

Social responsibility in hotels in the Special Tourist Zones of Quito

Responsabilidad social en hoteles de las Zonas Especiales Turísticas de Quito

Autores:

Avilés-León, Byron Eduardo
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS ESPE
Ingeniero Comercial, Ph.D. en Ciencias de la Administración
Quito – Ecuador



beaviles@espe.edu.ec



<https://orcid.org/0000-0001-7690-7045>

Chiriboga-Barba, Danny Fernando
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS ESPE
Lic. en Administración de Empresas de Turismo, PhD. en Ciencias Económicas
Quito – Ecuador



dfchiriboga1@espe.edu.ec



<https://orcid.org/0000-0003-3009-3917>

Vásquez-Galeas, Rafael Mateo
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS ESPE
Ingeniero en Administración Turística y Hotelera, Mgtr
Quito – Ecuador



rmvasquez1@espe.edu.ec



<https://orcid.org/0009-0005-0078-9819>

Fechas de recepción: 20-JUN-2024 aceptación: 28-JUN-2024 publicación: 15-SEP-2024



<https://orcid.org/0000-0002-8695-5005>
<http://mqrinvestigar.com/>

Resumen

La responsabilidad social empresarial (RSE) es una tendencia mundial que las organizaciones asumen voluntariamente para el mejoramiento en aspectos como lo económico, social y lo ambiental. Bajo esta premisa, los negocios pretenden la obtención de ventajas competitivas que le permita un reconocimiento en el mercado y que la sociedad valore su aporte a la sostenibilidad. En Ecuador, la correspondencia existente entre las partes interesadas y la gestión del sector hotelero de dos y tres estrellas de las zonas especiales turísticas de Quito (ZETQ) basada en la RSE son desconocidas por una gran cantidad de empresas y la percepción de sus clientes es inadecuada, descuidando su importancia estratégica en la filosofía organizacional. Por ello, la presente investigación enfrenta el problema de cuál es la importancia atribuida a la RSE expresada a través de la norma ISO 26000 por parte de sus huéspedes. Asimismo, el objetivo general fue determinar la percepción que presentan los huéspedes de los hoteles de dos y tres estrellas de las ZETQ sobre la aplicación de la RSE a través de las dimensiones de la norma ISO 26000, para la identificación de las dimensiones más significativas en su interpretación. La investigación fue de tipo exploratorio-descriptivo, para la identificación de los macro factores más importantes en la gestión de las organizaciones desde la perspectiva de sus clientes, empleando un modelo de regresión lineal múltiple. procesados por el programa SPSS. La investigación empírica determinó que para los huéspedes el factor con menos importancia es las prácticas justas de operaciones.

Palabras clave: Partes interesadas; responsabilidad social empresarial; turismo; hotelería; huéspedes

Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) is a global trend that organizations voluntarily adopt to improve economic, social, and environmental aspects. Under this premise, businesses aim to gain competitive advantages that allow them to be recognized in the market and for society to value their contribution to sustainability. In Ecuador, the relationship between stakeholders and the management of two- and three-star hotels in the special tourist zones of Quito (ZETQ) based on CSR is largely unknown to many companies, and the perception of their clients is inadequate, neglecting its strategic importance in organizational philosophy. Therefore, this research addresses the issue of the importance attributed to CSR as expressed through the ISO 26000 standard by their guests. The general objective was to determine the perception of guests in two- and three-star hotels in the ZETQ regarding the application of CSR through the dimensions of the ISO 26000 standard, to identify the most significant dimensions in their interpretation. The research was exploratory-descriptive, aiming to identify the most important macro factors in the management of organizations from the perspective of their clients, using a multiple linear regression model processed by the SPSS program. The empirical research determined that for guests, the factor of least importance is fair operating practices.

Keywords: Stakeholders; Corporate Social Responsibility; Tourism; Hospitality; Guests

Introducción

La adopción de la responsabilidad social empresarial (RSE) como una estrategia corporativa es un tema que se ha venido analizando en las organizaciones por alrededor de setenta años, tiempo en el cual ha promovido el desarrollo sostenible alrededor del planeta. Esta tendencia ha influenciado en la gestión de las diferentes empresas, sin importar su tamaño, conformación o fin, en la búsqueda de beneficios que conlleva su implementación. Es por ello que, aquellos negocios que han incursionado en la RSE con sólidos referentes teóricos que guiaron su accionar obtuvieron mejores resultados gracias a los lineamientos que exigen sus propuestas (García & Rodríguez, 2012).

De esta manera, con el afán de incentivar la implementación de la RSE se creó una entidad especializada para su monitoreo denominado como Pacto Global (PG) adscrita a la Organización de las Naciones Unidas. Esta iniciativa promueve en las organizaciones la implementación de un modelo de gestión que considere a la RSE como centro de sus actividades, para beneficio de las diferentes partes interesadas (United Nations Global Compact, 2018). Bajo esta premisa, el PG ha conseguido resultados significativos y ha logrado que diferentes organizaciones a nivel mundial incursionen en la RSE debido a su marco ético y las prácticas corporativas orientadas hacia la búsqueda de la sostenibilidad.

Su concepción no solo considera las imbricaciones de un equilibrio económico, socio-cultural y ambiental, sino que también fomenta en las empresas la transparencia en sus accionar y la rendición de cuentas ante la sociedad sobre su gestión. La adopción de los principios de RSE permite a los diferentes negocios la comprensión de la manera en que su trabajo contribuye al desarrollo sostenible de los pueblos y la manera en que se puede obtener el bienestar anhelado en sus zonas de influencia, obteniendo una ventaja competitiva, tanto a nivel nacional como global (Caroll, 2000).

Respecto a la aplicación de la RSE a nivel global, el número total de entidades registradas en el PG cambia constantemente. En los ocho últimos años aumentó un 111,65%, esto demuestra un aumento significativo en el compromiso con las prácticas socialmente responsables. En Ecuador la tendencia es similar, el número de entidades que la aplican aumentó en un 328,89%, las que se encuentran activas aumentaron en un 614,29%, que denota un creciente interés por su implementación. Lamentablemente no todos los sectores de la economía ecuatoriana crecen en iguales proporciones, como por ejemplo el sector de viajes y ocio donde solo una organización pertenece al sector de alojamiento (Pacto Mundial de las Naciones Unidas, 2024).

De esta manera, esta investigación asume como referencia el paradigma teórico de la sostenibilidad, donde se considera a la RSE como un proceso holístico que abarca en la gestión los aspectos socioculturales, económicos y ambientales. Además, éste debe ser asumido en la filosofía organizacional, con el objetivo de adoptar sus principios en la gestión

de las organizaciones en su afán de la creación de valor compartido entre la sociedad y la empresa. Asimismo, se identifican diversos desafíos cuyas repercusiones se ven en el medio ambiente, en la sociedad y en los individuos, cuyo origen se le atribuye al empleo excesivo de los recursos naturales, debilitando gravemente el equilibrio natural por las delicadas relaciones e interrelaciones existentes entre sus elementos constitutivos (Toro, 2006)

De esta manera, este trabajo considera la problemática de ¿cómo perciben la aplicación de los principios de la RSE a través de las dimensiones de la norma ISO 26000 los huéspedes de los hoteles de dos y tres estrellas en las ZETQ? Además, el estudio considera los parámetros de la norma ISO 26000 que resulta crucial para los negocios y que proporciona una guía completa de la manera en que se concibe la RSE. Esta norma estimula, por un lado, acciones en post del beneficio de un mundo sostenible; y por otro, de un mejoramiento en la imagen, confianza y reputación empresarial (Hahn, 2012).

Para terminar, el objetivo general de la investigación es determinar la percepción que presentan los huéspedes de los hoteles de dos y tres estrellas de las ZETQ sobre la aplicación de la RSE a través de las dimensiones de la norma ISO 26000, con el propósito de la identificación de las dimensiones más significativas en la interpretación de la importancia atribuida a la RSE. Mientras que los objetivos específicos son: Establecer los macro factores más significativos en la interpretación de la RSE y facilitar la comparación de diferentes conjuntos de datos de variables cuantitativas utilizadas para definir el modelo.

Teoría que afianza la RSE - La teoría de las partes interesadas

La adopción de una directriz teórica en una organización que presenta el interés de la implementación de la RSE tiene como fundamento la identificación de un direccionamiento estratégico que permita su posicionamiento en el mercado, sustentado por la presencia de una ventaja competitiva. Asimismo, este hecho permite subsistir, desarrollarse y/o expandirse en un contexto de globalización que ha transformado el mundo empresarial. Este simple factor denota una correlación entre el nivel de liderazgo y la calidad de las decisiones asumidas en la gestión de los recursos organizacionales, factor crítico para la mayoría de empresas. (Alvarado et al., 2011).

Cabe recalcar que, el abordaje teórico de la RSE viene desde aproximadamente la década de los años cincuenta, en la que se sentaron las bases para la emisión de diferentes teorías que han explicado sus orígenes, principios y fundamentos. Autores como Bowen, Freeman, Friedman, Carroll, Mitchell, Agle, Wood, Brundtland, Melé, Elkington, Dahlsru y muchos más, han aportado con diferentes premisas y postulados que han enriquecido la comprensión y desarrollo de esta temática en el mundo empresarial. Estas teorías aportan una variedad de puntos de vista a la RSE que consideran componentes éticos, políticos, instrumentales e

integradores, que se traducen en la concepción de la organización como una unidad económica de producción cuyo objetivo es obtener beneficios (Favaro, 2013).

Estas diversas teorías apuntalan el camino hacia la sostenibilidad y la RSE, lamentablemente estas adolecen de ciertas limitaciones, producto de la falta de identificación de un factor fundamental que articule sus componentes. Este problema se subsana a través de la comprensión de la teoría de las partes interesadas propuesta por Freeman (1984) que suministra los lineamientos para la definición de objetivos estratégicos y los procedimientos de gestión necesarios para alcanzar los propósitos previamente seleccionados. Esta teoría proporciona el soporte clave para la interpretación y puesta en operaciones de la RSE, al momento que conecta los diferentes enfoques y los implementa en el lugar de trabajo. Por lo tanto, es imperativo que los negocios, independientemente de su tamaño o actividad económica, manejen activamente las relaciones e interacciones con las diversas partes interesadas (Midttun & Granda, 2007).

La teoría de las partes interesadas es considerada como significativa para quienes ejercen las funciones de gestores de las organizaciones, ya que se esfuerzan por centrar su atención en la comprensión del contexto que impulsa sus decisiones. Este proceso implica la identificación de grupos o personas que pueden estar relacionados con la organización al trabajar para lograr sus objetivos comerciales, directa o indirectamente. De esta manera, la gestión basada en las partes interesadas llega implícita los intereses, necesidades y requerimientos de todos aquellos sujetos o grupos de individuos que de cualquier manera se relacionan con la organización en su gestión (Freeman, 1984).

Otra contribución a la comprensión de las PI lo propuso Donaldson y Preston (1995), quienes aportaron con la identificación de las peculiaridades intrínsecas en la descripción, instrumentalización y la dotación de una normativa que contextualiza su aplicación. Sin embargo, esta concepción debe imprimirse en la filosofía organizacional y emanada desde el nivel directivo al resto de la organización para que se asuma como parte de su trabajo. No obstante, la teoría de las PI no debe considerarse como única en la gestión, ni una camisa de fuerza y debe integrar otras concepciones teóricas para enriquecer el análisis, su alcance e impacto en las empresas.

Además, existen aportaciones importantes en el campo normativo e instrumental del manejo de la gestión de las PI propuestas por otros expertos como Phillips (2003b), Friedman y Miles (2006), Jones, Felps y Bigley (2007) o Carroll y Buchholtz (2009). Sin embargo, a pesar de que sus aportaciones fueron importantes, una contribución significativa en la gestión basada en las PI fue hecha por Mitchell, et al. (1997) que permitió la identificación, caracterización de las PI y su priorización. Este hecho permitió la determinación de las condiciones básicas en que las organizaciones pueden encasillarlos, tomando en cuenta el

grado de legitimidad, poder y urgencia, en función del precepto de las relaciones que realmente importantes en la gestión de un negocio (Dooms, 2010).

Finalmente, hay que considerar que los hoteles de tres y cuatro estrellas de las ZETQ desarrollan sus actividades en estrecha relación con las diversas partes interesadas los cuales se ven afectados por sus operaciones. Por lo tanto, la alta gerencia debe tener en cuenta los requisitos y criterios de cada parte interesada al tomar decisiones para administrar adecuadamente los establecimientos, especialmente de los huéspedes que se convierten en el centro de la gestión de estas organizaciones. No obstante, al ignorar las demandas de las partes interesadas, las empresas corren el riesgo de sufrir consecuencias que pueden poner en peligro su estabilidad, pudiendo llegar inclusive a su desaparición (Francés, 2006).

La RSE y su relación con la norma ISO 26000

Para un verdadero análisis de la RSE y su percepción por parte de las huéspedes de los hoteles de dos y tres estrellas del as ZETQ es necesario el establecimiento de una adecuada definición de la manera en que se entiende a la RSE. Debido a la naturaleza y alcance de la RSE, existen una gran diversidad de conceptos resultantes de la óptica de su abordaje, ya que integran elementos tan variados como el medio ambiente, los beneficios que conlleva, relación empresa-sociedad, entre otros (Whetten, Rands, & Godfrey, 2002).

Por esta razón, la elección de una definición que motive a las organizaciones a implementarla, es necesario superar los sesgos que influyen a muchas de estas ideas, ya que esta definición determinará la manera en que los negocios asumen el desafío de su puesta en marcha (Dahlsrud, 2006). De esta manera, se consideró una definición de la RSE que incorpora las contribuciones de los distintos tratadistas, la misma que entiende a la “responsabilidad social corporativa como el comportamiento ético de una empresa hacia la sociedad, tanto los accionistas como una gama más amplia de partes interesadas que tienen intereses legítimos en el negocio” (World Business Council for Sustainable Development, 1998 citado en Rondinelli y Berry, 2000, pág. 73).

La RSE y la norma ISO 26000 están estrechamente relacionados, ya que la norma brinda el marco general que guía a las organizaciones en el proceso de implementación de la RSE. Además, proporciona las directrices y lineamientos de la manera en que las organizaciones operan de manera ética y transparente, así como asigna prioridad al bienestar social y ambiental en sus decisiones y actividades. Asimismo, establece los principios y fundamentos que orientan a las empresas a implementarla en sus planes y actividades, tanto estratégicos como operativos, lo que coadyuba a la búsqueda de la sostenibilidad empresarial, mejora su posicionamiento en el mercado y mejora las relaciones con sus partes interesadas.

Por otra parte, la norma ISO 26000 sirve como una herramienta fundamental para la formalización y coordinación de los esfuerzos de RSE, asegura un enfoque sistemático y

coherente en el cumplimiento de los objetivos de responsabilidad social. Sin embargo, aunque la norma no contempla todos los procesos de gestión estratégica en una organización, resulta beneficioso en la realización del diagnóstico y sienta las bases para su implementación (Hahn, 2012). Un factor importante es el principio del bien común en la gestión de las organizaciones, es el uso apropiado y sostenible de los recursos empresariales y puede ser empleado por cualquier tipo de organización (Montero, 2012). La norma incluye 36 variables, agrupadas en siete factores fundamentales que engloban los diferentes aspectos de la gestión, los que señalan a continuación:

• **Gobernanza de la organización**

La gobernanza organizacional se comprende como el proceso que organiza la interacción de actores y define la dinámica de los procesos y las reglas del juego en la toma de decisiones. Este factor fundamental considera aspectos como los procesos y la estructura de toma de decisiones, así como el funcionamiento organizacional. Estos procesos incorporan los conceptos de sostenibilidad, responsabilidad social y/o partes interesadas en la gestión de los negocios, dotando al nivel jerárquico superior de valiosos lineamientos que permitan el crecimiento y desarrollo de la empresa. Así mismo, permite la articulación de las decisiones estratégicas en las empresas en acciones específicas que permiten el cumplimiento de su misión (Volpentesta, 2017).

• **Derechos humanos**

Este apartado hace relación a las diferentes directrices normativas y jurídicas de orígenes tanto nacionales como internacionales sobre los derechos humanos y laborales, con la comunidad y con el medio ambiente. Esta base debe ser aplicada por todo tipo de organización de manera generalizada en su gestión diaria, ya sea como mecanismo de protección de las personas y del medio ambiente, como la promoción de los resultados entre las diferentes partes interesadas. Esta normativa establece un compromiso de los diferentes negocios en garantizar su aplicación, no como una simple enunciación; sino por el contrario, un goce pleno de los derechos y evitar de esta manera posibles repercusiones civiles o penales por su violación (Hernández, 2009).

• **Prácticas laborales**

Este componente, considera el aporte del talento humano a la competitividad organizacional, basado en la motivación y en el ambiente laboral requiere de la preparación permanente de los individuos y la mejora de sus competencias laborales, debido al cambio permanente y acelerado de la tecnología y los avances de la ciencia. Este contexto hace necesario la planificación de la inversión requerida en perfeccionar a las personas en cada uno de los puestos de trabajo, dotando de un ambiente adecuado y seguro para el desempeño de sus actividades, minimizando la rotación del personal y la pérdida de productividad por su reemplazo (Barreto & Azeglio, 2013).

• El medio ambiente

El medio ambiente es considerado como una parte esencial de la RSE, este factor busca la generación de conciencia en las organizaciones y procura incentivar la adopción de medidas para reducir los riesgos medioambientales por el desarrollo de sus actividades; y por ende, la reducción de la posibilidad de responder económicamente ante un evento fortuito que pudiera causar daños al ambiente y a la comunidad. Además, se fundamenta en una política ambiental orientada a responder por los daños causados al entorno en el giro de sus actividades económicas, ya que mantiene el criterio que quien daña algo debe pagar para su recuperación hasta la recuperación total de las afectaciones causadas (Marí, 2016).

• Prácticas justas de operación

Se considera que la RSE es aplicable para todo tipo de empresas y es capaz de convertirse en un generador de competitividad en la búsqueda del desarrollo, en contestación a las desigualdades producidas por el progreso de una sociedad. Esta debe ser integrada en la gestión estratégica y operativa de las empresas para que sus resultados sean apreciados por la comunidad. Por ello, se considera los elementos que conforman las prácticas justas de operaciones con una amplia base ética que deben aplicar las organizaciones en su gestión. Incluye aspectos relacionados con acciones anticorrupción, política responsable, competencia justa entre las organizaciones, promoviendo la RSE entre los diferentes eslabones de la cadena de valor de los negocios, respetando los derechos sobre la propiedad.

• Asuntos de consumidores

Este criterio sostiene la idea de que el consumidor demanda que el marketing se ajuste a sus intereses y necesidades en el corto, mediano y largo plazo, tomando en cuenta los requerimientos de la sociedad. Aspectos a considerar dentro de este ámbito se pueden señalar los siguientes: productos que cuiden la salud, amigables con el ambiente, precios justos, entre otros, que afectan directa o indirectamente las relaciones comerciales con los clientes, los proveedores y la competencia (Schwalb & García, 2013). Por esta razón, las organizaciones tienen la obligación frente a sus clientes de entregar bienes o servicios sin afectaciones.

• Participación activa y desarrollo de la comunidad

Se sustenta en el hecho de que los negocios no deben perjudicar a nadie, persona o medioambiente, en el desarrollo de sus relaciones comerciales y su contacto con la comunidad producto de sus actividades económicas. Realza el espíritu de solidaridad de las organizaciones; es decir, los negocios deben preocuparse de los problemas sociales existentes y proteger a la comunidad inmersa en su campo de acción directo como empresa, ya que es parte fundamental del desarrollo sostenible de una economía (Sánchez, et al, 2012)

Importancia de la RSE para la ciudad de Quito

El estado ecuatoriano declaró al turismo como sector estratégico ajustando toda la normativa legal y la planificación gubernamental para cumplir con este fin. Además, Quito tiene el centro histórico más grande del mundo, lo que le ha permitido alcanzar varios galardones en el turismo y en potencializarlo como un destino importante en Latinoamérica por sus atributos históricos – culturales, ya que 67% de turistas que llegan a la ciudad lo visitan. Otra zona que llama la atención a los turistas es La Mariscal como parte de la ciudad moderna, con numerosos atractivos para el público joven que busca principalmente entretenimiento y diversión, con el 12% de visitas, por lo que se creó las ZETQ (Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico - Quito Turismo, 2019).

De esta manera, el DMQ a través de la Agencia de Promoción Económica CONQUITO y el Comité Empresarial Ecuatoriano impulsan el denominado “Proyecto Ecuador 2030 Productivo y Sostenible” en sus esfuerzos de integrar una agenda para contribuir con esta iniciativa global. Este proyecto buscó la construcción de una ruta hacia el desarrollo y la prosperidad basado en la innovación y la sostenibilidad, promoviendo la competitividad de las empresas. Además, pretende la transformación productiva de las organizaciones, mediante la creación de escenarios que corrijan las deficiencias estructurales existentes y que beneficien a las próximas generaciones en su camino al desarrollo.

Material y métodos

Material

La comprensión de la percepción que presentan los huéspedes de los hoteles de dos y tres estrellas en las ZETQ conlleva la adaptación de la norma ISO 26000 para expresarlo de manera en que sus dimensiones y variables sean comprendidas e identificadas por parte de la población objetivo. Razón por la cual, en la figura 1 se presenta el instrumento de recolección de la información en la que se incluye, en primera instancia, un componente descriptivo necesario para la caracterización de los huéspedes y otro apartado para la identificación e interpretación de los elementos que forman parte de la norma.

Figura 1

Encuestas a huéspedes acerca de la importancia de la norma ISO 26000

DETERMINACIÓN DE LA IMPORTANCIA DE LOS HUESPEDES AL COMPORTAMIENTO SOCIAL, AMBIENTAL Y A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) DEL SECTOR HOTELERO DE 2 Y 3 ESTRELLAS EN LAS ZONAS ESPECIALES TURÍSTICAS DE QUITO

Objetivo: - Establecer la importancia dada por los huéspedes de los establecimientos hoteleros de las zonas especiales turísticas de Quito al comportamiento social, ambiental y a los diferentes factores y dimensiones de la Responsabilidad social empresarial a través de la norma ISO 26000.

IDENTIFICACIÓN					
Género:	M:	F:	Edad:	Nivel de ingresos (Dólares):	
Nivel de estudios:	Primaria	Secundaria	Universitaria	Posgrado	Otro (Cuál):
Procedencia:	Nacional (Provincia):			Extranjero (País):	

Conocimiento del comportamiento social y medioambiental de la empresa		Calificación
Califique sobre 5 cuál es la importancia dada a los siguientes aspectos:	¿Cuándo va a comprar o contratar un producto/servicio, tiene información sobre el comportamiento social y medioambiental de la empresa que lo comercializa?	
	¿Si tuviera información, al comprar un producto o contratar un servicio, elegiría a la empresa con mejor comportamiento social o medioambiental, aunque esta opción resulte más cara?	
	¿En el último año ha dejado de comprar alguna marca por su comportamiento social o ambiental?	
¿En el último año ha realizado alguna de las siguientes acciones?		
Reenviar información a amigos o familiares sobre el comportamiento de alguna empresa	Enviar una petición a poderes públicos para que ejerzan mayor control sobre empresas	Firma alguna carta, manifiesto, petición, etc. relacionado con la mala conducta de una empresa
Enviar una petición a una empresa pidiendo que cambie alguna práctica	Ninguna de ellas	No sabe / no conoce
¿Qué porcentaje de sus compras estima que realiza anualmente de bienes productos/servicios comercializados de forma responsable?		Porcentaje

Importancia sobre la aplicación de políticas de Responsabilidad social empresarial de los establecimientos hoteleros		Calificación
Califique sobre 5 cuál es la importancia dada a los siguientes aspectos		
Materia fundamental: Gobernanza de la organización		
A 1: Que el hotel cuente con procesos y estructura de toma de decisiones que aplique principios de RSE		
Materia fundamental: Derechos humanos		
A 1: Que el hotel mantenga una política de derechos humanos y la aplique con la debida diligencia		
A 2: Que el hotel respete los derechos humanos inclusive en situaciones difíciles (Situaciones de riesgo)		
A 3: Que el hotel no sea cómplice en hechos que afecten los derechos humanos		
A 4: Que el hotel cuente con procesos de resolución de reclamaciones		
A 5: Que el hotel no practique ningún tipo de discriminación a grupos vulnerables		
A 6: Que el hotel respete los derechos civiles y políticos		
A 7: Que el hotel respete los derechos económicos, sociales y culturales de las personas		
A 8: Que el hotel aplique principios y derechos fundamentales en el trabajo		
Materia fundamental: Prácticas laborales		
A 1: Que el hotel cumpla las obligaciones legales relacionadas con el trabajo y procure buenas relaciones laborales		
A 2: Que el hotel proporcione condiciones de trabajo adecuadas y brinde protección social		
A 3: Que el hotel promueva el diálogo social		
A 4: Que el hotel procure salud y seguridad en el trabajo		
A 5: Que el hotel procure el desarrollo humano y la formación en el lugar de trabajo		
Materia fundamental: El medio ambiente		
A 1: Que el hotel prevenga la contaminación de cualquier tipo		
A 2: Que el hotel practique el uso sostenible de los recursos		
A 3: Que el hotel promueva la mitigación y adaptación al cambio climático		
A 4: Que el hotel promueva la protección del medio ambiente, la biodiversidad y restauración de hábitats naturales		
Materia fundamental: Prácticas justas de operación		
A 1: Que el hotel mantenga y aplique políticas anti-corrupción		
A 2: Que el hotel promueva la participación política responsable		
A 3: Que el hotel promueva la competencia justa		
A 4: Que el hotel promueva la responsabilidad social en la cadena de valor		
A 5: Que el hotel procure el respeto a los derechos de la propiedad		
Materia fundamental: Asuntos de consumidores		
A 1: Que el hotel realice prácticas justas de marketing y de contratación con información objetiva e imparcial		
A 2: Que el hotel procure la protección de la salud y la seguridad de los consumidores		
A 3: Que el hotel practique un consumo sostenible		
A 4: Que el hotel cuente con servicios de atención al cliente, apoyo y resolución de quejas y controversias		
A 5: Que el hotel procure la protección y privacidad de los datos de los consumidores		
A 6: Que el hotel respete el acceso a servicios básicos esenciales		
A 7: Que el hotel practica la educación y toma de conciencia a los consumidores		
Materia fundamental: Participación activa y desarrollo de la comunidad		
A 1: Que el hotel promueva la participación activa de la comunidad		
A 2: Que el hotel promueva la educación y la cultura		
A 3: Que el hotel contribuya a la creación de empleo y al desarrollo de habilidades		
A 4: Que el hotel contribuya al desarrollo y acceso a la tecnología		
A 5: Que el hotel contribuya a la generación de riqueza e ingresos sostenibles		
A 6: Que el hotel procure el acceso a la salud y a la lucha contra los factores que pudieran afectarla.		
A 7: Que el hotel contribuya a la inversión social		
APRECIACIÓN GLOBAL: Importancia general dada a la RSE en la gestión del hotel		

Este instrumento fue puesto a consideración de los clientes de los 21 hoteles objeto de estudio de las ZETQ quienes manifestaron su criterio sobre la responsabilidad sociales de éstas organizaciones. Esta información desentrañó la comprensión de la RSE por parte de una de las principales partes interesadas; así como, el registro tanto de la importancia dada en su gestión a los estándares establecidos en los siete factores fundamentales de la norma ISO 26000. (Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, Quito Turismo, 2022).

Métodos

La metodología aplicada en la presente investigación tiene un enfoque cuantitativo para establecer el interés dado a las variables objeto de estudio, aplicada a los clientes de los establecimientos de alojamiento de categoría dos y tres estrellas de las diferentes ZETQ, cuya fuente de información es de campo obtenida directamente a los huéspedes de estas organizaciones, siendo de tipo exploratorio por brindar una visión general de la realidad en que trabajan estos negocios y descriptivo para determinar la importancia dada a la RS en su gestión. Además, de acuerdo con la naturaleza de la investigación se ha elegido como unidad de análisis aquellos hoteles de dos y tres estrellas ubicados dentro de las dos zonas especiales turísticas de la ciudad de Quito, que manifestaron realizar al menos alguna actividad relacionada con la responsabilidad social empresarial (RSE), quedando identificándose 21 establecimientos.

Por otra parte, se aplica el mismo instrumento a 385 huéspedes de los diferentes establecimientos hoteles para determinar su criterio referente a la valoración de la responsabilidad social empresarial al momento de tomar la decisión de la contratación de los servicios de alojamiento, para complementar el análisis de la importancia otorgada por dichos establecimientos. La información obtenida se procesó a través del paquete SPSS 22 y se aplicó un modelo de análisis de regresión lineal múltiple (ARLM) que se utilizó para la determinación de las percepciones de los huéspedes sobre la importancia de la RSE para la industria hotelera, en base a los elementos que componen la norma ISO 26000.

Equilibrar los juicios de las unidades de negocio es importante, ya que son partes interesadas clave en la gestión de la organización. Este modelo refleja los estándares del consumidor y se adapta a las particularidades del entorno empresarial y de la industria hotelera del Ecuador. Para lograr esto, el modelo ARLM opera bajo los supuestos de normalidad residual, homocedasticidad, linealidad, independencia residual y no colinealidad, y utiliza variables métricas para determinar un modelo que satisfaga las siguientes condiciones:

$$PRSEH = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_k X_k + \varepsilon$$

Donde:

β_0 = es el término independiente, es el valor de Y cuando $X_1, \dots, X_k$ son cero



$\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_k$ = son los coeficientes parciales de la regresión

ε = es el error de observación debido a variables no controladas

Resultados

Descripción de la muestra

En la ciudad de Quito, varios establecimientos hoteleros de las ZETQ lograron superar la crisis de la pandemia, demostrando resiliencia y adaptación en un contexto desafiante. Estos hoteles implementaron estrictos protocolos de bioseguridad y estrategias innovadoras para atraer a los turistas locales y nacionales, lo que les permitió mantener operaciones y preservar empleos en el sector. La capacidad de estos establecimientos para adaptarse y sobrevivir durante la crisis destaca la importancia de la flexibilidad y la innovación en la industria hotelera.

La aplicación de estos enfoques resilientes también se reflejó en el compromiso con principios de RSE, donde en las zonas de estudio se identificaron un total de 21 hoteles de categorías dos y tres estrellas, cuyos propietarios, gerentes y/o administradores manifestaron que durante su gestión de alguna manera aplicaron ciertos principios con que se fundamenta la RSE, de ahí se obtuvo la muestra considerada como infinita al momento que se desconoce el número exacto de los huéspedes que atienden los hoteles objeto de estudio, por lo que se aplicó de la siguiente fórmula:

Elementos:

- N= tamaño de la muestra
- Z= nivel de Confianza = 1,965 equivale el 95%
- p= probabilidad esperada = 0,5
- q= Probabilidad en Contra = 1-p = 0,5
- E= error muestral = 5%

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2} = \frac{(1.962^2) * 0,5 * 0,5}{(0,05^2)} = 384,16 \approx 385$$

Análisis de los Resultados

Para comenzar el análisis, se elige un enfoque llamado "forward" como forma de realizar ARLM para determinar la bondad del modelo, ya que la forma en que se ingresan las variables en el análisis dependerá de las elecciones realizadas de forma independiente. Por lo tanto, la Tabla 1 presenta un resumen del modelo que incluye las estadísticas R, R², R² ajustada, errores estándar estimados, estadísticas de cambio y coeficientes de Durbin-Watson necesarios para comprender el modelo.

Tabla 1

Resumen del modelo de ARLM

Resumen del modelo ^g										
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Estadísticas de cambios				Sig. Cambio en F	Durbin-Watson
					Cambio de cuadrado de R	Cambio en F	df1	df2		
1	,573 ^a	,328	,326	,78558	,328	195,124	1	400	,000	
2	,622 ^b	,387	,384	,75101	,059	38,675	1	399	,000	
3	,650 ^c	,423	,418	,72991	,035	24,402	1	398	,000	
4	,667 ^d	,445	,439	,71683	,022	15,661	1	397	,000	
5	,673 ^e	,453	,446	,71214	,009	6,246	1	396	,013	
6	,677 ^f	,459	,450	,70953	,005	3,917	1	395	,049	1,707

a. Predictores: (Constante), PPADCOMUNIDAD

b. Predictores: (Constante), PPADCOMUNIDAD, PMAMBIENTE

c. Predictores: (Constante), PPADCOMUNIDAD, PMAMBIENTE, PPLABORALES

d. Predictores: (Constante), PPADCOMUNIDAD, PMAMBIENTE, PPLABORALES, PGOBERNANZA

e. Predictores: (Constante), PPADCOMUNIDAD, PMAMBIENTE, PPLABORALES, PGOBERNANZA, PACONSUMIDORES

f. Predictores: (Constante), PPADCOMUNIDAD, PMAMBIENTE, PPLABORALES, PGOBERNANZA, PACONSUMIDORES, PDHUMANOS

g. Variable dependiente: APG 1 Apreciación Global: Importancia general dada a la RSE en la gestión del hotel

Fuente: Elaboración propia

Según la Tabla 1, el modelo ARLM explica el 45,0% de los casos analizados y se considera aceptable para la investigación. Los resultados se derivan del estadístico R² ajustado, que determina el porcentaje de casos analizados con cada variable incluida en el análisis hasta obtener el resultado óptimo más alto que justifique el método utilizado.

Hipótesis para la verificación del modelo:

H₀ : $\beta_0 = \beta_1 = \beta_2, \dots, \beta_k = 0$ El modelo de ARLM general no es bueno para la población.

H₁ : $\beta_0 = \beta_1 = \beta_2, \dots, \beta_k = 0$ El modelo general no es bueno para la población.

Luego se calcula un análisis de varianza (ANOVA), como se muestra en la Tabla 2, cuyo objetivo es facilitar la comparación de diferentes conjuntos de datos de variables cuantitativas utilizadas para definir el modelo. Además, se determina el estadístico F y su nivel de significancia, cuya tarea es determinar el poder predictivo de las variables independientes y su influencia sobre la variable dependiente en el análisis.

Tabla 2

Análisis de la varianza (ANOVA) del modelo de ARLM

ANOVA ^a					
Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.



1	Regresión	120,418	1	120,418	195,124	,000 ^b
	Residuo	246,855	400	,617		
	Total	367,274	401			
2	Regresión	142,232	2	71,116	126,089	,000 ^c
	Residuo	225,042	399	,564		
	Total	367,274	401			
3	Regresión	155,232	3	51,744	97,123	,000 ^d
	Residuo	212,042	398	,533		
	Total	367,274	401			
4	Regresión	163,279	4	40,820	79,441	,000 ^e
	Residuo	203,994	397	,514		
	Total	367,274	401			
5	Regresión	166,447	5	33,289	65,642	,000 ^f
	Residuo	200,827	396	,507		
	Total	367,274	401			
6	Regresión	168,419	6	28,070	55,757	,000 ^g
	Residuo	198,855	395	,503		
	Total	367,274	401			

a. Variable dependiente: APG I Apreciación Global: Importancia general dada a la RSE en la gestión del hotel.

b. Predictores: (Constante), PPADCOMUNIDAD

c. Predictores: (Constante), PPADCOMUNIDAD, PMAMBIENTE

d. Predictores: (Constante), PPADCOMUNIDAD, PMAMBIENTE, PPLABORALES

e. Predictores: (Constante), PPADCOMUNIDAD, PMAMBIENTE, PPLABORALES, PGOBERNANZA

f. Predictores: (Constante), PPADCOMUNIDAD, PMAMBIENTE, PPLABORALES, PGOBERNANZA, PACONSUMIDORES

g. Predictores: (Constante), PPADCOMUNIDAD, PMAMBIENTE, PPLABORALES, PGOBERNANZA, PACONSUMIDORES, PDHUMANOS

Fuente: Elaboración propia

Por lo tanto, en la Tabla 2, el valor estadístico de la prueba F se encuentra en 55.757 y la significancia en 0.000, lo que indica que la interpretación del modelo es posible con base en los resultados obtenidos.

La Tabla 3, por otro lado, muestra los coeficientes estandarizados y no estandarizados necesarios para validar el modelo ARLM.

Tabla 3
Coeficientes β

Coeficientes ^a										
Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.	Correlaciones			Estadísticas de colinealidad	
	B	Error estándar	Beta			Orden cero	Parcial	Parte	Tolerancia	VIF
1 (Constante)	,541	,265		2,042	,042					
PPADCOMUNIDAD	,893	,064	,573	13,969	,000	,573	,573	,573	1,000	1,000
2 (Constante)	-,045	,270		-,165	,869					
PPADCOMUNIDAD	,597	,077	,383	7,701	,000	,573	,360	,302	,622	1,608
PMAMBIENTE	,436	,070	,309	6,219	,000	,544	,297	,244	,622	1,608
3 (Constante)	-,348	,270		-1,291	,197					
PPADCOMUNIDAD	,380	,087	,243	4,353	,000	,573	,213	,166	,464	2,155
PMAMBIENTE	,353	,070	,250	5,033	,000	,544	,245	,192	,587	1,705
PPLABORALES	,368	,075	,261	4,940	,000	,563	,240	,188	,518	1,929
4 (Constante)	-,674	,278		-2,428	,016					
PPADCOMUNIDAD	,323	,087	,207	3,726	,000	,573	,184	,139	,452	2,214



	PMAMBIENTE	,323	,069	,229	4,656	,000	,544	,228	,174	,579	1,726
	PPLABORALES	,350	,073	,248	4,773	,000	,563	,233	,179	,516	1,936
	PGOBERNANZA	,179	,045	,160	3,957	,000	,383	,195	,148	,852	1,174
5	(Constante)	-,895	,290		-3,092	,002					
	PPADCOMUNIDAD	,246	,092	,158	2,679	,008	,573	,133	,100	,400	2,503
	PMAMBIENTE	,291	,070	,207	4,161	,000	,544	,205	,155	,561	1,784
	PPLABORALES	,275	,079	,195	3,488	,001	,563	,173	,130	,441	2,266
	PGOBERNANZA	,175	,045	,157	3,889	,000	,383	,192	,145	,851	1,175
	PACONSUMIDORES	,239	,096	,145	2,499	,013	,557	,125	,093	,410	2,437
6	(Constante)	-									
		1,000	,293		-3,409	,001					
	PPADCOMUNIDAD	,237	,091	,152	2,593	,010	,573	,129	,096	,399	2,509
	PMAMBIENTE	,275	,070	,195	3,911	,000	,544	,193	,145	,553	1,809
	PPLABORALES	,232	,081	,165	2,845	,005	,563	,142	,105	,410	2,440
	PGOBERNANZA	,143	,048	,128	3,010	,003	,383	,150	,111	,755	1,325
	PACONSUMIDORES	,212	,096	,129	2,203	,028	,557	,110	,082	,402	2,487
	PDHUMANOS	,155	,078	,102	1,979	,049	,510	,099	,073	,515	1,941

a. Variable dependiente: APG 1 Apreciación Global: Importancia general dada a la RSE en la gestión del hotel

Fuente: Elaboración propia

Para realizar un análisis completo de las variables identificadas como parte de la norma ISO 26000 y explicar la RSC, se deben determinar los coeficientes beta de las variables excluidas. Esta información se presenta en la tabla 4 para proporcionar una comprensión integral del modelo desarrollado.

Tabla 4
Variables excluidas

Variables excluidas ^a					Estadísticas de colinealidad		
Modelo	En beta	t	Sig.	Correlación parcial	Tolerancia	VIF	Tolerancia mínima
1 PGOBERNANZA	,203 ^b	4,746	,000	,231	,870	1,150	,870
PDHUMANOS	,285 ^b	6,127	,000	,293	,712	1,405	,712
PPLABORALES	,325 ^b	6,141	,000	,294	,550	1,819	,550
PMAMBIENTE	,309 ^b	6,219	,000	,297	,622	1,608	,622
PPJOPERACIONES	,194 ^b	3,676	,000	,181	,583	1,715	,583
PACONSUMIDORES	,308 ^b	5,601	,000	,270	,518	1,932	,518
2 PGOBERNANZA	,172 ^c	4,152	,000	,204	,855	1,169	,591
PDHUMANOS	,228 ^c	4,887	,000	,238	,669	1,495	,550
PPLABORALES	,261 ^c	4,940	,000	,240	,518	1,929	,464
PPJOPERACIONES	,150 ^c	2,927	,004	,145	,570	1,753	,464
PACONSUMIDORES	,235 ^c	4,245	,000	,208	,482	2,076	,449
3 PGOBERNANZA	,160 ^d	3,957	,000	,195	,852	1,174	,452
PDHUMANOS	,170 ^d	3,479	,001	,172	,594	1,685	,453
PPJOPERACIONES	,051 ^d	,913	,362	,046	,461	2,169	,419
PACONSUMIDORES	,153 ^d	2,598	,010	,129	,411	2,434	,408
4 PDHUMANOS	,118 ^e	2,303	,022	,115	,526	1,902	,447
PPJOPERACIONES	,029 ^e	,522	,602	,026	,456	2,192	,416
PACONSUMIDORES	,145 ^e	2,499	,013	,125	,410	2,437	,400
5 PDHUMANOS	,102 ^f	1,979	,049	,099	,515	1,941	,399
PPJOPERACIONES	-,007 ^f	-,119	,905	-,006	,426	2,347	,383
6 PPJOPERACIONES	-,012 ^g	-,211	,833	-,011	,425	2,352	,369

a. Variable dependiente: APG 1 Apreciación Global: Importancia general dada a la RSE en la gestión del hotel

- b. Predictores en el modelo: (Constante), PPADCOMUNIDAD
 c. Predictores en el modelo: (Constante), PPADCOMUNIDAD, PMAMBIENTE
 d. Predictores en el modelo: (Constante), PPADCOMUNIDAD, PMAMBIENTE, PPLABORALES
 e. Predictores en el modelo: (Constante), PPADCOMUNIDAD, PMAMBIENTE, PPLABORALES, PGOBERNANZA
 f. Predictores en el modelo: (Constante), PPADCOMUNIDAD, PMAMBIENTE, PPLABORALES, PGOBERNANZA, PACONSUMIDORES
 g. Predictores en el modelo: (Constante), PPADCOMUNIDAD, PMAMBIENTE, PPLABORALES, PGOBERNANZA, PACONSUMIDORES, PDHUMANOS

Fuente: Elaboración propia

De esta forma se determina que el coeficiente β del modelo ARLM (Tablas 4 y 5) no es cero, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alternativa. Además, se encuentra que el modelo ARLM propuesto incorpora las condiciones encontradas para el análisis de la población general y que su uso es correcto para determinar la relación entre las variables identificadas. Los macrofactores de la norma ISO 26000 pueden explicar la importancia que los huéspedes de los hoteles ZETQ de dos y tres estrellas dan a la responsabilidad social corporativa, es decir, la participación activa en la sociedad, el cuidado del ambiente, las prácticas laborales en la gestión hotelera, gestión de gestores y/o propietarios, cuestiones de consumo y prácticas de derechos humanos de los diversos actores implicados en la actividad de alojamiento.

Este hecho surge de las demandas de los clientes de un comportamiento sostenible por parte de organizaciones socialmente responsables. Además, se debe identificar la posible colinealidad entre las diferentes variables, pues para que el modelo sea satisfactorio no debe existir colinealidad entre las variables que componen el modelo (Vilá, et al., 2019). Por lo tanto, las diferentes dimensiones poseen valores propios de índices de moda y proporciones de varianza contenidos en cada variable independiente.

Por consiguiente, queda claro que las variables incluidas en el modelo ARLM no son colineales, lo que respalda su uso. Esto demuestra nuevamente que las variables independientes identificadas no muestran correlaciones entre sí ni entre los grupos formados por el resto de variables independientes. El resultado final del análisis de la aplicación ARLM son las estadísticas descriptivas de los residuos, como se muestra en la Tabla 5 contiene datos mínimos y máximos, media, desviación estándar y número de casos analizados.

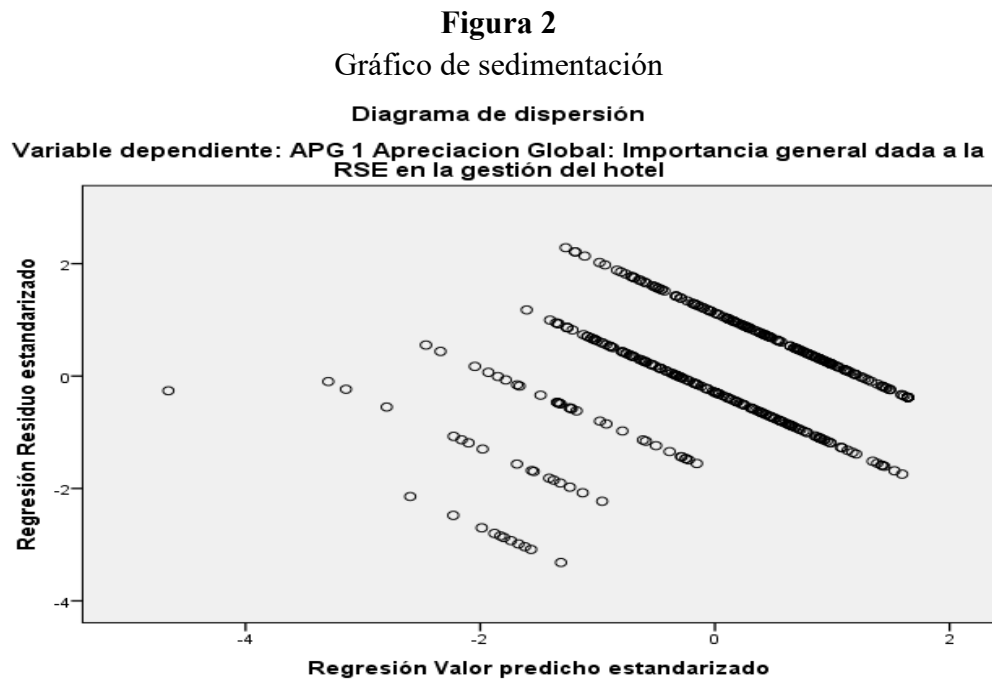
Tabla 5
 Estadísticas de residuos

	Estadísticas de residuos^a				
	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar	N
Valor pronosticado	1,1857	5,2683	4,2040	,64807	402
Residuo	-2,35370	1,62028	,00000	,70420	402
Valor pronosticado estándar	-4,657	1,642	,000	1,000	402
Residuo estándar	-3,317	2,284	,000	,992	402

a. Variable dependiente: APG l Apresiasi Global: Importancia general dada a la RSE en la gestión del hotel

Fuente: Elaboración propia

A partir de la Tabla 6, que muestra los residuos de la aplicación ARLM, se puede determinar a partir de los datos analizados que los resultados del modelo especificado son correctos. La interpretación es más sencilla en el diagrama de dispersión, que muestra las relaciones existentes entre las variables independientes y su influencia en la percepción de los huéspedes sobre la importancia de los factores que conforman la norma ISO 26000. (Figura 2).



Fuente: Elaboración propia

Finalmente, se utilizó ARLM para obtener los factores macro más importantes de ZETQ a los ojos de los clientes de hoteles de dos y tres estrellas, expresados de la siguiente manera:

$$\hat{Y} = \hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 X_1 + \dots + \hat{\beta}_k X_k + \varepsilon$$

$$PRSEH=1,000+0,237PADComunidad+0,275MAmbiente+0,232PLaborales+0,143Gobernanza+0,212AConsumidores+0,155DHumanos$$

Discusión

El turismo es un sector con más rápido crecimiento tanto a nivel nacional como internacional, sean estas economías desarrolladas o emergentes, contribuye a la generación de riqueza y a mejorar la calidad de vida de sus pobladores. Por ello, para el DMQ la actividad turística permite la creación de nuevos y variados puestos de trabajo, aporta a la lucha contra la discriminación, la desigualdad, la erradicación de la pobreza y la protección, conservación y promoción de los recursos y el patrimonio natural y cultural.

Los resultados de este estudio indican que el modelo de ARLM cumple con las condiciones estadísticas para explicar el fenómeno objeto de estudio, es decir que es efectivo para evaluar la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la gestión de hoteles de dos y tres estrellas en las zonas turísticas especiales de Quito (ZETQ) bajo las condiciones y perspectivas de los huéspedes de dichos establecimientos.

Por otra parte, el análisis de varianza muestra que el modelo es significativo, con un valor de F-test de 55.757 y un nivel de significancia de 0.000. Estos resultados sugieren que las variables independientes seleccionadas tienen un poder predictivo significativo sobre la variable dependiente, que es la apreciación global de la RSE en la gestión hotelera.

Adicionalmente, el modelo de regresión lineal múltiple utilizado en el estudio explicó el 45% de la variabilidad en la percepción de la importancia de la RSE entre los huéspedes. Las variables relacionadas con la comunidad, el medio ambiente, las prácticas laborales, la gobernanza, los derechos de los consumidores y los derechos humanos fueron significativas en este análisis.

El modelo deja excluida a la dimensión Práctica Justa de Operaciones. La cual es excluida porque los clientes tienden a centrarse en el cumplimiento de las ofertas recibidas, más que en los procesos internos que llevan a cabo dentro de las organizaciones. Es decir, aunque las prácticas justas en operaciones son esenciales para la ética corporativa y el desarrollo sostenible de las empresas, los huéspedes no se preocupan en estos aspectos si la empresa cumple con sus promesas. Esta percepción permite a las empresas enfocar sus esfuerzos a áreas más visibles como por ejemplo el cuidado del medio ambiente o buenas prácticas ambientales entre otras.

Conclusiones

El modelo de regresión lineal múltiple explica el 45% de la variabilidad en la percepción de la importancia de la RSE entre los huéspedes. Son significativas las variables de comunidad, el medio ambiente, las prácticas laborales, la gobernanza, los derechos de los consumidores y los derechos humanos en este contexto.

Los coeficientes estandarizados (Beta) indican cuánto cambiará la variable dependiente con una unidad de cambio en la variable independiente, manteniendo constantes todas las demás variables. Según los resultados, las variables relacionadas con la comunidad influyen en 0.237, el medio ambiente en 0.275, las prácticas laborales en 0.232, la gobernanza en 0.143, los derechos de los consumidores en 0.212 y los derechos humanos en 0.155 tienen coeficientes significativos, lo que muestra su influencia considerable en la percepción de los huéspedes sobre la RSE.

Estos coeficientes indican que los macro factores de la norma ISO 26000 presentes en la ecuación de la percepción de la RSE, son cruciales para explicar la importancia que los clientes otorgan a la responsabilidad social en la gestión de los hoteles.

Al evidenciar que el ARLM es un método de explicación de la percepción de la RSE, se recomienda que los gestores hoteleros utilicen el modelo para evaluar y mejorar continuamente sus prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Al aplicar el mismo, los hoteles pueden identificar qué aspectos de la RSE son más valorados por sus huéspedes y enfocar sus esfuerzos en mejorar estas áreas específicas, optimizando así la percepción global de su gestión responsable.

Dado que los macro factores de la norma ISO 26000 tienen una influencia significativa en la percepción de los huéspedes, se recomienda que los hoteles de dos y tres estrellas en las ZETQ implementen políticas y prácticas que aborden estos macro factores. Esto incluye iniciativas relacionadas con la comunidad, el medio ambiente, las prácticas laborales, la gobernanza, los derechos de los consumidores y los derechos humanos. Adoptar y comunicar estas prácticas de manera efectiva puede mejorar la imagen de los hoteles y atraer a huéspedes que valoran la responsabilidad social.

Referencias bibliográficas

- Alvarado, A., Bigné, E., & Currás, R. (2011). Perspectivas teóricas usadas para el estudio de la responsabilidad social empresarial: Una clasificación con base a la racionalidad. *Estudios Gerenciales*, 27(118), 115-137.
- Barreto, A., & Azeglio, A. (2013). La problemática de la gestión del capital humano en las MiPyMEs de alojamiento turístico de la ciudad de Buenos Aires - Argentina. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 22, 1140-1159. Recuperado el 24 de Junio de 2016
- Caroll, A. (2000). Ethical challenges for business in the new millennium: corporate social responsibility and models of management morality. *ETHICAL CHALLENGES FOR BUSINESS IN THE NEW. Business Ethics Quarterly*, 10, 33-42. Recuperado el 6 de Julio de 2016
- Dahlsrud, A. (2006). How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*(15), 1-13.
- Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico - Quito Turismo. (12 de Febrero de 2019). *Principales Indicadores de Quito*. Obtenido de Quito en Cifras: <https://www.quito-turismo.gob.ec/estadisticas/datos-turisticos-principales/category/82-quito-en-cifras>
- Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, Quito Turismo. (04 de Octubre de 2022). *Catastro de Actividades Turísticas*. Quito, Pichincha, Ecuador: Quito Turismo.

- Favaro, D. (2013). Enfoques de la teoría de la firma y su vinculación con el cambio tecnológico y la innovación. *Revista Cultura Económica*(85), 51-70.
- Francés, P. (2006). *Responsabilidad Social de las Empresas: Fundamentos y enfoque de la gestión responsable*. Madrid: FORO PARA LA EVALUACION DE LA GESTION ETICA (FORETICA).
- García, P., & Rodríguez, I. (2012). ANÁLISIS DE LA PRÁCTICA CORPORATIVA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO: UN ESTUDIO DE CASOS. *Cuadernos de Turismo*, 30, 145-164. Recuperado el 2016 de Junio de 22
- Hahn, R. (13 de Septiembre de 2012). ISO 26000 and the Standarization of Strategic Management Processes for Sustainability and Corporate Social Responsibility. *Business Strategy and the Environment*(22), 442-455. doi:10.1002/bse.1751
- Hernández, J. (2009). *Las empresas transnacionales frente a los derechos humanos: historia de una asimetría normativa. De la responsabilidad social corporativa a las redes contrahegemónicas transnacionales*. Madrid: Hegoa. Recuperado el 24 de Agosto de 2016
- Marí, J. (2016). La responsabilidad social medioambiental, análisis jurídico de la directiva 2004/35/CE sobre responsabilidad medioambiental: quién contamina paga. Diferencia con la responsabilidad social. *Revista Boliviana de Derecho*(21), 254-273. Recuperado el 16 de Junio de 2016
- Midttun, A., & Granda, G. (2007). *Innovación y responsabilidad social empresarial*. Madrid: Grupo Editorial Cinca.
- Montero, M. (2012). La responsabilidad social y la norma ISO 26000. *Formación gerencial*(1), 102-119. Recuperado el 27 de Julio de 2016
- Pacto Mundial de las Naciones Unidas. (21 de Junio de 2024). *Pacto Mundial de las Naciones Unidas*. Obtenido de <https://unglobalcompact.org/what-is-gc/participants>
- Sánchez, I., Hernández, G., Hernández, V., & Oliva, G. (2012). Gestión ética y la responsabilidad social en las comunidades. *Multiciencias*, 12, 186-190. Recuperado el 17 de Junio de 2016
- Schwalb, M., & García, I. (2013). Dimensiones de la responsabilidad social del marketing. *Revista Venezolana de Gerencia*, 18(63), 434-456. Recuperado el 17 de Junio de 2016
- Toro, D. (Diciembre de 2006). El enfoque estratégico de la responsabilidad social corporativa: revisión de la literatura académica. *Intangible Capital*, 2(14), 338-358.
- United Nations Global Compact. (8 de Marzo de 2018). *United Nations Global Compact*. Recuperado el 31 de Mayo de 2016, de https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/participants/search?utf8=%E2%9C%93&search%5Bkeywords%5D=&search%5Bcountries%5D%5B%5D=51&search%5Bper_page%5D=10&search%5Bsort_field%5D=&search%5Bsort_direction%5D=asc
- Volpentesta, J. (2017). Creación de un método de integración de grupos de interés al gobierno de las empresas. *Estudios Gerenciales*(33), 195-207.

Whetten, D., Rands, G., & Godfrey, P. (2002). What are the responsibilities of business to society? *Handbook of strategy and management*, 373-408.

Conflicto de intereses:

Los autores declaran que no existe conflicto de interés posible.

Financiamiento:

No existió asistencia financiera de partes externas al presente artículo.

Agradecimiento:

N/A

Nota:

El artículo no es producto de una publicación anterior