



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

TEMA:

**Propuesta metodológica para el fomento de la responsabilidad social
empresarial, basada en las experiencias de los proyectos con
componentes turísticos implementados en la costa ecuatoriana.**

AUTORA:

Valdivieso Ramón, Danixa Geanellis

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

TUTORA:

Lcda. Karla Lucía Ramírez Iñiguez, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

Guayaquil, a los 10 días del mes septiembre del año 2019



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Valdivieso Ramón Danixa Geanellis**, como requerimiento para la obtención del título de Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

TUTORA

Lcda. Karla Lucía Ramírez Iñiguez, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, a los 10 días del mes de septiembre del año 2019



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Valdivieso Ramón Danixa Valdivieso**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Propuesta metodológica para el fomento de la responsabilidad social empresarial, basada en las experiencias de los proyectos con componentes turísticos implementados en la costa ecuatoriana**, previo a la obtención del título de Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 10 días del mes de septiembre del año 2019

LA AUTORA

Valdivieso Ramón Danixa Valdivieso



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, Valdivieso Ramón Danixa Valdivieso

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Propuesta metodológica para el fomento de la responsabilidad social empresarial, basada en las experiencias de los proyectos con componentes turísticos implementados en la costa ecuatoriana**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 10 días del mes de septiembre del año 2019

LA AUTORA:

Valdivieso Ramón Danixa Valdivieso



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **“Propuesta metodológica para el fomento de la responsabilidad social empresarial, basada en las experiencias de los proyectos con componentes turísticos implementados en la costa ecuatoriana”**, presentado por la estudiante **Valdivieso Ramón Danixa Geanellis**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (0%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

The screenshot shows the URKUND interface with the following details:

Documento	TT Valdivieso Danixa.docx (D54947308)
Presentado	2019-08-21 16:37 (-05:00)
Presentado por	Karla Ramirez (karla.ramirez83@gmail.com)
Recibido	karla.ramirez01.ucsg@analysis.orkund.com

0% de estas 40 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.

Lcda. Karla Lucía Ramírez Iñiguez, Mgs.

TUTORA

Agradecimiento

“No se inquieten por nada; más bien, en toda ocasión, con oración y ruego, presenten sus peticiones a Dios y denle gracias.”

Filipenses 4:6

A Él, por darme todo sin muchas veces pedir o merecer nada y a quienes ha usado como instrumento para entregarme lo que está en sus planes. A mi familia por haber soportado conmigo: madrugadas, desvelos, llantos, frustración, alegrías, enojos, problemas, sonrisas, altos y bajos desde hace 21 años y celebrado cada logro y apoyado en cada proceso que he atravesado. Y a la persona más especial, por el amor incondicional que siempre me ha demostrado y la paciencia que ha tenido conmigo para enseñarme tantas cosas a lo largo de mi vida, mi Ángel en la tierra y en mi corazón desde siempre, mi papi Heri.

DEDICATORIA

Dedicado a quien no sólo se ha limitado a ser maestra y tutora, sino que también ha hecho las veces de consejera, compañera de tesis y poquito a poco me fue adoptando como su hija de corazón. Por preocuparse y estar pendiente ante cada situación que se presentó y encaminarme siempre a encontrar una salida. Gracias por el tiempo, los consejos, comprensión y paciencia para avanzar conmigo en esta jornada, no sólo académica, sino también personal. Gracias por acompañarme durante las tardes de llanto, risas, galletas y helado, las palabras de aliento y también los silencios que me hacían entender que todo pasa para dejar un aprendizaje y que pronto las cosas estarían mucho mejor. Y así fue. Mil gracias por el ánimo y la fe incansable que tuvo en mí y que siempre demostró para que no caiga incluso cuando ya no veía la manera de continuar. Nada es fácil, pero toda carga se aliviana cuando es compartida con las personas correctas y sin duda, no pude tener mejor compañera que usted, miss Karla. Se ha ganado todo mi cariño y gratitud, porque incluso desde antes de embarcarnos en este viaje estuvo atenta a cada paso, dándome su confianza y motivándome a terminarla con éxito y superando expectativas. Este trabajo no es mío, es nuestro, y si tuviera la opción de hacer las cosas de otra forma, no lo haría, porque sin todo lo pasado no hubiera aprendido lo que aprendí, ni hubiera crecido lo que crecí y qué mejor que haber vivido esta experiencia con usted, y aunque termine mi etapa universitaria me llevo algo mucho más grande que un título, llevo conmigo no sólo a la docente, sino a Karla Ramírez, como una nueva, leal y gran amiga.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Lcda. Karla Lucía Ramírez Iñiguez, Mgs.

TUTORA

Ing. Gerson Sopó Montero, Mgs.

DELEGADO

Ing. Alexandra Murillo Paladines, Mgs.

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

Lcda. Aline Gutierrez Northía, Mgs.

OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

Calificación

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
Valdivieso Ramón Danixa Valdivieso	

**Lcda. Karla Lucía Ramírez Iñiguez, Mgs.
TUTORA**

Índice General

Índice de Tablas	xii
Índice de Figuras	xiv
Resumen.....	xvi
Abstract	xvii
Introducción	2
Antecedentes del problema	3
Planteamiento del Problema.....	4
Problema	4
Alcance.....	5
Pregunta de la investigación	5
Justificación.....	5
Objetivos	7
Objetivo general	7
Objetivos específicos	7
Marco Referencial.....	7
Marco Teórico.....	9
Teorías sobre responsabilidad social empresarial	9
Teoría de los <i>stakeholders</i>	14
Marco Legal	15
Constitución de la República del Ecuador (CRE).....	15
Plan Nacional de Desarrollo: Toda una vida.....	17
Eje 2: Economía al servicio de la sociedad.....	17

Norma ISO 26000	18
Pacto Global	19
Derechos Humanos:	19
Estándares Laborales:.....	20
Medio Ambiente:	20
Anticorrupción:	20
Norma AA1000	20
Marco Conceptual	22
Entendiendo la Responsabilidad Social Empresarial.....	22
Metodología de la investigación	25
Enfoque de la investigación	25
Tipo de investigación	25
Capítulo 2.....	27
Caracterización e identificación de los proyectos de RSE que se han desarrollado en la costa ecuatoriana	27
PRONACA.....	28
Holcim.....	28
PRODUBANCO	28
Corporación Favorita	28
Fundación APROFE	29
Fundación NOBIS	29
Fundación Diners	29
Nestlé.....	29

Corporación Maresa	29
Fundación Telefónica.....	30
Oleoducto de Crudos Pesados (OCP)	30
General Motors.....	30
Mutualista Pichincha.....	30
Cervecería Nacional	30
Banco del Pacífico.....	30
Bayer	31
Banco Guayaquil.....	31
Almacenes Eljuri – División Licores	31
Plastigama	31
Capítulo 3	49
Metodologías de trabajo usadas en RSE en la costa ecuatoriana.....	49
Andrés Alarcón Aguiar	49
Ec. Priscilla Carrasco, Mba.....	52
Paola Gálvez Izquieta, Msc.....	53
Docente de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.....	53
Larissa Marangoni Bertini, Msp	55
Cecilia Condo Tamayo, Msc.....	57
Capítulo 4.-.....	60
Propuesta metodológica de trabajo en RSE en turismo en la costa ecuatoriana.....	60
Manual de Diagnóstico Turístico Local	63
Módulo 1: Herramientas de Diagnóstico	67

Módulo 2: Herramientas de identificación.....	68
Módulo 3: La Matriz de Marco Lógico (MML) de un proyecto.....	69
Módulo 4: La Matriz de Marco Lógico (MML) de un programa	69
Conclusiones	76
Recomendaciones.....	77
Referencias.....	78

Índice de Tablas

Tabla 1 - Parte 1 <i>Caracterización e identificación de los proyectos de RSE que se han desarrollado en la costa ecuatoriana</i>	32
Tabla 1 - Parte 2 <i>Caracterización e identificación de los proyectos de RSE que se han desarrollado en la costa ecuatoriana</i>	33
Tabla 1 - Parte 3 <i>Caracterización e identificación de los proyectos de RSE que se han desarrollado en la costa ecuatoriana</i>	34
Tabla 1 - Parte 4 <i>Caracterización e identificación de los proyectos de RSE que se han desarrollado en la costa ecuatoriana</i>	35
Tabla 1 - Parte 5 <i>Caracterización e identificación de los proyectos de RSE que se han desarrollado en la costa ecuatoriana</i>	36
Tabla 1 - Parte 6 <i>Caracterización e identificación de los proyectos de RSE que se han desarrollado en la costa ecuatoriana</i>	37
Tabla 1 - Parte 7 <i>Caracterización e identificación de los proyectos de RSE que se han desarrollado en la costa ecuatoriana</i>	38
Tabla 1 - Parte 8 <i>Caracterización e identificación de los proyectos de RSE que se han desarrollado en la costa ecuatoriana</i>	39
Tabla 1 - Parte 9 <i>Caracterización e identificación de los proyectos de RSE que se han desarrollado en la costa ecuatoriana</i>	40
Tabla 1 - Parte 10 <i>Caracterización e identificación de los proyectos de RSE que se han desarrollado en la costa ecuatoriana</i>	41
Tabla 1 - Parte 11 <i>Caracterización e identificación de los proyectos de RSE que se han desarrollado en la costa ecuatoriana</i>	42
Tabla 1 - Parte 12 <i>Caracterización e identificación de los proyectos de RSE que se han desarrollado en la costa ecuatoriana</i>	43
Tabla 1 - Parte 13 <i>Caracterización e identificación de los proyectos de RSE que se han desarrollado en la costa ecuatoriana</i>	44

Tabla 1 - Parte 14 <i>Caracterización e identificación de los proyectos de RSE que se han desarrollado en la costa ecuatoriana</i>	45
Tabla 1 - Parte 15 <i>Caracterización e identificación de los proyectos de RSE que se han desarrollado en la costa ecuatoriana</i>	46
Tabla 2 - Parte 1 <i>Perspectivas sobre RSE y experiencia en proyectos</i>	50
Tabla 2 - Parte 2 <i>Perspectivas sobre RSE y experiencia en proyectos</i>	51
Tabla 3 - Parte 1 <i>Perspectivas sobre RSE y experiencia en proyectos</i>	52
Tabla 3 - Parte 2 <i>Perspectivas sobre RSE y experiencia en proyectos</i>	53
Tabla 4 - Parte 1 <i>Perspectivas sobre RSE y experiencia en proyectos</i>	53
Tabla 4 - Parte 2 <i>Perspectivas sobre RSE y experiencia en proyectos</i>	54
Tabla 5 - Parte 1 <i>Perspectivas sobre RSE y experiencia en proyectos</i>	55
Tabla 5 - Parte 2 <i>Perspectivas sobre RSE y experiencia en proyectos</i>	56
Tabla 5 - Parte 3 <i>Perspectivas sobre RSE y experiencia en proyectos</i>	57
Tabla 6 - Parte 1 <i>Perspectivas sobre RSE y experiencia en proyectos</i>	58
Tabla 6 - Parte 2 <i>Perspectivas sobre RSE y experiencia en proyectos</i>	59

Índice de Figuras

<i>Figura 1. Teorías sobre responsabilidad social. Adaptado de: Evolución, aproximación al concepto y teorías de responsabilidad social empresarial, por A. Tinoco, J. Naranjo & O. Benavides, 2012.</i>	9
<i>Figura 2. Principios de la Responsabilidad Social Empresarial. Adaptado de: Los principios de la responsabilidad social empresarial, por F. Grossman, 2010.</i>	18
<i>Figura 3. Los ejes de la Responsabilidad Social Empresarial. Adaptado de: Los principios de la responsabilidad social empresarial, por F. Grossman, 2010.</i>	19
<i>Figura 4. Propósito y alcance de la norma AA1000. Adaptado de: Norma AA1000, por Institute of Social and Ethical Accountability, 2011.</i>	21
<i>Figura 5. Proceso de compromiso de los grupos de interés. Adaptado de: Norma AA1000, por Institute of Social and Ethical Accountability, 2011.</i>	21
<i>Figura 6. Caracterización e identificación de los proyectos de RSE que se han desarrollado en la costa ecuatoriana.</i>	47
<i>Figura 7. Cadena de Valor del Turismo. Adaptado de: Análisis de la Cadena del Turismo. Adaptado de: Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL, 2015.</i>	61
<i>Figura 8. Etapas de la planificación. Adaptado de: Manual para el diagnóstico turístico local, por Carla Ricaurte Quijano, 2009.</i>	64
<i>Figura 9. Herramientas de diagnóstico. Adaptado de: Sistema de Marco Lógico, por Banco Interamericano de Desarrollo, 2004.</i>	68

Figura 10. Herramientas de identificación. Adaptado de: *Sistema de Marco Lógico*, por Banco Interamericano de Desarrollo, 2004.....68

Figura 11. La Matriz de Marco Lógico en el Ciclo de proyectos. Adaptado de: *Sistema de Marco Lógico*, por Banco Interamericano de Desarrollo, 2004.69

Figura 12. Proceso de aplicación de propuesta metodológica para empresas que realicen RSE con componentes turísticos.75

Resumen

El presente trabajo de titulación expone un compendio de normativas internacionales y metodologías de trabajo que garanticen que la puesta en práctica de trabajos de responsabilidad social empresarial sea exitosa y se cumplan todos los requisitos necesarios para incluir de manera activa a toda la comunidad y cómo mantener su participación en el proceso de avance.

Se propone la creación de una metodología que, entre sus componentes, presenta herramientas que han arrojado resultados positivos en su aplicación individual y cuya fusión con demás elementos, encaminan hacia el éxito a proyectos con componentes turísticos que se busque implementar dentro de la costa ecuatoriana. Para esto es importante evaluar el panorama completo: antes, durante y después de la intervención, desde todos los campos de acción y futuros miembros involucrados, para asegurar que el proyecto no sólo será sostenible en el tiempo, sino que se ejecutará correctamente y de manera satisfactoria, evitando el asistencialismo y fomentando el emprendimiento en la comunidad.

Palabras Clave: responsabilidad social empresarial, turismo, asistencialismo, comunidad, metodología, sostenible.

Abstract

This degree work presents a compendium of international regulations and working procedures that guarantee that the implementation of corporate social responsibility works will be successful and that all the necessary requirements are fulfilled to actively include the entire community and how to keep their participation in the advancement process.

It is proposed the creation of a methodology that in its components presents tools that have gave positive results in their individual application and which fusion with other elements, lead to the success of projects with tourism components that can be applied in the Ecuadorian coast. In order to achieve this, is important to evaluate the whole picture: before, during and after the intervention, from every field of action and future members involved, to ensure that the project will not only be sustainable over time, but also be executed correctly and in a satisfactory way, avoiding welfare and promoting entrepreneurship in the community.

Keywords: *tourism, entrepreneurship, community, methodology, welfare.*

Introducción

La Responsabilidad Social Empresarial se ha aplicado a nivel mundial, no siempre bajo la misma denominación, pero sí con principios y enfoques básicos mantenidos hasta la actualidad y que han aportado a que sobre ellos se edifiquen todos los conceptos de las distintas ramas en las que es aplicable. En cuanto a turismo, el campo ha sido poco explorado, y, cuando se ha entrado en este terreno ha sido con la finalidad de alcanzar objetivos distintos a ejecutar la actividad turística enteramente, por esto, se han utilizado metodologías que, pese a estar correctamente elaboradas, no han logrado que los proyectos sean sostenibles durante periodos extensos de tiempo.

Debido a la aplicación desenfocada, poco conocimiento de la comunidad, consulta y falta de consentimiento de la población y sus necesidades, se ha establecido en muchos casos, desconfianza, asistencialismo, colaboración limitada, mal uso de recursos y posterior abandono de proyectos que, teniendo el potencial suficiente para no sólo mejorar la vida de los habitantes de determinado territorio y activarlos económicamente, sino de potenciar turísticamente sectores con recursos que pueden ser utilizados directa o indirectamente en la cadena turística, caen en el abandono y limitan las posibilidades de volver a intervenir en la misma comunidad o en sectores cercanos.

Así mismo, muchos otros proyectos han tenido éxito y es de ellos que se obtuvo la información necesaria y los modelos aplicables en distintos casos, destacando que, aunque no todos han sido encaminados a turismo, aun así tienen componentes de introducción a la comunidad que aportan en la propuesta y proceso de aplicación, incluso desde antes de socializar con la comunidad el proyecto, ya que es importante estudiar mucho antes, todos los posibles escenarios a los que se puede enfrentar la intervención, para una vez entendidos estos puntos poder ejecutar a conciencia todos los pasos restantes y que se pueda no sólo cumplir con lo planeado sino superar las expectativas del plan propuesto.

Si bien ya existen varias metodologías y normativas para aplicación de proyectos, es importante identificar cuáles son las que se ajustan a lo que como empresa se quiere lograr y el campo en el que se quiere intervenir, en este caso, el

turístico. Dentro del presente trabajo se abordan las metodologías y pasos previos a la intervención, para que se

Antecedentes del problema

En Ecuador, el interés de promover la responsabilidad social empresarial ha incrementado en los últimos años, lo que ha llevado a que varias empresas se unan a esta iniciativa. Es así que, en el año 2005, se conforma en el país el Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social, al que poco a poco se han incorporado diversas instituciones para aportar con el compromiso de retribuir a la sociedad lo que ésta ofrece para el crecimiento de dichas empresas.

Son numerosos los proyectos de RSE puestos en marcha a nivel nacional, pero muchos de ellos no están enteramente enfocados al área turística, sino que son complemento de objetivos sociales más extensos, pese a que se desarrollan en sitios con inminente potencial. Aquellos que cuentan con componentes turísticos son sólo una pequeña parte del número total, ya que se tiene como beneficiarios principales, según lo indica el Estudio de Responsabilidad Social de Empresas en el Ecuador elaborado por Mónica Torresano (2012), a “la comunidad, colaboradores, la iglesia de la parroquia, las entidades educativas locales y las fundaciones”, todo esto con una variación correspondiente al tipo y tamaño de la empresa.

Teniendo en cuenta que la finalidad de poner en práctica actividades empresarialmente responsables es crear y afianzar un lazo de legitimidad con el medio desarrollado cerca de la empresa, es comprensible el reducido número de planes elaborados para activar o reforzar el campo de acción turístico, ya que es un nicho complejo para trabajar debido al previo estudio de aspectos como vocación, recursos, actores, entre otros, especialmente en aquellos lugares que, aunque cuenten con el entorno natural o cultural para ejercer actividades turísticas, tienen afianzada su economía, necesidad e interés en aspectos diferentes.

El panorama en la costa ecuatoriana no está exento de desafíos, pero es remarcable que a pesar ello, instituciones privadas y no dedicadas al turismo apuesten por proyectos que reactiven la economía en sectores potenciales que a su vez han abierto las puertas a actividades como capacitación para guianza de destinos, elaboración de artesanías, gastronomía propia de la zona y rescate cultural; obteniendo

aceptación y resultados favorables que han permanecido vigentes gracias al impacto generado en la comunidad y las bases cimentadas para su evolución a través del paso del tiempo.

Planteamiento del Problema

La responsabilidad social empresarial es un desafío que se ha implementado con mucha más fuerza desde los inicios de la globalización. Múltiples empresas ven en ésta una manera para realzar su imagen, mientras que otras lo ejecutan por motivaciones éticas o con fines de ayuda a la sociedad, sometándose bajo exigencias establecidas dentro de normativas internacionales para lograrlo. La comunidad, a lo largo de la historia ha acumulado desconfianza en las organizaciones privadas, dado a la falta de empatía y compromiso y más bien, interés únicamente de manera temporal en intervenir dentro de la comunidad, pero sólo para satisfacer sus propias necesidades acción que ha quedado demostrada y ha causado impresión negativa en las zonas que las rodean y en la sociedad en general. En consecuencia, dicha desconfianza convierte en un terreno hostil el emprender actividades socialmente responsables, por lo que es fundamental tener la orientación apropiada y poder introducirse perspicazmente, sin caer en el asistencialismo.

Pese a la puesta en marcha de distintos proyectos, mayoritariamente en el área educativa, ambiental y de salud, pocas son las empresas que han direccionado su aporte para llevar a cabo ideas que beneficien al turismo. De la mano de la reducida cantidad de actividades y empresas que contribuyen a este sector se encuentra la ausencia de un método que englobe todos los requerimientos exigidos en las distintas normativas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) existentes y que, a su vez, sea claro en los pasos a seguir, para que garantice que los futuros proyectos a ponerse en marcha cumplan con los objetivos demandados por todos los involucrados en la RSE,

Problema

Es así que el problema planteado es la reducida cantidad de proyectos direccionados al turismo en la costa ecuatoriana en el ámbito de la responsabilidad social empresarial. A partir de esto, se deriva como variable directa: la responsabilidad

social empresarial, y, como variable indirecta, la reducida cantidad de proyectos con componentes turísticos implementados en la costa ecuatoriana.

Alcance

Para efectos del estudio se realizará investigación bibliográfica para identificar todos los proyectos de RSE con componentes de turismo desarrollados desde el año 2005 hasta el 2018.

Pregunta de la investigación

¿De qué manera los proyectos de RSE en turismo se ven afectados al no tener una metodología que permita su aplicación por parte de empresas medianas?

Justificación

La RSE en términos globales se ha realizado de manera esporádica y, de acuerdo a Morán (2009), de formas variadas: programas de responsabilidad social, voluntariados de los colaboradores de la empresa, acciones para la protección del ambiente, campañas de reciclaje, ahorro de energía, combustibles y agua, negocios inclusivos, elaboración de memorias de sustentabilidad y otras actividades. (p. 2). Sin embargo, aunque existen diversas áreas para aplicar RSE, el foco de los esfuerzos está dirigido mayormente a temas de ambientales, a causa de las empresas dedicadas a la extracción de recursos naturales y empresas dedicadas a la elaboración de productos de consumo masivo, las cuales son una ínfima porción de todas las posibilidades. (Peña & Serra, 2012)

Tanto los planes para actividades de los temas antes mencionados y el término "responsabilidad social empresarial" han sido muy escuchados últimamente y su puesta en práctica no sólo se ha visto impulsada por el ejemplo de las grandes empresas de países extranjeros, sino por los efectos que han percibido las empresas que causan en los grupos de interés que se desarrollan en su entorno. Si bien es cierto que, por ser cuantiosos, son mucho más conocidos dichos planes, al ejecutar proyectos turísticos con el grupo de interés denominado comunidad, el impacto que se genera es superior.

Tal es el poder de una buena práctica de RSE con elementos turísticos que las huellas que dejan en la comunidad son imborrables y dan pie a que puedan sostenerse por extensos períodos de tiempo, cambiando el nivel de vida y la forma de generar recursos, ayudando a la independencia y avance de familias y pueblos enteros, que ven la oportunidad de superarse gracias a actividades de capacitación cultural, turística, utilización de recursos de la zona o de materiales de reciclaje para la elaboración de artesanías.

Siendo tan notorio el nivel de mejoras observado después de la intervención de determinados organismos, que vieron en zonas potencialmente ubicadas a personas con una vocación hasta ese momento oculta por dedicarse a labores turísticas, es muy natural tener varias interrogantes como cuál fue la clave de ese éxito, qué agentes participaron, áreas de intervención, normativas legales que se tuvo en cuenta, y metodologías que fueron aplicadas para desarrollar los planes propuestos.

Al realizar la búsqueda de información que sustente la contestación ante las dudas existentes se encontró que varios aspectos y modelos, todos diferentes y particulares de cada sector en el que se actúa, son utilizados desde la fase inicial de planeación hasta la fase de evaluación, (al finalizar los proyectos); pero sin una guía metodológica propia que englobe de manera estandarizada los pasos a seguir, ya que, aunque se tome como referencia las pautas que proponen otras normativas y modelos, las necesidades a satisfacer en turismo son diferentes a los demás campos de acción.

De esa observación nace la iniciativa de impulsar la ejecución de proyectos de este tipo facilitando su puesta en práctica por medio de una metodología que contenga lineamientos generales que sean aplicables en diferentes localidades de la costa ecuatoriana, dejando establecido un camino a seguir que además de contribuir al desarrollo turístico de la zona y del país, afiance el lazo de legitimidad con las compañías ejecutoras en la mediana y pequeña empresa, ejecutando ya sea proyectos netamente turísticos o apoyados en la cadena de valor del turismo como elaboración de *amenities*, juegos de blancos, materia prima para locales de restauración, entre otros asociados detallados en la parte explicativa de la metodología propuesta dentro de este proyecto de titulación.

Objetivos

Objetivo general

Proponer una metodología de trabajo para fomentar la responsabilidad social empresarial, basada en las experiencias de los proyectos con componentes turísticos implementados en la costa ecuatoriana.

Objetivos específicos

1.- Caracterizar los proyectos de responsabilidad social empresarial en la costa ecuatoriana con componentes de turismo para determinar la línea base de esta investigación.

2.- Identificar las metodologías de trabajo usadas en proyectos de responsabilidad social con componentes de turismo en costa ecuatoriana para evaluar la experiencia de los mismos.

3.- Proponer una metodología de trabajo para fomentar el turismo a través de la responsabilidad social empresarial en la costa ecuatoriana.

Marco Referencial

El tema de Responsabilidad Social Empresarial ha sido discutido desde el siglo pasado por múltiples autores, aunque bajo denominaciones y concepciones mínimamente distintas a las actuales, pero siempre con la sociedad como eje para su desarrollo y principal beneficiaria de las actividades a proponer.

Consecuentemente, a nivel global se ha ido despertando poco a poco un inminente interés por el conjunto de campos de acción que dicha responsabilidad engloba, es así que de la mano de esta tendencia se han incrementado el número de organizaciones que no sólo aplican principios, sino que dan a conocer a la comunidad, bajo estándares de organismos competentes, sus proyectos y las áreas en los que fueron llevados a cabo.

Dentro de Latinoamérica, un claro ejemplo de lo manifestado es lo que refiere Correa (2004), afirmando que “cerca de 500 empresas han publicado reportes en Brasil, siguiendo las sugerencias del Instituto Ethos de responsabilidad social. Cerca

de 100 de estos incluyen consideraciones sobre temas sociales, ambientales y financieros, y los demás se refieren sólo a aspectos ambientales o de información sobre proyectos” (p.8), pasando de ser pioneros en la generación de reportes para conocimiento interno y de la ciudadanía, a adoptar de manera formal la aplicación de la RSE como estrategia corporativa.

En Ecuador, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Censos, en el 2016 existían 843.745 empresas. Si bien no hay un estudio actualizado de cuántas de ellas tienen programas de RSE, muchas de ellas cuentan con acciones puntuales y otras con planes alineados a sus negocios, según lo indica el INEC (2017). Adicionalmente, Urquiza (2018) manifiesta que “en 2015, el Distrito Metropolitano de Quito, signatario del Pacto Mundial y participante de su Programa de Ciudades, dio importantes pasos en la construcción de un territorio socialmente responsable. En marzo, de la mano de la Agencia de Promoción Económica CONQUITO, fue creada la Red Metropolitana de Responsabilidad Social, con el fin de catalizar la acción social privada para la creación de empleo digno a grupos vulnerables” (p.2), aportando aún más al crecimiento del compromiso.

Si bien es cierto, existen diversas normativas como la ISO 26000, SG21, AA1000, SA8000, referentes para elaboración de reportes como el GRI G3 y principios como los propuestos por el Pacto Global de las Naciones Unidas. todos estos pueden usarse de acuerdo a las necesidades requeridas por las empresas y el entorno en el que se desenvuelven o el contexto del proyecto que quieran apoyar, puesto que unas tienen componentes que no están incluidos en otra y que pueden no ajustarse al objetivo de cumplir de manera correcta con la RSE.

Es evidente que hay mucho material de apoyo para poner en práctica ideas que benefician el ambiente, salud y educación de la comunidad receptora, más, en cuanto a turismo, y abordando el tema nacionalmente, las empresas se ven obligadas a tomar decisiones con soporte en principios de RSE que pese a estar direccionados al respeto y cuidado del entorno, contribución al desarrollo económico y sostenibilidad, no dan detalle ni brindan la atención necesaria para ejecutar de manera específica iniciativas turísticas.

Fundación Diners Club es una de las entidades que también ha apostado por el rescate, difusión y desarrollo de gastronomía emblemática de algunas de las provincias

del país, mediante el perfeccionamiento de técnicas culinarias, calidad de servicio y métodos para atraer turistas por medio de la gastronomía y artesanías. Para llegar a este fin, las comunidades o personas intervenidas a través del proyecto Orígenes, son capacitadas mediante la página web, en la que tienen acceso al denominado “Manual de capacitación para pequeños negocios gastronómicos”, que aborda dentro de sus capítulos desde la manera correcta de servir un plato, hasta educación financiera básica, con temas como relación de caja, movimientos de inventario, documentos a ser auditados, además de información bastante clara sobre permisos necesarios para el funcionamiento de restaurantes.

Adicional al manual mencionado, se han publicado dos libros con recetas, que llevan el nombre del proyecto y cuya primera edición fue publicada en el 2016 como medio de ayuda para sacar a flote a las comunidades afectadas por el terremoto del 16 de abril de ese año, contando después con la segunda edición que es la continuación de recetas emblemáticas, sumado a estudios antropológicos elaborados por Marcelo Córdova y Ximena Salcedo sobre los platos más representativos de la Costa y Sierra (Orígenes, 2018)

Marco Teórico

Teorías sobre responsabilidad social empresarial

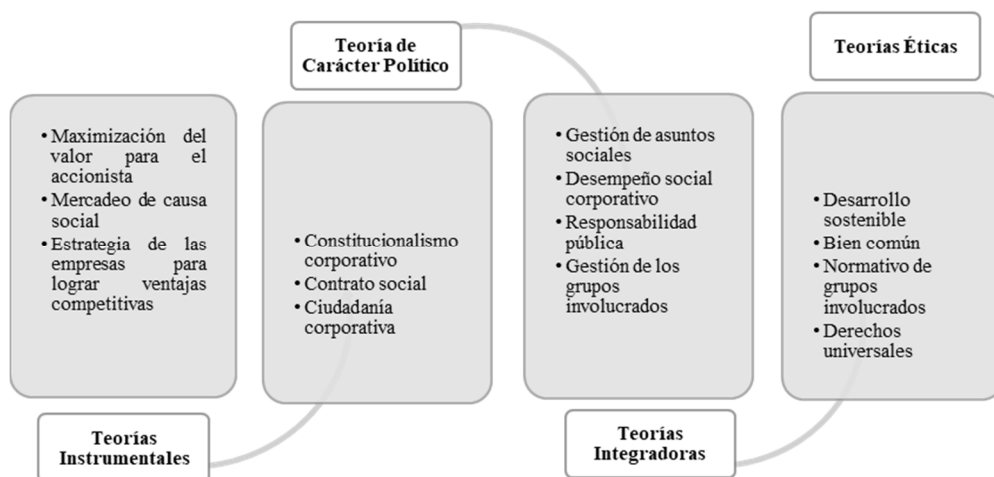


Figura 1. Teorías sobre responsabilidad social. Adaptado de: *Evolución, aproximación al concepto y teorías de responsabilidad social empresarial*, por A. Tinoco, J. Naranjo & O. Benavides, 2012.

El concepto de responsabilidad social empresarial ha sido respaldado mediante varias teorías y enfoques que hacen énfasis en la buena relación que debe existir entre la entidad empresarial y la sociedad. Una teoría se define como la agrupación de ideas y fundamentos fijados para poner en conocimiento de manera precisa la conceptualización de responsabilidad social empresarial y los distintos puntos que ayuden a alimentar dicha conceptualización, para que puedan ser adoptadas por los organismos que busquen ejercer correctamente esta acción.

Tinoco-Cantillo, Arango-Buelvas & Benavides (2012), han elaborado y establecido enfoques fundamentales para la correlación entre empresa y colectividad, para su posterior aplicación en ellas. Propone cuatro divisiones en las que se agrupan teorías con las especificaciones necesarias para comprender con mayor claridad la profundidad de acción de las mismas.

Teorías instrumentales

La primera división incluye las teorías instrumentales, cuyo punto de concentración es el estudio de las acciones sociales que ayudan a generar ganancias en la empresa, con el propósito de, a la par de esta acción, producir y aumentar la rentabilidad para los accionistas o colaboradores de la empresa. En esta relación, el aspecto relevante es el económico al momento de ejecutar los programas planeados.

Al presente grupo de teorías instrumentales pertenecen los siguientes enfoques:

Enfoque de Maximización del Valor para el Accionista

Planteada por Friedman (1970), sugiere que las aportaciones filantrópicas que decida realizar cualquiera de los miembros de la empresa, debe ser en acción independiente a la misma. Declara que las organizaciones fueron creadas con el único objetivo de producir utilidades y alcanzar la rentabilidad para sus colaboradores, considerando una ética donde se consideren y obedezcan las normativas que rigen las funciones económicas de la empresa.

Enfoque de Mercadeo de Causa Social

Murray y Montanary, (1986) direccionan este enfoque a la credibilidad de la empresa, procurando ofertar productos de calidad, provocando que se acrecienten tanto ventas como ingresos de la misma. Gracias a esto, el cliente amplía su visión referente a la organización.

Enfoque de estrategia de las empresas para lograr ventajas competitivas

A partir de este enfoque se distinguen tres perspectivas:

1. Inversiones sociales en un contexto competitivo.

Plantea que el promover la responsabilidad social empresarial puede ser de utilidad para incrementar el nivel competitivo de la empresa, debido a la creación de validez social, junto con la mejora situacional del entorno.

2. Perspectiva de la firma y las capacidades dinámicas basadas en los recursos naturales.

Manifiesta que aquello que mejora la ventaja competitiva de la empresa es el conocimiento y la buena gestión, dependiente de cómo interactúan los recursos tanto humanos como organizativos en las estrategias generadas por la empresa.

3. Estrategias para la base de la pirámide económica o segmentos de bajos ingresos de la sociedad.

Desde esta perspectiva se plantea la existencia de la oportunidad de mejorar bienes y servicios para quienes no poseen los recursos económicos suficientes, con la oportunidad de acceder a dichos productos de manera poco complicada y elaborados mediante una producción a bajo costo.

Teorías de carácter político

De manera literal, esta teoría expresa el dominio que posee la empresa y el vínculo entre esta y la sociedad, reflejando el peso que posee la empresa en la economía, sintiéndose así obligada a responder con los derechos y obligaciones correspondientes. A su vez, se sostiene en tres enfoques:

1. Enfoque del constitucionalismo corporativo

Expresa que, dado a la elevada participación de la organización en el medio social y económico, cualquier resolución tomada por la misma, va a incidir en el medio en el que está envuelta.

2. Enfoque del contrato social

Posee dos niveles: macro-social y micro-social, ambos firmados por común acuerdo por la sociedad mediante contratos.

3. Enfoque de la ciudadanía corporativa

Se conceptualiza en base a tres enfoques: visión definida en el campo filantrópico, otra correspondiente a la responsabilidad social empresarial y la tercera, que es en la que la empresa se apropia del concepto de ciudadanía corporativa cuando el estado no ejecuta sus obligaciones.

Teorías integradoras

Conocida de tal forma por integrar a la economía, política y aspectos sociales, para generar propuestas que ayuden a mejorar la comunicación entre organizaciones y su entorno. Posee cuatro enfoques:

1. Enfoque de gestión de asuntos sociales

Direccionada a estudiar los procedimientos de la empresa para detectar, evaluar y afrontar temas políticos o sociales que pudieren afectar la reputación de la empresa.

2. Enfoque del desempeño social corporativo

Enfocada en la legalidad social, dada por procesos que puedan liderar a la resolución de problemas sociales.

3. Enfoque de responsabilidad pública

Indica que el comportamiento empresarial para ser visto de manera adecuada, debe provenir de una política pública. Dicha política, comprende reglas y puntos de opinión colectiva.

4. Enfoque de gestión de los grupos involucrados

Orientada a personas que pudieran verse afectadas por los marcos legales de la empresa o sus prácticas. Los elementos analizados en este enfoque son los que relacionan a los grupos de interés con la empresa para lograr acuerdos mutuos.

5. Enfoque del desempeño social corporativo

Se procura buscar la legalidad social a través de procedimientos que ofrecen respuesta a problemas puntuales en el ámbito social.

Teorías éticas

Tienen base en los fundamentos establecidos por la empresa acerca de las acciones que puede o no ejecutar para contribuir a la construcción de una mejor sociedad, exigiendo el cumplimiento de los derechos ciudadanos para que el beneficio sea aprovechado por todas las generaciones. Formada por la unión de cuatro enfoques, que son los siguientes:

1. Enfoque de desarrollo sostenible

Tiene como propósito establecer la comprensión de que las generaciones actuales y venideras pueden ahondar en la sostenibilidad a fin de mejorar exponencialmente con el pasar del tiempo sus condiciones generales.

2. Enfoque del bien común

Conocida también como la teoría de los *stakeholders*, que será explicada con mayor profundidad, más adelante. Expone la importancia de vincular a cada integrante de la cadena de valor en beneficios éticos y de participación para cerciorarse de que están obteniendo las oportunidades de desarrollo esperadas.

3. Enfoque normativo de grupos involucrados

Engloba el análisis de las normativas a las que deben regirse los grupos de interés

4. Enfoque de los derechos universales

Se centra en la adaptación de los derechos de los individuos en un contexto global, para asegurar que se cumplen de la mano de estos, las expectativas de la empresa

Teoría de los *stakeholders*

El fundador de la teoría del *stakeholder*, Edward Freeman, denomina así a cualquier persona o grupo que de alguna forma esté dispuesto a poner algo en juego por la empresa. Esto puede ser de forma voluntaria o involuntaria. Dice también que el llamado “accionista” puede estar interesado en cualquiera de los componentes de la empresa, es decir, trabajadores, proveedores, clientes, sociedad, etc. El objetivo de esto es que todos los stakeholders se vean beneficiados a largo plazo, obteniendo un accionista satisfecho con el resultado económico-financiero; antes analizando todas las expectativas de los accionistas en juego. Las relaciones entre ellos deben actuar en conjunto; sin embargo, cada uno tiene una parte de la empresa en la que desea mantener su apuesta. Para que no surjan problemas con los objetivos que se quieren alcanzar en la empresa, deben actuar siempre de manera moral y ética.

De la misma forma manifiesta que existen dos maneras de conceptualizarla, amplia o estrechamente.

Stuart Cooper (2017), uno de los autores que habla de la teoría de los stakeholders, dice que esta es fundamental para que la sociedad se vea beneficiada por las acciones de las empresas, ya que se debe centrar en la ética y en beneficiar a terceros en lugar de beneficiarse a sí mismo. El autor señala que es importante que, aunque las empresas ya están beneficiando a la sociedad, esta tenga conocimiento de la teoría para poder así regir a las instituciones, y lograr que creen proyectos que la beneficien directamente. Para este autor, lo más relevante de la teoría de los stakeholders es que todos los accionistas trabajen en conjunto por un solo fin, la sociedad. Recalca que es primordial que tengan una excelente ética laboral y que las

acciones y los accionistas sean uno solo. También señala que debe hacerse un estudio de las necesidades de cada stakeholder y de acuerdo a eso deben priorizar cada una según su poder, urgencia y legitimidad.

Por otro lado otros tres autores, Hamidu, Haron y Amran (2015) se refieren a esta teoría como algo que debería netamente beneficiar a los accionistas, sin importar cuáles son sus intenciones con la empresa y la sociedad, ya que el fin es únicamente tener responsabilidad social empresarial, aunque en muchos de los casos sea para beneficio netamente del nombre de la compañía y de los stakeholders; también teniendo en cuenta que ellos son los que están poniendo sus recursos en juego por la empresa, deben ser los que tienen la prioridad en salir beneficiados, importándoles poco el impacto a terceros. Los autores indican que esto muchas veces ocurre en los proyectos ambientales, porque, aunque la empresa los crea, muchas veces solo es para dejar el nombre en alto, más no porque esto trae un verdadero beneficio ambiental o social.

Para concluir, tras haber analizado estos tres enfoques de la teoría de los *stakeholders*, el que se utilizará en el trabajo será el de Cooper, ya que lo que se busca es fomentar proyectos de responsabilidad social empresarial en turismo, que beneficien a ambas partes y que no sea sólo un proyecto superficial para hacer que la empresa se vea bien y la sociedad no salga tan beneficiada.

Marco Legal

Constitución de la República del Ecuador (CRE)

Dentro de la constitución existen varios artículos que hacen referencia al estrecho compromiso que todos debemos tener con el ambiente para alcanzar el Buen Vivir. Por esta razón, desde el preámbulo se manifiesta la declaración del Ecuador como “una sociedad que respeta, en todas sus dimensiones, la dignidad de las personas y las colectividades”. (CRE, 2008)

Pese a no existir artículos agrupados bajo el título de Responsabilidad Social Empresarial en la constitución, se estipula en los presentes apartados el sustento que tiene la sociedad para exigir cumplimiento de lo que en ellos se declara. Éstos tienen un enfoque mayormente ambiental, con énfasis en el respeto por la tierra y sus recursos

y el cuidado con el que deben realizarse las actividades que los involucren. Por esto, han sido usados como punto de partida para la toma de acciones que defiendan, tanto el territorio como la comunidad desarrollada sobre el, de las vulneraciones que sufren por parte de las empresas, y que afectan paralelamente a las actividades turísticas que incluyen atractivos naturales:

Art. 71.- La naturaleza o Pacha Mama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos.

Toda persona, comunidad, pueblo o nacionalidad podrá exigir a la autoridad pública el cumplimiento de los derechos de la naturaleza. Para aplicar e interpretar estos derechos se observarán los principios establecidos en la Constitución, en lo que proceda.

El Estado incentivará a las personas naturales y jurídicas, y a los colectivos, para que protejan la naturaleza, y promoverá el respeto a todos los elementos que forman un ecosistema.

Art. 72.- La naturaleza tiene derecho a la restauración. Esta restauración será independiente de la obligación que tienen el Estado y las personas naturales o jurídicas de Indemnizar a los individuos y colectivos que dependan de los sistemas naturales afectados.

En los casos de impacto ambiental grave o permanente, incluidos los ocasionados por la explotación de los recursos naturales no renovables, el Estado establecerá los mecanismos más eficaces para alcanzar la restauración, y adoptará las medidas adecuadas para eliminar o mitigar las consecuencias ambientales nocivas.

Art. 73.- El Estado aplicará medidas de precaución y restricción para las actividades que puedan conducir a la extinción de especies, la destrucción de ecosistemas o la alteración permanente de los ciclos naturales.

Se prohíbe la introducción de organismos y material orgánico e inorgánico que puedan alterar de manera definitiva el patrimonio genético nacional.

Art. 74.- Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir.

Los servicios ambientales no serán susceptibles de apropiación; su producción, prestación, uso y aprovechamiento serán regulados por el Estado.

Plan Nacional de Desarrollo: Toda una vida

De acuerdo con el artículo 280 de la Constitución del Ecuador (2008), se define al Plan Nacional de Desarrollo como:

El instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los recursos públicos; y coordinar las competencias exclusivas entre el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados. Su observancia será de carácter obligatorio para el sector público e indicativo para los demás sectores. (p. 137)

De manera adicional, en el artículo 293 (CRE) se menciona la relevancia del Plan Nacional de Desarrollo y la sujeción que tiene el Presupuesto Nacional al mismo:

Art. 293.- La formulación y la ejecución del Presupuesto General del Estado se sujetarán al Plan Nacional de Desarrollo. Los presupuestos de los gobiernos autónomos descentralizados y los de otras entidades públicas se ajustarán a los planes regionales, provinciales, cantonales y parroquiales, respectivamente, en el marco del Plan Nacional de Desarrollo, sin menoscabo de sus competencias y su autonomía. (p. 143)

Este plan consta de tres ejes, del que se desprenden nueve objetivos que brindan aval del cumplimiento de derechos durante el período de gobierno. Dentro de su estructura es importante resaltar el Eje 2 y sus respectivos objetivos, que se enfocan en la Economía al Servicio de la Sociedad y exponen lo siguiente:

Eje 2: Economía al servicio de la sociedad.

Objetivo 4: Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario, y afianzar la dolarización.

Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sustentable de manera redistributiva y solidaria.

Objetivo 6: Desarrollar las capacidades productivas y del entorno para lograr la soberanía alimentaria y el desarrollo rural integral.

Mediante la estipulación de estos objetivos, sumado a su publicación para conocimiento de los ciudadanos, se establece el compromiso con su cumplimiento para garantizar credibilidad y coherencia, lo que beneficia a un Estado que se debe a la voluntad de su pueblo y sus exigencias.

Norma ISO 26000

Contrario a las demás normas ISO, ésta cuenta con la particularidad de servir como guía, mas no es certificable como las otras. En ella se da claridad del concepto de Responsabilidad Social Empresarial, sus ejes, principios y las acciones que se pueden tomar en base a lo propuesto dentro de ellos, a fin de garantizar un cumplimiento adecuado y efectivo que beneficie tanto a empresas como a comunidades.

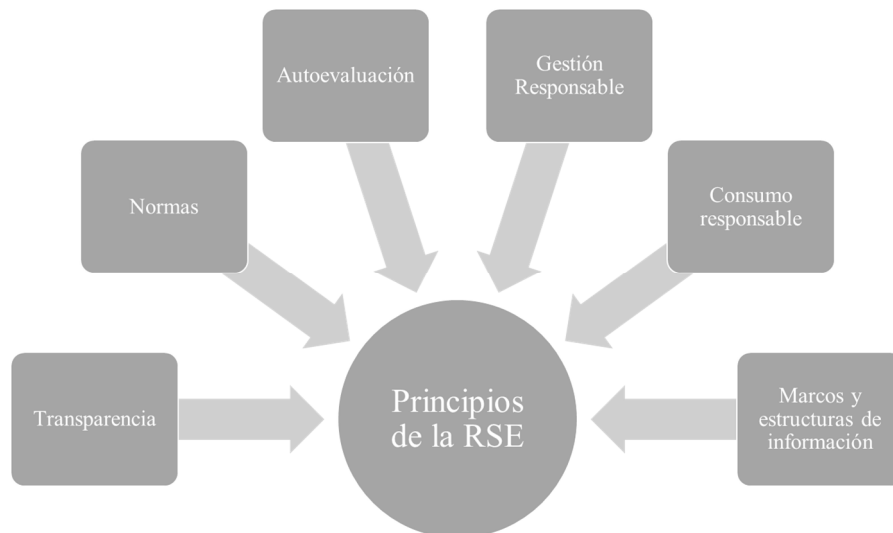


Figura 2. Principios de la Responsabilidad Social Empresarial. Adaptado de: Los principios de la responsabilidad social empresarial, por F. Grossman, 2010.

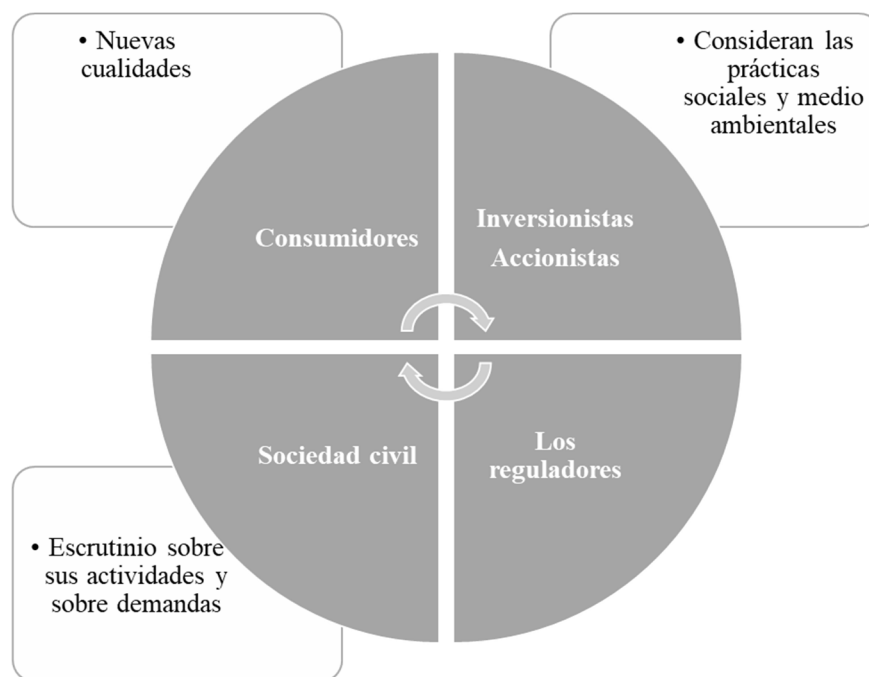


Figura 3. Los ejes de la Responsabilidad Social Empresarial. Adaptado de: Los principios de la responsabilidad social empresarial, por F. Grossman, 2010.

Previo a su publicación, se desarrolló un estudio que permitió tener una perspectiva desde los puntos de vista de los grupos de interés. Esto fue posible gracias a la colaboración de entendidos en el tema y pertenecientes a las partes interesadas (comunidad receptora, colaboradores internos, proveedores) alrededor del mundo y organizaciones comprometidas con iniciativas de responsabilidad social.

Pacto Global

El Pacto Global es la propuesta de las Naciones Unidas, en la que diversas entidades acuerdan libremente dirigir sus lineamientos operacionales bajo diez principios globalmente aprobados en cuatro aristas específicas: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anti corrupción. Gracias a la gran participación de organizaciones a nivel mundial, el Pacto Global es la iniciativa corporativa más sobresaliente a nivel mundial. (Pacto Global EC, 2017)

Derechos Humanos:

Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.

Principio 2: Las Empresas deben asegurarse de no actuar como cómplices de violaciones de los derechos humanos.

Estándares Laborales:

Principio 3: Las empresas deben respetar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

Principio 4: Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

Principio 5: Las Empresas deben apoyar la abolición efectiva del trabajo infantil.

Principio 6: Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

Medio Ambiente:

Principio 7: Las Empresas deberán apoyar un enfoque de precaución respecto a los desafíos del medio ambiente.

Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

Principio 9: Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Anticorrupción:

Principio 10: Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

Norma AA1000

Normativa elaborada por el Institute of Social and Ethical Accountability, con el propósito de aportar mucho más al concepto de responsabilidad social empresarial, haciendo hincapié en tres principios propuestos, y, que son el factor distintivo de la

misma: inclusión, relevancia y capacidad de respuesta. Esta norma es únicamente auditable, para lo cual es necesario realizar el reporte anual siguiendo los estándares GRI para proceder con la notificación al instituto Accountability y ser sumados a la lista de usuarios.

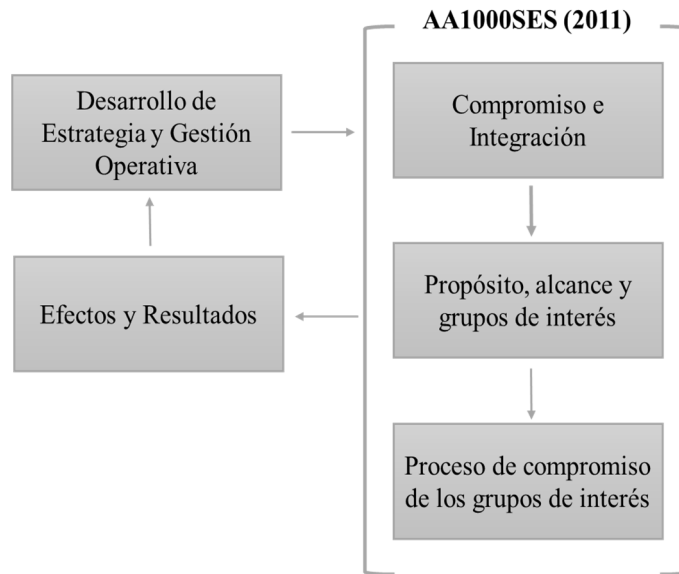


Figura 4. Propósito y alcance de la norma AA1000. Adaptado de: Norma AA1000, por Institute of Social and Ethical Accountability, 2011.

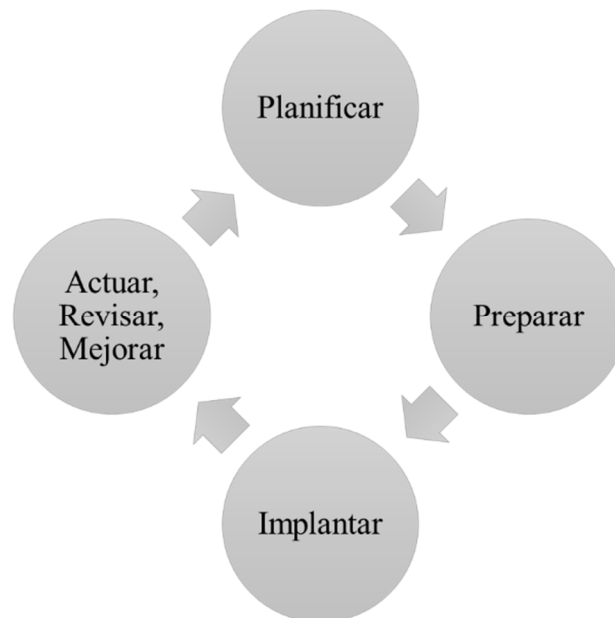


Figura 5. Proceso de compromiso de los grupos de interés. Adaptado de: Norma AA1000, por Institute of Social and Ethical Accountability, 2011.

En su última actualización en el año 2011, reafirmó el concepto de ser una metodología apta para ser aplicable de manera general por empresas de cualquier dimensión y razón, en cuanto estas deseen alinearse al propósito de crear un compromiso que incluya “diseño, implementación, evaluación y comunicación con los grupos de interés” (AA1000, 2011)

Marco Conceptual

Entendiendo la Responsabilidad Social Empresarial

Etimológicamente, según lo manifiesta Scarinci (2004, citado en Tinoco, Arango & Benavides, 2012), la palabra responsabilidad procede del vocablo “respondeo”, que se traduce como “responder” y “abilis” que señala el estado de ser capaz, sobrentendiéndose entonces, como el ser capaz de responder. Varias son las definiciones de responsabilidad social empresarial, que abarcan escalas diferentes, ya que por su magnitud se define en muchos aspectos, pero nada concreto a la vez.

El Libro Verde de la Comisión Europea (2001, citado en Díaz de la Cruz & Fernández, 2016), entidad que publicó dicho apartado para el fomento de la RSE en este continente, manifiesta que “la mayoría de las definiciones de la responsabilidad social de las empresas entienden este concepto como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”.

Cubillos y Rosero (2016) definen el inicio de la RSE en el siglo XX cuando “Los Estados Unidos de Norteamérica enfrentaron un crecimiento económico sin precedentes el cual trajo consigo cambios sociales como la urbanización, el aumento de la riqueza material y el desarrollo de una cultura empresarial” (p. 92), lo que despertó en la comunidad una visión de cambio, un entorno libre de abusos y lleno de respeto no sólo por los trabajadores, sino por la sociedad a la que se sirve y el entorno natural que es quien provee la materia prima para la elaboración de bienes y en el que se asientan y fluyen entrelazadas todas las actividades.

La responsabilidad social empresarial no está sujeta únicamente a la ejecución de acciones benéficas que atienden los requerimientos de los segmentos sociales aledaños, sino que lleva articulado en sí un programa que gestione estratégicamente

cómo brindar ventajas que contribuyan competitivamente a generar valor agregado a su público y que a su vez sea sustentable en el paso del tiempo, tal como lo indica Cajiga (2012).

Castellanos y Chércoles (2005 citado en Tinoco, Arango & Benavides, 2012) mencionan que la responsabilidad social empresarial “nace del propio concepto del ser humano y está ligada a la necesidad que hay en las personas de dignidad para nuestros semejantes y de libertad responsable.” (p. 15).

Sin embargo, independientemente de la definición adoptada, muchas de ellas convergen en lo fundamental de fomentar un correcto ejercicio de acciones, asumiendo, como empresas, la responsabilidad de las huellas internas y externas ocasionadas por la intervención realizada. Es necesario destacar además que la empresa como concepto, ha estado sujeta a diferentes variaciones, pasando de ser entendida como una organización en la que sus colaboradores trabajaban para obtener únicamente beneficio monetario a un ente consciente y responsable con su entorno.

Sociedad. –

La sociedad, según Giddens (2000 citado en Sutton, 2015) es la agrupación de individuos asentados en un espacio geográfico específico, bajo una organización colectiva de poder gubernamental y que tiene conocimiento acerca de los rasgos que la identifican y diferencian del resto de conjuntos. Ésta sociedad y quienes la conforman son los que dan origen a los grupos de interés, puesto que de ella se originan los obreros, inversionistas, clientes y demás miembros de la cadena de valor.

Turismo. –

La Organización Mundial del Turismo (2008) establece que “El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales”. (S. p)

Adaptabilidad. –

González (2015) en su estudio sobre la adaptabilidad vista desde a través del tiempo y de la óptica de otras disciplinas, menciona que “las exigencias del mercado, las demandas de los clientes, los requerimientos tecnológicos, políticos y legales, el

marco institucional y la cultura, entre otros, son los que obligan a la organización a adaptarse a esos condicionantes exógenos para poder sobrevivir” (p. 73). Así mismo, Hannan y Freeman (1977, citados en González, 2015) conceptualizan a la adaptabilidad como “el proceso evolutivo de adaptación que asegura que sólo sobreviven las organizaciones con mejor desempeño”. (p. 73)

Grupos de interés. –

Los grupos de interés o *stakeholders* son definidos, según Masip (2018) como “Un elemento fundamental de la relación de las empresas con su entorno de actividad y están estrechamente vinculados con su capacidad para conseguir sus objetivos económicos y sobrevivir en el largo plazo”. (p. 47)

Desarrollo sostenible. –

La *World Commission on Environment and Development WCED* (1987, citado en López, Arriaga & Pardo, 2018) señala que este desarrollo “Satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”. Además, posee sustento en dos aspectos: lo que necesita la comunidad y los alcances del entorno ambiental, que son componente esencial para conceptualizar y ejecutar un desarrollo sostenible.

Asistencialismo. –

Cruz (2017) lo define como la participación de organizaciones en territorios afectados por alguna situación desfavorable o de necesidad, pero que únicamente atenúan los efectos derivados del problema, sin resolver su causa, provocando resultados que complican aún más el panorama del lugar intervenido. (p. 13)

Voluntariado. –

De acuerdo a la definición de Licandro (2016) “Es una acción voluntaria de la empresa dirigida a generar un impacto positivo en los empleados. A su vez, este impacto dispara un conjunto de reciprocidades de parte de éstos, las que determinan beneficios positivos para la empresa”. (p. 52)

Metodología de la investigación

De acuerdo a Hernández Sampieri, Fernández & Baptista (2014), se define a la investigación como “un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema” (p. 4), mismo que cuenta con dos enfoques: cualitativo y cuantitativo.

En su publicación, Hernández et al. (2014) menciona las diferencias existentes entre ambos enfoques, puntualizando que “el enfoque cualitativo busca principalmente la “dispersión o expansión” de los datos e información, mientras que el enfoque cuantitativo pretende “acotar” intencionalmente la información (medir con precisión las variables del estudio, tener “foco”)”. (p. 10)

Enfoque de la investigación

La presente investigación se realiza bajo el enfoque cualitativo, que se lleva a cabo mediante la recopilación y posterior análisis de información con el objetivo de pulir o desvelar nuevas interrogantes que surjan de la investigación (Hernández, 2014). Por esto, con previo análisis de la información encontrada en los antecedentes y sustentado en las normativas aplicables en el país, posteriormente se procede con la recolección y caracterización de la matriz que confirme la hipótesis planteada y gracias a la cual se conocerá el panorama actual de la RSE en la costa ecuatoriana y los proyectos turísticos que se han llevado a cabo.

Tipo de investigación

La tipología de investigación a utilizar es también cualitativa, misma que, según Hernández et. al (2014) “se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto” (p. 358), lo que se ajusta con la búsqueda de proyectos de RSE ejecutados en los últimos 15 años en la costa ecuatoriana y cuántos de ellos cuentan con componente turístico, misma caracterización que permitirá conocer en que provincias y localidades se concentran dichos proyectos y entender bajo qué actividades se han realizado. Todo esto apoyado también en la información obtenida de actores clave en la ejecución de dichos proyectos para obtener una visión no sólo externa, sino también interna de procedimientos, pasos omitidos y reestructuraciones

del plan inicial, que pudieron surgir durante la puesta en práctica de la intervención en la comunidad, con el fin de tener el conocimiento afianzado de los métodos y actividades aplicables dentro de la propuesta metodológica.

Capítulo 2

Caracterización e identificación de los proyectos de RSE que se han desarrollado en la costa ecuatoriana

Para conocer y posteriormente evaluar la situación de la responsabilidad social empresarial en la costa ecuatoriana se realizó una recolección de datos de las empresas afiliadas al Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social – CERES y el Instituto de Responsabilidad Social Empresarial – IRSE y los proyectos que han ejecutado a partir del año 2005, que es en el que se da inicio a la práctica de RSE en el país de manera formal, y, siguiendo estándares internacionales. Tanto para ejecutar proyectos como para la generación de reportes aceptados por organismos reconocidos por su seriedad y compromiso por la garantía de una correcta ejecución de los principios de la responsabilidad social empresarial, es muy importante contar con la certificación no sólo de un ente nacional, sino también extranjero.

El proceso de obtención de la información utilizada para la elaboración de la tabla presentada a continuación, inició con la construcción de la misma, cimentada en las organizaciones registradas en los organismos competentes que avalen sus acciones, siguiendo con la caracterización de los proyectos. Es importante recalcar que mediante las páginas web de las mismas empresas que conforman la tabla se pudo acceder a los datos necesarios, publicados en las memorias de sostenibilidad de los años requeridos, en muchos casos, mientras que en otros fue posible mediante entrevistas a funcionarios en los cargos correspondientes, textos provistos por las mismas empresas y de los que de la misma manera se pudo extraer información.

Un punto convergente que fue descubierto durante el avance y recolección de información, fue la orientación de las acciones de responsabilidad social empresarial hacia áreas de salud, ambientales y educación, priorizando mucho a intervención en sectores circundantes a la empresa y superando ampliamente a los proyectos que tienen elementos contribuyentes al turismo, confirmando finalmente que, efectivamente, el factor ambiental y educacional sigue siendo el foco de atención de las empresas que, junto con proyectos muchas veces similares, intervienen en comunidades acostumbradas a este modo de desarrollo.

Pese a las intervenciones realizadas y las intenciones de las empresas de retribuir con el impacto generado, los planes puestos en marcha no contribuyen sustancialmente con la generación de beneficios económicos por parte de la comunidad para aportar su propio sustento, ni brinda las herramientas de formación suficientes para facultar a los pobladores a emprender de manera distinta con acciones diferentes que no representen una solución paliativa a problemas sino que sean parte del cambio y desarrollo de la comunidad.

Previo a la tabla de caracterización mencionada, a continuación, se presenta una breve descripción de las empresas o entidades ejecutoras de los proyectos de las mismas:

PRONACA

Inicia sus actividades hace más de 60 años bajo el nombre de Compañía Anónima Industrial y Agrícola (INDIA) comercializando insumos para el agro, para posteriormente ampliar su oferta a la comercialización de aves y huevos hasta alcanzar en la actualidad una variedad que incluye embutidos, arroz y demás comestibles para consumo la familia ecuatoriana.

Holcim

Pertenece a la multinacional LafargeHolcim, que lidera mundialmente la industria de la construcción y a partir del 2004 inició sus operaciones a nivel nacional con la producción de cemento y derivados destinados al abastecimiento del área constructora ecuatoriana.

PRODUBANCO

Con un recorrido de 40 años como institución financiera en el país, gran porcentaje accionario fue adquirido por Promerica Financial Corporation en 2014 fusionando Banco Promerica Ecuador y Produbanco, manteniéndose como tal, dado el prestigio adquirido por su trayectoria.

Corporación Favorita

Se origina como despensa de productos domésticos en 1952 y con el paso de los años se apertura Supermercados La Favorita. A partir de entonces comenzó la

expansión con diferentes sucursales, fieles a la motivación de brindar a sus clientes variedad y calidad en sus productos.

Fundación APROFE

Es el organismo ejecutor de las actividades de responsabilidad social de la Asociación Pro Bienestar de la Familia Ecuatoriana, APROFE. Comprometido desde hace 53 años con la misión de brindar información y orientación sobre educación sexual, se destaca por ser una organización privada sin fines de lucro; además de estar estrechamente vinculada a proyectos que estimulen el arte y desarrollo económico de comunidades poco favorecidas.

Fundación NOBIS

Es el medio a través del cual la empresa NOBIS contribuye a la evolución económica, social y cultural de diversos colectivos mediante la transferencia de recursos que permitan el avance de dichos sectores. Fundada desde 2006, ha beneficiado a más de 100 mil ecuatorianos por medio de los diversos proyectos llevados a cabo y que han mejorado notablemente la calidad de vida de los habitantes de las zonas intervenidas.

Fundación Diners

Perteneciente a Diners Club, toma en especial consideración el conjunto de derechos humanos y ambientales que rigen la responsabilidad social empresarial para, regidos a dichos lineamientos, aportar positivamente a la comunidad velando siempre por el beneficio de cada integrante de los grupos de interés.

Nestlé

Presente desde hace 60 años en el país, inició sus actividades de venta por medio del Comercial Panamericana, con sede en Guayaquil. Para el año de 1970 comienza la producción industrial en el país de confites, fórmulas lácteas y demás productos alimenticios para cubrir las necesidades de los ecuatorianos.

Corporación Maresa

Representante automotriz de importantes marcas que a lo largo de más de 42 años ha brindado servicio de holding y renting para el país y fuera de él, contando con un total de 6000 vehículos en su flota de alquiler.

Fundación Telefónica

Presente en las 24 provincias del Ecuador, desde el 2005 brinda servicio de comunicación a más de 5 millones de usuarios. Adicional al campo de telefonía, provee contratación de planes de internet y compra de equipos.

Oleoducto de Crudos Pesados (OCP)

Es una empresa dedicada al transporte de crudo que inició con sus labores en 2001. A partir de entonces, sumado a las prácticas responsables y certificaciones ambientales que avalan la transparencia de sus acciones, siguen aportando al país con gestiones sociales y culturales que benefician a su entorno.

General Motors

Planta ecuatoriana dedicada a producir, ensamblar y comercializar vehículos y repuestos Chevrolet en el país.

Mutualista Pichincha

Institución creada en 1961. Su objetivo como empresa privada de fondos es incentivar la conservación de capital para construcción de viviendas y así, más ciudadanos puedan acceder a una casa propia.

Cervecería Nacional

Pionera en la producción y envase de bebidas en Ecuador desde 1887. Sus marcas de cerveza son las más consumidas en el país, convirtiéndose durante el paso de los años en insignia y orgullo de los ecuatorianos. Actualmente responde a la multinacional Anheuser-Busch InBev, lo que permitió ampliar su portafolio de productos.

Banco del Pacífico

Nace en 1972, rompiendo antiguos estigmas de funcionamiento y trascendiendo más allá de sus funciones financieras con la integración de tecnología que facilite el acceso de los clientes a sus fondos, marcando hitos a lo largo de su historia, como la instalación del primer cajero automático del país, introducción del servicio de internet con facilidad de acceso a instituciones educativas.

Bayer

Bayer se incorpora en Ecuador en 1930 bajo marcas alternas. En 1967 se constituye de manera oficial como Bayer Farmacéutica S.A. Presente por ya más de 45 años, continúa aportando, mediante sus productos innovadores y sostenibles, para lograr una comunidad sana y mejor.

Banco Guayaquil

En 1923, bajo el nombre de Sociedad Anónima Banco Italiano, se constituye el ahora conocido como Banco Guayaquil. A lo largo de su funcionamiento ha abierto las puertas para la prestación de servicios de manera sencilla, misma iniciativa que le ha valido varios reconocimientos como el de “Mayor Proyecto de Bancarización de América Latina de 2010” otorgado por el Banco Interamericano de Desarrollo, BID.

Almacenes Eljuri – División Licores

Empleando directamente a más de 300 personas, la División Licores de Almacenes Eljuri es sinónimo de excelencia en bebidas tanto nacionales como importadas, manteniendo al país al día con gran variedad de productos de renombre.

Plastigama

Derivada de la multinacional Mexichem, es la marca que ha liderado el mercado de producción y venta de tuberías durante los 60 años presente en el país, con una importante variedad de implementos utilizados para instalaciones de alcantarillado y transporte de agua potable.

Tabla 1 - Parte 1

Caracterización e identificación de los proyectos de RSE que se han desarrollado en la costa ecuatoriana

Año	Nombre del proyecto	Entidad ejecutora	Monto	Sitio de intervención	Tiempo	Beneficiarios	Objetivo del proyecto	Actividad relacionada al turismo	TOMADO DE
2005	Nunca Es Tarde Para Aprender (NETPA)	PRONACA	-	Valle Hermoso y Bucay	2005 - Actualidad	Colaboradores de la empresa, niños y jóvenes de los sectores	Apoyar el crecimiento profesional del entorno.	-	<i>Memorias de Sostenibilidad.</i> Recuperado de: https://www.pronaca.com/memoria-de-sostenibilidad/
2005	Comités de Acción Participativa (CAP)	Holcim	-	Puerto Hondo, San Pedro de Chongón, Nueva Esperanza, San Jerónimo I y II, Chongoncito	2005 - Actualidad	Habitantes de Puerto Hondo, San Pedro de Chongón, Nueva Esperanza, San Jerónimo I y II, Chongoncito a nivel de Costa y demás puntos en el país	Mejorar el nivel de vida de las zonas que rodean a las zonas de operación de Holcim con programas como cyber comunitario y educación para todos.	-	<i>Responsabilidad Social Corporativa (CSR).</i> Recuperado de: https://www.holcim.com.ec/desarrollo-sostenible/responsabilidad-social-corporativa-csr

Tabla 1 - Parte 2

Caracterización e identificación de los proyectos de RSE que se han desarrollado en la costa ecuatoriana.

2006	Su cambio por el Cambio	PRODUBANCO y Corporación Favorita	\$181.599,00	Quito, Guaranda, Santo Domingo, Esmeraldas, Manta, Guayaquil, Ambato	2006 - Actualidad	Quito, Guaranda, Santo Domingo, Esmeraldas, Manta, Guayaquil, Ambato	Entrega de apoyo psicológico, asistencia médica, social y nutricional a las escuelas que tiene la fundación y la comunidad cercana	-	<p><i>Responsabilidad Social Empresarial.</i> <i>PRODUBANCO.</i> Recuperado de: https://www.produbanco.com.ec/qui%C3%A9nes-somos/responsabilidad-social/</p> <p><i>Responsabilidad Social Corporación Favorita.</i> Recuperado de: https://sites.google.com/site/corporacionfavorita1234/fundaciones</p>
2007	Exposición "Los que se quedan"	PRODUBANCO	\$38.595	Quito	2007	Quito	Patrocinar el lanzamiento del libro del fotógrafo Geovamy Verdezoto sobre las familias emigrantes del Ecuador	Apoyo a la cultura por medio de la fotografía	<p><i>Responsabilidad Social Empresarial.</i> <i>PRODUBANCO.</i> Recuperado de: https://www.produbanco.com.ec/qui%C3%A9nes-somos/responsabilidad-social/</p>

Tabla 1- Parte 3

Caracterización e identificación de los proyectos de RSE que se han desarrollado en la costa ecuatoriana

2007	Programa de Valoración Artística Cultural en Residencia “Solo con Natura” en la Isla Santay	Fundación Aprove	-	Isla Santay, Limoncito, El Morro, Engabao	2007-2013	Habitantes de la Isla Santay, Limoncito, El Morro, Engabao	El objetivo del programa fue revalorizar el entorno natural, mediante la creación de un Centro Taller de Arte comunitario que fomente el turismo sustentable en los puntos donde se realiza.	Creación de artesanías, capacitaciones culturales, comercio de artesanías	Aprove (2018). <i>Responsabilidad Social</i> . Recuperado de http://www.aprove.org.ec/index.php/es/component/content/category/8-que-es-aprove.html
2007	Programa de Desarrollo Económico Sustentable en el Cordon Costero de las provincias de Guayas y Santa Elena	Fundación Nobis	-	Santa Elena, La Libertad, Salinas y Playas; y, las parroquias de Posorja, Puná y Progreso del cantón Guayaquil.	2007-2011	Pescadores, servidores turísticos, artesanos, actores públicos y privados	Creación y aumento de oportunidades de las micro y pequeñas empresas del Cordon Costero.	Estrategias y modelos de mercadeo brindados para el fomento de actividades eco-turísticas y artesanales	Consortio NOBIS. <i>Responsabilidad Social Empresarial</i> . Recuperado de: https://www.consorcionobis.com.ec/quienes-somos

Tabla 1 - Parte 4

Caracterización e identificación de los proyectos de RSE que se han desarrollado en la costa ecuatoriana

2008	Construcción del Museo de Jama	Fundación Diners	-	Jama	2008-2009	Jama	Reunir y preservar en un solo lugar las figurillas existentes de la cultura Jama-Coaque	Exposición de las piezas para goce cultural de la localidad y el país	Diners Club (2018). <i>Responsabilidad Social Corporativa</i> . Recuperado de https://www.dinersclub.com.ec/portal/institucional/responsabilidad-social-corporativa
2008	Plan Cacao Nestlé	Nestlé	-	Guayas, Los Ríos, Manabí, Sto. Domingo de los Tsáchilas, El Oro y Esmeraldas	2008 - Actualidad	Agricultores de Guayas, Los Ríos, Manabí, Sto. Domingo de los Tsáchilas, El Oro y Esmeraldas	Asegurar abastecimiento responsable y sostenible del cacao, por medio de negocios inclusivos que mejoren situaciones sociales, económicas y ambientales en las comunidades.	-	Nestlé (2018). Creación de Valor Compartido. Recuperado de https://www.nestle.com.ec/es/csv/valorcompartido

Tabla 1 - Parte 5

Caracterización e identificación de los proyectos de RSE que se han desarrollado en la costa ecuatoriana

2009	Proyecto Parque Ecológico Recreativo Lago Agrio (PERLA)	Oleoducto de Crudos Pesados (OCP)	900.000	Lago Agrio	-	Cantón Lago Agrio	Rescate del humedal que rodea a la Laguna Lago Agrio y servir de refugio para las especies endémicas de la zona.	Centro de interpretación, espacio para actividades ecoturísticas y de protección de fauna y flora	Oleoducto de Crudos Pesados (2018). <i>Social</i> . Recuperado de https://ocpecuador.com/es/social
2009	Guardianes del Patrimonio	Mutualista Pichincha	-	Quito	2009	Ciudadanos del centro histórico de la ciudad de Quito	Capacitarlos acerca de la importancia del Centro Histórico y convertirlos en promotores de su cultura	Visitas a museos e iglesias, taller de generación de propuestas para mejoras en el sector, premios entregados a Mejores Guardianes del Patrimonio	Mutualista Pichincha (2018). <i>¿Quiénes somos?</i> . Recuperado de https://www.mutualistapichincha.com/quienes-somos

Tabla 1 - Parte 6

Caracterización e identificación de los proyectos de RSE que se han desarrollado en la costa ecuatoriana

2009	Programa de Agricultura Sostenible de Cebada	Cervecería Nacional	-	Carchi, Imbabura, Pichincha, Chimborazo, Cotopaxi, Bolívar y Tungurahua	2009 - Actualidad	Carchi, Imbabura, Pichincha, Chimborazo, Cotopaxi, Bolívar y Tungurahua	Eliminar intermediarios y garantizar calidad del producto y comercialización directa con la industria local	-	Cervecería Nacional (2018). <i>Desarrollo Sostenible</i> . Recuperado de https://cervecerianacional.ec/empresa/memoria-de-sostenibilidad
2010	Aprendo con mi Banco Banco	Banco del Pacífico	-	Guayaquil, Cuenca, Milagro, Salinas, La Libertad, Portoviejo, Manta, Machala, Babahoyo, Quito, Ambato, Latacunga, Ibarra y Cayambe	2010 - Actualidad	Niños de más de 227 centros educativos de varias ciudades del país	Contribución a un futuro exitoso económicamente para la comunidad desde temprana edad	-	Banco del Pacífico (2018). <i>Responsabilidad Social Corporativa</i> . Recuperado de https://www.bancodepacifico.com/grupo-bdp/responsabilidad-social-corporativa/menu/quienes-somos

Tabla 1 - Parte 7

Caracterización e identificación de los proyectos de RSE que se han desarrollado en la costa ecuatoriana

2011	Mini Biblioteca para el niño y el adolescente	Banco del Pacífico	-	Playas	2011	Instituto Particular Sociedad Educación y Renovación - Playas	Incentivar la lectura en los niños y jóvenes del sectores mediante la entrega de 1800 libros	-	Banco del Pacífico (2018). <i>Responsabilidad Social Corporativa</i> . Recuperado de https://www.bancodelpacifico.com/grupo-bdp/responsabilidad-social-corporativa/menu/quienes-somos
2012	Creación y desarrollo del colegio Montepiedra	Banco Guayaquil	-	Km. 6 Vía a Daule	2012 - Actualidad	Km. 6 Vía a Daule y sectores aledaños	Brindar capacitación técnica en disciplinas como eléctrica y mecánica, además de educación primaria y secundaria.	-	Banco Guayaquil (2018). <i>Información Corporativa, Responsabilidad Social</i> . Recuperado de https://www.bancoguayaquil.com/Institucional/Responsabilidad-Social-Empresarial

Tabla 1 - Parte 8

Caracterización e identificación de los proyectos de RSE que se han desarrollado en la costa ecuatoriana

2014	“Desarrollo y Fortalecimiento de las Microempresas Turísticas del cantón Bucay y sus alrededores”	Fundación Nobis	-	Bucay y sectores aledaños	-	Bucay y sectores aledaños	Posicionar el destino Bucay por medio de la implemetación de un modelo de desarrollo turístico y dinamizar la economía local.	Estrategias y modelos de mercadeo brindados para el fomento de actividades eco-turísticas y artesanales	Consortio NOBIS. <i>Responsabilidad Social Empresarial.</i> Recuperado de: https://www.consorcionobis.com.ec/quienes-somos
2014	Programa de capacitación de economía familiar a agricultores	PRONACA	-	Balzar, El Empalme, Ventanas y Mocache.	2014	Agricultores interesados en Balzar, El Empalme, Ventanas y Mocache	Capacitar sobre el uso responsable de los recursos económicos de la familia, entrega de créditos y compra de cosechas.	-	<i>Memorias de Sostenibilidad.</i> Recuperado de: https://www.pronaca.com/memoria-de-sostenibilidad/

Tabla 1 - Parte 9

Caracterización e identificación de los proyectos de RSE que se han desarrollado en la costa ecuatoriana

2014	AGROVIDA	Bayer	-	Nacional	2014 - Actualidad	6.141 agricultores	AgroVida capacitó en el 2018 a 6.141 agricultores en todo el país y se recolectaron 55.130 kilos de envases vacíos en 2018.	-	Bayer (2018). <i>Reporte de Gestión Social</i> . Recuperado de https://andina.bayer.com/es/rep-responsabilidad-social/ReporteSocialBayer2014/movil/paises/ecuador/m.index.html
2014	Tecnologías Creativas	Telefónica - Fundación Telefónica	-	Nacional	2014 - 2018	Nacional	Formar a niños y jóvenes para resolver problemas mediante el uso de tecnología.	-	Fundación Telefónica (2018). <i>Fundación Telefónica Ecuador</i> . Recuperado de https://fundaciontelefonica.com.ec/

Tabla 1 - Parte 10

Caracterización e identificación de los proyectos de RSE que se han desarrollado en la costa ecuatoriana

2014	Jóvenes Comunicadores	Telefónica - Fundación Telefónica	-	Comunidad San Eduardo	2014	Comunidad San Eduardo	Formación, capacitación, preparación de cortos animados, posteriormente presentados en festival de cine "Ojo Loco" de la Universidad Casa Grande	-	Fundación Telefónica (2018). <i>Fundación Telefónica Ecuador</i> . Recuperado de https://fundaciontelefonica.com.ec/
2014	Programa de Compensación de Emisiones	Banco Guayaquil	-	Nacional	2014-2016	-	Reducir la emisión de gases de efecto invernadero provocado por equipos, uso de papel mediante emisión de estados de cuenta digitales y plantación de árboles.	-	Banco Guayaquil (2018). <i>Información Corporativa, Responsabilidad Social</i> . Recuperado de https://www.bancoguayaquil.com/Institucional/Responsabilidad-Social-Empresarial

Tabla 1 - Parte 11

Caracterización e identificación de los proyectos de RSE que se han desarrollado en la costa ecuatoriana

2015	Banco de Medicinas	Grupo Difare	-	Guayas, Santa Elena, El Oro, Manabí	2015 - Actualidad	Guayas, Santa Elena, El Oro, Manabí	Apoyar con medicamentos gratuitos y de manera continua a sectores vulnerables.	-	Grupo Difare (2015). <i>Informe de responsabilidad corporativa.</i> Recuperado de http://www.grupodifare.com/videos/informe_rsc2015.pdf
2015	Sabor a Ecuador	Fundación Diners	-	Costa: Posorja, Cerecita, Data, Engabao. Sierra: Loja.	-	Costa: Posorja, Cerecita, Data, Engabao. Sierra: Loja.	Proyecto que tuvo la finalidad de desarrollar habilidades y capacidades locales a través del reconocimiento de la riqueza gastronómica.	Se realiza un rescate cultural y un fortalecimiento de la identidad en poblaciones de menos de 25.000.	Diners Club (2018). <i>Responsabilidad Social Corporativa.</i> Recuperado de https://www.dinersclub.com.ec/portal/institucional/responsabilidad-social-corporativa

Tabla 1 - Parte 12

Caracterización e identificación de los proyectos de RSE que se han desarrollado en la costa ecuatoriana

2015	Learning for life	Almacenes Eljuri - División Licores	-	Cuenca	2015-2017	Meseros, bartenders, demás personal de servicio de Cuenca	Capacitar personal entorno al giro del negocio con empresas que usan sus productos	Aporte al crecimiento de empleos en hotelería	Eljuri Licores (2018). Responsabilidad Social. Recuperado de http://www.eljurilicores.com/tag/responsabilidad-social/
2015	Centro Artesanal Barcelona	Fundación Nobis	\$128.000	Comuna Barcelona	2015	Comuna Barcelona	Renovar instalaciones, mejorar equipamiento.	Apoyo a la definición de la Ruta de la Paja Toquilla.	Consorcio NOBIS. <i>Responsabilidad Social Empresarial.</i> Recuperado de: https://www.consorcionobis.com.ec/quienes-somos

Tabla 1 - Parte 13

Caracterización e identificación de los proyectos de RSE que se han desarrollado en la costa ecuatoriana

2016	Abrazo Más Seguro	Corporación Maresa	-	Nacional	2016 - Actualidad	Nacional	Promover la seguridad de los niños en los vehículos.	-	Corporación Maresa (2018). <i>Responsabilidad Corporativa</i> . Recuperado de http://corpmaresa.com.ec/responsabilidad-corporativa/
2016	Centro Proniño	Telefónica - Fundación Telefónica	-	Portoviejo	2016	Habitantes de Portoviejo	Creación de un espacio integral de apoyo y formación para los niños afectados por el terremoto.	-	Fundación Telefónica (2018). <i>Fundación Telefónica Ecuador</i> . Recuperado de https://fundaciontelefonica.com.ec/

Tabla 1 - Parte 14

Caracterización e identificación de los proyectos de RSE que se han desarrollado en la costa ecuatoriana

2017	Programa de Desarrollo Integral de Tabuchila	General Motors	-	Comunidad de Tabuchila	2017	Comunidad de Tabuchila	Reconstrucción y reactivación de la economía zonal para paliar los estragos del terremoto del 2016.	Reactivación económica por medio de la venta de mermeladas.	General Motors (2018). <i>Responsabilidad Social</i> . Recuperado de https://www.gmobb.ec/responsabilidad-social/
2017	Centro de Educación para todos (CEPT)	Holcim	-	Chongón y Progreso	2017	Chongón y Progreso	Reforzar el avance económico y educativo mediante capacitaciones sobre temas de electricidad, alfabetización, electricidad, técnicas de valor agregado para productos y cursos de gastronomía para microempresarios.	-	<i>Responsabilidad Social Corporativa (CSR)</i> . Recuperado de: https://www.holcim.com.ec/desarrollo-sostenible/responsabilidad-social-corporativa-csr

Tabla 1 - Parte 15

Caracterización e identificación de los proyectos de RSE que se han desarrollado en la costa ecuatoriana

2018	Red de agua potable en lotización Ceibos Renacer	Plastigama	-	Manta	2018	1000 habitantes de la lotización	Construir viviendas para familias afectadas por el terremoto de Abril del 2016	-	Plastigama (2018). <i>Sobre nosotros</i> . Recuperado de http://plastigama.com/sobre-nosotros/
2018	Centro Comunal & Cultural	Aprofe	-	La 40 y la B	1968 - Actualidad	Habitantes del sector de la 40 y la B	Impartir y desarrollar actividades educativas y lúdicas como clases baile, elaboración de artesanías, además de cursos de Desarrollo Humano	-	Aprofe (2018). <i>Responsabilidad Social</i> . Recuperado de http://www.aprofe.org.ec/index.php/es/component/content/category/8-que-es-aprofe.html











-  Fundación NOBIS
-  Fundación Diners
-  Pronaca
-  Holcim
-  Produbanco
-  APROFE
-  Nestle
-  Cervecería Nacional
-  Plastigama
-  Banco del Pacífico



Figura 6. Caracterización e identificación de los proyectos de RSE que se han desarrollado en la costa ecuatoriana.

Según lo presentado en la Tabla 1 se identifica la intervención realizada en RSE de todas las empresas antes mencionadas. En ellas se puede identificar los montos invertidos en acciones socialmente responsables y cuales han tenido proyectos con inversión en turismo o temas afines.

Cabe mencionar que los espacios en blanco son datos que hasta el momento de construcción de la tesis no se han podido encontrar, a pesar de indagar y persistir en la búsqueda de la misma, ya que por temas de sigilo de información no fueron proporcionadas durante el trabajo de campo y no están disponibles en la internet por disposición expresa de las empresas en cuestión.

A partir de la información recopilada durante la estructuración de la matriz de proyectos ejecutados en la costa ecuatoriana, y, profundizando en los medios gracias a los cuales se llevaron a cabo, hubo puntos en común que conectaban a algunos de ellos, ya sea por las herramientas usadas para la generación de reportes como las metodologías usadas para su diseño y que, además, sirven para hacer apto al proyecto para la obtención de fondos concursables otorgados por organismos financieros como el Banco Interamericano de Desarrollo – BID. Es así que se determinó como principales metodologías a: El Marco Lógico para el Diseño de Proyectos, los objetivos a seguir del Pacto Mundial y el modelo de generación de reportes del GRI.

Capítulo 3

Metodologías de trabajo usadas en RSE en la costa ecuatoriana

Para obtener mayor información y ampliar la visión sobre el concepto de responsabilidad social empresarial, se solicitó el apoyo de profesionales con vasta experiencia en el área, para que compartan su conocimiento y experiencias a lo largo de su intervención no sólo en proyectos de RSE ambientales, sociales y económicos, sino también turísticos, que además de su rotundo éxito han dejado huellas dentro de los lugares en los que se llevaron a cabo. Dentro de los entrevistados destacan los involucrados práctica y administrativamente en algunos de los proyectos mencionados dentro de la caracterización, así como personal experto en trabajo social, que aportan una óptica diferente y realista de cómo es trabajar con la comunidad y a qué enfrentarse de acuerdo a las situaciones que se presentan. Así mismo, se expone qué metodologías se utiliza para llevar a cabo la intervención y bajo qué normativas se rigen para garantizar que legalmente todo se ejecuta correctamente a la par con los pasos que en base a la experiencia han venido siguiendo y las metodologías utilizadas que servirán de referencia para proponer un compendio de las mismas, conforme avance el presente trabajo, para concluir cuáles y con qué base se determina su efectividad y si a partir de la ejecución de las mismas se garantiza el éxito de proyectos de RSE turísticos.

Andrés Alarcón Aguiar

Jefe de Responsabilidad Social Empresarial – Adelca

El primer entrevistado fue el Ingeniero Andrés Alarcón Aguiar MSc. quien tiene una trayectoria de 10 años desarrollados nacional e internacionalmente en Asuntos Corporativos, Públicos y Comunicaciones, además de una amplia experiencia en Administración y Dirección, proyectos de responsabilidad social empresarial, sociales y culturales, además de ejercer como docente de la materia Responsabilidad Social Liderazgo Socialmente Responsable Negocios Inclusivos en la Universidad Casa Grande. Actualmente, se desempeña como jefe de RSE en Adelca, planta Milagro, llevando 10 meses en el cargo con múltiples iniciativas y proyectos ya ejecutados para bien de la comunidad que se desarrolla en los alrededores de esta dependencia de la empresa.

Tabla 2 - Parte 1

Perspectivas sobre RSE y experiencia en proyectos

Tema	Perspectiva
<p>Conceptualización de RSE y aspectos que engloba</p>	<p>La RSE engloba todos los grupos de interés, desde los proveedores hasta el consumidor. Es importante mantener buenas relaciones y crear alianzas, crear autogestión por medio de la capacitación, encontrar líderes para que faciliten los procesos al unirse a nosotros. La RSE le entrega valor agregado a mi empresa, ésta crece y madura por la generación de imagen, empoderados por el conocimiento brindado por la gestión por reportes y actividades. Hace más eficiente el llegar a una meta fidelizando la cadena de valor y ahorrar dinero siendo ambientalmente responsable, generando además sostenibilidad de la producción y compromiso de legitimidad con mi empresa. Para aplicarla se identifican perfiles y requerimientos comunes para satisfacer necesidades y que, empezando por mi equipo, existan la menor cantidad de preocupaciones para que estén enfocados en la realización de mi trabajo, en base a la estrategia ganar-ganar. La RSE es aplicable a todas las empresas y es importante que mediante ella se ejecuten proyectos sostenibles para que puedan mantenerse en el tiempo dando frutos.</p>
<p>Manejo de RSE y diferencia con Voluntariado Corporativo</p>	<p>Tenemos un equipo de trabajo destinado a estas actividades, no se maneja el tema de voluntariado, ya que las personas que trabajan en la planta son miembros de la zona y con el trabajo que realiza el departamento de RS ya se cumple con lo planificado.</p>
<p>Inicios de Adelca en el cumplimiento de Voluntariado Corporativo</p>	<p>Desde el año pasado se viene desarrollando RSE en la empresa, llevando a cabo acciones de reciclaje, purificación de agua, salud oral, fumigación, vacunaciones, capacitaciones a mujeres en temas de género, concienciación ambiental y capacitación en cultura vial a los transportistas que trasladan el producto.</p>

Tabla 2 - Parte 2

Perspectivas sobre RSE y experiencia en proyectos

Normativas utilizadas para aplicar RSE	Se toma componentes de normativas como ISO, se genera anualmente la Memoria de Sostenibilidad, que es de suma importancia por los dos objetivos que posee: el objetivo de educar al equipo sobre cuánto presupuesto necesité, cuanto hice y el equipo con el que trabajé y el objetivo de autoevaluación, para darme cuenta de los errores o aciertos cometidos.
Metodologías o modelos clave para proyectos exitosos como el de Franja Costera	<ul style="list-style-type: none">• Respaldo de stakeholders (grupos de interés).• Seguimiento constante (perseverancia y paciencia).• Selección adecuada del equipo de trabajo.• Comenzar con el fin en mente. Previsión (técnica-financiera).• Generación de sistemas en el territorio y sembrar buena semilla (generar autogestión) sostenibilidad.• Respaldo institucional (unidad ejecutora).• Saber comunicar.• Manejo-resolución de conflictos
Dificultades o rechazo de proyectos	En Franja Costera se presentaron problemas por cambio de Constitución y autoridades, la separación de Santa Elena de la provincia del Guayas
Estrategias para lidiar con el asistencialismo	Entregándole a la comunidad las herramientas para que ellos construyan su camino, que ellos sean quienes suden para lograr la meta, pero entregándole los medios para conseguirlo.

Tomado de la entrevista realizada

Ec. Priscilla Carrasco, Mba

Docente de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

Magister en Administración de Empresas, Diplomada en Gerencia Estratégica de Marketing, ha trabajado en empresas nacionales y multinacionales, destacándose por liderar proyectos de Marketing Social y de Responsabilidad Social Empresarial.

Tabla 3 - Parte 1

Perspectivas sobre RSE y experiencia en proyectos

Tema	Perspectiva
Conceptualización de RSE y aspectos que engloba	La RSE tiene un ambiente interno que tiene que ver con el trabajador y la calidad de vida de él dentro de la organización. Y el ámbito externo, que hace referencia a la comunidad, que empieza con el entorno más cercano. Las empresas deberían preocuparse de manera primordial por el sector donde se encuentran para luego decidir si se extienden. Otro de los factores que tiene que ver con RSE es la ética, que es básica, porque no sería coherente decir que una empresa es socialmente responsable si no actúa bajo principios éticos. El tema ambiental es otro eje que debe ser tomado en cuenta. Son cuatro ejes que, aunque no se realicen simultáneamente, pero los pasos que se den deben estar enmarcados en esos factores.
Metodologías o modelos clave para proyectos exitosos	No hay un orden para ejecutar el proceso, pero se recomienda iniciar casa adentro, después se debe detectar la necesidad del sector a intervenir, empezando por conocer la realidad, ya que muchos proyectos son elaborados en papel y al tratar de ponerlos en práctica no obtienen el respaldo o resultado esperado por no ajustarse a lo que necesitaba la comunidad.
Estrategias para lidiar con el asistencialismo	Es muy importante diagnosticar las necesidades y tener la confirmación de que el plan de trabajo será respaldado por la comunidad, que estarán abiertos y trabajando para ellos mismos, antes de la asignación de recursos para no caer en asistencialismo.

Tabla 3 - Parte 2

Perspectivas sobre RSE y experiencia en proyectos

<p>Apoyo de la empresa para aplicación de proyectos mediante una metodología estándar</p>	<p>Hay que entender el mundo de la empresa privada, ya que buscan involucrarse en temas que le competan, involucren. Al invitar a estas empresas hay que tener su enfoque, sabiendo con qué segmento se trabaja, porque la finalidad es lograr retribución en el área que se va a poner en marcha la metodología.</p>
---	---

Tomado de la entrevista realizada

Paola Gálvez Izquieta, Msc.

Docente de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

Ejerció como Directora de Turismo de la Provincia del Guayas --, y también como Subsecretaria de Turismo del Litoral y Galápagos, desempeñándose además como Coordinadora de la Zonal 5 del Ministerio de Turismo. Aportó como Sub Secretaria de Desarrollo en el Ministerio de Turismo y en cuanto a la empresa privada, fue Asesora Senior de Turismo en SNV Netherlands Development Organisation, que es una organización internacional contribuyente al desarrollo de las naciones, permitiendo aumentar ingresos, empleo y entrega de servicios básicos a zonas con necesidad.

Tabla 4 - Parte 1

Perspectivas sobre RSE y experiencia en proyectos

Tema	Perspectiva
<p>Conceptualización de RSE y aspectos que engloba</p>	<p>La responsabilidad social empresarial, puntualmente en turismo, busca muchas cosas, conocer la vocación del territorio, de qué manera se podría intercalar la actividad que se realice en la cadena de turismo, en caso de no existir el recurso natural que funcione como atractivo o tenga la vocación, sino involucrarse a dicha cadena y ejercer como proveedores realizando actividades turísticas indirectamente.</p>

Tabla 4 - Parte 2

Perspectivas sobre RSE y experiencia en proyectos

<p>Manejo de RSE y diferencia con Voluntariado Corporativo</p>	<p>Se manejaba un grupo de RSE, pero de igual manera había grupos de otras áreas que se ofrecían a participar. Así mismo, se recibía ayuda de agentes externos.</p>
<p>Normativas utilizadas para aplicar RSE</p>	<p>Depende mucho de las políticas de la empresa y sus estándares.</p>
<p>Metodologías o modelos clave para proyectos exitosos como el de Franja Costera</p>	<p>Hay muchos modelos, los fondos colaterales poseen un modelo establecido para otorgar créditos, que es marco lógico y que identifica el problema, construye causas y orígenes y la hoja de ruta de actividades que se deben desarrollar para un fin establecido.</p>
<p>Dificultades o rechazo de proyectos</p>	<p>No, era el tema más de continuidad que de la comunidad, ya que en las comunidades cada diciembre de cada año se cambian las autoridades y se perdía el hilo de lo avanzado con este cambio de directiva, también el proceso de empoderamiento de toda la comunidad, no sólo de una pequeña porción.</p>
<p>Estrategias para lidiar con el asistencialismo</p>	<p>Es uno de los puntos más complicados de trabajar, pero se procuraba que los proyectos tuvieran una contraparte de responsabilidad en el proyecto para que se pueda trabajar sin dependencia.</p>
<p>Puntos indispensables a considerar en una metodología a proponer</p>	<p>Primero, identificar y evaluar la vocación del territorio a partir de lo que como empresa quiera realizar, que los proyectos que se ejecuten estén alineados al <i>core business</i> de la organización, buscar aliados o socios estratégicos que pueden estar en la comunidad o en empresas que puedan vincularse para levantar fondos y una vez que se cuente con esta base, se puede iniciar con la ejecución de cualquier actividad.</p>

Tomado de la entrevista realizada

Larissa Marangoni Bertini, Msp

Vicedirectora ejecutiva de APROFE

Reconocida escultora guayaquileña, docente de artes y principal impulsora de actividades socialmente responsables de Fundación APROFE, brazo ejecutor de la organización APROFE. Ha sido reconocida nacional e internacionalmente por múltiples instituciones como la *Syracuse University* y *Bennington College*, además de varios artículos publicados en honor a su trabajo escritos por prensa ecuatoriana y extranjera. Algunas de sus obras más representativas son: *Banco del Progreso*, *World Trade Center*, entre otras.

Tabla 5 - Parte 1

Perspectivas sobre RSE y experiencia en proyectos

Tema	Perspectiva
Conceptualización de RSE y aspectos que engloba	Nosotros vemos a la Responsabilidad Social como parte de una necesidad de la empresa, porque empieza desde los empleados, que son la parte fundamental de la organización; a su vez, este empleado tiene familia, y la responsabilidad social de una empresa tiene que ser la de precautelar la seguridad de sus colaboradores y su entorno más cercano. Como empresa primero hay que preocuparse por ellos y luego que se cumpla ese campo, se puede salir a ejecutar a la comunidad exterior.
Inicios de APROFE en Responsabilidad Social Empresarial	La organización lleva 53 años trabajando a favor de las familias del país.
Normativas utilizadas para aplicar RSE	Al ser parte de APROFE, el organismo regulador es el Ministerio de Salud, parámetros a los cuales nos regimos para realizar nuestras acciones
Metodologías o modelos clave para proyectos exitosos	Primero se realiza un diagnóstico del sitio a intervenir, medición del alcance del proyecto que se quiera ejecutar y su factibilidad, estudiar el mercado y realizar una muestra para ver si el proyecto será factible o no, paralelo a lo que se está realizando. Es importante analizar las ofertas y demandas de lo que los usuarios quieren o necesitan. Un punto importante es la ejecución de un piloto en una zona de menor flujo para, a partir del resultado, conocer si el proyecto será viable o no.

Tabla 5 - Parte 2

Perspectivas sobre RSE y experiencia en proyectos

Desarrollo de proyectos turísticos por medio de Aprove	La parte turística fue muy importante cuando se desarrolló el proyecto “Sólo con Natura” porque las ubicaciones de las residencias, son zonas que tienen potencial turístico natural, por lo que no se necesitan edificaciones para que sean turísticas, lo que si se hizo fue organizar a la comunidad y el pensamiento colectivo, que su sustento es la naturaleza y se debe precautelar y cuidarla, para que ese recurso pueda seguir siendo aprovechado en el futuro.
Dificultades o rechazo de proyectos	Al comienzo toma mucho tiempo debido al recelo ya existente, principalmente por asuntos políticos, ya que ingresan a estos lugares con muchas propuestas que finalmente son abandonadas, por lo que nuestra llave de entrada es entrar siempre tocando la puerta y manifestarles que estaremos presentes mientras ellos permitan y así mismo, nos retiraremos cuando decidan, lo que genera confianza en ellos respecto a nuestro compromiso.
Estrategias para lidiar con el asistencialismo	Realizando previamente grupos en los que sean ellos quienes den las ideas de los negocios en los que quieren emprender, para que se inicie la generación de ideas y se involucren y responsabilicen más sobre lo que se realice. Nosotros cumplimos con la inversión de fondos y entrega de herramientas, además de las capacitaciones que concientizan a la comunidad en temas de emprendimiento, mantenimiento de equipos, servicio y demás, para que con el conocimiento adquirido puedan continuar solos en el camino.
Experiencia "Sólo con Natura"	La idea nació en el arte, ya que se manejan muchas residencias, que son lugares donde se comparte con diferentes artistas en una comunidad al realizar las obras. Al tener además ese sentimiento de vacío originado en la percepción de ir a un lugar y no compartir con quienes viven ella, se inició el proyecto “Sólo con Natura” en Santay, mucho antes de que se empezara a explotar turísticamente. La mecánica de estas residencias y sus ediciones se basaba en 10 días de trabajo, donde un artista curador vivía en la comunidad y compartía con ella, elaborando obras que involucraban al entorno tanto natural como humano y del que resultaron muchas experiencias enriquecedoras para ambas partes.

Tabla 5 - Parte 3

Perspectivas sobre RSE y experiencia en proyectos

Puntos
indispensables a
considerar en una
metodología a
proponer

Se tiene que analizar la viabilidad del lugar, qué tiene para que sea sustentable, que tenga un factor interesante que ofrecer, realizar proyecciones a 10 años o mínimo cinco, ya que el estimado en adecuación de la comunidad es de tres años y en los dos siguientes o más, se inicia con el seguimiento al grupo humano. Además, se debe consultar en qué desearían emprender y que desde el comienzo sean ellos quienes se encarguen del proceso. Todas estas acciones deben ser monitoreadas, al principio, de manera semanal y por separado, ya que cada grupo: hombres, mujeres y niños, son diferentes. Estas reuniones para verificar la evolución deben ser realizadas bajo el marco de una actividad que motive a los involucrados, puede ser una clase de baile, charla educacional o una actividad de interés, procurando también que sea en horarios y días que sean accesibles y permitan la asistencia de la comunidad.

Tomado de la entrevista realizada

Cecilia Condo Tamayo, Msc

Docente titular de la carrera de Trabajo Social de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

Se desempeña actualmente como Directora del Instituto de Investigación e innovación en Ciencias Sociales y Estudios Humanísticos y de Arte en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil en la carrera de Trabajo Social, colaborando adicionalmente con la Municipalidad de San Cristóbal y de Guayaquil, en temas de planificación estratégica y regeneración urbana, tanto como múltiples colaboraciones en seminarios y talleres con el Ministerio de Inclusión Económica y Social MIES y participación en encuentros y ejecución de proyectos con otras universidades, fundaciones y asociaciones, en distintas ramas y aplicando diferentes enfoques según el caso necesario, siendo importante recalcar que su labor ha sido mayormente de campo, siendo su visión mucho más real acerca de lo que sucede en el trabajo directo con la comunidad.

Tabla 6 - Parte 1

Perspectivas sobre RSE y experiencia en proyectos

Tema	Perspectiva
<p>Conceptualización de RSE y aspectos que engloba</p>	<p>Hay algunas visiones de Responsabilidad social, pero considero que es el compromiso que asumen las empresas en la línea de aportar más allá de lo que la ley obliga a sus distintos grupos de interés o <i>stakeholders</i>, en mejorar a las condiciones de trabajo, vida, económicas y demás para beneficio de sus involucrados y engloba múltiples teorías complementarias como la de dimensiones, que va en la línea del desarrollo sostenible, deben tener componentes económicos, social y ambientales y la teoría de los <i>stakeholders</i> en la que deben estar involucrados los integrantes de la empresa y las personas que se encuentran fuera de ella</p>
<p>Manejo de RSE y diferencia con Voluntariado Corporativo</p>	<p>Lo que difiere de la una y la otra es el enfoque o visión. El voluntariado es un enfoque asistencialista o paternalista, en el que el que da es el voluntario o la empresa y el que recibe es una comunidad o un individuo y consiste en entregar y no mejorar, no es sostenible en el tiempo, sino que aporta paliativamente a una necesidad. Mientras que la responsabilidad social es ser responsable con la comunidad, en un enfoque de derecho, en el que los que participan tanto dan como reciben, ya sea la comunidad recibiendo la intervención como la empresa recibiendo la retroalimentación necesaria para conocer qué imagen proyectan frente a ella.</p>
<p>Metodologías o modelos clave para proyectos exitosos</p>	<p>No exactamente, se manejan consorcios que poseen modelos o métodos que ya en trabajo con la comunidad se aplican de acuerdo a la necesidad que se presente o se detecte en la empresa. Estos métodos tienen pasos, primero el de la inserción, detección de líderes, seguido por el diagnóstico y demás dependiendo lo que se vaya haciendo. Cada uno es diferente porque en algunos puede trabajarse con la comunidad, con otros agentes de intervención, etc.</p>

Tabla 6 - Parte 2

Perspectivas sobre RSE y experiencia en proyectos

Dificultades o rechazo de proyectos	Pueden existir algunas dificultades como por ejemplo al trabajar de manera colectiva, debido a la cultura individualista predominante en la Costa ecuatoriana, otra dificultad es el tipo de programa que no posee una mirada técnica y su aporte debería ser más estratégica, no asistencialista.
Puntos indispensables a considerar en una metodología a proponer	Lo idóneo es escoger un enfoque teórico, por ejemplo, con la teoría de los <i>stakeholders</i> , que involucra a todos los componentes que rodean a la empresa, la propuesta debería poseer un componente, también seguir una metodología que se ajuste a lo que quiera la empresa.

Como conclusión recogida de las perspectivas compartidas por los entrevistados, se puede determinar que son muchos los conceptos aplicados y los enfoques metodológicos con los que se puede trabajar al momento de intervenir en una comunidad, sea el proyecto enfocado en el ámbito turístico, o no. Adicional a la gran variedad de herramientas que se pueden utilizar, es importante destacar el aporte para clarificar los conceptos de RSE y Voluntariado Corporativo, que muchas veces ha sido mal interpretado por las organizaciones, generando desvío en el propósito inicial de muchos proyectos y el estancamiento de los mismos.

Es muy valiosa, además, la contribución de ideas sobre los puntos indispensables a considerar para la elaboración de una metodología que incluya los aspectos necesarios para garantizar su aplicación y fácil entendimiento por parte de quienes la ejecuten y aquellos que la impartan, para así asegurar que todo marcha en el mismo curso, con elementos guía que mediante la prueba exitosa en proyectos de la rama, garantizan un resultado favorable, sustentado además en aquellas correcciones y puntos no ahondados en otros proyectos, que sirven de pauta para la mejora de la propuesta paso a paso presentada más adelante.

Capítulo 4.-

Propuesta metodológica de trabajo en RSE en turismo en la costa ecuatoriana.

A nivel nacional, las metodologías usadas para realizar RSE no están definidas por un modelo específico, aunque la línea base para la ejecución socialmente responsable sí está estandarizada de acuerdo a los tres componentes que forman este concepto: entorno social, económico y medio ambiental; y se alinean al marco lógico. Sobre éstos ejes específicos se han ido desarrollando los diversos planes que han ideado las empresas para retribuir a la sociedad el impacto que causan sus actividades y para generar mejor imagen corporativa.

Si bien es cierto, pese a que no todas las empresas poseen los mismos alcances o cumplen las mismas funciones, es posible, mediante un bosquejo general, incluir aquellos aspectos comunes que puedan guiar a las mismas, tengan el enfoque que fuere, a interesarse por zonas con poca o nula intervención y que además, puedan apuntar a realizar proyectos con componentes turísticos, en lugar de aplicar los mismos tópicos generales en una sociedad que, aunque necesitada de toda la ayuda posible, se encuentra también saturada con ideas similares y que limitan el campo de acción y desarrollo de lugares ricos en cultura que, con el apoyo y la inversión suficiente, pueden lograr sobresalir y obtener mayores beneficios, sin caer en el paternalismo o asistencialismo, con la ayuda de empresas que busquen afrontar el reto de ejecutar proyectos en esta dirección.

El primer paso a tomar en cuenta son los entes ejecutores, las empresas. El presente trabajo de titulación, tomando en cuenta las experiencias registradas durante las entrevistas, está orientado a fomentar una metodología aplicable en pequeñas y medianas empresas de los productos o servicios que estén ligados a la cadena de valor turística del país, presentados en la Figura 7, que son aquellos elementos determinados por el equipo consultor de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL, para conocimiento y análisis de sus componentes. La razón principal de dirigirlo a pequeñas y medianas empresas radica en que éstas no poseen un área de responsabilidad social delimitada dentro de su estructura, por lo que, al emplear la metodología propuesta, el camino a recorrer estará establecido claramente con los puntos necesarios para una correcta intervención.

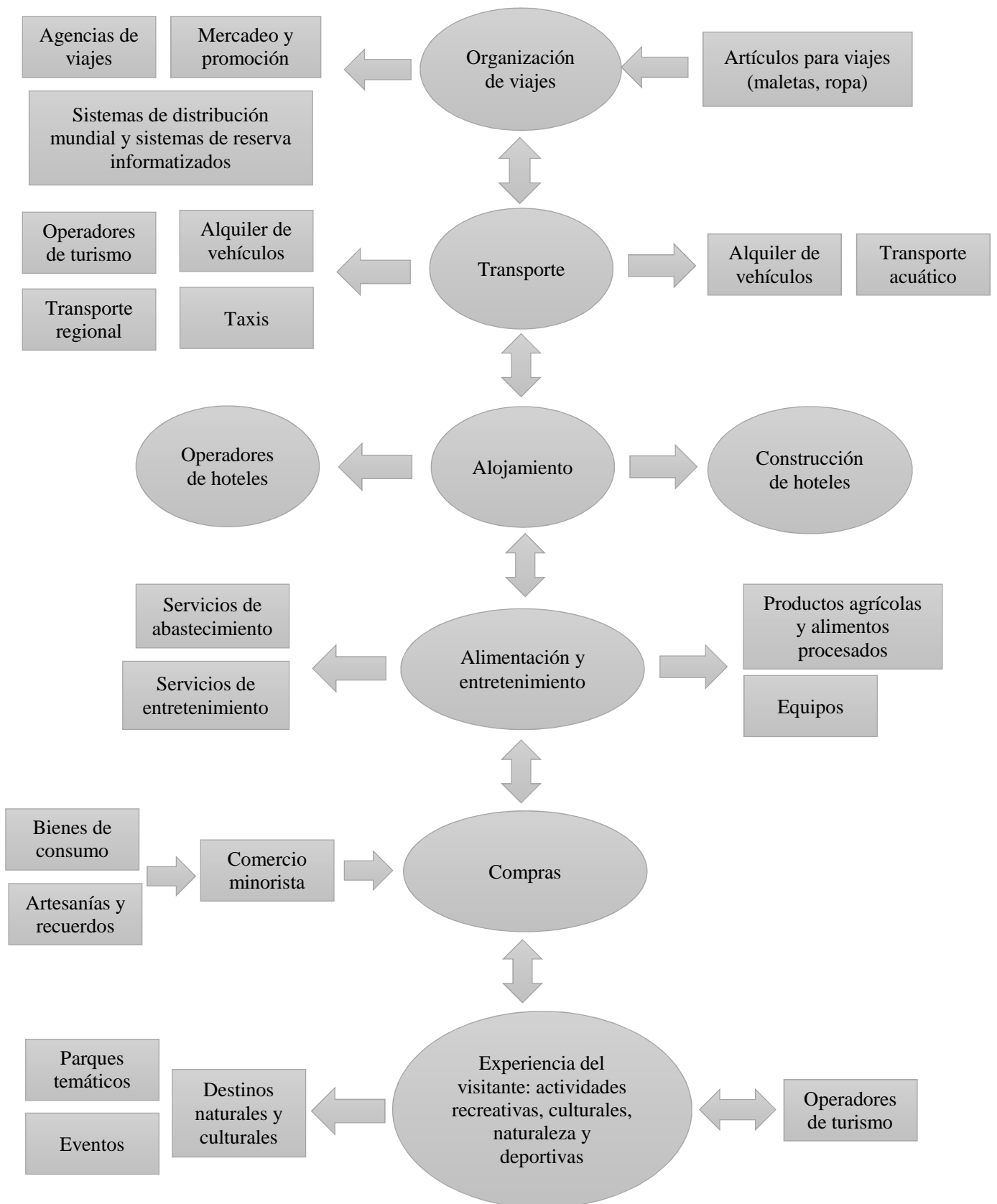


Figura 7. Cadena de Valor del Turismo. Adaptado de: *Análisis de la Cadena del Turismo*. Adaptado de: Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL, 2015.

Para el éxito de los proyectos de RSE, uno de los requisitos fundamentales que las pequeñas y medianas empresas deben cumplir, y además, a las que va dirigido el presente trabajo de titulación, es que de alguna manera puedan estar ligadas a la cadena de valor mencionada anteriormente, puesto que en dicha relación radica que su giro de negocio pueda involucrarse y verse beneficiado en respuesta a la concepción “ganar-ganar” generando beneficios para la empresa y la comunidad, de manera independiente a si se dedican a ejecutar acciones turísticas o no, puesto que al relacionarse con temas asociados como venta de materia prima para restauración, artesanías, utilitarios usados en alojamiento como productos de limpieza, *amenities*, juego de blancos y demás, también se aporta activamente al desarrollo turístico y mucho más si para este fin se llega en compañía y por acciones realizadas por una comunidad comprometida a ello.

Como anexo a la vocación de la empresa y cómo puede estar ligado el turismo a su flujo de negocio o a su misión y visión, debe realizarse la intervención, en caso de escoger un destino para su desarrollo, en un área que presente cultural o naturalmente los componentes necesarios para que pueda ser aprovechada por los turistas y la comunidad durante una periodicidad de tiempo considerable y no únicamente estacional, puesto que de no ser así se pondría en pausa el esfuerzo y camino recorrido por todos quienes han intervenido y no se desarrollaría a plenitud todo el potencial del proyecto trabajado.

Otro factor importante para que la inversión de recursos no sea en vano, es que el colectivo debe estar deseoso de realizar actividades turísticas para su avance. La clave para que los grandes proyectos tengan éxito radica en la inclinación hacia este campo por parte de los habitantes de la zona, puesto que, incluso si se contara con todos los implementos y facilidades para una excelente ejecución turística, lo que prevalece e interesa es el capital humano con que se cuenta, por lo que del compromiso y motivación de éste depende el arranque y posterior progreso de los proyectos.

Una vez contando con la aprobación de las empresas y la comunidad, se procede a la identificación de potenciales aliados para que la consecución de objetivos sea más asequible. Dichas alianzas estratégicas son fundamentales para la aplicación de cualquier estrategia, ya que, aquellos líderes comunitarios son los que conocen de qué manera llegar a los demás y en el caso de empresas o fundaciones colaboradoras,

la ayuda puede llegar más prontamente, por lo tanto, es muy importante mantener el lazo entre estos actores, puesto que no será eficiente ejecutar acciones en solitario.

Un factor importante para que un proyecto de RSE compuesto por características turísticas tenga un efecto positivo y duradero a través del tiempo es que debe ser ejecutado por empresas que comprendan elementos de turismo dentro de su perfil de actividades. Sin embargo, si la empresa no está asociada directamente, mediante una alineación a la cadena turística puede indirectamente, aportar y beneficiar al turismo en la comunidad.

Ejemplo de esto son las acciones tomadas por Fundación NOBIS, que pese a tener diversos enfoques en sus funciones, por medio de la capacitación y mejora de capacidades a los habitantes de zonas poco atendidas, lograron con el paso del tiempo intervenir en esas mismas comunidades mediante proyectos inmobiliarios importantes, generando empleo para ese personal que fue capacitado y se mantuvo en constante preparación, favoreciendo al crecimiento económico y calidad de vida de dichos lugares.

Una vez identificado el flanco, sea directo o indirecto, para contribuir turísticamente con acciones responsables, es importante evaluar la aceptación, atractivos, recursos, facilidades y demás características con los que cuenta dicho entorno y qué tan aptos están para sostener una afluencia considerable de turistas. Para esto, una herramienta indispensable a utilizar es el Manual de Diagnóstico Turístico Local elaborado en el año 2009 por Carla Ricaurte Quijano.

Manual de Diagnóstico Turístico Local

El manual mencionado plantea diversos puntos que permiten realizar una evaluación específica de cada aspecto relevante que ayude a la planificación de actividades turísticas y que establece un antes de la intervención y un después de la misma. Representa el origen y la base de la información que permite estimar si se obtendrá resultados positivos o negativos durante la aplicación del proyecto. El proceso de planificación cuenta con 7 etapas desarrolladas de manera sucesiva:

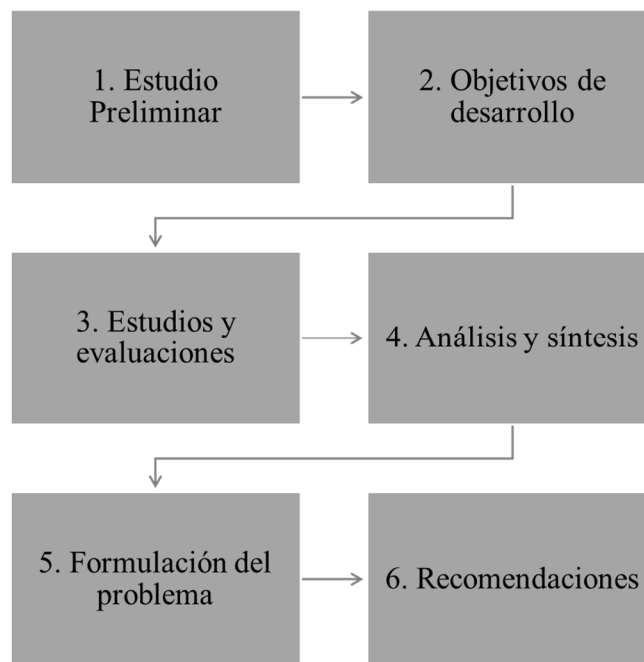


Figura 8. Etapas de la planificación. Adaptado de: *Manual para el diagnóstico turístico local*, por Carla Ricaurte Quijano, 2009.

Engloba las visitas de reconocimiento de oportunidades del entorno en el que se desea trabajar, sus recursos, potenciales atractivos o productos a desarrollar.

1. Definición de objetivos de desarrollo

Determinados a partir del potencial y orientación del entorno analizado, mismos que, mientras avance el proyecto se pulirán de acuerdo a la información recolectada en la planificación. Es muy importante formularlos con la participación de la comunidad y todos los demás participantes de la actividad turística que se vean afectados por la actividad.

2. Estudios y evaluaciones

Se valora el sistema turístico de la localidad y junto al paso cuatro se elabora el diagnóstico o línea de trabajo base.

3. Análisis y síntesis

Inicia el examen de los componentes del sistema turístico para definir el potencial turístico del lugar, mercado objetivo, limitantes y demás aspectos que permitan concluir la dirección del plan y faciliten el proceso de decisión.

4. Formulación del plan

Se estructura la propuesta mediante etapas. La propuesta mencionada puede variar conforme a los objetivos, orientación y grado de planificación.

5. Ejecución y gestión

Se comienza con la puesta en práctica de lo planificado, conformando junto con ella, juntas públicas y/o privadas para realizar modificaciones o revisiones periódicas, además de la definición de indicadores que midan el avance.

Una vez claro el proceso y los medios que se utilizarán para llevar a cabo la intervención, se inicia con la fase de recolección de la información de campo, misma que cuenta de tres pasos: Aplicación de ficha de diagnóstico turístico de comunidades, aplicación de ficha de caracterización de demanda y aplicación de ficha de caracterización de atractivos y recursos turísticos. (Ricaurte, 2009).

Esta ficha facilita la obtención de datos en cinco partes: cuatro sobre elementos del sistema turístico y una sobre información general del lugar. Se detalla a continuación el contenido de los componentes de las partes mencionadas:

- Datos Generales

Se establece el lugar específico en el que se realiza la intervención.

- Oferta de servicios

Menciona los servicios turísticos que se encuentran en el destino, entendiendo por servicios: alojamiento, alimentación, esparcimiento y demás, que sirvan de apoyo a la actividad turística como agencias de viaje, puntos de información, bancos y demás.

- Infraestructura de servicios básicos

Incluye especificaciones sobre los servicios básicos que posea el lugar, accesibilidad, medios de comunicación y estaciones de servicio.

- Gobernanza

Identifica a los organismos reguladores y de desarrollo turístico presentes en el destino y los proyectos llevados a cabo o por ejecutar. Adicional se debe de identificar los proyectos de turismo presentes en el PDOT de la localidad y el rol del turismo dentro de la misma.

- Comunidad receptora

Determina el porcentaje de empleo y las actividades que generan mayores ingresos para la localidad, nivel de formación de sus habitantes, impresiones frente a la actividad turística y cualquier dificultad social que atravesase el destino.

La ficha de caracterización de la demanda ayuda a la recolección de información por observación directa e incluye los siguientes datos:

- Periodicidad y frecuencia de la visita turística

En ella se establece cuándo y la frecuencia de visita que recibe el destino.

- Forma de viaje

Si los turistas o visitantes viajan por intermediarios o programan por sí mismos la visita.

- Origen de la demanda

Hace referencia al punto habitual de residencia y puede ser internacional, nacional o regional.

- Motivos de visita y tiempo de estadía

Con el objetivo de reconocer la tendencia de los turistas o visitantes.

- Gasto promedio

Monto aproximado de dinero gastado por los servicios adquiridos

La siguiente ficha a llenar es la Ficha de caracterización de atractivos y recursos turísticos, que engloba aspectos técnicos del destino y sus características:

- Clasificación de los atractivos

Es el proceso de identificación de categorías y demás divisiones en las que se ubica el lugar objeto del inventario, mismo o mismos que pueden ser: sitios naturales o manifestaciones culturales, según el MINTUR.

- Recopilación de información

Se realiza la búsqueda de particularidades para documentar y posteriormente seleccionar los lugares a visitar. Mencionada información puede ser recolectada por medio de instituciones gubernamentales o locales.

- Trabajo de campo

Esta fase corresponde a la visita a realizarse a los lugares seleccionados en el punto anterior para la asignación de las características del atractivo. Debe ser organizada tomando en cuenta los desplazamientos a realizarse para valorar el tiempo total que tomará la actividad.

- Evaluación y jerarquización

Es el estudio final de los atractivos, para otorgarles la calificación correspondiente a partir de la información recabada y las variantes que presenten. La valoración realizada es objetiva y subjetiva.

Cuando se ha evaluado como punto de partida el potencial turístico de la comunidad y todos los puntos determinantes que aseguren que el entorno es propicio para desarrollar la actividad turística, se puede iniciar con la ejecución del Sistema de Marco Lógico (SML). En el mismo se abordan herramientas para el desarrollo de la conceptualización, diseño, ejecución, seguimiento del desempeño y la futura evaluación de proyectos. Dentro del SML se establecen los presentes módulos, extracto que se presenta a continuación y cuyo detalle puede ser consultado directamente en los archivos publicados por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

Módulo 1: Herramientas de Diagnóstico

Plantea la situación actual como la situación no satisfactoria, misma que pasa a convertirse en situación futura o deseada mediante el proyecto a desarrollarse y qué análisis son los necesarios para poder establecer claramente el panorama a enfrentar.

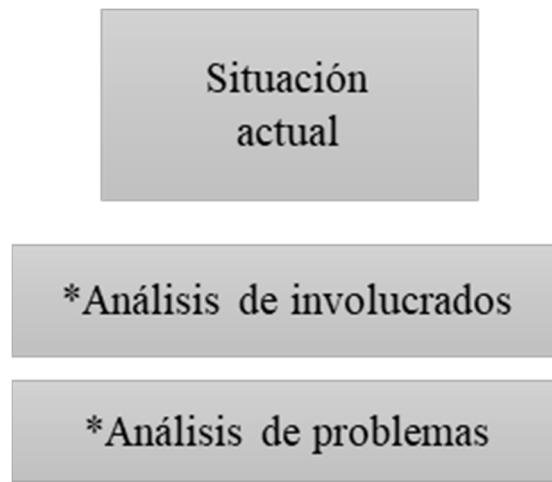


Figura 9. Herramientas de diagnóstico. Adaptado de: *Sistema de Marco Lógico*, por Banco Interamericano de Desarrollo, 2004.

Módulo 2: Herramientas de identificación

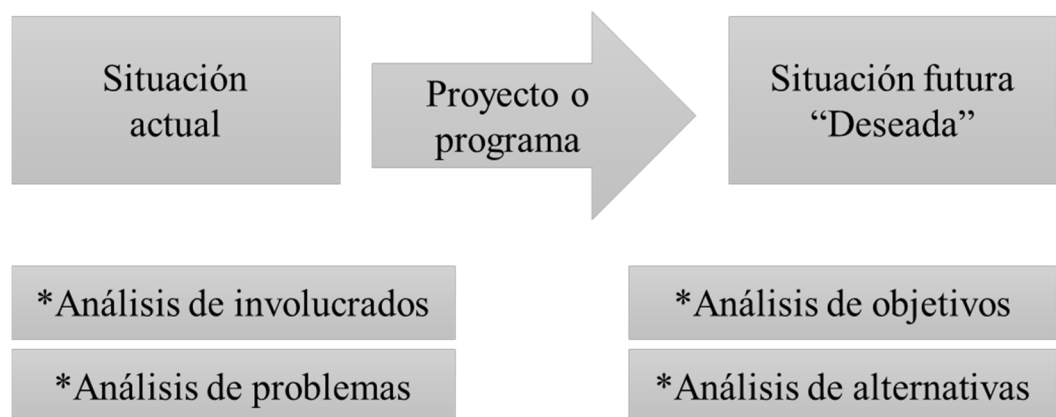


Figura 10. Herramientas de identificación. Adaptado de: *Sistema de Marco Lógico*, por Banco Interamericano de Desarrollo, 2004

A las herramientas de diagnóstico de situación actual se suman dos herramientas de importante ayuda para determinar la situación futura: Análisis de objetivos y el análisis de alternativas aplicables al proyecto.

Módulo 3: La Matriz de Marco Lógico (MML) de un proyecto

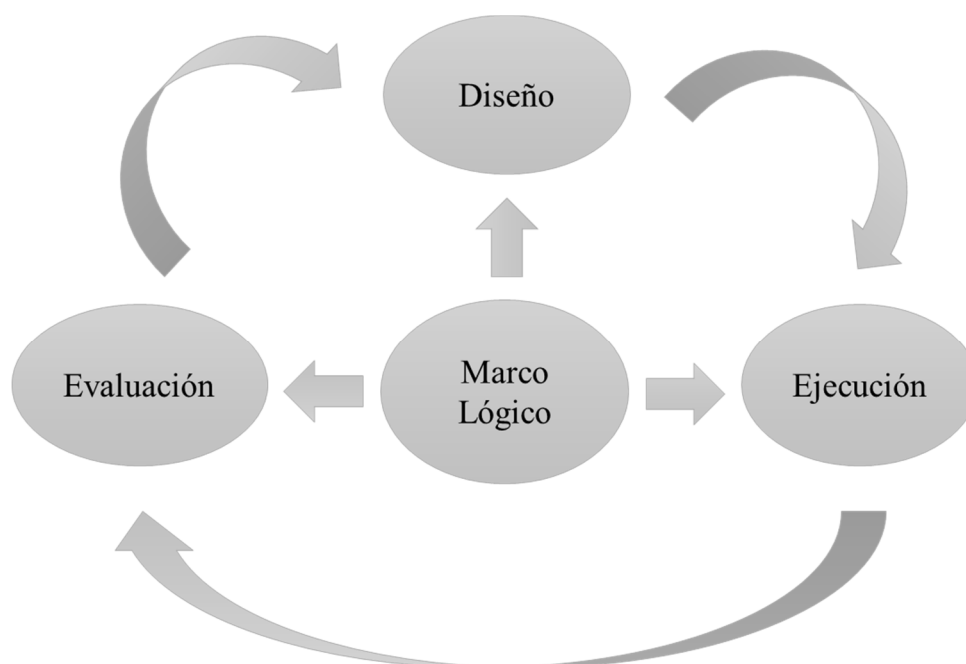


Figura 11. La Matriz de Marco Lógico en el Ciclo de proyectos. Adaptado de: *Sistema de Marco Lógico*, por Banco Interamericano de Desarrollo, 2004.

Es un instrumento que conceptualiza, diseña, ejecuta, da seguimiento y evalúa los proyectos. Su propósito es ayudar a estructurar la planificación e incluir en su sistema información fundamental acerca del proyecto, mediante la matriz 4 x 4 que contiene en sus cuatro columnas un resumen de objetivos, indicadores, medios y supuestos y, en sus cuatro filas, el fin, propósito, componentes y actividades.

Módulo 4: La Matriz de Marco Lógico (MML) de un programa

Explica los propósitos y los fines a conseguir, mediante los distintos componentes que estructuran el proyecto. Culminando con el proceso de evaluación y análisis de los resultados obtenidos por la participación de la comunidad.

Para completar este proceso, es importante enfatizar que cada paso debe ser llevado a cabo de la mano de la comunidad, sin excepciones, para conocer cuál es la visión que tienen acerca de una futura intervención a realizarse. Para esto, se socializa puerta por puerta la intención de intervenir con un proyecto que beneficie turística o que de manera indirecta posea componentes que lo relacionen a la cadena turística y obtener ya sea la aprobación o negativa para proceder, ya que, por

la experiencia de los profesionales entendidos, se conoce que muchas veces se ha contado con la negativa de gran porcentaje de la comunidad, creando así acumulación de recursos en un bajo porcentaje de interesados y generando el estanco del proyecto por la falta de personal para su ejecución al momento de iniciar y durante el tiempo previsto.

Al contrario, si la comunidad está de acuerdo con participar, se procede a explicar los objetivos del proyecto con la matriz de involucrados, para lo que se detecta con antelación los potenciales aliados estratégicos para dar soporte al proyecto y que faciliten el acercamiento del grupo de trabajo a todas las futuras partes interesadas en la comunidad, debido a que al tener mayor confianza con los personajes representativos de la comunidad, se crean lazos de credibilidad por la influencia que tienen sobre la misma, haciendo que sea más sencillo dialogar o ingresar a la puerta de sus hogares para socializar la idea y llamar poco a poco la atención e interés de ellos.

Una vez que mediante estos intermediarios se pudo dar el acercamiento y se pudo exponer las intenciones del proyecto, inicia la lluvia de ideas con la activa participación de los involucrados y qué expectativas esperan ser cumplidas durante el proceso. Esto se realiza a fin de ajustar el plan inicial propuesto a lo que desea realizar la comunidad, fusionando ambos aspectos para que haya inclusión de ideas y se motive mucho más a la participación, ya que pasa de ser un proyecto netamente empresarial a una iniciativa en conjunto con miras al progreso y satisfacción, no de una empresa, sino de un conglomerado con potencialidad para desarrollarse económica y turísticamente.

Es importante destacar que para todo este proceso se debe contar desde la fase de socialización, con un porcentaje del 50 por ciento más uno, de no ser así, la intervención no podrá ser realizada. Cuando se inicia el proceso de socialización de matrices, lluvia de ideas y sugerencias de mejora, se realiza dicha gestión mediante una asamblea general, misma que nuevamente debe contar con el porcentaje de la mitad más uno de la población total de la comunidad.

Esto para evitar lo mencionado con anterioridad: gasto innecesario de recursos, estanco de iniciativa o abandono de la misma por poca asistencia, generando pérdidas

no sólo para la empresa de manera económica, sino también para la comunidad participante, por el tiempo que invirtió en acudir a las asambleas y capacitaciones, que, si bien sí serán de ayuda personal, sólo dará resultados en una pequeña porción en lugar de impactar generalmente.

Si se cuenta con la asistencia y aprobación necesaria, se procede con la ejecución de las acciones que encaminen el proyecto, tales como; capacitaciones iniciales en las áreas pertinentes para garantizar que el servicio que se brindará está fundamentado por conocimiento impartido para ese fin y cuentan con la aprobación necesaria para hacerlo de la manera adecuada. A esto se suma el acompañamiento brindado por personal de la empresa y trabajadores sociales que, durante la fase inicial del proceso irán guiando a la comunidad en espacios de tiempo bastante cercanos uno del otro, ya que son los primeros pasos que se darán y es necesario que cuenten con todo el apoyo hasta que el proyecto seas sostenido únicamente por ellos.


A partir de las entrevistas realizadas a trabajadores sociales e impulsores de proyectos, se determina que el tiempo inicial para el seguimiento semanal del proyecto es durante los primeros dos meses, tiempo a partir del cual se puede reducir a una visita mensual. Para efecto de este punto, se debe llegar a un consenso en cuanto a horarios y disponibilidad de la comunidad para ajustarse a sus actividades primarias y que la intervención que se realice no intervenga en las mismas, sino que se adapte al tiempo disponible de la colectividad.

Posterior a las capacitaciones iniciales y visitas de acompañamiento, se debe continuar con el proceso de formación y mejora de procesos, para tener a los involucrados empapados con los conocimientos que refuercen su participación y cuyo resultado se sugiere sea expuesto en una casa abierta que presente lo aprendido junto a la entrega de diplomas que certifiquen el paso dado. Adicional a la presentación se realiza una evaluación de los avances obtenidos. Y de ser pertinente, se realizan cambios en las áreas necesarias, sean estas administrativas, de servicio, o en caso de no abastecer necesariamente las actividades, se mejora y se dota de equipos que cumplan una función superior que se ajuste a las actividades realizadas por la comunidad, con la finalidad de que la excelencia esté presente en cada pieza que conforma el proyecto.

Es relevante recordar que, uno de los puntos a tener en mayor consideración es el de mantener informada a la comunidad de cada acción que se tome o de cada idea de mejora considerada, ya que esto refuerza no sólo la confianza puesta en los agentes interventores, al saberse considerados en cada paso a tomar, sino que ayuda a mantener la motivación y el interés por alcanzar la meta propuesta y deja en ellos el sentimiento de gratificación, involucrándolos y estableciendo sentido de responsabilidad de una labor bien realizada y que avanza hacia el éxito.

Para fines de evaluación de las empresas que busquen realizar proyectos de RSE con componentes turísticos se elaboró la ficha presentada a continuación, en la que se marca si se ha cumplido o no con lo establecido y que expone dentro de sus puntos los requisitos a tomar en cuenta para realizar una intervención que englobe los puntos importantes, partiendo desde la vocación de la empresa y de qué manera ésta se encuentra ligada al turismo, para iniciar correctamente el camino y poco a poco avanzar marcando los puntos con los que se cuenta y de qué manera la comunidad también va respondiendo en todos los pasos explicados durante este capítulo.

CHECKLIST DE EVALUACIÓN DE EMPRESAS PARA EJECUCIÓN DE PROYECTOS DE RSE CON COMPONENTES TURÍSTICOS

Fecha:	
Nombre de la empresa:	
Ciudad:	
Dirección:	
Comunidad a intervenir:	

REQUISITOS A EVALUAR

1. En la empresa existe el turismo dentro de:

- | | | |
|---------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| a) Misión y visión | Sí <input type="checkbox"/> | No <input type="checkbox"/> |
| b) Flujo de negocio | Sí <input type="checkbox"/> | No <input type="checkbox"/> |
| c) Cadena de valor | Sí <input type="checkbox"/> | No <input type="checkbox"/> |

2. ¿Se realizó la ficha de diagnóstico de comunidades de Carla Ricaurte?

Sí No

3. ¿El destino tiene vocación turística en base al análisis realizado en el diagnóstico?

Sí No

4. ¿Se identificó a los líderes claves en la comunidad a intervenir?

Sí No

5. ¿Se socializó el proyecto con la comunidad en asamblea, logrando una asistencia igual o superior al 50% de su total de habitantes?

Sí No

Si la respuesta es No, se regresa al punto anterior hasta que se cumpla el mínimo de asistencia que asegure consenso. Si no se completa la participación requerida, se suspende la intervención.

6. ¿Se levantó la matriz de involucrados de acuerdo a la metodología de Marco Lógico?

Sí No

7. ¿Se levantó el árbol de problemas con participación de la comunidad?

Sí No

8. ¿Se presentó y socializó los resultados de la matriz 4x4 a la comunidad?

Sí No

9. ¿Se presentó el proyecto, donde se establecen los objetivos y acciones junto con el compromiso con y de la comunidad?

Sí No

10. ¿Se firmó un compromiso de participación con la comunidad para garantizar un trabajo cooperativo?

Sí No

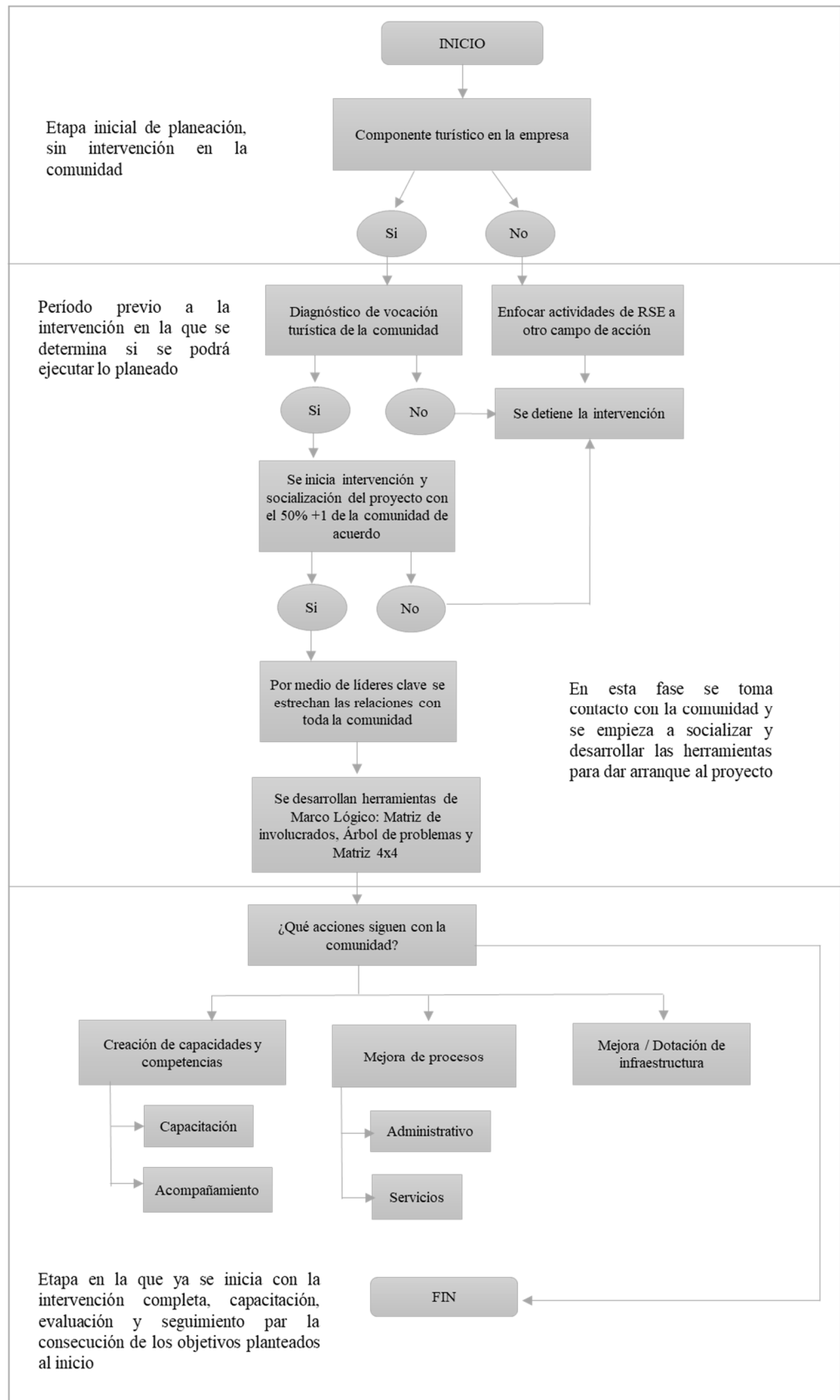


Figura 12. Proceso de aplicación de propuesta metodológica para empresas que realicen RSE con componentes turísticos.

Conclusiones

El trabajo con la comunidad debe desarrollarse en conjunto con un especialista en trabajo y/o desarrollo comunitario, ya que el personal dedicado a esta labor específica tiene la experiencia necesaria para poder ejecutar el trabajo con comunidades que presenten distintos escenarios y cómo tratar estos casos de manera puntual.

El acercamiento a la comunidad debe de realizarse una vez que se ha determinado el potencial turístico de la misma, no antes de determinar que, en efecto, existan atractivos de duración importante que garanticen que sin importar temporalidad climática se mantenga el punto atracción que llame al turista en todo momento del año.

Durante la ejecución del proyecto se debe de realizar visitas periódicas y pactadas con la comunidad, teniendo en cuenta disponibilidad y participación de la misma en un horario prudente y que no intervenga en las actividades primarias de generación de ingresos de dicha comunidad, sino que se adapte a una hora pertinente para poder tratar los temas pautados.

Es importante generar empoderamiento y compromiso con los miembros de la comunidad mediante reconocimiento por cada logro que se vaya consiguiendo y mantener al tanto de cada proceso o consecución de objetivos.

Recomendaciones

Independientemente de la índole de la intervención en responsabilidad social se debe de contar en el equipo con un antropólogo o trabajador social que pueda detectar las necesidades del escenario a trabajar y la metodología correcta para trabajar con cada comunidad.

Las sesiones de trabajo y visitas a la comunidad deben de realizarse en los horarios y tiempos disponibles de los beneficiarios del proyecto para respetar las actividades que generan ingresos en primera instancia.

El compromiso debe establecerse para la consecución de los objetivos planteados y no por compromiso con el trabajador o la empresa, así se evitará la dependencia o paternalismo dentro de los proyectos de RSE.

Se debe indagar sobre la idiosincrasia de la comunidad y sus preferencias religiosas y políticas para evitar malos entendidos o imprudencias dentro de la intervención, tomando en cuenta que también difieren mucho entre comunidades indígenas y costeras dentro de estos dos aspectos.

Referencias

- Aprofe (2018). *Responsabilidad Social*. Recuperado de <http://www.aprofe.org.ec/index.php/es/component/content/category/8-que-es-aprofe.html>
- Banco del Pacífico (2018). *Responsabilidad Social Corporativa*. Recuperado de <https://www.bancodelpacifico.com/grupo-bdp/responsabilidad-social-corporativa/menu/quienes-somos>
- Banco Guayaquil (2018). *Información Corporativa, Responsabilidad Social*. Recuperado de <https://www.bancoguayaquil.com/Institucional/Responsabilidad-Social-Empresarial>
- Barros, M., Retamozo, M., & González, D. (2016). *Responsabilidad Social Empresarial*. Semilla Dice, (1).
- Bayer (2018). *Reporte de Gestión Social*. Recuperado de <https://andina.bayer.com/es/rep-responsabilidad-social/ReporteSocialBayer2014/movil/paises/ecuador/m.index.html>
- Cajiga, C., J. (2012) *El concepto de Responsabilidad Social Empresarial*. Centro Mexicano para la filantropía – Cemefi, México. Recuperado el 27 de julio de 2012 de, https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.
- Castellanos, J. & Chércoles, B. (2005). *La Responsabilidad Social Corporativa*, 106, 58-60.
- Cervecería Nacional (2018). *Desarrollo Sostenible*. Recuperado de <https://cervecerianacional.ec/empresa/memoria-de-sostenibilidad>
- Consortio NOBIS. *Responsabilidad Social Empresarial*. Recuperado de: <https://www.consorcionobis.com.ec/quienes-somos>
- Corporación Favorita (2018). *Responsabilidad Social*. Recuperado de <https://sites.google.com/site/corporacionfavorita1234/fundaciones>

- Corporación Maresa (2018). *Responsabilidad Corporativa*. Recuperado de <http://corpmaresa.com.ec/responsabilidad-corporativa/>
- Correa, M. E. (2004). *Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial (Vol. 85)*. United Nations Publications.
- Cooper, S. (2017). *Corporate social performance: A stakeholder approach*. New York, USA. Routledge Taylor & Francis Group.
- Cruz, J. A. (2017). *Metáforas sobre la intervención social. Una aproximación a la comprensión del asistencialismo social*. Revista Tesis Psicológica, 12(1), 10-29.
- Cubillos, C. H., & Rosero, O. (2016). *Relación entre desempeño financiero y responsabilidad social empresarial: un análisis de literatura (1984-2013)*. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, 16(2), 90-101.
- Diners Club (2018). *Responsabilidad Social Corporativa*. Recuperado de <https://www.dinersclub.com.ec/portal/institucional/responsabilidad-social-corporativa>
- Díaz de la Cruz, C., & Fernández, J. L. (2016). *Marco conceptual de la ética y la responsabilidad social empresarial: un enfoque antropológico y estratégico*. Revista Empresa y Humanismo, 19(2), 69-118.
- Eljuri Licores (2018). *Responsabilidad Social*. Recuperado de <http://www.eljurilicores.com/tag/responsabilidad-social/>
- Friedman, M. (1970). *The Social Responsibility of business is to increase its profits*. Times Magazine, September 13th, New York.
- Fernández, J. F., & Bajo, A. (2012). *La Teoriza del Stakeholder o de los Grupos de Interés, pieza clave de la RSE, del éxito empresarial y de la sostenibilidad*. Revista Internacional de Investigación en Comunicación aDResearchESIC.
- Fundación Telefónica (2018). *Fundación Telefónica Ecuador*. Recuperado de <https://fundaciontelefonica.com.ec/>

- General Motors (2018). *Responsabilidad Social*. Recuperado de <https://www.gmobb.ec/responsabilidad-social/>
- Giddens, A., & Sutton, P. W. (2015). *Conceptos esenciales de Sociología*. Alianza Editorial.
- González Macías, C. J. (2015). *La Adaptabilidad Organizacional Desde El Enfoque De La Teoría De Contingencia Y La Escuela De Configuración* (Organizational Fit from a Contingency Theory and Configuration School View). *Revista Global de Negocios*, 3(4), 69-81
- Grupo Difare (2015). *Informe de responsabilidad corporativa*. Recuperado de http://www.grupodifare.com/videos/informe_rsc2015.pdf
- Hamidu, A., Haron, M., & Amran, A. (2015). *Corporate social responsibility: A review on definitions, core, characteristics and theoretical perspectives*. Roma, Italia. Mediterranean Journal of Social Sciences. MSCER Publishing.
- Holcim (2018). *Responsabilidad Social Corporativa (CSR)*. Recuperado de <https://www.holcim.com.ec/desarrollo-sostenible/responsabilidad-social-corporativa-csr>
- INEC. (2012). *Directorio de Empresas y Establecimientos*. Recuperado 31 de octubre de 2017 de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/ecuador-registro-843-745-empresas-en-2016/>
- López, I., Arriaga, A., & Pardo, M. (2018). *La dimensión social del concepto de desarrollo sostenible: ¿La eterna olvidada?* (No. ART-2018-105999).
- Licandro, O. (2016). *El Voluntariado corporativo como práctica de responsabilidad social empresaria hacia los empleados y la comunidad*. *Teorías, Enfoques y Aplicaciones en las Ciencias Sociales*, 8(18), 47-65.
- Masip, J. G. (2018). Los grupos de interés y su importancia en la propuesta de valor de las empresas. *Boletín Económico de ICE*, (3096).
- Molina, E., Córdova, J., Meza, E., & López, P. (2017). *La responsabilidad social empresarial en las empresas del Ecuador. Un test de relación con la imagen*

corporativa y desempeño financiero. Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias, (18), 23-44.

Morán, R. (2009). *Memoria de Responsabilidad Social Empresarial Ecuador 200*. Ekos Economía y Negocios.

Murray, K., & Montanary, J. (1986). *Strategic Management of the Socially Responsible Firm: Integrating Management and Marketing Theory*. Netherlands.

Mutualista Pichincha (2018). *¿Quiénes somos?* Recuperado de <https://www.mutualistapichincha.com/quienes-somos>

Nestlé (2018). *Creación de Valor Compartido*. Recuperado de <https://www.nestle.com.ec/es/csv/valorcompartido>

Oleoducto de Crudos Pesados (2018). *Social*. Recuperado de <https://ocpecuador.com/es/social>

Osorio, J. (2015). *El Estado en el centro de la mundialización: la sociedad civil y el asunto del poder*. Fondo de cultura económica.

Peña, D., & Serra, A. (2012). *Responsabilidad Social Empresarial en el sector turístico*. Estudio de caso en empresa de alojamiento de la ciudad de Santa Martha, Colombia. Estudios y Perspectivas en Turismo, 21 (6), 1456-1480.

Plastigama (2018). *Sobre nosotros*. Recuperado de <http://plastigama.com/sobre-nosotros/>

Pinillos, A. A., & Fernández, J. L. (2011). *De la RSC a la sostenibilidad corporativa: una evolución necesaria para la creación de valor*. Barcelona, Madrid. Ediciones Deusto.

Porta, L., & Silva, M. (2019). *La investigación cualitativa: El Análisis de contenido en la investigación educativa*. Anuario Digital de Investigación Educativa, (14).

- PRODUBANCO (2018). *Responsabilidad Social Empresarial*. Recuperado de:
<https://www.produbanco.com.ec/qui%C3%A9nes-somos/responsabilidad-social/>
- PRONACA (2018). *Memoria de Sostenibilidad 2017*. Recuperado de:
<https://www.pronaca.com/memoria-de-sostenibilidad/>
- OMT. (2008). *Entender el Turismo: Glosario Básico*. Recuperado de:
<https://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Ricaurte, C. (2009). *Manual de diagnóstico turístico local*. Escuela Superior Politécnica del Litoral.
- Salazar, A, L., Hidalgo, J., & Manríquez, M. (2017). *La responsabilidad social empresarial desde la percepción del capital humano. Estudio de un caso*. *Revista de Contabilidad – Spanish Accounting Review*, 20(1), 36-46.
- Schvarstein, L. (2015). *Inteligencia social de las organizaciones*. Editorial UNIMAR.
- Schwinn, T. (2017). *Cultura, estructura, comparación. Modernidades múltiples y la actualización de la sociología de Max Weber*. *Sociología Histórica*, (7), 211-232.
- Tinoco, U., Arango, L., Benavides, O. (2012). *Evolución, Aproximación al concepto y teorías de responsabilidad social empresarial*. *Revista Panorama Económico*, 20, 189-220.
- Urquiza, M. (2018). Recuperado 13 de febrero de 2019, de
<http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=7>
156

Anexos

Anexo 1



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

ENTREVISTA

Nombre del entrevistado: _____

- 1. ¿Qué es y qué aspectos considera que engloba la RSE?**

- 2. ¿Cuándo inició APROFE con su cumplimiento con la RSE?**

- 3. ¿Alguna normativa bajo la que se rijan para aplicarla? ¿Cuál?**

- 4. Por experiencia en el área, ¿existe una metodología o modelo que sea la clave para proyectos exitosos?**

- 5. ¿Cuentan con proyectos que posean componentes turísticos?**

- 6. ¿Qué dificultades se han presentado al ejecutar proyectos en ciertas zonas? ¿La comunidad ha rechazado estos proyectos?**

- 7. ¿Cómo lidian con el asistencialismo?**

- 8. En cuanto al proyecto “Sólo con Natura”, ¿Qué comentarios puede compartir sobre la experiencia?**

- 9. ¿Qué puntos indispensables deben formar parte de la metodología a proponer?**

Anexo 2

Ficha 1

Caracterización turística de comunidades

1. Datos Generales

1.1 Ubicación de la comunidad

Nombre de provincia	
Nombre de cantón	
Nombre de parroquia	
Nombre de comunidad	

1.2 Número aproximado de habitantes en el conglomerado urbano.

(Esta información la puede encontrar en la página Web del INEC)

_____.

Fuente _____.

2. Oferta de Servicios

2.1 Alojamiento

Identifique el tipo y número de establecimientos de alojamiento existentes en la comunidad.

	#		#
1. Hoteles	<input type="text"/>	5. Moteles	<input type="text"/>
2. Hosterías	<input type="text"/>	6. Hospederías comunitarias	<input type="text"/>
3. Hostales	<input type="text"/>	7. Camping	<input type="text"/>
4. Pensiones	<input type="text"/>	8. Otro _____	<input type="text"/>

2.2 Alimentación

Identifique el tipo y número de establecimientos de alimentos y bebidas existentes en la comunidad:

	#		#
1. Restaurantes	<input type="text"/>	4. Bares	<input type="text"/>

- 2. Cafeterías
- 3. Fuentes de soda

- 5. Cantinas
- 6. Kioskos de comida
- 7. Otros _____

2.3 Esparcimiento

Identifique el tipo y número de establecimientos de esparcimiento existentes en la comunidad.

- 1. Discotecas
- 2. Cines/ teatros

#

- 3. Instalaciones deportivas
- 4. Bingos
- 5. Otros

#

2.4 Otros servicios

Identifique el tipo y número de establecimientos de otros servicios existentes en la comunidad.

- 1. Agencias de viaje
- 2. Operadoras
- 3. Información al turista

#

- 4. Guías de turismo
- 5. Bancos
- 6. Cajeros automáticos
- 7. Otros

#

3. Infraestructura de servicios básicos

Transporte y accesibilidad

3.1 Distancias

Identifique las distancias que hay desde el punto de partida (centro turístico más cercano o ciudad principal) hasta la parroquia, así como el tiempo de recorrido y medio de transporte.

1. Bus
2. Camioneta
3. Lancha
4. Canoa
5. Avión
6. Avioneta
7. Bestia
8. Caminando

Distancia a la cabecera parroquial

(Km): _____

Distancia a la cabecera cantonal

(Km): _____

3.2 Principales vías de acceso a la comunidad:

1. Pavimentada/ asfaltada

2. Adoquinada

3. Empedrada

4. Lastrada

5. De tierra (carrosable)

6. Fluvial

7. Marítima

8. Aérea

9. Sendero

10. Otro _____

3.3 Para llegar a la comunidad (o dentro de ella) existe señalización:

a) Vial

1. Sí

2. No

b) Turística

1. Sí

2. No

3.4 En la comunidad se hace uso de los siguientes transportes públicos (puede marcar más de una opción):

1. Bus

2. Camioneta

3. Taxis

4. Lancha

5. Canoa

6. Avión

7. Avioneta

8. Ninguno

9. Otro _____

3.5 En la comunidad existen las siguientes terminales o estaciones de transporte (puede marcar más de una opción):

1. Bus

5. Canoa

- | | | | |
|--------------|--------------------------|--------------|--------------------------|
| 2. Camioneta | <input type="checkbox"/> | 6. Avión | <input type="checkbox"/> |
| 3. Taxis | <input type="checkbox"/> | 7. Avioneta | <input type="checkbox"/> |
| 4. Lancha | <input type="checkbox"/> | 8. Ninguno | <input type="checkbox"/> |
| | | 9. Otro_____ | <input type="checkbox"/> |

3.6 En la comunidad existen las siguientes terminalws o estaciones de transporte (puede marcar más de una opción):

- | | | | |
|--------------|--------------------------|--------------|--------------------------|
| 1. Bus | <input type="checkbox"/> | 5. Marítimo | <input type="checkbox"/> |
| 2. Camioneta | <input type="checkbox"/> | 6. Fluvial | <input type="checkbox"/> |
| 3. Camiones | <input type="checkbox"/> | 7. Lacustre | <input type="checkbox"/> |
| 4. Taxis | <input type="checkbox"/> | 8. Aéreo | <input type="checkbox"/> |
| | | 9. Otro_____ | <input type="checkbox"/> |

3.7 Descripción del transporte público terrestre que presta servicio a la comunidad

Nombre de la cooperativa	Estación/ terminal	Tipo de transporte (Marque con una X)		Frecuencia del servicio	Tipo de vehículo
		Local	Internacional		

3.8 Si no existe medio de transporte público, señale la distancia a la que se puede abordar cualquier tipo de transporte motorizado

_____ Km

Comunicaciones

3.9 Existe servicio telefónico en la comunidad: Marque con una X

- | | |
|-------|--------------------------|
| 1. Sí | <input type="checkbox"/> |
| 2. No | <input type="checkbox"/> |

3.10 La oficina de teléfonos más cercana se encuentra a _____ Kms.

3.11 Existe señal de servicio telefónico celular en la comunidad:

- 1. Sí
- 2. No

3.12 En la comunidad existen _____ cibercafés o establecimientos de uso público de Internet.

3.13 Existe oficina de correos en la comunidad:

- 1. Sí
- 2. No

Sanidad

3.14 Existe red de agua entubada:

- 1. Sí % de la población con agua entubada _____
- 2. No

3.15 Se trata con cloro el agua en la fuente de distribución:

- 1. Sí
- 2. No

3.16 Fuente principal de abasto / Qué tipo de agua se consume:

- | | | | |
|----------------------------|--------------------------|----------------------------|--------------------------|
| 1. Red pública | <input type="checkbox"/> | 6. Pozo | <input type="checkbox"/> |
| 2. Pila o llave pública | <input type="checkbox"/> | 7. Río, vertiente, acequia | <input type="checkbox"/> |
| 3. Otra fuente por tubería | <input type="checkbox"/> | 8. Agua lluvia | <input type="checkbox"/> |
| 4. Carro repartidor | <input type="checkbox"/> | 9. Otro _____ | <input type="checkbox"/> |
| 5. Triciclo | <input type="checkbox"/> | | |

3.17 Existe sistema de alcantarillado en la comunidad: pueden obtener la información preguntando al municipio, junta parroquial o líder comunal).

- 1. Sí
- 2. No

3.18 En dónde elimina las excretas la mayoría de la población: pueden obtener la información preguntando al municipio, junta parroquial o líder comunal).

- | | |
|------------------------------|----------------------|
| 1. Excusado y alcantarillado | <input type="text"/> |
| 2. Letrina | <input type="text"/> |
| 3. Aire libre, río, estero | <input type="text"/> |
| 4. Pozo séptico | <input type="text"/> |
| 5. Pozo ciego | <input type="text"/> |
| 6. Otro _____ | <input type="text"/> |

3.19 Cómo elimina la basura la mayoría de la población:

- | | |
|---------------------|----------------------|
| 1. Carro recolector | <input type="text"/> |
| 2. Se quema | <input type="text"/> |
| 3. Se entierra | <input type="text"/> |
| 4. Otro _____ | <input type="text"/> |

3.20 Existen establecimientos de salud en la comunidad:

- | | |
|-------|----------------------|
| 1. Sí | <input type="text"/> |
| 2. No | <input type="text"/> |

3.21 Instancias y/o establecimientos de salud que existen: Puede marcar más de una casilla si es necesario.

- | | Cuantos | | Cuantos |
|----------------------------|----------------------|-------------------------|----------------------|
| 1. Parteras capacitadas | <input type="text"/> | 9. Hospital público | <input type="text"/> |
| 2. Parteras no capacitadas | <input type="text"/> | 10. Dispensario público | <input type="text"/> |
| 3. Promotores de salud | <input type="text"/> | 11. Unidad móvil | <input type="text"/> |
| 4. Curandero tradicional | <input type="text"/> | 12. Consultorio privado | <input type="text"/> |
| 5. Shaman | <input type="text"/> | 13. Clínicas | <input type="text"/> |
| 6. Botiquin Comunitario | <input type="text"/> | 14. Hospital privado | <input type="text"/> |
| 7. Sub-centro de salud | <input type="text"/> | 15. Farmacia | <input type="text"/> |
| 8. Centro de salud | <input type="text"/> | 16. Otro | <input type="text"/> |

3.22 Si no hay establecimientos de salud en la comunidad.

1. A cuál establecimiento asisten para atender su salud _____

2. Parroquia o cabecera cantonal a la cual pertenece el establecimiento de salud _____

3. Distancia del establecimiento al cuál asisten (Km) _____

Energía

3.23 Existe servicio de energía eléctrica en la comunidad:

1. Sí
2. No

3.24 Distancia al lugar más cercano con energía eléctrica: _____ Km.

3.25 Qué porcentaje de la población tiene energía eléctrica: _____.

3.26 Existen gasolineras en la comunidad

1. Sí
2. No

¿Cuántas? _____

3.27 Distancia a la gasolinera más cercana: _____ Km.

4. Gobernanza

1.1 De qué instituciones recibe o ha recibido apoyo la comunidad para su desarrollo: nombre a las instituciones involucradas, el periodo en que se recibió el apoyo de las mismas. Puede obtener información en municipios, juntas parroquiales o el líder de la comuna.

Institución	Nombre	Desde	Hasta	Actividad
1. Nacionales				
2. Internacionales				

1.2 Existen planes de desarrollo en la comunidad. Si es así, nombre el plan y el año en que se empezó a ejecutar.

1. Sí

Plan	Año

2. No

1.3 Qué tipo de organizaciones tiene la comunidad (marque con una x)

Tipo de organización

1. Junta parroquial	
2. Comité de barrio	
3. Directiva comunitaria	
4. Comité de desarrollo	
5. Cooperativas	
6. Organizaciones de mujeres	
7. Comité de padres de familia	
8. Organizaciones religiosas	
9. Clubes	
10. Asociaciones de turismo	
11. Otras	

2. Comunidad receptora

2.1 A qué actividades económicas principales se dedica la población (Para contestar esta pregunta se puede consultar en el INEC. Llene las casillas con porcentajes):

1. Agricultura, caza, avicultura, pesca, ganadería	<input type="text"/>	6. Servicios comunales, sociales y personales	<input type="text"/>
2. Explotación de minas y canteras	<input type="text"/>	7. Transporte y comunicación	<input type="text"/>
3. Industrias manufactureras	<input type="text"/>	8. Establecimientos financieros	<input type="text"/>

3.1 Artesanías		9. Comercio	
4. Electricidad, gas y agua		10. Turismo, Hoteles y restaurantes	
5. Construcción		11. Actividades no especificadas	

Fuente: _____

2.2 ¿Cuáles son las tres actividades productivas más rentables de la comunidad?
Nómbrelas.

1. _____
2. _____
3. _____

Fuente: _____

2.3 Tipo de empleo turístico (Sólo para comunidades que prestan servicios turísticos). Para contestar esta pregunta se encuestó a _____ personas.

Porcentaje %

1.	Empleos formales en turismo (personal con contrato verbal o escrito, establecimientos con documentos en regla)	
2.	Empleos informales en turismo (vendedores informales, prestadores de servicios sin documentos en regla o sin permisos de funcionamiento)	

2.4 Tipo de actividad en la que participa la comunidad: puede marcar más de uno su así fuere el caso.

- | | |
|-------------------------|--|
| 1. Trabajo en grupo | |
| 2. Minga | |
| 3. Asamblea comunitaria | |
| 4. Otras | |

Comentarios:

2.5 Ha participado la Comunidad o la Directiva Comunitaria en la elaboración de los Planes Estratégicos locales con:

	Si	No
1. Municipio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Gobierno provincial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5.6 Destrezas para turismo encontradas en la comunidad. El encuestador puede preguntar

dentro de la comunidad una vez que haya logrado el acercamiento y establecerá el número de personas que tengan las siguientes habilidades (Se puede obtener esta respuesta a través de un taller).

	# de personas
1. Inglés	<input type="text"/>
2. Capacidad o experiencia en guianza	<input type="text"/>
3. Cocina	<input type="text"/>
4. Contabilidad / Administración	<input type="text"/>
5. Otra _____	<input type="text"/>

1.7 Actitud de la comunidad hacia la actividad turística. El encuestador puede preguntar dentro de la comunidad una vez que haya logrado el acercamiento y establecerá el número de personas que tengan las siguientes habilidades (Se puede obtener esta respuesta a través de un taller). Para contestar esta pregunta se encuestó a _____ personas

	% relativo
1. El turismo es considerado como un instrumento importante de desarrollo (es considerado en planes, políticas, hay asociaciones de prestadores de servicios turísticos, etc.)	<input type="text"/>
2. El turismo es una actividad económica alterna y estacional (La comunidad se dedica a la actividad turística solamente durante temporada alta, en temporada baja se dedica a otras actividades)	<input type="text"/>

3. Indiferencia hacia el desarrollo local de la actividad turística (La comunidad no contesta preguntas relacionadas al turismo, no opinan)	
4. Rechazo hacia el desarrollo de la actividad turística en la comunidad (La comunidad rechaza el desarrollo turístico, considera que es peligroso, no cree que solucione sus problemas económicos)	

1.8 Problemas sociales que según el encuestador pueden afectar al desarrollo turístico de la comunidad. Se pueden identificar también necesidades de capacitación de acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta (5.6).
Comentarios:

Anexo 3

Ficha 2

Caracterización de la demanda

Utilice una de estas fichas para la comunidad. La ficha incluye los datos mínimos con respecto a la demanda que deberían caracterizarse en un diagnóstico. Dependiendo del tiempo y los recursos disponibles, se debe decidir el método con que se recogerán los datos en la comunidad: se puede optar por la observación y entrevistas para obtener datos aproximados o cualitativos, se puede usar la ficha como una base para diseñar cuestionarios de encuesta que arrojen datos porcentuales.

1.1 Existe demanda turística hacia la comunidad. Puede contestar esta pregunta por observación directa.

1. Sí

2. No

1.2 La comunidad tiene una demanda diaria aproximada de: (puede hacer un cálculo por observación directa o puede preguntar a informantes clave; escribir en números el resultado).

_____ Visitantes de lunes a viernes

_____ Visitantes de los días sábado

_____ Visitantes de los días domingo

_____ Visitantes de los días feriados

Fuente de información:

1.3 Frecuencia de la demanda que posee la comunidad (puede hacer un cálculo por observación directa o puede preguntar a informantes clave).

1. Permanente (todo el año)
2. Estacional (sólo por temporadas)
3. Esporádica (de vez en cuando)
4. Inexistente

1.4 Forma de viaje. Marcar con una x la respuesta correcta (puede hacer un cálculo en porcentaje con base en encuesta o preguntas a informantes clave).

1. Independiente
2. Organizado (paquetes, "tours")

Fuente de información:

1.5 Tipo de demanda que posee la comunidad. (Si dispone de datos cuantitativos, marque la respuesta en porcentaje, si no, puede marcar con x).

A) Con respecto al origen

1. Internacional
2. Nacional

3. Regional

B) Con respecto al tiempo de estadía

1. Turistas

2. Excursionistas

Fuente de información:

1.6 El gasto promedio diario de los visitantes es: (escriba la respuesta en dólares).

USD

1. Turistas

2. Excursionistas

Fuente de información:

1.7 Indique tres razones o atractivos principales por los cuales es visitada la comunidad (puede contestar esta pregunta por observación directa, a través de un taller, por percepción comunitaria o a través de encuestas a los visitantes).

1. _____
2. _____
3. _____

1.8 Los servicios turísticos que consumen los visitantes son: (Si dispone de datos cuantitativos, marque la respuesta en porcentajes, si no, puede marcar con x)

Tipo de Servicio

1. Alojamiento	<input type="text"/>
2. Restaurantes	<input type="text"/>
3. Kioskos de comida	<input type="text"/>
4. Bares	<input type="text"/>
5. Servicio de guianza local	<input type="text"/>

6. Otro _____

7. Ninguno

Anexo 4

Ficha 3

Caracterización de atractivos y recursos turísticos

Utilice una de estas fichas por cada uno de los atractivos o recursos turísticos que identifique en la comunidad. Toda la información que se recaba a través de esta ficha tiene que ver con el atractivo o recurso turístico específicamente.

1. Datos generales

1.1 Nombre del recurso o atractivo

1.2 Ubicación del atractivo

1.3 El atractivo se encuentra:

1. Dentro de la comunidad (en el área urbana)

2. Fuera de la comunidad (en los alrededores)

1.4 La comunidad más cercana al atractivo es _____.

1.5 El atractivo dista de la comunidad más cercana a _____ Km.

2. Características del atractivo

2.1 Natural

1. Playa de río/laguna

2. Playa de mar

3. Río/laguna sin playa

4. Mar sin playa

5. Isla/islote

7. Bahía

8. Caída de agua

9. Aguas termales

10. Bosque

11. Observación de flora y fauna

6. Estero

12. Otro _____

2.2 Cultural

1. Museo

7. Artesanía

2. Arquitectura tradicional

8. Artes (especifique)

3. Lugar histórico

9. Comida y/o bebida típica

4. Ruina/sitio arqueológico

10. Grupo étnico

5. Manifestación religiosa

11. Acontecimiento programado

6. Feria y/o mercado

12. Otro _____

2.3 El atractivo o recurso puede disfrutarse durante:

1. Todo el año

2. Por temporadas (especifique)

3. Evento programado (especifique fecha)

2.4 Horarios de atención / horas de disfrute del recurso

2.5 El atractivo o recurso tiene algún uso por parte de la comunidad local

1. Sí

2. No

¿Cuál? _____

3. Demanda real del atractivo

3.1 El atractivo tiene una demanda aproximada de (puede hacer un cálculo por observación directa o puede preguntar a informantes clave)

_____ Visitantes de lunes a viernes

_____ Visitantes de los días sábado

_____ Visitantes de los días domingo

_____ Visitantes de los días feriados

Fuente de información:

3.2 Frecuencia de demanda que posee el atractivo (Marcar con una x)

1. Permanente (todo el año)

- 2. Estacional (sólo por temporadas)
- 3. Esporádica (de vez en cuando)
- 4. Inexistente
- 5. Otra _____

Fuente de información:

3.3 Tipo de demanda que posee el atractivo (Marcar con una x)

- 1. Internacional
- 2. Nacional
- 3. Regional
- 4. Local

4. Situación actual del recurso o atractivo

4.1 El recurso o atractivo se encuentra actualmente

- 1. Conservado
- 2. Deteriorado con posibilidad de recuperación
- 3. Deteriorado sin posibilidad de recuperación

4.2 El atractivo está a cargo de _____ y el número de teléfono o dirección de contacto es _____.

4.3 Tenencia de la tierra donde se asienta el recurso o atractivo

- 1. Privada
- 2. Pública
- 3. Comunal
- 4. Otra _____

4.4 Se han realizado gestiones para su conservación o restauración

- 1. Sí
- 2. No

¿Cuáles?

4.5 Existen restricciones, regulaciones, políticas para el uso del atractivo

1. Si ¿Cuáles? _____

2. No

4.6 El atractivo tiene impactos ocasionados por el turismo u otras actividades productivas QUE PUEDAN AFECTAR SU CALIDAD ESTÉTICA (puede contestar esta pregunta por observación directa o a través de informantes clave)

	Positivos	Negativos
Impactos sociales		

	Positivos	Negativos
Impactos ambientales		

5. Transporte y accesibilidad

5.1 Las vías de acceso que conducen al atractivo específicamente, son accesibles durante:

1. Todo el año

2. Por temporadas, los meses de:

5.2 Principales vías de acceso al atractivo:

1. Pavimentada/ asfaltada
2. Adoquinada
3. Empedrada
4. Lastrada
5. De tierra (carrosable)

6. Fluvial
7. Marítima
8. Aérea
9. Sendero
10. Otro _____

5.3 Para llegar al atractivo existe señalización:

a) Vial

1. Sí
2. No

b)

Turística

1. Sí
2. No

5.4 Para llegar al atractivo existen los siguientes tipos de transporte público (puede marcar más de una opción)

1. Bus
2. Camioneta
3. Taxis
4. Lancha

5. Canoa
6. Avión
7. Avioneta
8. Ninguno
9. Otro _____

5.5 Descripción del transporte público terrestre disponible para llegar al atractivo.

Nombre de la cooperativa	Estación/ terminal	Tipo de transporte (Marque con una X)		Frecuencia del servicio	Tipo de vehículo
		Local	Internacional		

6. Facilidades y actividades turísticas

6.1 Servicios turísticos que existen actualmente en el atractivo o sus alrededores

Tipo de Servicio	#
1. Restaurantes	<input type="text"/>
2. Kioskos de comida	<input type="text"/>
3. Bares	<input type="text"/>
4. Servicio de guianza local	<input type="text"/>
5. Otro _____	<input type="text"/>

6.2 En caso de que el atractivo no cuente con servicios turísticos, marque con una (x) los que usted considera necesarios para satisfacer las necesidades de la demanda.

Tipo de Servicio	#
1. Restaurantes	<input type="text"/>
2. Kioskos de comida	<input type="text"/>
3. Bares	<input type="text"/>
4. Servicio de guianza local	<input type="text"/>
5. Otro _____	<input type="text"/>
6. Ninguno	<input type="text"/>

6.3 Actividades recreativas que se pueden realizar en el recurso o atractivo. Señale todas las actividades recreativas que se realizan actualmente con un asterisco (*), y las que usted recomienda que podrían realizarse con un visto (√). Recuerde que cuenta con espacios en blanco para las actividades que no se hayan incluido en el formulario.

1. Natación	<input type="text"/>	12. Compras	<input type="text"/>
2. Pesca deportiva	<input type="text"/>	13. Gastronomía	<input type="text"/>
3. Caza	<input type="text"/>	14. Conocimiento antropológico	<input type="text"/>
4. Deportes de cancha	<input type="text"/>	15. Eventos programados	<input type="text"/>
5. Deportes de aventura/riesgo	<input type="text"/>	16. Camping	<input type="text"/>

- 6. Competencias deportes
- 7. Caminatas
- 8. Paseos en bote/lancha
- 9. Paseos a caballo/mula
- 10. Visitas guiadas
- 11. Observación de flora y/o fauna

- 17. Picnic
- 18. Ciclismo/Bicicleta de montaña
- 19. Parapente
- 20. Buceo/snorkel
- 21. _____
- 22. _____

Comentarios:

6.4 Instalaciones con que cuenta actualmente el atractivo para la realización de actividades recreativas y turísticas (indique cuántas unidades existen de cada instalación).

- 1. Piscina
- 2. Vestidores
- 3. Canchas deportivas
- 4. Muelle
- 5. Mirador

- 6. Puentes
- 7. Circuitos de senderos
- 8. Refugio
- 9. Pasarelas
- 10. Otro _____

6.5 En caso de que el atractivo no cuente con instalaciones, marque con una (x) qué instalaciones cree usted que el atractivo necesita para la realización de actividades recreativas y turísticas.

- 1. Piscina
- 2. Vestidores
- 3. Canchas deportivas
- 4. Muelle
- 5. Mirador

- 6. Puentes
- 7. Circuitos de senderos
- 8. Refugio
- 9. Pasarelas
- 10. Otro _____

7. Calidad intrínseca del recurso o atractivo

En este espacio, haga sus comentarios sobre las características intrínsecas del recurso o atractiva, para lo cual puede utilizar la clasificación de atractivos y la metodología del MINTUR 2004. Otros factores a describir son si se considera que el atractivo es

relevante, si con acondicionamiento podría ser desarrollado turísticamente, si podría atraer demanda local, regional, nacional o internacional, si la calidad estética del atractivo es óptima, cómo debería manejarse el atractivo, la comunidad quiere que el atractivo se use para turismo o para otras actividades productivas, etc.



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Valdivieso Ramón Danixa Geanellis** con C.C: # 0929783629, autora del trabajo de titulación: **Propuesta metodológica para el fomento de la responsabilidad social empresarial, basada en las experiencias de los proyectos con componentes turísticos implementados en la costa ecuatoriana.** previo a la obtención del título de **INGENIERO/A EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, a los 10 días del mes de septiembre del año 2019

Valdivieso Ramón Danixa Geanellis

C.C: 0929783629



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Propuesta metodológica para el fomento de la responsabilidad social empresarial, basada en las experiencias de los proyectos con componentes turísticos implementados en la costa ecuatoriana		
AUTOR(ES)	Danixa Geanellis Valdivieso Ramón		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Lcda. Karla Lucía Ramírez Iñiguez, Mgs.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	10 de Septiembre de 2019	No. DE PÁGINAS:	81
ÁREAS TEMÁTICAS:	Responsabilidad social ambiental turística		
PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:	<i>responsabilidad social empresarial, turismo, asistencialismo, comunidad, metodología, sostenible.</i>		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):			
<p>El presente trabajo de titulación expone un compendio de normativas internacionales y metodologías de trabajo que garanticen que la puesta en práctica de trabajos de responsabilidad social empresarial sea exitosa y se cumplan todos los requisitos necesarios para incluir de manera activa a toda la comunidad y cómo mantener su participación en el proceso de avance. Se propone la creación de una metodología que, entre sus componentes, presenta herramientas que han arrojado resultados positivos en su aplicación individual y cuya fusión con demás elementos, encaminan hacia el éxito a proyectos con componentes turísticos que se busque implementar dentro de la costa ecuatoriana. Para esto es importante evaluar el panorama completo: antes, durante y después de la intervención, desde todos los campos de acción y futuros miembros involucrados, para asegurar que el proyecto no sólo será sostenible en el tiempo, sino que se ejecutará correctamente y de manera satisfactoria, evitando el asistencialismo y fomentando el emprendimiento en la comunidad.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-967119129	E-mail: danixavaldiviesoroman@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN	Nombre: Salazar Raymond María Belén		
	Teléfono: +593-4-2206950 ext. 5049		
	E-mail: maria.salazar02@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			