

Colectación

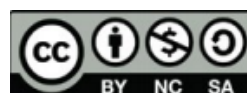
MONOCRÁFICOS

Responsabilidad social empresarial:

Prácticas y perspectivas de la gestión organizacional en el contexto ecuatoriano

Mariana Del Rocío Verdezoto Reinoso
Compiladora





Ediciones UTMACH

147 pág: 21x29,7cm

Colección Monográficos

Título: Responsabilidad social empresarial: prácticas y perspectivas
de la gestión organizacional en el contexto ecuatoriano - Mariana
Del Rocío Verdezoto Reinoso (Compiladora)

Primera edición 2020

ISBN: 978-9942-24-140-5

CDD 338,9

1. Desarrollo y crecimiento económico,

2. Empresa y gestión

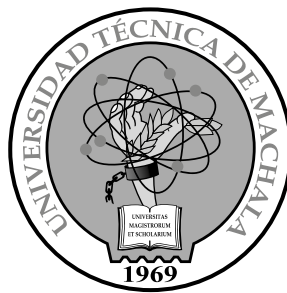
--Temas relacionados

Publicación PDF

Responsabilidad social empresarial: prácticas y perspectivas de la gestión organizacional en el contexto ecuatoriano

Mariana Del Rocío Verdezoto Reinoso

COMPILADORA



Autoridades

César Quezada Abad - **Rector**
Amarilis Borja Herrera - **Vicerrector Académico**
Jhonny Pérez Rodríguez - **Vicerrector Administrativo**

Luis Brito Gaona
Director de Investigación

© Ediciones UTMACH
Colección Monográficos

Título original:

Responsabilidad social empresarial: prácticas y perspectivas
de la gestión organizacional en el contexto ecuatoriano

ISBN: 978-9942-24-140-5

© Mariana Del Rocío Verdezoto Reinoso
(Compiladora)

© Autores de capítulos

DOI: <http://doi.org/10.48190/9789942241405>

Primera edición 2020

Karina Lozano Zambrano
Jefe editor / Diseño y edición editorial

Fernanda Tusa Jumbo - **Corrector de estilos**
Jorge Maza-Cordova - **Asesor tecnológico**
Karla Ibañez y Cyndi Aguilar - **Equipo de difusión**

Este obra está bajo una licencia de Creative Commons
Reconocimiento No Comercial.
Esta licencia permite a otros entremezclar, ajustar y cons-
truir a partir de su obra con fines no comerciales, siempre
y cuando le reconozcan la autoría y sus nuevas creaciones
estén bajo una licencia con los mismos términos.

Capítulo

Responsabilidad Social Empresarial y
el emprendimiento comunitario
femenino en el sector turístico de
Santa Elena - Ecuador

6

Responsabilidad Social Empresarial y el emprendimiento comunitario femenino en el sector turístico de Santa Elena - Ecuador

Linda Núñez Guale
Roberto Lucas Saltos
Manuel Serrano Luyo

Autores

Responsabilidad Social Empresarial y el emprendimiento comunitario femenino en el sector turístico de Santa Elena - Ecuador

Linda Núñez Guale

Ingeniera Comercial, mención Gestión Empresarial; con Maestrías en Gerencia Educativa y Administración de Empresas, mención Recursos Humanos. Cursando estudios doctorales en Ciencias de la Administración. Diplomados en el área educativa y administrativa. Ejercicio profesional en calidad de Presidenta de Compañía, Decana de Facultad, Directora de Carrera, Coordinadora de Áreas Administrativas.

Roberto Lucas Saltos

Ingeniero Agrónomo, con Maestrías en Educación Superior y Administración de Empresas. Cursando estudios doctorales en Ciencias de la Administración. Especialista en Proyectos de Consultoría. Diplomados en Educación. Ejercicio profesional como Gerente de Compañía, Director de Transporte terrestre, tránsito y seguridad vial Municipal. Coordinador Zonal del Programa Buen Vivir Rural.

Manuel Serrano Luyo

Ingeniero Comercial y Empresarial; con Maestría en Marketing y Comercio Internacional. Especialista en Marketing y Comercio Exterior. Ejercicio profesional en calidad de Gerente de Provepronto S.A.; Statecorp S.A., Manser S.A. Gerente de Santa Elena EP. Asesor en Gestión de Marcas. Docente en Marketing, Operaciones y Gerencia (UPSE).

DOI: <http://doi.org/10.48190/9789942241405.6>

Resumen

El presente trabajo de investigación cuyo objetivo fue determinar la aplicabilidad de la responsabilidad social empresarial y la participación del género femenino en el desarrollo de los emprendimientos comunitarios turísticos de Santa Elena – Ecuador, se delimitó con una metodología de investigación básica de nivel descriptivo, fundamentando los lineamientos teóricos de las variables en la identificación de características, tendencias internacionales y nacionales, limitantes en los sectores comunitarios, participación activa de la mujer y su inserción en el campo laboral, de manera particular en el sector turístico; aspectos enmarcados bajo un diseño de estudio transversal con una recogida de información en el año 2019 en la comuna Libertador Bolívar de la provincia de Santa Elena. Se trabajó con una población de 13 emprendimientos y una muestra de 383 turistas locales e internacionales, estadounidenses, de acuerdo a datos proporcionados por el Ministerio de Turismo. Se consideró información primaria y secundaria obteniendo insumos relevantes con la utilización de técnicas de observación, encuestas, sondeos de opinión y revisión documental. Los principales resultados del estudio determinan que los emprendimientos comunitarios mantienen en sus gestiones los 3 elementos de la responsabilidad social; también que el género femenino lidera los emprendimientos creando recursos desde sus propios domicilios. Entre las conclusiones se logró establecer las teorías y contextos de las dos variables, la aplicabilidad de los elementos de la responsabilidad social empresarial en los emprendimientos comunitarios turísticos, validación de la intervención de la mujer en estas actividades de negocios e inferir en posibles acciones adaptables a los productos y recursos existentes.

Palabras claves: emprendimientos comunitarios, emprendimiento femenino, responsabilidad social empresarial, movilidad turística extranjera, ambientes ecológicos.

Introducción

La Responsabilidad Social Empresarial - RSE empieza desde el individuo, ser consciente de su accionar y pensamientos dirigido al bienestar de un colectivo humano. Las personas pueden gobernar o administrar pensando en generar las buenas acciones o las denominadas “buenas prácticas” no sólo de la organización hacia fuera, hacia la sociedad que se beneficia consumiendo los productos o servicios; sino también, al interior de la misma, observar desde la percepción del trabajador, cómo su líder se preocupa por su bienestar y por supuesto, por los clientes externos.

La RSE es un eje transversal en toda actividad empresarial, sea de menor o mayor dimensión, en el caso específico de los emprendimientos comunitarios y parti-

cularmente impulsados por el género femenino, han contribuido en las economías reprimidas de diversas comunidades, con mayor tendencia, en América Latina.

El presente trabajo realiza un análisis de las variables: Responsabilidad Social Empresarial y Emprendimientos Comunitarios cuyo objeto de estudio es la provincia de Santa Elena ubicada en Ecuador, que se caracteriza por la generación de fuentes de empleo derivado de emprendimientos principalmente del género femenino. Para el 2017 este tipo de emprendimiento alcanzó el 57% de acuerdo a datos del Global Entrepreneurship Monitor-GEM 2017.

Al referirse sobre la variable Emprendimientos Comunitarios, se examinan las definiciones de los emprendimientos desde contextos europeos y americano principalmente de América Central y América del Sur. Luego focaliza el análisis del sector turístico de Ecuador destacándose por los valiosos recursos naturales que posee, los esfuerzos que desde el gobierno se practican para atraer al turista nacional y extranjero, las alianzas del sector público y privado para ambientar entornos y recursos atrayentes a clientes, comunidades rurales asociándose para brindar buena hospitalidad a usuarios. Se identifican adicionalmente, algunos sectores del Ecuador donde existen marcados emprendimientos que aportan a la producción nacional. Además, el estudio analiza la participación de la mujer en los emprendimientos comunitarios del sector turístico, cómo su ímpetu, constancia, perseverancia logran concretar posibilidades laborales con todo lo que implica, ser amas de casa, madres y esposas, canalizando finalmente los esfuerzos a toda una comunidad.

Con los lineamientos esenciales de las dos variables, se establece como parámetros para la evaluación de la actividad comunitaria los siguientes elementos que componen la responsabilidad social empresarial:

- a) Alcances: Colaboradores, accionistas, proveedores, clientes, competidores, consumidores, sociedad.
- b) Indicadores: Respeto al medio ambiente, desarrollo del potencial humano, compromisos con la comunidad, innovación social, calidad de la administración, producto/servicio ecológico, responsabilidad con cliente interno/externo, políticas y comportamientos de prevención, medición de satisfacción de clientes, medición de percepción de proveedores, creatividad.
- c) Impacto: Dimensión económica, dimensión ambiental, dimensión social.

Antecedentes:

En los actuales momentos, las grandes empresas dependen de las más pequeñas, de su producto final; y, a pesar que las micro, pequeñas y medianas empresas – MI-PYMES tienen dificultades para mantenerse en los mercados, se convierte en una ventaja su propia naturaleza, dándoles libertad para transitar por las diversas instancias de los negocios, despojándose de mucha burocracia, mantienen un manejo

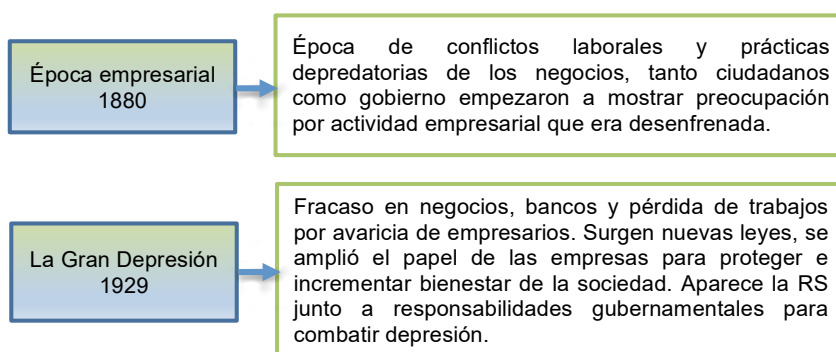
adecuado del talento humano por organizaciones mucho más horizontales, exenciones diversas amparadas en las normativas estatales y otras más.

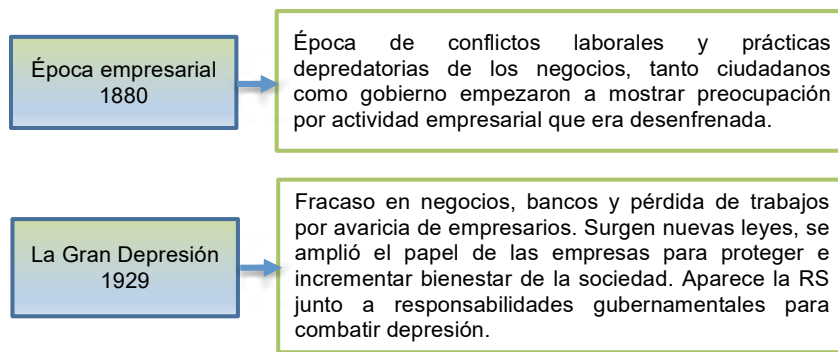
La globalización de mercados, la facilidad de información, la identificación de oportunidades donde otros solo observan limitaciones, a partir de ello, surgen emprendimientos factibles con relevancias como:

- No implica grandes inversiones, infraestructuras ni recursos para concretar o poner en ejecución un negocio.
- Las tendencias actualmente buscan el consumo de productos naturales, sanos y saludables.
- Se busca que los ambientes sean más reales, más naturales, ecológicos, autóctonos y ambientales.
- Las adecuaciones de esos ambientes, sean elementos con mayor tendencia naturales, inclusive de reciclaje; lo que se conoce actualmente como “concepto de negocio”.
- Aprovechamiento de los recursos naturales que ofrece un entorno para la venta sin procesamiento o más bien, la identidad de una comunidad a través del producto a ofrecer o incorporar en los insumos del producto.
- En el caso particular del turismo, uno de los aspectos analizados en esta investigación, se aprovecha en primer lugar, la tendencia del usuario que es el contacto de la naturaleza; y en segundo lugar, las bondades que un entorno brinda y mientras más ecológico se presente, más atractivo será.

Con la revolución industrial, las empresas e industrias fueron mayormente posicionadas y la responsabilidad social empresarial fue tomando protagonismo, no solo considerada como una filantropía, dejando de ser un compromiso para pasar a una obligación a través de normativas, regulaciones o reglamentaciones desde cada país y a nivel internacional alrededor del año 1930. Para Latinoamérica empieza su auge por los años 1968-69 (Canessa & García, 2005). A continuación en la figura 1, puede observarse una síntesis histórica de la evolución conceptual de la Responsabilidad Social Empresarial:

Figura 1: Evolución Conceptual de la Responsabilidad Social Empresarial





Nota: Canessa y García (2005). El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú y en el Mundo.

Según Canessa y García (2005), en su obra publicada El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú y en el Mundo, expresan:

En lo que se refiere a Latinoamérica, las primeras manifestaciones del movimiento de responsabilidad social se presentaron en la década de los sesenta. Así, en 1965 aparece la Asociación de Reguladores Cristianos de las Compañías del Brasil - ADCE, que para 1977 mutaría a la ADCE UNIAPAC Brasil, institución que se preocupa por difundir el concepto de Responsabilidad Social no solo en el Brasil, sino en toda la región. (...) (p. 23)

Para Herrera Meza (2014), Decana Nacional de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Cooperativa de Colombia, expresó en el marco del II Encuentro de Investigación en Ciencias Económicas, Administrativas y Contables que “La Responsabilidad Social Empresarial ha existido desde siempre, considerada como la forma ética en que los hombres de negocios y empresarios asumían sus responsabilidades frente a la sociedad en la cual desarrollaban sus actividades económicas”.

Vives, Corral e Isusi (2005), en su obra Tendencias de la Responsabilidad Social en Argentina, indican que:

Este proceso se inicia a través de prácticas responsables en programas de asistencia social, fundamentalmente como obras de caridad efectuadas por la iglesia católica y financiadas a través de donaciones privadas y a requerimientos de orden fundamentalmente ético o religioso, de corte absolutamente individual. A partir de la primera década del siglo XX, el tema de la RS se interpreta como acciones de tipo filantrópico realizadas por empresarios, en algunos casos de forma puntual, pudiéndose encontrar casos importantes muy vinculados a la visión que existe actualmente de desarrollar programas relacionados con la dimensión interna de la RS, orientados al bienestar del trabajador, como sucede en Venezuela y Colombia. (p. 18)

Las condiciones sociales para América Latina no han cambiado mucho desde el año que se hace referencia para la aparición de la responsabilidad social; es decir el año 1980, pues revisando las principales dificultades en el año 2007, indicado

por Puterman Szomstein (2010), en su obra Implicaciones de ISO 26000 para los países en desarrollo, se puede mencionar entre otras cosas: la falta de conciencia empresarial respecto a la dimensión real de los problemas ambientales y sociales, escepticismo de muchos empresarios latinoamericanos sobre los beneficios para el negocio de las prácticas responsables, pobreza extrema (población que vive con menos de \$1,00 diario), cumplimiento parcial de derechos humanos y condiciones laborales en algunos países, altos índices de corrupción y falta de transparencia en actos públicos y privados, alta inestabilidad social a causa de índices de pobreza y desempleo, entre otras.

Respecto a la variable emprendimientos comunitarios, es importante reconocer primero sobre la conceptualización del emprendimiento para lo cual se toma el criterio de Vinuesa (2010) que indica:

El emprendimiento suele ser un proyecto que se desarrolla con esfuerzo y haciendo frente a diversas dificultades, con la resolución de llegar a un determinado punto, el uso más habitual del concepto aparece en el ámbito de la economía y los negocios. En este caso un emprendimiento es una iniciativa de un individuo que asume un riesgo económico o que invierte recursos con el objetivo de aprovechar una oportunidad que brinda el mercado. (p. 34)

Para Núñez Guale (2012) “El emprendimiento se convierte en una necesidad imperiosa de muchas familias, profesionales y personas en general, pues permite emprender proyectos productivos, generando recursos propios, mejorando la calidad de vida y contribuyendo al progreso de la sociedad” (p.8)

Muchos países han logrado desarrollarse a partir del impulso que generan los emprendimientos, para Rodríguez (1996) ha encontrado que, en España, su crecimiento y progreso se deben al desarrollo permanente de microempresas, apoyo de organismos estatales y participación activa de sus habitantes. Estados Unidos donde, para apoyar la creación de empresas, surgieron las incubadoras hace ya cerca de 50 años y continúan desarrollándose, aplicando políticas de apoyo a la creación y fortalecimiento; y, hoy se dan en todo el mundo, ocurriendo de manera simultánea al estímulo, a la innovación y a la formación de emprendedores en las universidades.

En los países latinoamericanos como: México, Costa Rica, Venezuela, Colombia, Perú, Ecuador, y otros; sus economías encuentran plena justificación para estimular el espíritu emprendedor, por la evidente incapacidad del sistema económico y social para generar empleo en la cantidad y calidad requeridas que superen la exclusión, marginalidad y atraso de sectores (Arce, 2010).

De acuerdo con Fxtrader (2010), un emprendimiento comunitario o social incluye tres elementos claves: Un objetivo social, una innovación transformadora y un modelo de negocios sostenible. El emprendimiento suele darse y tener éxito, en los sectores de la economía donde el mercado ha fallado y la acción del Estado es inexistente o ineficaz. Un emprendimiento, cuando resulta exitoso, puede no

sólo transformar la vida de los beneficiarios, sino también la forma de abordar un problema en general.

Para la Fundación Beterlsmann (2007), el emprendimiento comunitario está integrado en áreas sociales y culturales, en cualquier índole ya sea público o privado. En la actualidad es aplicado por parte del Estado, gobiernos provinciales, cantonales, parroquiales y comunales; también se han realizado este tipo de emprendimientos en sectores barriales, organizaciones y asociaciones, con la finalidad de lograr el mejoramiento o desarrollo de las comunidades.

Ecuador es un país con una gran diversidad cultural y ecosistemas muy atractivos para turistas nacionales e internacionales. Entre los sectores productivos, el turismo permite el crecimiento económico en muchas partes del país y es muy relevante por la diversidad de flora y fauna.

De acuerdo con datos del Ministerio de Turismo - MITUR del 2017, en los últimos 3 años, las visitas de turistas extranjeros se registran aproximadamente en 1'617.914 personas. Pero la Edición LATAM (2018), indica que Ecuador registró un aumento de 57% en la llegada de turistas extranjeros entre enero y mayo del 2018, arribando al país 952.488 personas en los primeros cinco meses del mismo año. Junto a Diario "El Comercio" (2018) menciona la misma cifra de ingreso de extranjeros, ampliando además que el MINTUR admite que el crecimiento del turismo receptivo se debe a la nueva estrategia de promoción que han implementado a partir de agosto de 2017, con el ingreso al sistema de Agencias de Viajes Internacionales Online-OTA (por su definición en inglés).

Este sistema facilita a los viajeros de varios países del mundo, donde se desarrolla la campaña de promoción, la posibilidad de conocer de manera inmediata los diversos servicios que tiene el país en materia turística. La promoción se realiza en tres de las principales OTAs en el mundo, como son: Despegar, TripAdvisor y Expedia, y está cambiando la estructura del comportamiento en las búsquedas, así como en las compras online del destino Ecuador. A eso se suma la llegada a Ecuador de la aerolínea estadounidense Spirit que cubre la ruta Fort Lauderdale - Guayaquil - Fort Lauderdale, que ha permitido que los arribos estadounidenses crezcan significativamente.

Analizando un poco más la variable de los emprendimientos comunitarios que se encuentran liderados por mujeres en gran porcentaje, se hace también una visión desde un contexto macro. Para la Asociación Las Kellys (2016), grupo de féminas organizadas de España, dedicadas a la labor del turismo, consideran que en la actualidad, el género femenino desempeña un papel fundamental en el mercado laboral; sin embargo, algunos estudios relacionados con la perspectiva de género concluyen que la mujer inmersa en la empresa desempeña un papel secundario, mientras que el hombre sigue jugando un papel más relevante en la gestión de las empresas.

Sparrer (2003) contrapone con sus argumentos lo antes mencionado e indica que el turismo ha incorporado a la mujer a través del trabajo remunerado, los cam-

bios afrontados por el desarrollo acelerado del entorno, la conllevan a ser partícipe y a ocupar el papel protagonista en la mayor parte de las actividades desarrolladas por este tipo de empresas.

Para la Organización de Naciones Unidas - ONU Mujeres (2011), con sede en México consideran que:

Los derechos fundamentales de las mujeres han sido un tema central para el desarrollo global y para la política internacional, empoderar a las mujeres para que participen plenamente en todos los sectores y a todos los niveles de la actividad económica resulta fundamental para: construir economías fuertes; construir sociedades más estables y justas; alcanzar los objetivos de desarrollo, sostenibilidad y derechos humanos acordados internacionalmente; mejorar la calidad de vida de las mujeres, de los hombres, de las familias y de las comunidades; y promover las prácticas y objetivos empresariales. (p.4)

Desde el año 1995 al 2000, época que estuvo marcada por las campañas masivas referente a la participación de la mujer en distintos sectores sociales, según el Centro de Documentación Turística - CEDOC de México (1996) que analiza los diversos sectores de la economía a fin de impulsar el sector turístico, indica que a partir de dicho período se estableció un plan internacional de parte de la ONU buscando promover la participación plena y efectiva de la mujer en la vida económica, social, política y cultural a nivel mundial, que ayude a consolidar su intervención en decisiones, responsabilidades y beneficios del desarrollo, en igualdad de condiciones que los hombres.

En Ecuador la realidad de la participación de la mujer en el sector turístico es: 7% laborando en agencias de viajes, 27% en establecimientos de alojamiento, 60% en restaurantes, 4% en centros de recreación y el 2% en transportes turísticos, sumando un total de 50.572 mujeres insertadas en el mercado laboral. (Viteri, Peñaherrera, & Vinueza, 2017).

Santa Elena, una de las 24 provincias del Ecuador, ofrece hermosas playas, gastronomía, ambientes de descanso, naturaleza acogedora, alojamiento, entretenimiento, espacios recreativos, etc. Tiene una población de 308.693 habitantes (INEC, 2010), ubicada en la zona costera de Ecuador. Posee condiciones climáticas, ambientales y sociales que dan paso a pequeños emprendimientos a través del aprovechamiento de sectores productivos como pesca, agricultura, turismo y artesanía.

Las comunas que se asientan en la provincia de Santa Elena han tenido un crecimiento pausado por años, producto de la poca atención de los gobiernos de turno, sus habitantes buscan la forma de generar ingresos a partir de los recursos naturales existentes en cada sector. La comuna Libertador Bolívar tiene una extensión de 1.476 hectáreas, ubicada en el Km. 50 al norte de la provincia con una población de 4.000 habitantes. Está situada a 131 km. de Guayaquil. Tiene una dimensión de 3.100 m. de longitud de playa. Posee flora y fauna. Sitio donde se encuentran

alojamientos de choza con hojas de palmeras como techo o construcción mixta. En la playa existen 3 bares cada uno con su autenticidad; hamacas, construcciones con caña guadua, música. Lugar propio para un fin de semana de relajación (Opturmo, 2018)

La comuna Libertador Bolívar es una comuna muy colorida, hamacas y lámparas multicolores decoran el panorama y captan la atención de los conductores; mujeres tejen, hombres atienden. Las artesanías son hechas en concha, madera y caña. El sombrero de paja toquilla es infaltable (Diario El Telégrafo, 2017)

Figura 2: Artesanías en comuna Libertador Bolívar (Molina, 2017)



Haciendo un diagnóstico en la comuna Libertador Bolívar con la finalidad de identificar fortalezas y debilidades que direccionen hacia un mejor análisis del objeto de estudio se aplicó una ficha de observación obteniendo lo siguiente:

Tabla 1: Análisis FODA de la comuna Libertador Bolívar, año 2019

SITUACIONES INTERNAS	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Comuna con recursos naturales atractivos al turista extranjero • Recursos naturales suficientes que permiten adecuar entornos ecológicos • Habitantes dispuestos a mejorar sus servicios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nativos sin conocimientos del idioma inglés • Nativos con limitaciones en herramientas tecnológicas • Poco conocimiento de ambientación de lugares
SITUACIONES EXTERNAS	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Alta movilidad de turistas extranjeros hacia el país y comuna durante todo el año. • Clima favorable durante todo el año • Instituciones estatales impulsando el desarrollo turístico • Accesos viales adecuados 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia del entorno con administradores de experiencia • Dueños de negocios de nacionalidad extranjera con recursos económicos y conocimientos de otros entornos.

Figura 3. Fortalezas de Libertador Bolívar. (a) Playa Bruja (Pesantes, 2016). (b) Restaurante Caída del Sol (Sanchez, 2016)



Según datos del Ministerio de Turismo (2019), se determina que la mayor afluencia de turistas extranjeros que llegan a Ecuador corresponde a visitantes de Estados Unidos; de acuerdo a ello, la participación de turistas estadounidenses corresponde al 46%, tal como se presenta a continuación:

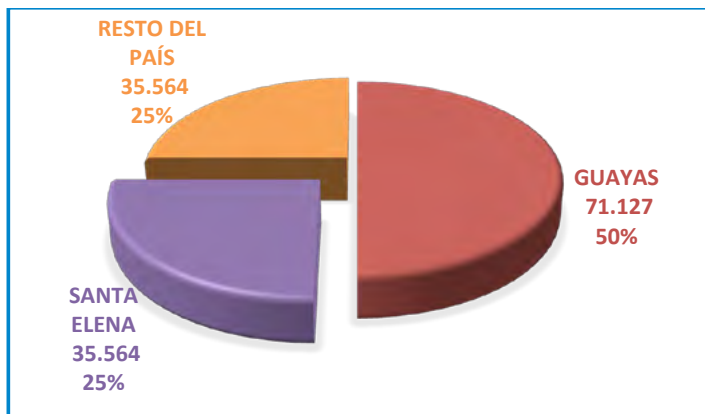
Figura 4. Ranking de llegadas de turistas internacionales, año 2019



Nota: Ministerio de Turismo (2019)

Al referirse particularmente en la provincia de Santa Elena, la cantidad de estadounidenses que visitan las comunidades peninsulares corresponde a un 25% del total de ingreso de personas extranjeras, tal como muestra la gráfica:

Figura 5. Ingreso de turistas EE.UU. en Ecuador, año 2019



Nota: Elaboración propia a partir de información del Ministerio de Turismo, 2019

Justificación:

Teórica, los emprendimientos de base comunitario son un mecanismo para generar oportunidades laborales en sectores poco favorecidos, sobre todo en América Latina donde las condiciones de pobreza y las escasas plazas de empleo hacen que los habitantes impulsen emprendimientos por necesidad. En cuanto a la responsabilidad social empresarial es el conjunto de acciones o toma de decisiones que repercuten positivamente en una sociedad determinada. Se indagó sobre teorías, características, elementos, condiciones, situaciones y otros detalles que permitan conocer cómo estas variables han impactado y evolucionado la práctica empresarial.

Metodológica, en la búsqueda de información relevante que permita sustentar el presente trabajo, se definieron los aspectos metodológicos para una investigación descriptiva con la utilización de un estudio de campo a través de fuentes primarias y conocer características de la población estudiada, identificar realidades de las variables planteadas, tanto de responsabilidad social empresarial como de emprendimientos comunitarios. Las fuentes primarias fueron los propietarios de emprendimientos turísticos de la comuna Libertador Bolívar de Ecuador, como también turistas locales y extranjeros que llegan al sitio. Para la recopilación de información fue necesario acudir a encuestas y sondeos de opinión, herramientas valiosas en la cualificación de variables. Se buscó identificar qué elementos de la responsabilidad social son más aplicados en estos negocios, las oportunidades de innovación y creatividad a partir de productos existentes o de recursos naturales del medio, condiciones demográficos de los emprendedores y sus negocios, conductas, comportamientos, preferencias del servicio turístico, experiencias de los turistas respecto al hospedaje, razones de alojamiento y nivel de satisfacción del turista. De igual

forma, se acudió a fuentes secundarias para el sustento científico en libros, autores, metodologías, prensa, organismos competentes, revistas académicas, sitios web, entre otras. Los métodos que se aplicaron fueron inductivo, deductivo y analítico cuya finalidad no sólo era el cumplimiento del objetivo propuesto sino también el planteamiento de acciones u oportunidades en los emprendimientos comunitarios.

Práctica, Con el diagnóstico levantado en el presente estudio deja abierta posibilidades de otras investigaciones más profundas y propuestas productivas que beneficien no solo a la comunidad de emprendedores sino a una sociedad en general. Las mujeres emprendedoras reflexionan su actuación en la actividad productiva que generan a diario, valoran el compromiso que tienen con sus familiares, con las comunidades y sobre todo con sus clientes; están conscientes que existen posibilidades de prosperidades en sus actividades turísticas, por ende, sus ingresos y condiciones de vida. A partir de los resultados se pueden presentar no solo acciones de mejoras sino nuevos proyectos, principalmente ecológicos, auspiciados por aliados estratégicos como gobiernos locales para impulsar el turismo y mejorar los ingresos económicos en la provincia. Los turistas consultados se sienten atraídos por estos sectores peninsulares y estarían gustosos de encontrar mejoras en cada visita para demandar más servicios.

Objetivo general

Determinar la aplicabilidad de la responsabilidad social empresarial y la participación del género femenino en el desarrollo de los emprendimientos comunitarios turístico de Santa Elena – Ecuador.

Objetivos específicos

- a) Establecer las diversas teorías que inciden en la responsabilidad social empresarial y los emprendimientos comunitarios femeninos, delimitando el diagnóstico situacional.
- b) Identificar la aplicabilidad de los elementos de la responsabilidad social empresarial en los emprendimientos comunitarios femeninos.
- c) Validar mediante los instrumentos de investigación, la relevancia de la participación de la mujer en los emprendimientos comunitarios turísticos.
- d) Inferir entre los resultados del levantamiento de información, posibles acciones aplicables en los emprendimientos comunitarios femeninos.

Metodología

Materiales y métodos

Para conocer respecto a las variables estudiadas en esta investigación se procedió a la revisión bibliográfica sobre Responsabilidad Social Empresarial, destacando aspectos como la evolución histórica conceptual, tendencias internacionales y limitantes en América Latina para su aplicación, elementos (alcances, indicadores e impacto). En cuanto a los Emprendimientos Comunitarios se indagó sobre definiciones generales, desarrollo en otros ambientes, participación activa de la mujer y respaldo desde varios organismos internacionales, realidades en otros entornos latinos, condición del turismo comunitario, nuevas tendencias para la atención turística comunitaria, criterios del turista extranjero en visitar al país, condiciones y características de la comuna Libertador Bolívar en Ecuador.

De acuerdo al enunciado planteado, el trabajo corresponde a una investigación básica de nivel descriptivo cuyo propósito fue determinar los lineamientos teóricos de la responsabilidad social empresarial y los emprendimientos comunitarios femeninos que respalden al diagnóstico situacional en la provincia de Santa Elena – Ecuador.

Mediante el estudio de campo que abordó el levantamiento de información de las fuentes primarias, se demostró la realidad sobre el objeto de estudio; es decir, los emprendimientos comunitarios de la comuna Libertador Bolívar de Santa Elena, actividad netamente turística y donde el liderazgo los ejerce mayoritariamente el género femenino. Otra fuente de información fueron los turistas locales y extranjeros, en este caso estadounidenses, por ser los visitantes con mayor ingreso al país tal como se refleja en el marco teórico.

Para el cumplimiento de las técnicas de investigación fue necesario recurrir a encuestas y sondeos de opinión que facilitaron datos sobre las características demográficas, conductas, comportamientos, condiciones de los negocios, aplicación de responsabilidad social empresarial, preferencias del servicio turístico, experiencias previas de hospedajes, razones de alojamientos y nivel de satisfacción del turista. También se hizo un trabajo de observación para tener un diagnóstico de la comuna Libertador Bolívar y su actividad turística.

A través de las técnicas retrospectivas, se pudo obtener información de libros sobre responsabilidad social, talento humano, metodología de investigación, administración y emprendimiento. Se tomó datos estadísticos de organismos como el Ministerio de Turismo ecuatoriano, Banco Central, aerolíneas, prensa escrita, fundaciones o asociaciones. Se revisaron también informes como el Global Entrepreneurship Monitor – GEM, revistas académicas, sitios web, normativas vigentes y demás documentos. Los métodos inductivos, deductivos y analíticos concibieron teorías, modelos, componentes y otros aspectos que permitieron no solo cumplir

con el objetivo de la investigación sino también, incorporar propuestas que impactan en el campo laboral de la zona norte de la península de Santa Elena.

La población y muestra en el presente trabajo está conformada de la siguiente manera, no sin antes aclarar que el direccionamiento hacia el turista extranjero, el estadounidense, se debe a la información suministrada por el Ministerio de Turismo ecuatoriano en el “ranking de llegadas de turistas internacionales-2019”:

Tabla 3. Población

N°	DETALLE	CANTIDAD
1	Emprendedoras comunitarias	13
2	Turistas locales	77.173
3	Turistas estadounidenses	35.564
	TOTAL	112.750

Para la obtención de la muestra se procedió a la aplicación de fórmulas, quedando de la siguiente manera:

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

A través de la fórmula estadística se obtuvo el siguiente resultado:

$$n = \frac{(1,96)^2 112.737 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2(112.737 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,8416 * 112.737 * 0,25}{0,0025 * 112.736 + 3,8416 * 0,25}$$

$$n = \frac{108.272,62}{282,8004}$$

$$382,86 = \mathbf{383}$$

Tabla 4. Muestra

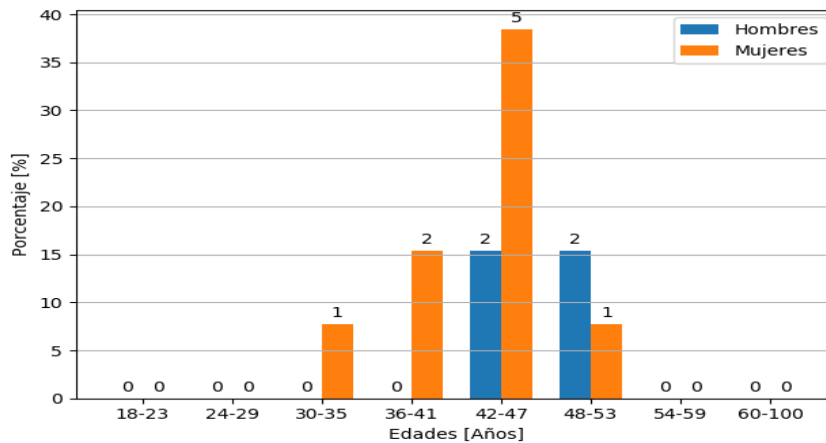
N°	DETALLE	CANTIDAD
1	Turistas locales	190
2	Turistas estadounidenses	193
	TOTAL	383

Rersultados y discusión

a) Encuestas aplicadas a propietarios de emprendimientos comunitarios

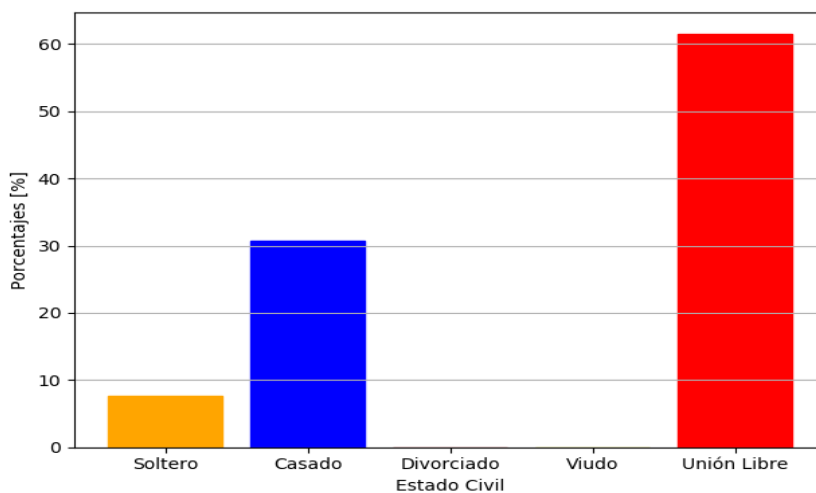
Para efectos de una mejor interpretación se realizaron algunas relaciones que se presenta a continuación:

Figura 6. Relación edad - género



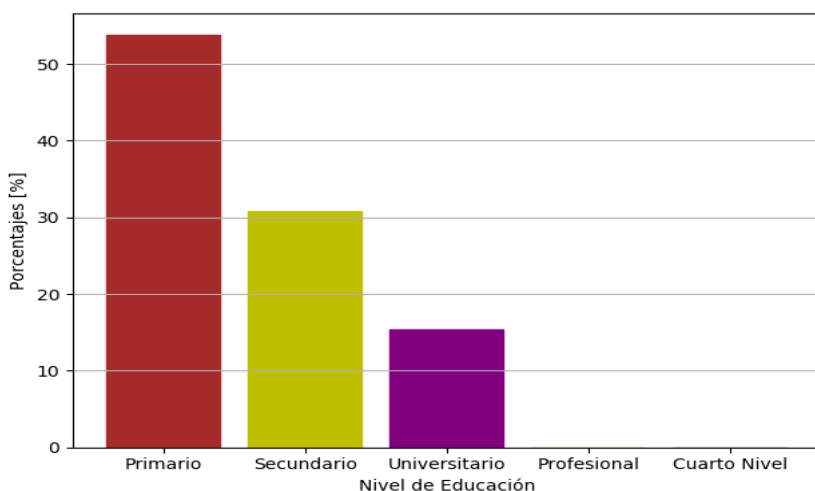
Los propietarios de los emprendimientos comunitarios de la comuna Libertador Bolívar mantienen las siguientes características respecto a sus edades. La mayor tendencia se encuentra en edades de 42 a 47 años. En menor rango están aquellos entre 48 y 53 años; y, entre 30 a 41 años. Su género está inclinado mayoritariamente a las féminas con un total de 9 mujeres lo que representa al 70% de la población investigada. Se deduce que esta representación es propia de la actividad turística ya que utilizan sus domicilios para brindar hospedaje.

Figura 7. Estado civil de propietarios de emprendimientos comunitarios



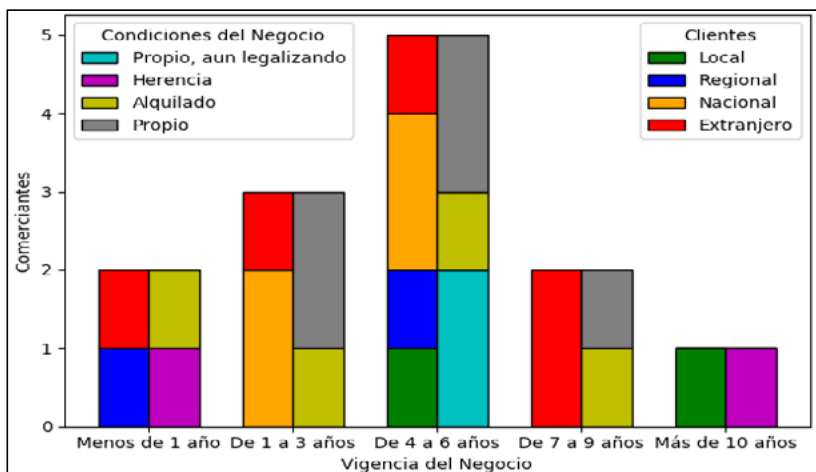
El estado civil que sobresale de la población encuestada está reflejada en la condición de unión libre con más del 60%. Superando el 30% se encuentran las personas casadas y en un porcentaje menor están las personas solteras. Manifestando por tanto que el mayor interés por generar emprendimientos se debe a la conformación y responsabilidad de un núcleo familiar, evitando la ausencia de la mujer por horas prolongadas y cubrir esos espacios labores en sus propios domicilios.

Figura 8. Nivel de educación de los propietarios de emprendimientos comunitarios



Los encuestados expresaron que su nivel de educación está dado mayoritariamente por estudios culminados de primaria. En menor proporción con estudios secundarios o universitarios. Se infiere de igual manera que por la particularidad de la actividad turística, los propietarios alcanzan esos niveles de educación ya que han vivido en sectores comunitarios desde su nacimiento donde el acceso a la educación se limita al nivel primario.

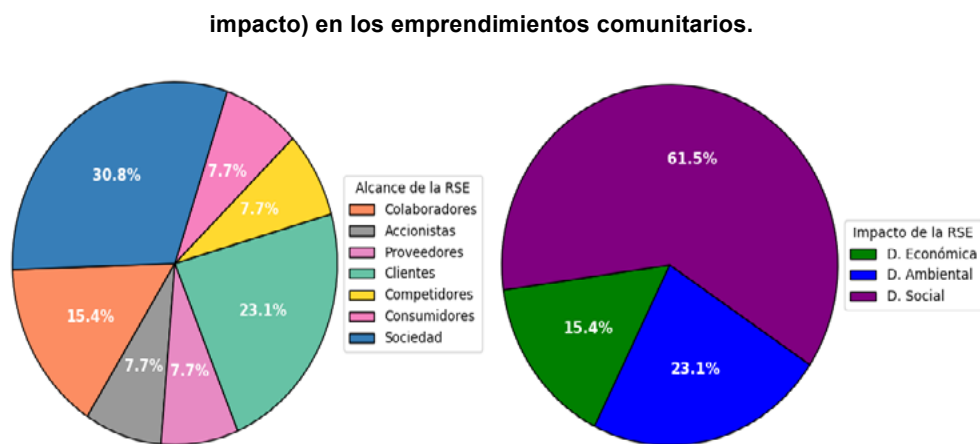
Figura 9. Características de los emprendimientos: Condiciones, tipos de clientes y años de vigencia



De acuerdo a la estructura de la encuesta, uno de los elementos a indagar es la característica de los emprendimientos compuesto por: condiciones de los negocios, años de vigencia y tipos de clientes. Se observa que existe un fenómeno contradictorio, mientras para algunos emprendedores los negocios son propios, para otros son alquilados coincidiendo esta condición en los rangos de vigencia entre 1 a 9 años. A pesar de ello, existen negocios con tiempos de vigencia mayores a 4 años, cuyas propiedades se encuentran en proceso de legalización.

El criterio de los emprendedores comunitarios respecto a decisión de estadía de los turistas no está ligado a la vigencia que tenga el negocio, pues se puede observar que el extranjero se hospeda en sitios recién establecidos o en aquellos con varios años. El turista nacional, acude con mayor frecuencia a lugares que tengan de 1 a 6 años de vigencia. Estos resultados reflejan de manera particular, los tipos de clientes que visitan los emprendimientos comunitarios en el sector Libertador Bolívar de Ecuador, sin ser una limitante los años de experiencia brindando el servicio de hospedaje.

Figura 10. Aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial (alcance e impacto) en los emprendimientos comunitarios.

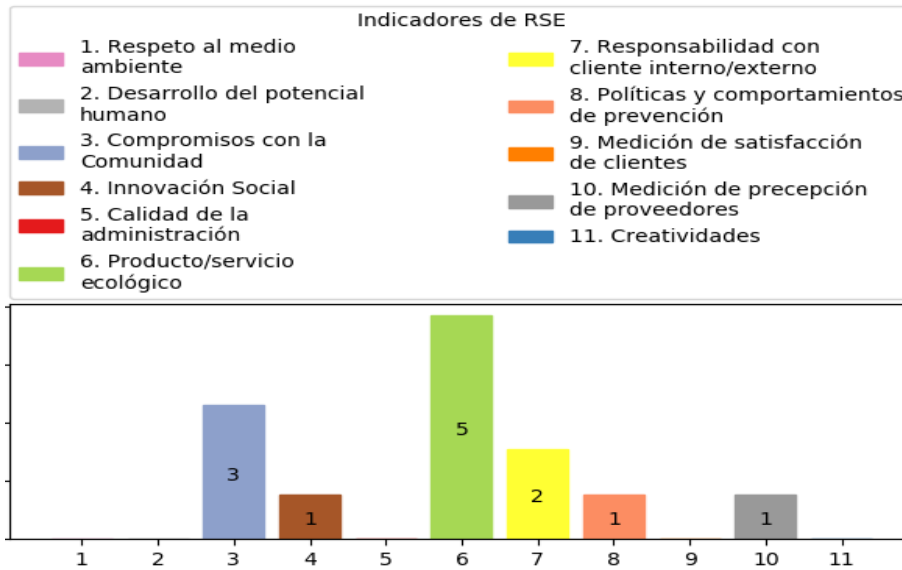


Respecto al abordaje de la responsabilidad social empresarial aplicada por los emprendedores comunitarios se obtienen los siguientes resultados, tomando en cuenta los elementos de Alcance e Impacto:

De acuerdo a los resultados sobre Alcance, se expresa que los emprendedores de la comuna Libertador Bolívar en Ecuador, priorizan 3 de los 7 componentes cuyo orden de prelación es: Sociedad, Clientes y Colaboradores, evidenciando que sus propietarios reconocen la labor que cumplen y a medida que ellos mejoran sus servicios, la sociedad en general es beneficiada de forma directa o indirecta.

Al observar el elemento *Impacto*, los resultados reflejan que, de igual forma la Dimensión Social es la que prevalece, seguido de la dimensión ambiental y económica; por tanto, tiene coherencia con el elemento Alcance, respaldando, la convicción de negocio que tienen las emprendedoras.

Figura 11. Aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial (Indicadores) en los emprendimientos comunitarios.



Cuando se analiza el elemento Indicador, los criterios sobre la aplicación de la responsabilidad social empresarial en los emprendimientos comunitarios es el siguiente:

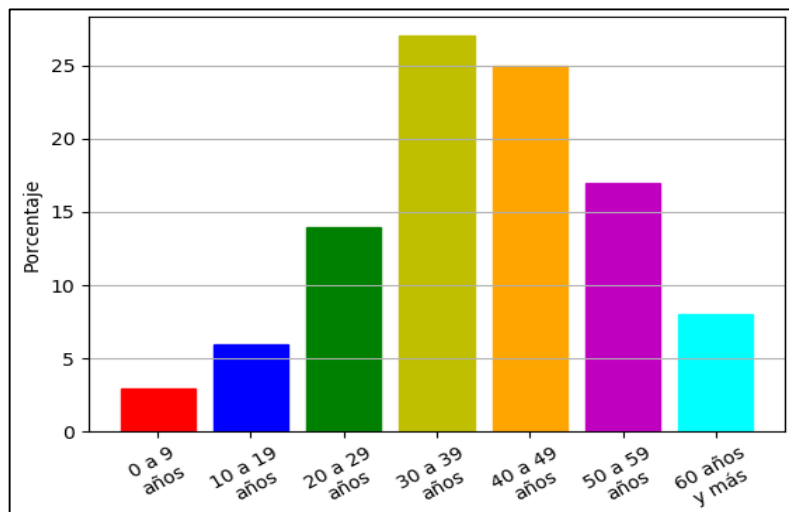
- De los 11 indicadores, los emprendedores practican 6 de ellos.
- El indicador Producto/Servicio ecológico sobresale entre los practicados por los emprendedores, teniendo coherencia con la actividad turística que ejercen.
- De manera casi paralela, el indicador Compromisos con la Comunidad y Responsabilidad con cliente interno/externo, es una práctica en menor escala de los emprendedores.
- Muy escasamente los emprendedores se concentran con la Innovación Social, Medición de satisfacción del cliente y Desarrollo del potencial humano.

Estos resultados sobre la aplicación de la responsabilidad social empresarial, tanto en Alcance, Indicadores e Impacto reflejan la realidad de la actividad emprendedora estudiada, por ser servicios comunitarios su enfoque se concentra hacia la sociedad y la cobertura de los indicadores está dado por aquellos elementos propios del servicio que ofrecen.

b) Sondeos de opinión a Turistas locales y extranjeros (estadounidenses)

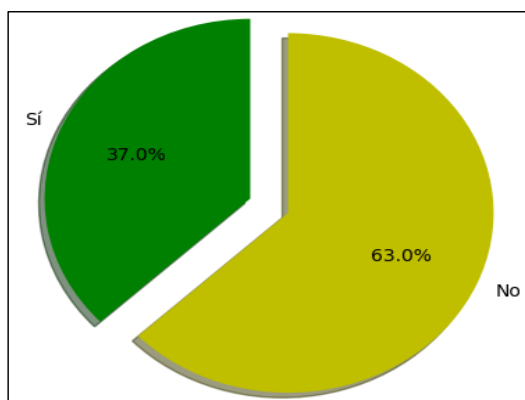
Como parte integrante de la investigación, se indagó también a los turistas locales y extranjeros sobre la percepción de los servicios brindados en los hospedajes comunitarios de la comuna Libertador Bolívar, obteniendo lo siguiente:

Figura 12. Edades de los turistas



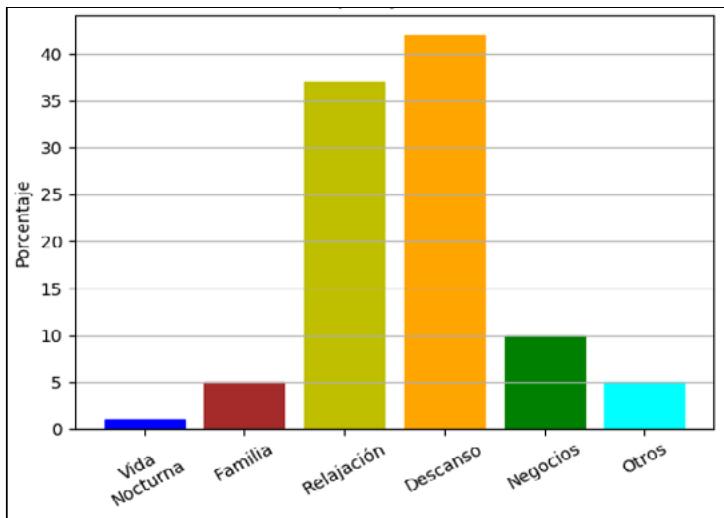
Entre los sondeos de opinión aplicados, se determina que los rangos de edades de los visitantes, con mayor tendencia se dan a partir de los 30 años. Encontrando también un 14%, con edades de 20 a 29 años. Esto indica que los usuarios de los servicios comunitarios tienen una solvencia o estabilidad económica para convertirse en un visitante frecuente, siendo importante brindar un buen servicio.

Figura 13. Experiencia anterior en un hospedaje comunitario



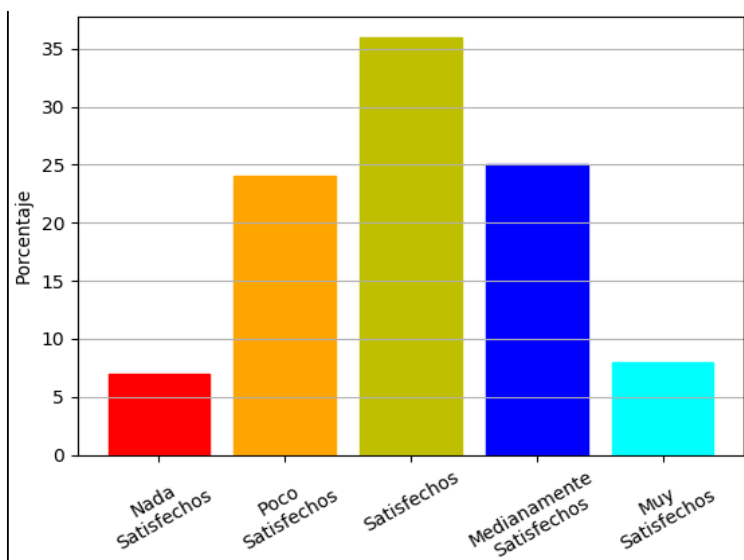
Del total de encuestados se identifica que al visitar el país, muchos de ellos no hacen uso del hospedaje comunitario. Indagando algo más con este grupo, varios expresaron que debido a referencias negativas no han decidido utilizar estos servicios pero les encantaría disfrutarlos.

Figura 14. Razones para alojarse en hospedaje comunitario



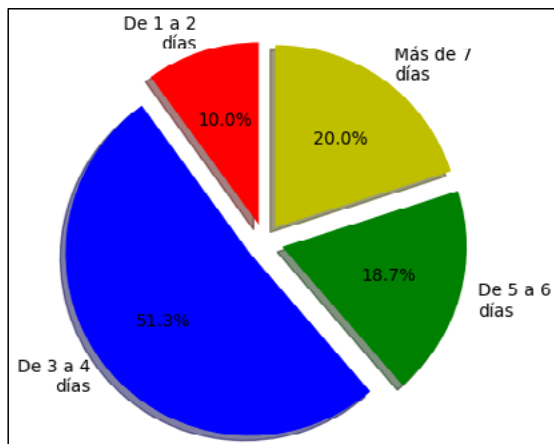
Con mucha relación a la pregunta anterior, los encuestados aseguran su preferencia en un hospedaje comunitario porque buscan de relajación y descanso. Si estos usuarios tienen una estabilidad económica, es necesario hacer los esfuerzos para que estos emprendimientos sean una fuente atractiva de ingresos para los núcleos familiares de la comuna Libertador Bolívar.

Figura 15. Nivel de satisfacción por servicios brindados en comuna Libertador Bolívar



El criterio de los encuestados refleja que los habitantes de la comuna Libertador Bolívar deben preocuparse por mejorar los servicios brindados al turística y potenciar este segmento de mercado, armar paquetes turísticos con el aprovechamiento de los recursos que tiene el sector; además de servicios adicionales para lograr una fidelidad en el usuario.

Figura 16. Días promedios de permanencia



El tiempo de permanencia para un turista que gusta de relajación y descanso, está determinado entre 3 y 4 días; planteando por tanto, la necesidad de armar propuestas que incluyan paquetes turísticos con estas referencias y dar una mejor cobertura, ofreciendo tiempos de calidad y plenitud al visitante nacional y extranjero.

Conclusiones

- La investigación permite identificar con mayor claridad el contexto de las dos variables estudiadas: Responsabilidad Social Empresarial y Emprendimientos Comunitarios, saber el itinerario marcado desde que surgen estas tendencias hasta los actuales momentos y cómo interfieren en los resultados sociales y económicos de una comunidad nacional o extranjera. En el caso particular de Ecuador y específicamente la provincia de Santa Elena, los emprendimientos comunitarios liderados por mujeres ganan preferencia de turistas extranjeros en relación a otros sectores del país. Para la comuna Libertador Bolívar, las bondades naturales como playa, mar, clima, flora, fauna, geografía idónea; y, los recursos generados por los propios habitantes, cultivos diversos, artesanías, museos, actividades recreativas, culturales y otras contribuyen a generar ingresos sustentables.
- El compromiso o deber que tienen las empresas con la sociedad que los acoge cuando deciden ofertar sus bienes o servicios, no culmina con una labor social o filantropía, incluso no solo es esforzarse por el cliente externo, sino que a partir del ejercicio cotidiano de la Responsabilidad Social, sus elementos deben visibilizarse también con los clientes internos. Los resultados de esta investigación en los emprendimientos comunitarios, llevan a identificar que la tendencia de los 3 elementos de la responsabilidad social empresarial (alcance, impacto e indicadores) las mantienen en sus gestiones, tomando en cuenta siempre a la sociedad o sector donde habitan. Separando el elemento

Indicadores, se resalta que las acciones están siempre alineadas al Producto/Servicio ecológico; seguido de Compromisos con la comunidad y de Responsabilidad con cliente interno/externo.

- El género femenino paulatinamente ha ganado espacios en el campo empresarial y en los negocios, dejando de lado creencias, ideologías, tendencias y más estereotipos que limitan en otros contextos. La participación de la mujer, por ser parte integrante de los sectores vulnerables contribuye en mejorar sus condiciones de vida y de sus familias, consiguiendo además resultados favorables para las economías, particularmente en nuestra región, provincia de Santa Elena – Ecuador a pesar de las restricciones como el nivel de educación y estado civil. La realidad social hace que las mujeres busquen las formas de dar sustento a sus hogares sin tener que movilizarse, realizando adecuaciones en sus hogares a fin de ofrecer servicios de alojamiento comunitario a los turistas. Muy probablemente sus domicilios han sido producto de herencias familiares en relación al rango de edades en las que prevalece la actividad emprendedora. Los clientes que hacen uso de los servicios de hospedaje son con mayor frecuencia los extranjeros de nacionalidad estadounidense.
- Los resultados obtenidos en el trabajo de campo detectan algunas necesidades de los turistas y emprendedoras comunitarias para mejorar los servicios de alojamiento, proponiendo por ello, algunas acciones o estrategias como: nuevas adecuaciones ecológicas según los recursos disponibles en el sitio y sectores aledaños; ampliación de servicios brindados a través de itinerarios de paquetes turísticos con recorridos a sitios cercanos para mejorar las economías de otros pobladores; establecer alianzas estratégicas para incorporar servicios de transporte interno y externo con choferes que dominen el idioma inglés; adicionalmente, la implementación de herramientas o plataformas tecnológicas, vital por el segmento de mercado al que pertenecen.

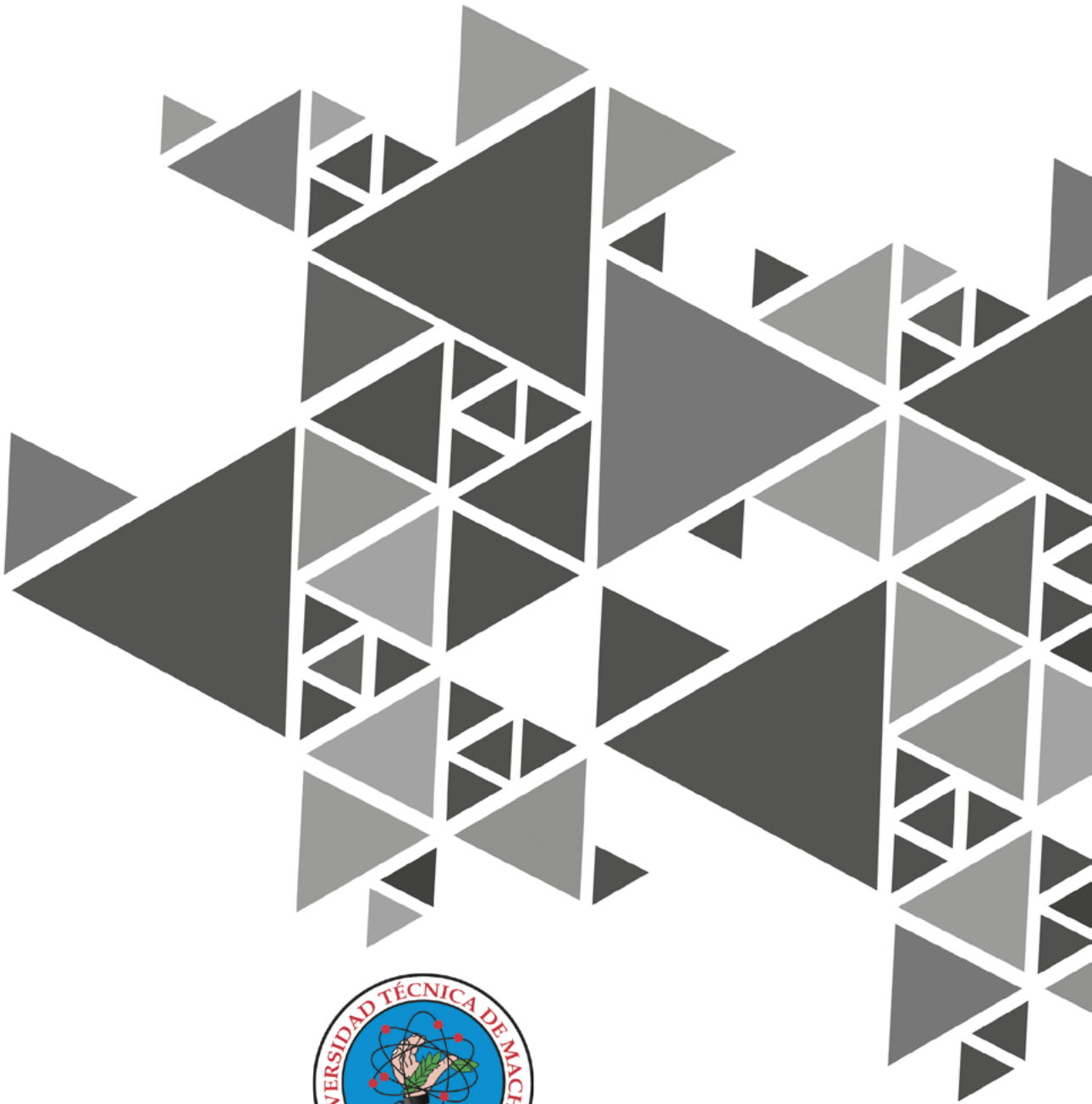
Referencias

- Arce Castro, B. (2010). *Características que distinguen a las Pequeñas y Medianas Empresas*. México: Pearson
- Canessa, G. y García, E. (2005). *El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú y en el Mundo*. Perú: Biblioteca Nacional.
- Centro de Documentación Turística – CEDOC (1996). *Las mujeres y el mercado laboral del sector turismo*. Recuperado de <https://cedocvirtual.sectur.gob.mx/janium/Documentos/003414Pri0000.pdf>. Consultado en: 20 de Octubre del 2019.
- Grupo Viajar (13 de Junio de 2018). “Cerca de un millón de extranjeros arribaron al país”. *Diario El Comercio*. Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/viajar/cerca-millon-extranjeros-arribaron-ecuador.html>
- Edición LATAM (2018). “Ecuador registra cifras récord de turismo internacional en 2018”. Recuperado de: https://www.hosteltur.com/lat/114060_ecuador-registra-cifras-record-turismo-internacional-2018.html
- España, Fundación Bertelsmann (2007). *Emprendimiento Social Juvenil, 18 Buenas Prácticas*. Recuperado de https://www.observatoritercersector.org/Portals/13/Publicacions/Llibres/16.%20Emprendimiento_Social_Juvenil.pdf?ver=2018-01-10-120346-680
- Fxrtrader. (2010). ¿Qué es el emprendimiento social?. *Emprendices*. [Blog en línea] Recuperado de www.emprendices.co/que-es-el-emprendimiento-social/
- [Global Entrepreneurship Monitor – GEM, capítulo Ecuador \(2017\)](#)
- Herrera Meza, B. (Agosto de 2014), Participación de la Mujer y la innovación en los negocios. *Desarrollo Humano y Responsabilidad Social*. Simposio llevado a cabo en el II Encuentro de Investigación en Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, Bogotá, Colombia.
- Las Kellys. (2016). *Trabajo Turístico y Mujeres*. Obtenido de Asociación Las Kellys: <https://laskellys.org/2016/07/26/trabajo-turistico-y-mujeres/>
- Ministerio de Turismo de Ecuador (2017). *Industria turística del país se familiariza con la herramienta turismo en cifras*. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/industria-turistica-del-pais-se-familiariza-con-la-herramienta-turismo-en-cifras/>
- Ministerio de Turismo de Ecuador (2019). Movimientos Internacionales, Cifras de llegadas y salidas de viajeros internacionales en el Ecuador. Recuperado de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internacionales>

- Molina, W. (2 de Septiembre, 2017). “El turismo familiar motiva a comuna Libertador Bolívar”. *Diario El Telégrafo*. Recuperado de: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/guayas/1/el-turismo-familiar-motiva-a-comuna-libertador-bolivar>
- Núñez Guale, L. (2012), *La Unidad de Emprendimiento y el fortalecimiento de la Cultura Emprendedora, en los estudiantes de la Escuela de Ingeniería Comercial, de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, en el año 2010*, (Tesis de postgrado inédita) Universidad Estatal de Bolívar, Guaranda, Ecuador.
- Opeturmo. (20 de julio del 2018). *Comuna Libertador Bolivar – Santa Elena – Ecuador* [Mensaje en un Blog]. Recuperado de: <https://opeturmo.com/blog/es/2018/07/20/566/>. Consultado en: 16 de Octubre del 2019.
- Organización de Naciones Unidas – ONU MUJERES. (2011). *Principios para el empoderamiento de las mujeres*. Compact, United Nations Global.
- Pesantes, E. (19 de Noviembre, 2016). “¡Un gran sábado amigos! En el #AmanecerEC de hoy llegamos a Playa Bruja, en Santa Elena. Como ven, un gran lugar para vivir aventuras.” *Diario El Comercio*. [Publicación en Twitter]. Recuperado de: <https://twitter.com/elcomercio/status/799975525112496132>
- Puterman Szomstein, P. (Noviembre de 2010). Implicaciones de ISO 26000. *Otro Mundo es posible*. Recuperado de <http://www.otromundoesposible.net/habemus-norma-iso-26000/>
- Rodríguez Valencia, J. (1996). *Cómo Administrar Pequeñas y Medianas Empresas*. 4° Edición. México: Thomson Editores.
- Sanchez, M. (Abril, 2016). “Fresco y delicioso...”. Re: La Caída del Sol. [Comentario en TripAdvisor]. Recuperado de: https://www.tripadvisor.co/Restaurant_Review-g635730-d8503850-Reviews-La_Caida_Del_Sol-Puerto_Lopez_Manabi_Province.html#photos;aggregationId=&albumid=&filter=2&ff=180845540
- Sparrer, M. (2003). *Género y Turismo Rural. El ejemplo de la Costa Coruñesa*. *Revistas Científicas Españolas FECYT*.
- Valle, C. (2018). *INEC, Atlas de Género*. Recuperado de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Libros/Atlas_de_Genero_Final.pdf
- Vinueza, G. (2010). *Definiciones de Emprendimiento*. Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/44363666/Deber-Defeniciones-de-Emprendimiento>
- Viteri, D., Peñaherrera, P., & Vinueza, J. (2017). *La equidad de Género como parte de la Responsabilidad Social en el Mercado Laboral de la Industria Turística del Ecuador*. *Revista Iberoamericana de Estrategia*, 23 - 36. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/3312/331253804003.pdf>
- Vives A., Corral, A. e Isusi, I. (2005). *Tendencias de la Responsabilidad Social en Argentina*. Argentina: Universidad Católica de Córdoba.

Universidad Técnica de Machala

Ediciones UTMACH
Primera edición en español 2020
PDF interactivo



Universidad Técnica de Machala
Dirección de Investigación

ISBN: 978-9942-24-140-5



Av Panamericana Km 5-5
+593 7 2983362
utmachala.edu.ec / investigacion.utmachala.edu.ec

9 789942 241405