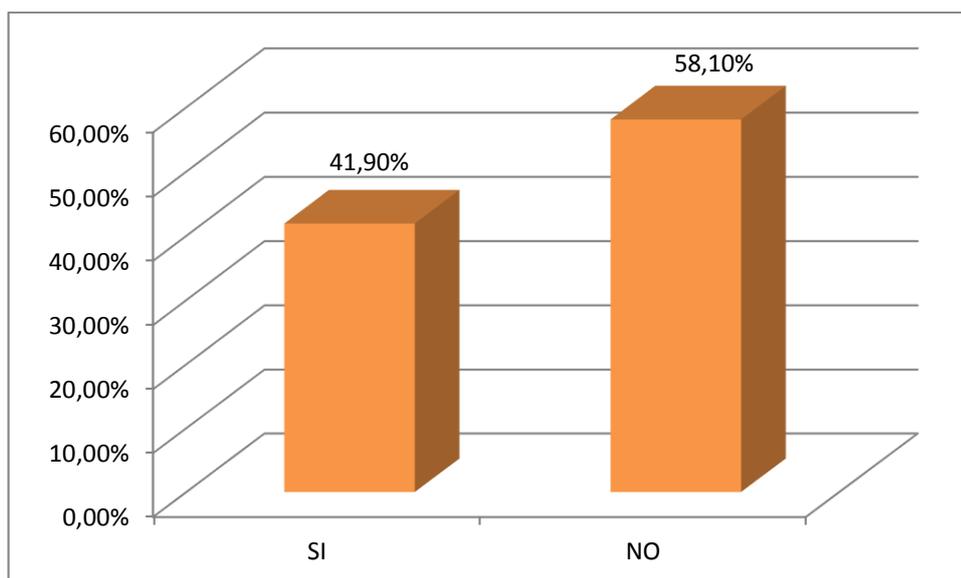


Figura 61 Resultados de la autoevaluación de la responsabilidad social

Se puede verificar que el 58,10% de los establecimientos no han realizado una autoevaluación de la responsabilidad social, debido a que por parte de los propietarios no existe un compromiso frente a sus clientes, la comunidad y con el medio ambiente, así también por la inexistencia de una herramienta de evaluación que permita al establecimiento conocer qué grado de responsabilidad tiene, y de manera poder tomar medidas que estén afectando a los grupos de interés.

e. Balance Social instrumento de información que será útil

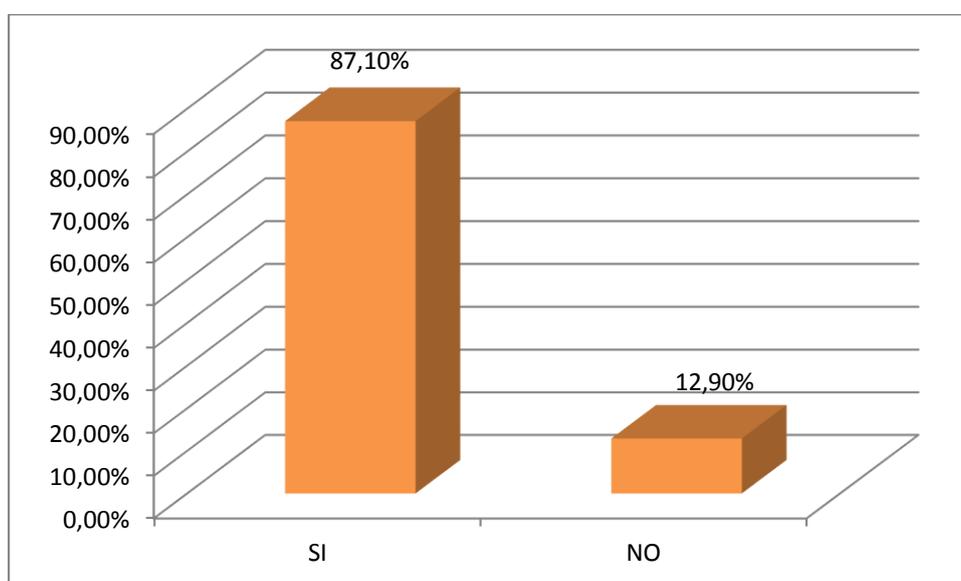


Figura 62 Resultados del Balance Social como instrumento de información

Se pudo verificar después de la recolección de datos que el 87,10% de los propietarios de cada establecimiento de alojamiento considera que el Balance Social si es un instrumento de información, tanto para el establecimiento como para la comunidad, en el que se va a reflejar la responsabilidad que mantiene, es decir la elaboración de la propuesta de nuestra investigación es acogida por los propietarios.

6. Resultados Críticos.

- Los propietarios de los alojamientos si están dispuestos a poner en práctica la responsabilidad social por medio de contribuciones económicas, de protección al medio ambiente y de ayuda a la sociedad.
- Los establecimientos de alojamiento si consideran importante pertenecer a una asociación, grupo o gremio, debido a los diferentes beneficios que proporciona.
- No existe una herramienta econométrica que permita la evaluación de la responsabilidad social dentro de los establecimientos de alojamiento de la provincia de Cotopaxi.
- El balance social será un medio de información acerca del grado de responsabilidad social que tiene cada establecimiento de alojamiento tanto para la comunidad como para el mismo establecimiento.
- El balance social permitirá conocer el grado de responsabilidad social de los establecimientos de alojamiento, por lo que la responsabilidad social afecta en el balance social.

7. Reflexión.

- Elaborar en los establecimientos de alojamiento políticas, planes e iniciativas de responsabilidad social frente al cliente, la comunidad y el medio ambiente.
- La creación de una asociación del sector de alojamiento que permita que los establecimientos puedan obtener convenios importantes.

- Es necesario que exista un modelo econométrico que nos permita medir el grado de comportamiento para establecer lo que es responsabilidad social en el sector de alojamiento de Cotopaxi.
- Mantener al alcance del establecimiento y la comunidad el informe de resultados de responsabilidad social arrojado por el modelo econométrico.
- Implementar el modelo en los establecimientos de alojamiento para la evaluación de la responsabilidad social.

CAPÍTULO V

DISEÑO DE UNA HERRAMIENTA QUE PERMITA EVALUAR EL MODELO DE BALANCE SOCIAL

5.1 Presentación de la propuesta

Para la evaluación de la responsabilidad social se diseñará un simulador, el mismo que permitirá determinar el nivel de responsabilidad que mantiene los establecimientos de servicio de alojamiento de la provincia de Cotopaxi, el mismo que se encuentra creado en la aplicación de hojas de cálculo de Microsoft Excel, integrado por un grupo de indicadores publicados por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS) referente al Balance Social, filtrando estos indicadores en necesidad del sector investigado que es Servicios de alojamientos de acuerdo a la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) proporcionando una herramienta de evaluación a cada uno de los establecimientos.

El simulador se encuentra direccionado para los propietarios de los establecimientos de alojamientos, permitiéndole a cada uno de ellos tomar las mejores decisiones frente al compromiso que mantiene con sus clientes, la comunidad y el medio ambiente, adicionalmente en el simulador cuenta con información de cada indicador y con una gráfica que contiene un marcador el mismo que refleja el resultado de la aplicación de la fórmula de cada indicador, proporcionado una interfaz amigable frente a la persona que será responsable de esta herramienta.

5.2 Justificación de la propuesta

Ante la necesidad de conocer el grado de responsabilidad social que mantiene lo establecimientos de servicio de alojamiento se propone el diseño del simulador de Balance Social, debido a la necesidad del propietario de evaluar el compromiso que el establecimiento tiene frente a

sus grupos de interés, puesto que no se cuenta con una herramienta que facilite dicha evaluación optimizando tiempo, puesto que esto se lo realiza de manera manual.

La herramienta de balance social es un simulador que tiene como objetivo la evaluación de la Responsabilidad Social que mantiene los establecimientos de alojamiento, que permitirá que los propietarios de acuerdo a los resultados arrojados de los indicadores proporcionados por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS) tomar las mejores decisiones, donde se podrá identificar el grado de responsabilidad de cada uno, de esta forma se desarrollaran alternativas de solución frente al indicador que mantiene problemas en los resultados.

Por lo tanto esta herramienta es importante porque permite simular el comportamiento que tiene cada establecimiento frente al compromiso que tiene con los clientes, la comunidad y el medio ambiente. Es por esto que los resultados arrojados por el simulador a través de un informe general permite verificar si la entidad realmente practica la responsabilidad social.

5.3 Metodología de la propuesta

La metodología que será utilizada dentro del diseño de la herramienta, será en base a la determinación de criterios, sub-criterios e indicadores proporcionado por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS), los mismo que se asignara un peso a cada una de las macro dimensiones de acuerdo a las necesidades del sector de alojamientos, por otra parte los indicadores utilizados serán cualitativos y cuantitativos, los indicadores cuantitativos mantendrán una ponderación de acuerdo a la normativa existente así como también a las necesidades del sector y los indicadores cualitativos serán valorados en base a la escala de satisfactorio, cuasi satisfactorio

5.3.1 Definición de criterios

Los criterios a utilizar dentro del diseño de la herramienta de evaluación de Responsabilidad Social serán los siguientes:

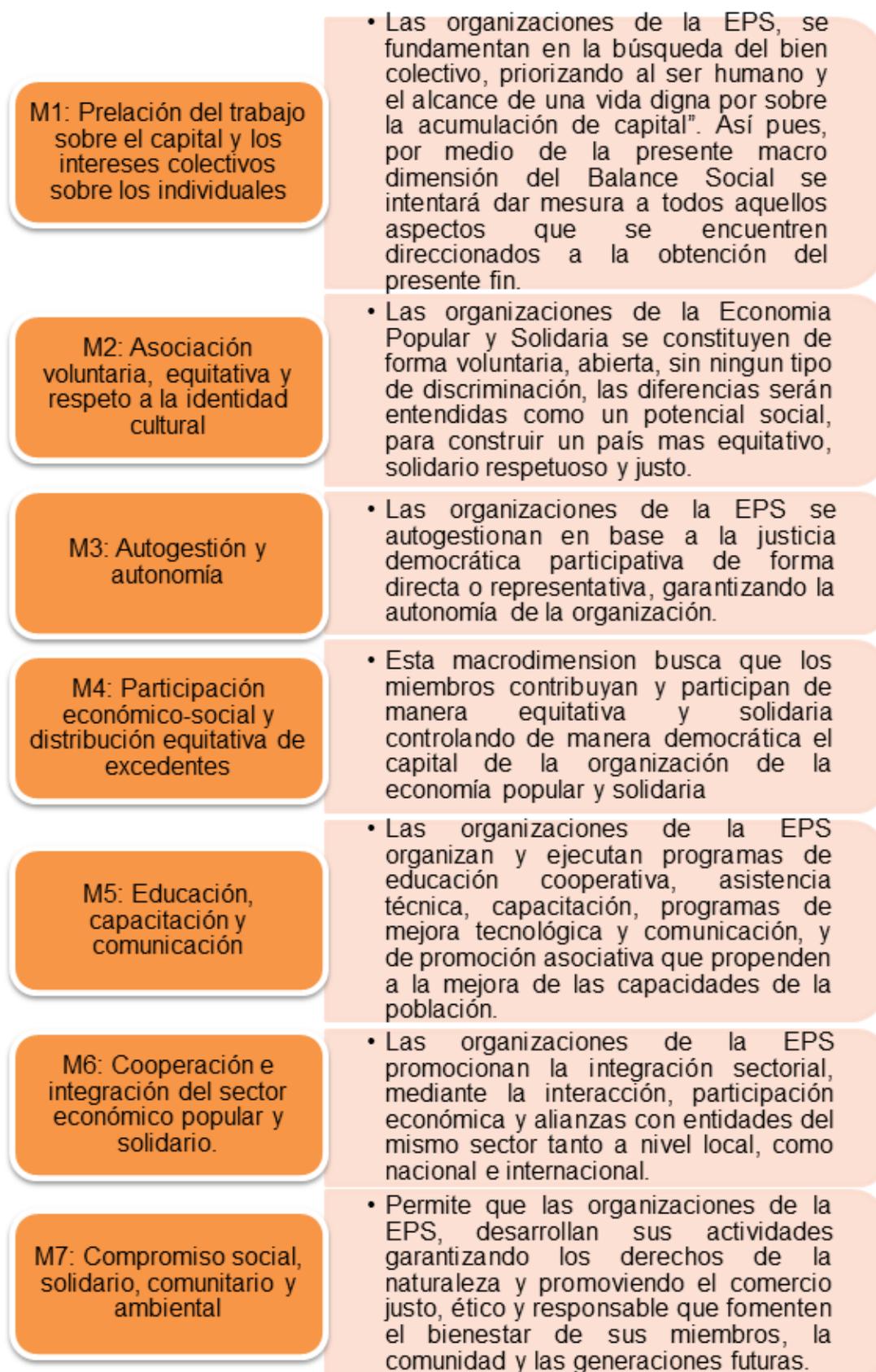


Figura 63 Criterios aplicados en la propuesta

Fuente: (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS), 2013)

5.3.2 Establecimiento de indicadores

Los indicadores a ser utilizados como se mencionó anterior mente en la metodología se cuenta con 41 indicadores los mismos que están abarcados por criterios y subcriterios a continuación se presentan los indicadores a ser utilizados en el modelo de balance social:

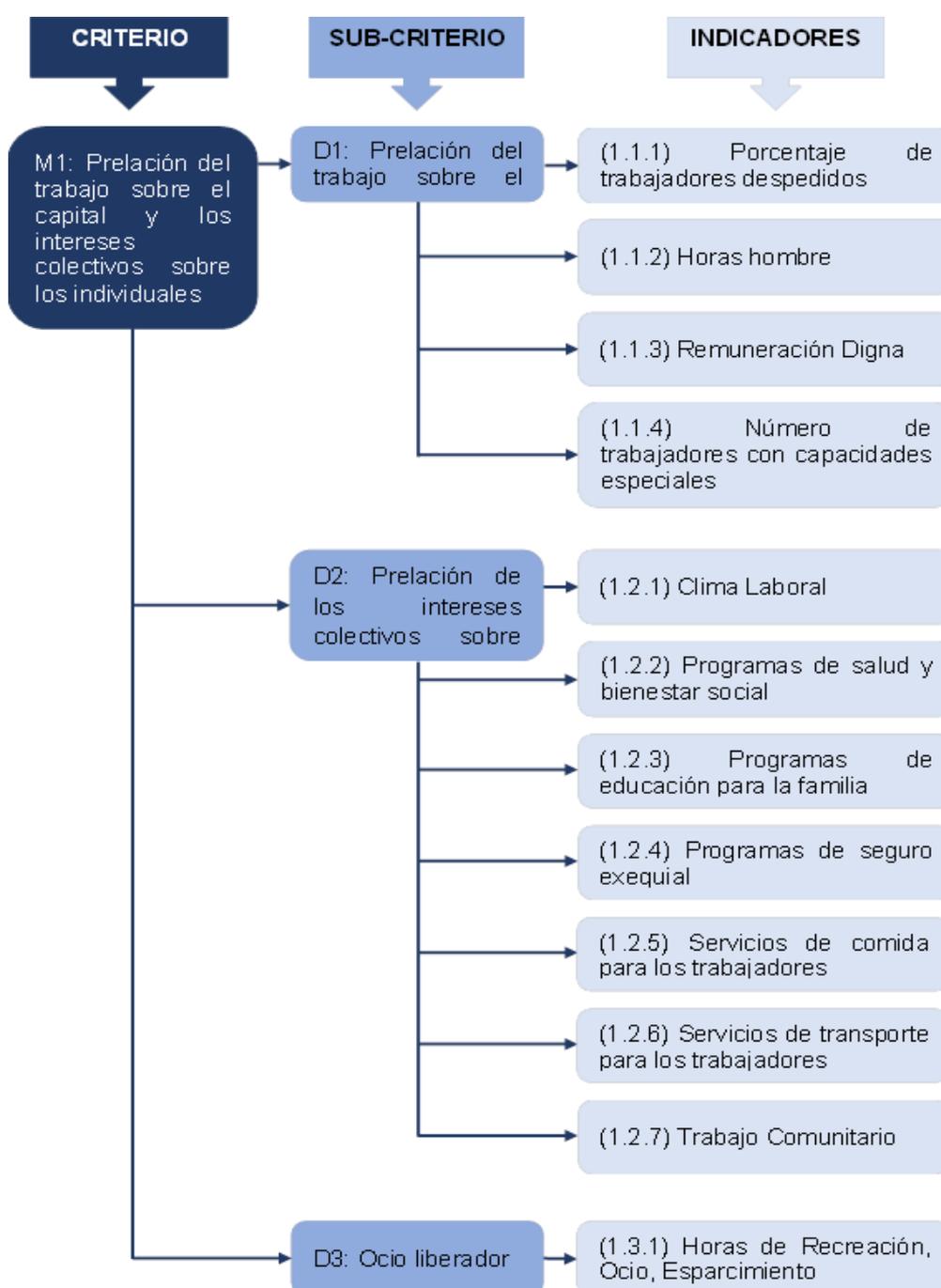


Figura 63 Macro dimensión 1 Prelación del trabajo

Fuente: (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS), 2013)

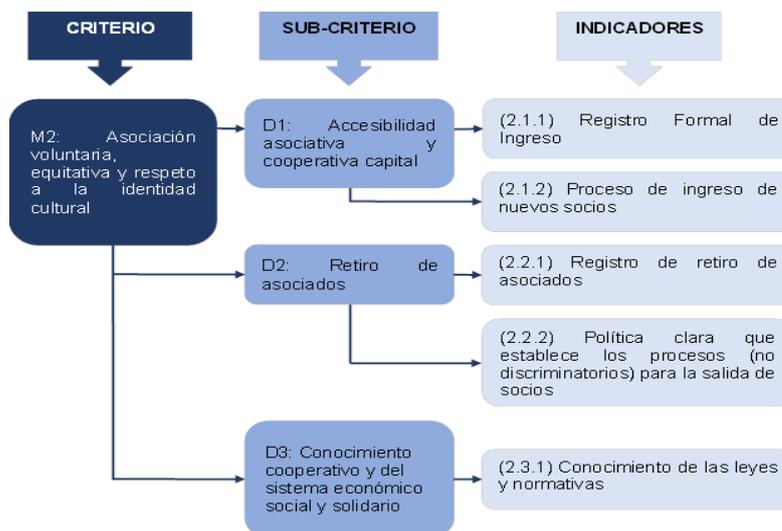


Figura 64 Macro dimensión 2 Asociación voluntaria

Fuente: (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS), 2013)

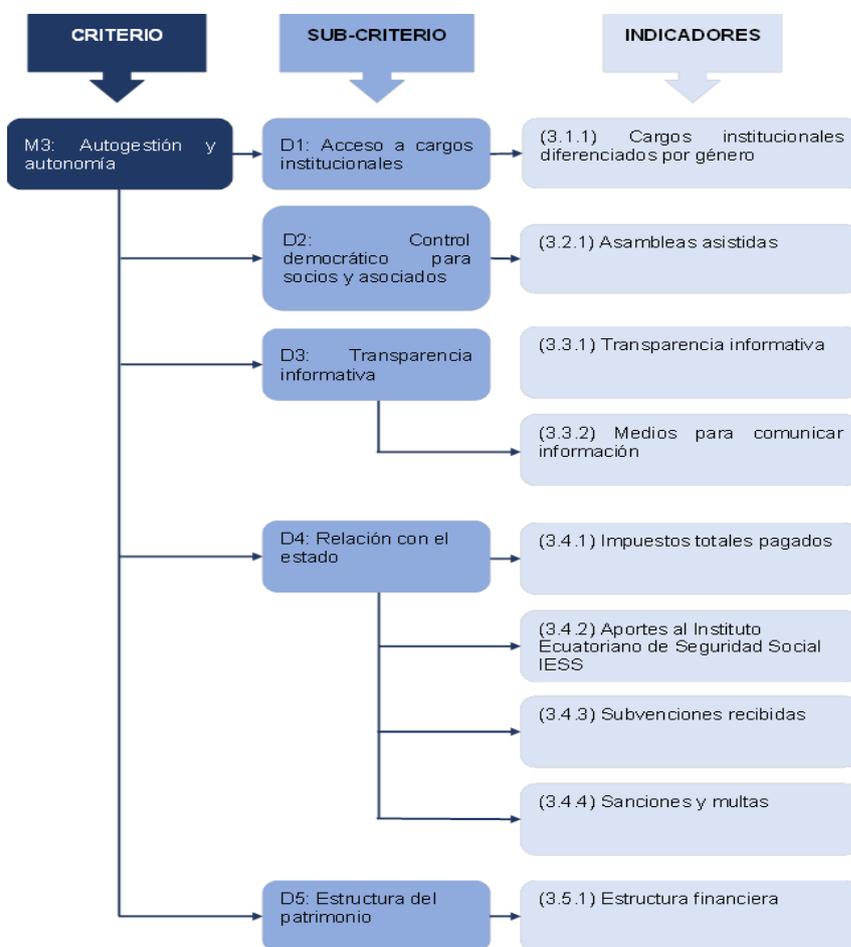


Figura 65 Macro dimensión 3 autogestión y autonomía

Fuente: (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS), 2013)

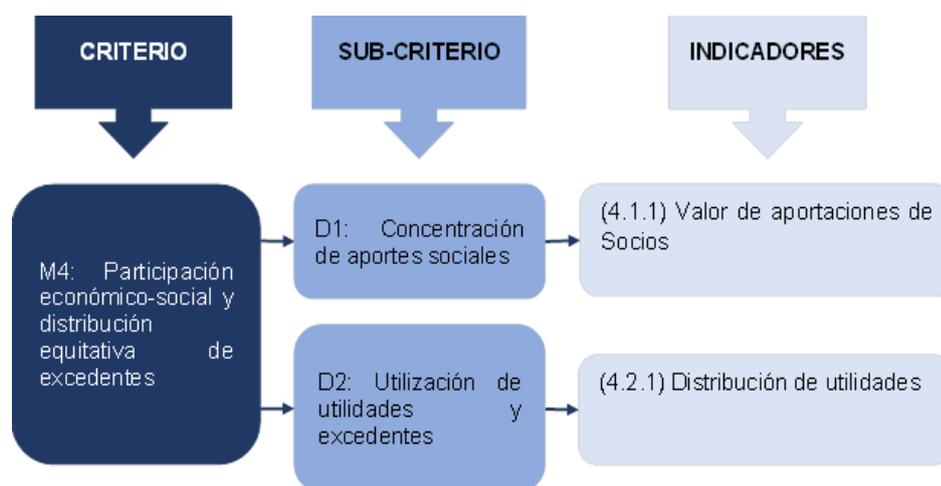


Figura 66 Macro dimensión 4 Participación económico- social

Fuente: (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS), 2013)

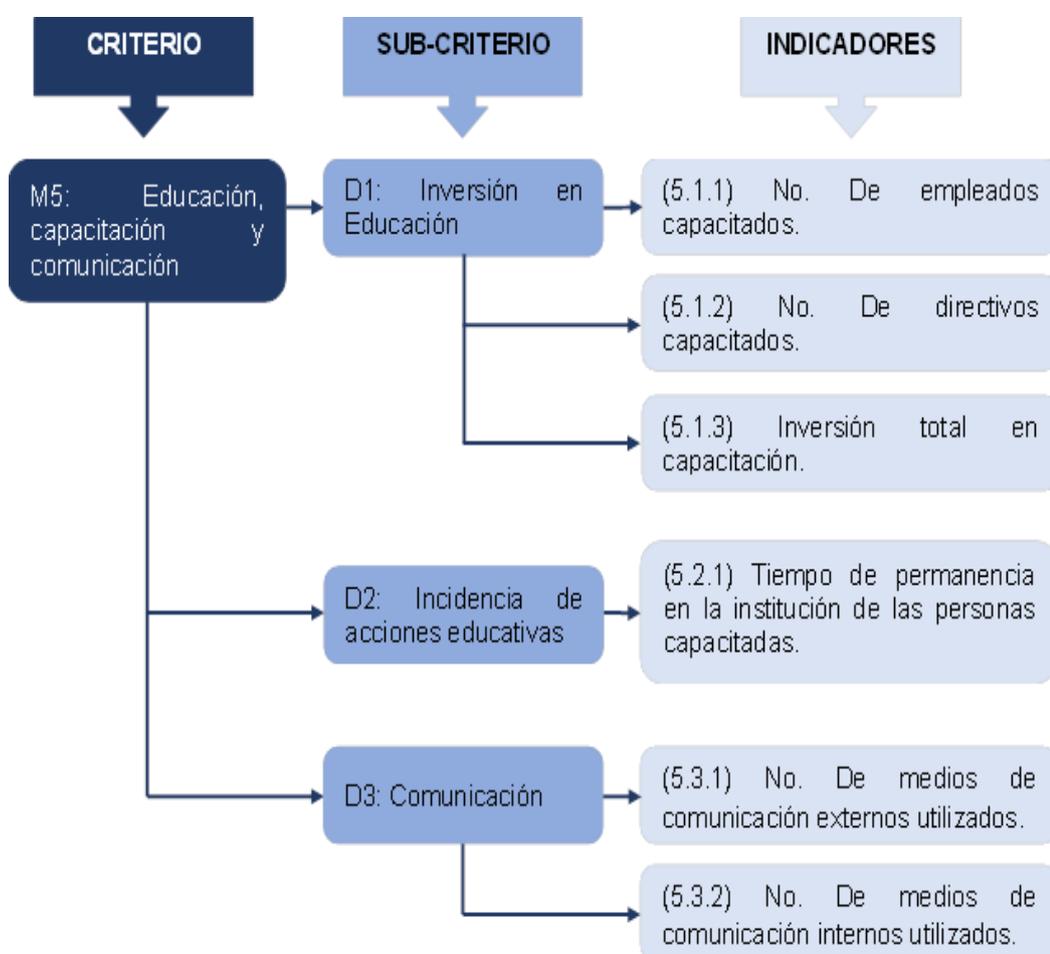


Figura 67 Macro dimensión 5 educación, capacitación y comunicación

Fuente: (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS), 2013)

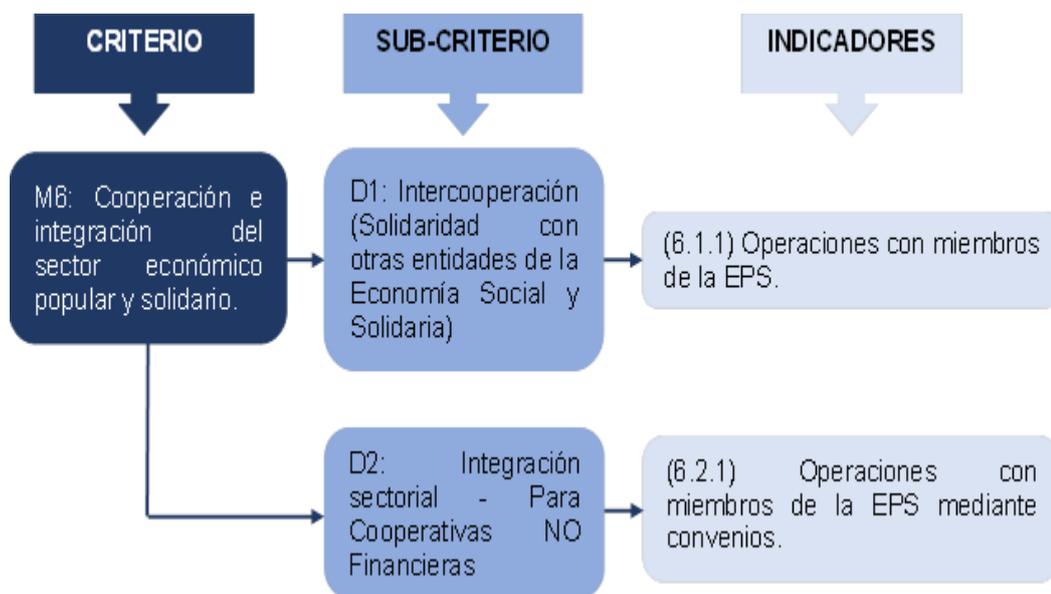


Figura 68 Macro dimensión 6 cooperación del sector popular y solidario

Fuente: (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS), 2013)

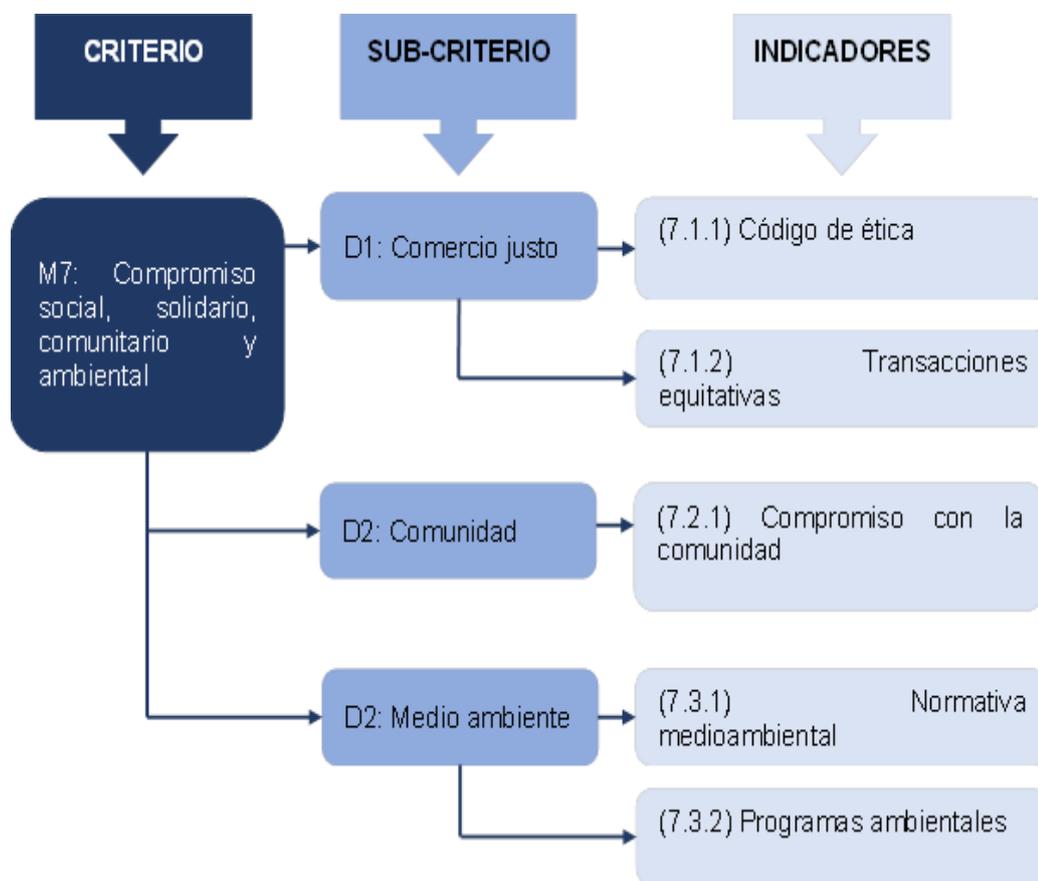


Figura 69 Macro dimensión 7 compromiso social, solidario y ambiental

Fuente: (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS), 2013)

5.3.3 Proceso de evaluación

Cada indicador deberá ser evaluado mediante la teoría existente así como su desempeño en los diferentes establecimientos, para lo cual se recogerá información y posteriormente se introducirá en la plantilla modelo la misma que arrojará la evaluación tanto de cada uno de los indicadores, así como también de cada una de las macro dimensiones y al final se obtendrá una evaluación del nivel de cumplimiento de los estándares de calidad de manera global o conjunta del establecimiento a ser evaluado acerca de la responsabilidad social que mantiene frente a sus colaboradores.

5.3.4 Presentación

- **Título de la propuesta**

Herramienta de evaluación para el balance social

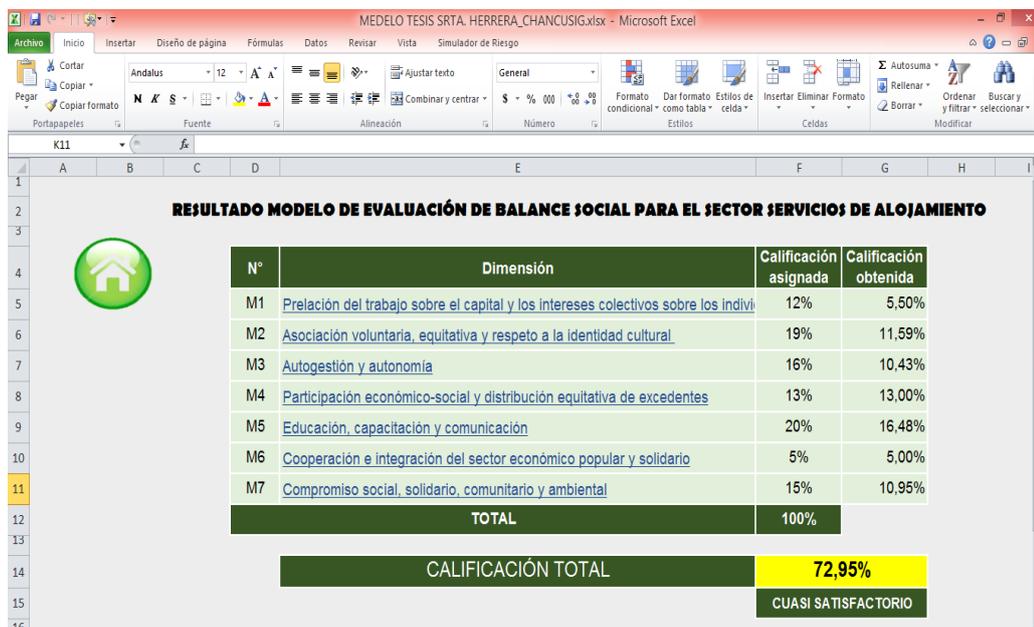
- **Beneficiarios de la propuesta**

Los propietarios del sector servicios de alojamiento CIU I5510.01 de la provincia de Cotopaxi.

5.3.5 Informe de aplicación

El simulador de balance social se ha ejecutado con los datos de un establecimiento de alojamiento de la provincia de Cotopaxi el mismo que conforma nuestra muestra que corresponde al hotel Endamo, ubicado en la 2 de Mayo y Tarqui con su representante el señor Naranjo Vizcarra Enrique Abelardo, proporcionada la información del establecimiento se dirige a la plantilla del modelo de balance social, calculando los indicadores anteriormente detallados, donde los resultados permitirán evaluar la responsabilidad social que mantiene dicho establecimiento frente a sus colaboradores.

Es así que de la evaluación de la Responsabilidad Social mediante la aplicación del simulador de Balance Social se obtuvieron los siguientes resultados del establecimiento:



RESULTADO MODELO DE EVALUACIÓN DE BALANCE SOCIAL PARA EL SECTOR SERVICIOS DE ALOJAMIENTO

N°	Dimensión	Calificación asignada	Calificación obtenida
M1	<u>Prelación del trabajo sobre el capital y los intereses colectivos sobre los indivi</u>	12%	5,50%
M2	<u>Asociación voluntaria, equitativa y respeto a la identidad cultural</u>	19%	11,59%
M3	<u>Autogestión y autonomía</u>	16%	10,43%
M4	<u>Participación económico-social y distribución equitativa de excedentes</u>	13%	13,00%
M5	<u>Educación, capacitación y comunicación</u>	20%	16,48%
M6	<u>Cooperación e integración del sector económico popular y solidario</u>	5%	5,00%
M7	<u>Compromiso social, solidario, comunitario y ambiental</u>	15%	10,95%
TOTAL		100%	
CALIFICACIÓN TOTAL		72,95%	
		CUASI SATISFACTORIO	

Figura 70 Resultados modelo Balance Social

Los resultados de las siete macro dimensiones del Hotel Endamo refleja los porcentajes obtenidos de acuerdo a la información proporcionada por el establecimiento, la cual fue introducida en la plantilla del modelo donde se obtuvo una calificación total 72,95% equivalente a cuasi satisfactorio, por lo que se puede mencionar que dicho establecimiento cuenta con una responsabilidad social aceptable, sin embargo existen algunas aspectos que deben ser tomados en cuenta para su mejora.

5.3.6 Aspectos de sociabilización

Para la socialización de la propuesta se elaboró un manual el mismo que contiene los parámetros de utilización del simulador de manera clara y ordena, se encontrara integrado por definiciones de los criterios, sub-criterios e indicadores que forman parte del simulador, así también las especificaciones e indicaciones para ingreso de la información en la plantilla de modelo.

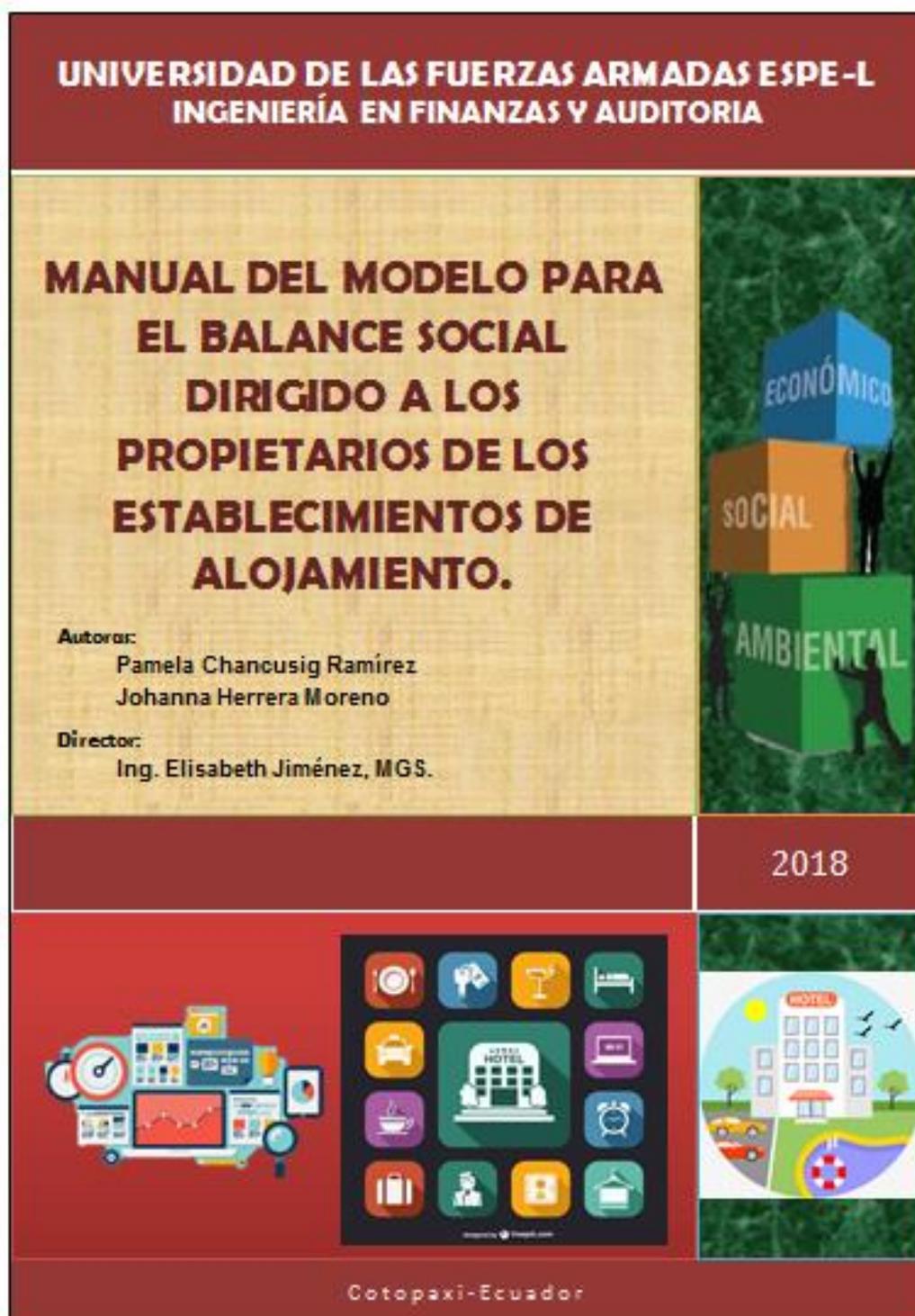


Figura 71 Portada Manual del Modelo para el Balance Social

Dentro del manual se encuentra la forma de utilización de la plantilla del modelo, permitiendo que los propietarios de los alojamientos puedan

manejarla sin ningún problema, familiarizándose con las funciones que le brinda dicho modelo.

5.4 Diseño operativo de la propuesta

La propuesta se desarrolla en base a un modelo general con la utilización de todos los indicadores emitidos por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS) en el manual del formulario de Balance Social, se diseña el modelo específico utilizando los indicadores acorde al sector alojamiento donde se procede a realizar los siguientes pasos para el diseño de la propuesta:

1. Diseño de la portada del modelo.



Figura 72 Portada Modelo para el Balance Social

En la portada del modelo se identifican los macro dimensiones las mismas que contienen un vínculo hacia los indicadores que cada una mantiene, se coloca los nombres de las autoras así como del respectivo tutor, adicionalmente se integran los logos de las instituciones que se encuentran relacionadas con la propuesta y del departamento.

2. Diseño de interfaz del grupo de indicadores de cada macro dimensión.

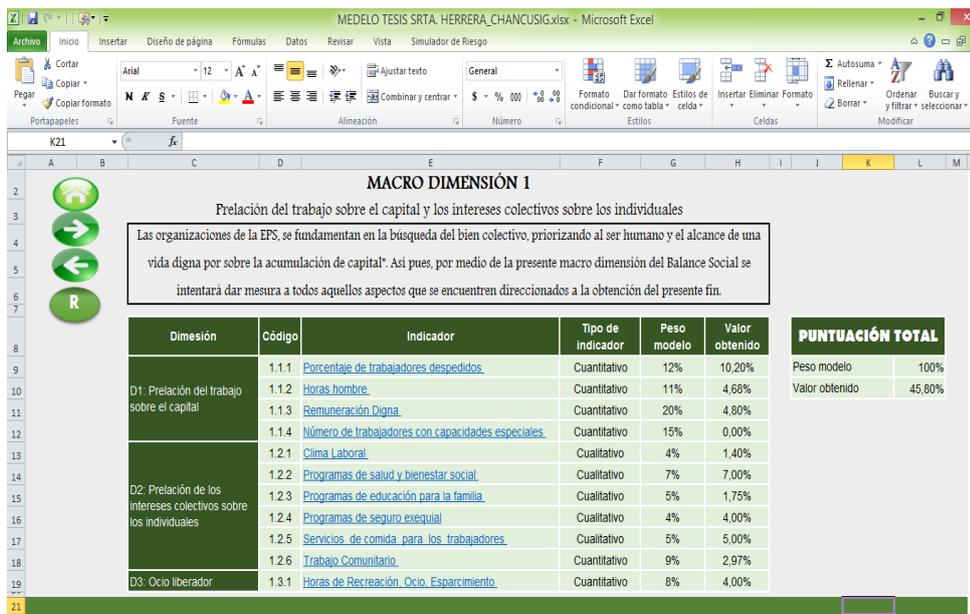


Figura 73 Interfaz indicadores Macro dimensión 1

Se menciona el nombre de la macro dimensión así como también a lo que hace referencia la misma, se detalla la dimensión, código, indicador, tipo, peso y el valor obtenido del cálculo de cada uno de los indicadores, y la puntuación total de la macro dimensión.

3. Diseño de interfaz de un indicador de tipo cuantitativo.

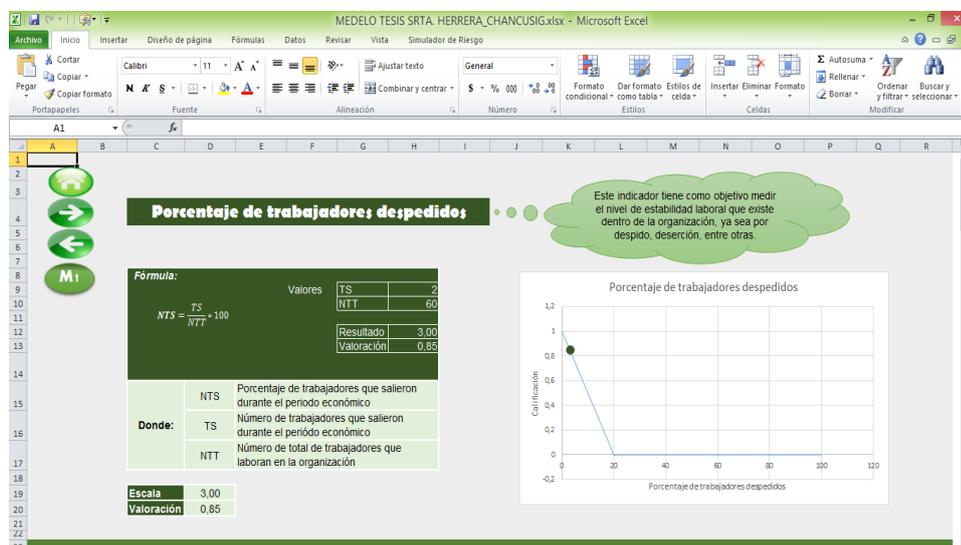


Figura 74 Interfaz indicador porcentaje trabajadores despedidos

Se coloca el nombre del indicador, su definición así como también la fórmula de cálculo, donde se especifica cada una de las variables que intervienen en la fórmula, posterior a eso se ejecuta la fórmula permitiendo obtener un resultado el mismo que se plasmará en una gráfica con un marcador que se desplazará de acuerdo al resultado obtenido. Es así que los indicadores de este tipo se fueron diseñando de la misma forma.

4. Diseño de interfaz de un indicador de tipo cualitativo.

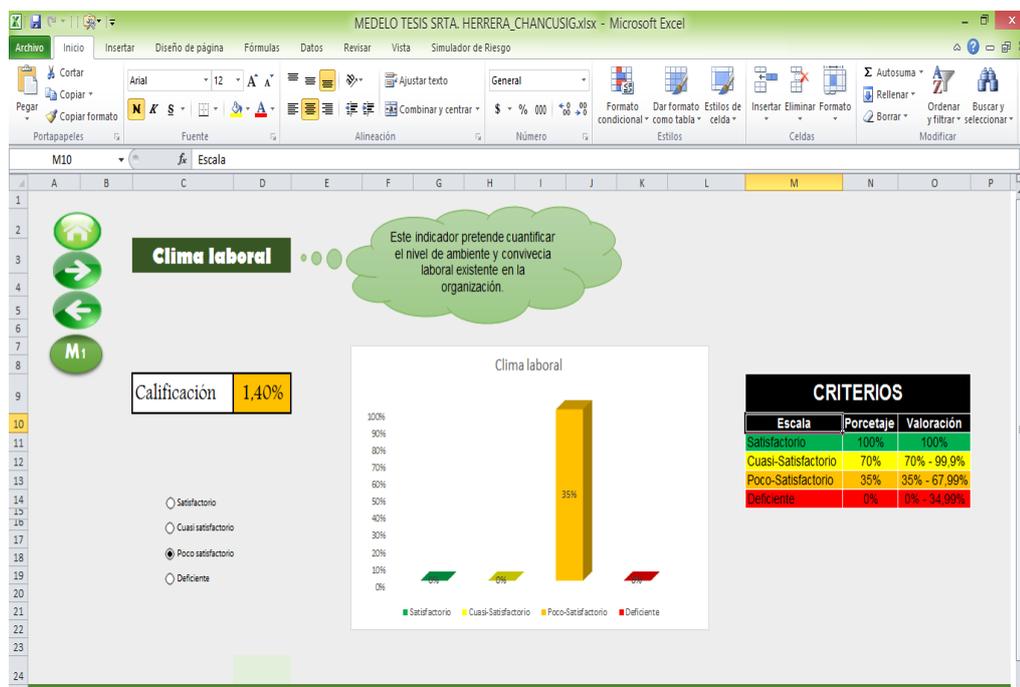


Figura 75 Interfaz indicador porcentaje trabajadores despedidos

Para el diseño de la interfaz del indicador de tipo cualitativo se procede anunciar el nombre del indicador, así como también la definición del mismo, colocando una escala de calificación que contiene satisfactorio, cuasi satisfactorio, poco satisfactorio y deficiente, el mismo que tiene diferente ponderación, siendo así al seleccionar uno de las opciones anterior mencionadas se dibuja la gráfica de barras de acuerdo a cada opción, obtenido una calificación de acuerdo a los criterios establecidos así como la semaforización del mismo.

5. Diseño interfaz resultados finales de la evaluación del modelo.

RESULTADO MODELO DE EVALUACIÓN DE BALANCE SOCIAL PARA EL SECTOR SERVICIOS DE ALOJAMIENTO

N°	Dimensión	Calificación asignada	Calificación obtenida
M1	Prelación del trabajo sobre el capital y los intereses colectivos sobre los indivi	12%	5,50%
M2	Asociación voluntaria, equitativa y respeto a la identidad cultural	19%	11,59%
M3	Autogestión y autonomía	16%	10,43%
M4	Participación económico-social y distribución equitativa de excedentes	13%	13,00%
M5	Educación, capacitación y comunicación	20%	16,48%
M6	Cooperación e integración del sector económico popular y solidario	5%	5,00%
M7	Compromiso social, solidario, comunitario y ambiental	15%	10,95%
TOTAL		100%	

CALIFICACIÓN TOTAL	72,95%
	CUASI SATISFACTORIO

Figura 76 Interfaz resultados de evaluación de balance social

Para el diseño de la interfaz del informe se trasladan los resultados de cada uno de las macro dimensiones del modelo, donde se hace mención al nombre de cada macro dimensión, a la ponderación asignada del modelo y a la obtención del resultado de la evaluación, arrojando una calificación total de la evaluación de balance social y adicionalmente esta calificación será identificada por la semaforización.

5.5 Aspectos de control de la propuesta

Los resultados de los indicadores dentro de la propuesta en base a la información proporcionada por los establecimientos de alojamiento, son indicadores emitidos por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS), así también la ponderación asignada a cada uno de los indicadores se realizó en base a la parte legal y de acuerdo al criterio de los investigadores así como también de su colaboradores, de acuerdo a la actividad económica del sector de alojamiento, lo que esto permitirá resultados coherentes y verídicos de la realidad de la responsabilidad social del establecimiento que realice la simulación del Balance Social.

CONCLUSIONES

- Luego de la investigación realizada se concluye que de los 31 establecimientos de alojamiento 18 no han evaluado su responsabilidad social es decir no han aplicado responsabilidad social, identificando que si existe este problema.
- Se evidencia en este proyecto, que existen los conceptos, teorías y normativa suficiente para que el propietario del sector de alojamiento pueda poner en práctica las iniciativas de responsabilidad.
- La aplicación de la metodología la cual consistió en una investigación de campo, mediante la utilización de la encuesta, ayudo a identificar las posibles soluciones al problema encontrado, detectando las causas de la ausencia de responsabilidad social existente en los alojamientos de la provincia de Cotopaxi.
- El Balance Social será una herramienta útil para la evaluación de la Responsabilidad Social dentro de los establecimientos de alojamiento, permitiéndoles conocer su nivel de compromiso que mantienen con sus clientes, la comunidad y el medio ambiente.

RECOMENDACIONES

- Los propietarios deben comprometerse en la aplicación de la responsabilidad social en sus establecimientos, lo que le permitirá tener buenas referencias frente a sus clientes, la comunidad y trabajadores.
- Se recomienda a los propietarios de los establecimientos de alojamiento adquirir información acerca del tema de Responsabilidad Social, en cuanto a las leyes poner en práctica lo que hace mención la Constitución de la aplicación de una economía social y solidaria, así como los beneficios que conlleva la práctica de responsabilidad hacia sus grupos de interés.
- Los propietarios de los establecimientos deberán capacitar a sus trabajadores acerca de la responsabilidad social, para de esta manera en conjunto con ellos poner en práctica las iniciativas de responsabilidad social con el cliente, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo al desarrollo del establecimiento así como también de la comunidad.
- Se recomienda que cada establecimiento de servicio de alojamiento de la provincia de Cotopaxi cuente con un modelo econométrico de Balance Social que le permita evaluar su Responsabilidad Social, de esta forma poder identificar qué nivel de compromiso mantiene con los grupos de interés.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar Sabogal, J. (2008). Aproximación y cuestionamientos al concepto responsabilidad social empresarial. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 16 (1), 179-195. Recuperado el 02 de Mayo de 2017, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90916113>
- Antolín, M. N., & Gago, R. F. (2004). Responsabilidad Social Corporativa: la última innovación en management. *Universia Business Review*, 12. Recuperado el 05 de Abril de 2017
- Arribas, M. (2004). Diseño y validación de cuestionarios. Madrid. Recuperado el 17 de Agosto de 2017, de http://www.enferpro.com/documentos/validacion_cuestionarios.pdf
- Banco Central del Ecuador. (2017). Recuperado el 26 de Septiembre de 2017, de <https://www.bce.fin.ec/>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2011). Banco Interamericano de Desarrollo. La Responsabilidad Social de la empresa en América Latina. New York: Cumpetere. Recuperado el 03 de Octubre de 2017
- Bedoya, C. A. (2017). Responsabilidad social empresarial turística en Colombia: regulación en el sector hotelero. *Revista de Investigaciones Turísticas*, 18. Recuperado el 07 de Abril de 2017
- Bernal, C. A. (2010). Metodología de la Investigación (Tercera Edición ed.). Colombia: Person .
- Bull, B. (2004,). Reponabilidad social de las empresas: ¿Una solución para el desarrollo en América LATina? *Revista Venezolana de Gerencia*, vol.9, 24. Recuperado el 02 de Abril de 2017
- Carné, M. D. (2007). Responsabilidad social de la empresa:una revisión crítica a las principales teorías. *Ekonomiaz: Revista vasca de la economía*, 18. Recuperado el 05 de 2017
- Casares Hernandez, L. (1995). Técnicas actuales de la investigación documental. México: Trillas.

- Cerda, H. (1998). Elementos de la investigación. México: McGraw-Hill.
- CERES. (2008). Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social CERES. Obtenido de http://media.wix.com/ugd/8c779e_54b1c19ca9924638a961deaf2f708775.pdf
- Clarín, D. (2002). Ranking de Clarín. Empresas más admiradas de Argentina.
- Constitución del Ecuador. (2008). Constitución del Ecuador. Ecuador. Recuperado el 25 de Mayo de 2017
- Córdova, S. O. (2011). La Comunicación en la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial. Revista Dialnet Correspondencias & Análisis. Universidad Monteávila, (1), 137-156.
- Díaz, M. (2003). La contabilidad social- origen y paradigmas. Quipukamayoc. Recuperado el 08 de Mayo de 2017, de <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/5513/4749>
- Dobb, M. (2004). Teorías del valor y de la distribución desde Adam Smith: ideología y teoría económica. Argentina: Siglo XXI editores s.a de c.v.
- Esteban, E. G. (2007). La teoría de los stakeholders, un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y de la responsabilidad social corporativa. Veritas, revista de filosofía y teología, 20.
- Fernández Alles, M. T., & Cuadrado Marqués, R. (2011). La responsabilidad social empresarial en el sector hotelero: revisión de la literatura científica. Revista Cuadernos de Turismo, (28), 47-57.
- Fernández García, R. (2009). Responsabilidad Social Corporativa. San Vicente: Editorial Club Universitario.
- Gallego, F., Segura, P., & Icart, I. M. (2017). Elaboración y Presentación de un Proyecto de Investigación de una Tesina. Recuperado el 29 de Junio de 2017

- García, G. (2005). Investigación comercial. Madrid: Esic.
- Gómez, M. (2006). Introducción a la metodología de la investigación científica. Córdoba: Editorial Brujas.
- González, L. (2006). La responsabilidad social de la empresa. REVISTA DEL MINISTERIO DE TRABAJO Y ASUNTOS SOCIALES. Recuperado el 20 de Noviembre de 2017
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). Metodología de la Investigación. México: McGRAWHILLINTERAMERICMA EDITORES, SA.
- Hoteles de la provincia de Cotopaxi. (2017). Recuperado el 28 de Abril de 2017, de <https://www.google.com.ec/maps/search/hoteles+de+cotopaxi/@-0.939518,-78.7351974,12z/data=!3m1!4b1>
- Instituto de Ética y Calidad en el Agro. (17 de 07 de 2007). Introducción a la RSE. Obtenido de <http://eticagro.org/modules/smartsection/makepdf.php?itemid=36>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2017). Objetivos de Desarrollo Sostenible. Recuperado el 10 de Noviembre de 2017, de Ecuadorencifras.gob.ec
- Izquierdo, R., & Villalonga, I. (2005). La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y su gestión integrada. CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, 26.
- Jaramillo, J. G. (2007). Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social. Semestre económico. Universidad de Medellín.
- Jorge, V. (2015). RESPONSABILIDAD SOCIAL. RESPONSABILIDAD SOCIAL.
- Juárez, F., Villatoro, J., & López, E. (2002). Apuntes de estadística inferencial. México: EKL Lugo.

- Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria. (2017). Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria. Ecuador. Recuperado el 29 de Mayo de 2017
- Lima Bandeira, M., & López Parra, M. (Diciembre de 2012). Fundación CODESPA. Recuperado el Abril de 2017, de Fundación CODESPA: <http://www.codespa.org/blog/publicaciones-notas-tecnicas/estudio-de-responsabilidad-social-empresarial-en-ecuador/>
- Lorenzo, L. F., Geba, N., Montes, V., & Schaposnik, R. (2004). Balance Social Cooperativo Integral. Argentina: Universidad de la Plata. Recuperado el 11 de Mayo de 2017
- Mapa de la provincia de Cotopaxi y sus cantones. (2017). Recuperado el 15 de Abril de 2017, de <https://www.google.com.ec/maps/place/Cotopaxi/@-0.6837541,-78.4546997,14z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x91d44e5dbbd52ce7:0x61297ba77301c1e8!8m2!3d-0.6837541!4d-78.4371901>
- Mapa del Ecuador y sus regiones. (2017). Recuperado el 09 de Abril, de <https://www.google.com.ec/maps/place/Ecuador/@-1.3425156,-92.9445068,5z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x902387dda89a4bd5:0x9d76af04119c3702!8m2!3d-1.831239!4d-78.183406>
- MINTUR, M. d. (Abril de 2017). Ecuador Potencia Turística. Recuperado el 20 de Abril de 2017, de Ecuador Potencia Turística: <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/20-oferta-turistica/servicios-turisticos/247>
- Nieto Antolín , M., & Fernandez Gago , R. (2004). Responsabilidad social corporativa: La última innovación en management. Universia Business Review.
- ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO . (2001). Manual de Balance Social. Obtenido de http://www.economicas.unsa.edu.ar/afinan/informacion_general/book/balance_social.pdf

- Plan Nacional del Buen Vivir. (2013 - 2017). Ecuador. Recuperado el 01 de Junio de 2017, de www.buenvivir.gob.ec
- Roitstein, F. (2004). La responsabilidad social empresarial en Argentina: tendencias y oportunidades. Revista Latinoamericana de Administración, 25. Recuperado el 02 de Abril de 2017
- Salkind, N. J. (1998). Métodos de investigación. México: Prentice Hall.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (05 de Octubre de 2017). Recuperado el 16 de Junio de 2017, de <http://www.planificacion.gob.ec/>
- Server Izquierdo, R., & Villalonga Grañana, I. (2005). LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC) Y SU GESTIÓN . CIRIEC Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, 161.
- Servicio de Rentas Internas Latacunga. (2017). Recuperado el 15 de Mayo de 2017, de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS). (2013). Balance Social: Desarrollo metodológico según disposiciones de la LOEPS. Obtenido de II Jornadas de Supervisión y Control: http://www.seps.gob.ec/documents/20181/26626/PPT%20Balance%20social_Jos%C3%A9%20P%C3%A1ez.pdf/9ad072fb-c1eb-49f7-9b24-e224ad2d428a
- Velez, S. (2003). Metodología de la Investigación I. Manual Teórico Práctico. Caracas: Universo de Venezuela.

ANEXOS

Anexos



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

CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

CERTIFICACIÓN

Se certifica que el presente trabajo fue desarrollado por la señorita **GINA PAMELA CHANCUSIG RAMÍREZ** y la señorita **JOHANNA MARIBEL HERRERA MORENO**.

En la ciudad de Latacunga, a los 11 días del mes de enero del 2018.

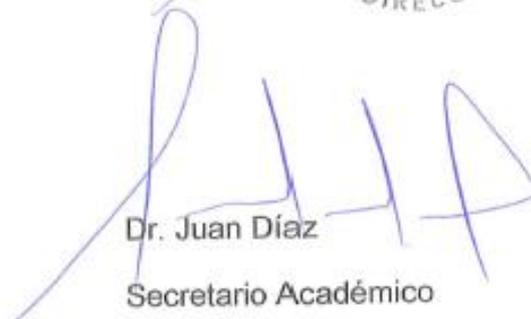


Ing. Elisabeth Jiménez
Directora del Proyecto

Aprobado por:



Ing. Julio Tapia
Director de Carrera



Dr. Juan Díaz
Secretario Académico