

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y RENTABILIDAD FINANCIERA EN EL SECTOR HOTELERO DE CUENCA - ECUADOR

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND PROFITABILITY IN THE HOTEL SECTOR
OF CUENCA – ECUADOR

JEL Classification: L25, L83, M14

Received: August 25, 2021 | **Accepted:** December 13, 2020 | **Available online:** December 26, 2021
Cite this article as: Arebalo-Naulaguari, J., Tapia-Álvarez, E., Armijos, J., & Fernández, G. (2021).
Responsabilidad social empresarial y rentabilidad financiera en el sector hotelero de Cuenca - Ecuador.
Estudios de Administración, 28 (2), 131-145. <https://doi.org/10.5354/0719-0816.2021.64690>

Jaqueline Dayana Arebalo-Naulaguari

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de Cuenca, Ecuador
jaqueline.arebalo@ucuenca.edu.ec

Estefanía Michelle Tapia-Álvarez

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de Cuenca, Ecuador
estefania.tapia0803@ucuenca.edu.ec

Johanna C. Armijos Cordero

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de Cuenca, Ecuador
johanna.armijos@ucuenca.edu.ec

Gladys Victoria Fernández Aviles

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de Cuenca, Ecuador
gladys.fernandez@ucuenca.edu.ec

Resumen

Las prácticas socialmente responsables se aplican como estrategia de gestión empresarial para el bienestar de los grupos de interés o stakeholders, y contribuyen al impulso de procesos para el desarrollo sostenible (Villacís et al., 2016). El objetivo de este artículo fue determinar la relación existente entre las prácticas de responsabilidad social empresarial en el ámbito “Consumidores” y la rentabilidad financiera de seis alojamientos de la ciudad de Cuenca. Los resultados revelaron la existencia de una relación positiva entre el Índice RSE-Consumidores y el rendimiento sobre ventas, y la relación entre el criterio de relacionamiento con el cliente y el rendimiento sobre



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

ventas. Finalmente, los alojamientos analizados en la ciudad de Cuenca revelan que entre mejor sea el nivel de implementación de la responsabilidad social empresarial, mayor será la rentabilidad financiera. Así, este estudio provee nueva información para las empresas de países en vías de desarrollo y para ciudades consideradas como Patrimonio de la Humanidad.

Palabras claves: Responsabilidad social empresarial, rentabilidad financiera, consumidor, establecimiento de alojamiento.

Abstract

Socially responsible practices are applied as a business management strategy for the well-being of stakeholders and they contribute to the promotion of sustainable development processes (Villacís et al., 2016). The purpose of this article is to determine the relationship between Corporate Social Responsibility practices in the consumer area and the profitability of six lodging establishments in the city of Cuenca. The results showed a positive relationship between the CSR-Consumer Index and Return on Sales, and between the Customer Relationship criterion and Return on Sales. The lodging establishments involved in the study are clear that the greater the level of implementation of Corporate Social Responsibility, the higher the financial profitability. The study therefore provides new information for companies of developing countries and for a city considered as a microcosm.

Keywords: Corporate social responsibility, profitability, consumer, lodging establishment.

1. Introducción

En los últimos años, los cambios comerciales rápidos e impredecibles han colocado a las empresas en condiciones desfavorables y de incertidumbre por la sobreoferta de productos y servicios en el mercado (Ormaza *et al.*, 2020).

Las necesidades y las grandes presiones de los stakeholders han obligado a que los empresarios desarrollen e implementen políticas y estrategias que no solo consideren aspectos monetarios, sino también sociales y ambientales (Lopez *et al.*, 2016; Utria *et al.*, 2017). Una de esas estrategias es la responsabilidad social empresarial (RSE), que tiene como propósito convertir a las empresas en organizaciones sostenibles, en beneficio de la sociedad y del medio ambiente.

Actualmente, las prácticas de la RSE se extienden a todos los sectores económicos en cualquier parte del mundo, tal es el caso del sector turístico. En ese sentido, las empresas hoteleras (como elementos clave en la cadena de actividad) han incorporado estrategias de gestión de RSE, debido a su contribución en empleo y en rentabilidad,

así como por el efecto ambiental, económico y social que conllevan dichas estrategias (Flores-Ruiz *et al.*, 2016; Santiago *et al.*, 2017; Wojtarowski *et al.*, 2016).

Por otro lado, en Ecuador, el turismo representa la tercera fuente de ingresos no petroleros, y Cuenca (considerado como Patrimonio de la Humanidad) ocupa el tercer lugar entre las ciudades más importantes del país al poseer una importante riqueza cultural materializada en un entorno privilegiado (Ministerio de Turismo, 2019; Serrano *et al.*, 2019). Sin embargo, en el sector hotelero ecuatoriano, la implementación de la RSE es básica, puesto que no es vista como una estrategia positiva que genere ventajas competitivas (a mediano o a largo plazo) ni se ha tomado en consideración que mejora la reputación corporativa y la imagen ante la sociedad (Iturrioz del Campo *et al.*, 2019; Lopez *et al.*, 2016).

Ahora, los consumidores constituyen un grupo de interés considerado como prioritario; en su conjunto, forman comunidades que demandan: mayor atención y cuidado del medio ambiente, una producción limpia, la contribución de las empresas con la sociedad a partir de su enriquecimiento, entre otros aspectos (Hernández *et al.*, 2019; Lopez *et al.*, 2019; Saltos & Velázquez, 2019; Tapia *et al.*, 2018; Téllez-Bedoya & Bernal-Rodríguez, 2019). Por ello, para captar la atención de este grupo es preciso conocer sus necesidades y motivaciones (Fernández *et al.*, 2017), dado que solo de esa manera las empresas podrán ofrecer productos o servicios de calidad, generando a futuro un mejor desarrollo económico y un mayor rendimiento financiero (Coba *et al.*, 2017; Espinoza, 2016).

La rentabilidad constituye el rendimiento de una empresa, medido en unidades monetarias a partir de sus valores invertidos (Baena, 2014). La evaluación de la rentabilidad financiera proporciona directrices importantes para los dueños y administradores, al relacionar la capacidad de generar recursos en la operación de corto plazo de la organización, garantizando su permanencia en el mercado y, por consiguiente, la generación de valor (Arimany-Serrat *et al.*, 2016; Caiza *et al.*, 2020; Gaytán, 2017; Nogueira-Rivera *et al.*, 2017).

El desarrollo de la RSE y la rentabilidad financiera implican un alto interés en la correcta aplicación de las políticas de RSE, a fin de garantizar un desempeño eficiente en las organizaciones.

Al respecto, en Ecuador, Padilla-Lozano *et al.* (2018) y Padilla *et al.* (2017) analizaron la industria del plástico y del sector químico-farmacéutico, midiendo a la RSE en tres dimensiones: social, económica y ambiental, y al desempeño financiero según el grado de rentabilidad sobre activos, patrimonio y ventas; los autores determinaron que la implementación de actividades de RSE, en todas sus dimensiones, repercute positivamente en el rendimiento financiero empresarial, así como también en la adquisición de conocimientos valiosos y diversos. En ese sentido, esta investigación tiene como objetivo determinar la relación entre las prácticas de RSE del ámbito Consumidores y la rentabilidad financiera en seis alojamientos de la ciudad de Cuenca. Lo anterior, permitirá a los directivos del sector hotelero, y de otros sectores económicos, conocer las ventajas de la aplicación de prácticas socialmente responsables en sus empresas.

2. Fundamentación teórica

La responsabilidad social empresarial ha sido conceptualizada ampliamente en la literatura, pues existen varios argumentos tratados por diferentes autores y organismos. Las empresas han ido adoptado a la RSE como una forma de gestión organizacional y de valor añadido para el desarrollo sostenible (Bermúdez-Colina &

Mejías-Acosta, 2018).

Según la Norma ISO 26000 (2010), la RSE es un compromiso ético y transparente que posee una organización con la sociedad y el medio ambiente, debido a los efectos que originan sus decisiones y actividades, involucrando a las partes interesadas y cumpliendo con la legislación aplicable. Asimismo, Rovira (2016) plantea que: “la Responsabilidad Social Empresarial es el conjunto de obligaciones y compromisos, legales y éticos tanto nacionales como internacionales que adquiere una compañía en el ámbito social, laboral, medioambiental y de derechos humanos” (p. 35).

La RSE ha venido ganando influencia, año tras año, en el mundo empresarial y en la investigación académica (Bernal et al., 2018; Peña et al., 2019). Es un término innovador, diferente y eficaz (Rovira, 2016), aplicado inicialmente por las multinacionales que incluyeron cambios en sus estrategias y generaron mayores expectativas en las partes interesadas (Mendoza et al., 2018). Hoy en día, las empresas (de todos los sectores y tamaños) han ido incorporando esta concepción como parte de sus estrategias organizacionales.

En América Latina, la implementación de las prácticas de RSE se realiza bajo un modelo adaptado a la realidad de cada país y sector industrial, es decir, un propio modelo eficiente que sea rentable (Bermúdez-Colina & Mejías-Acosta, 2018). Sin embargo, en Ecuador, la RSE no ha sido acogida por todas las empresas, debido al sector al que pertenecen, al grado de incidencia en la sociedad y a la poca participación del gobierno (Acosta et al., 2018; Villacís et al., 2016). Por ello, la poca aplicación de este modelo genera que las normas internacionales relacionadas con la RSE se constituyan en guías no obligatorias, las cuales emplean voluntariamente los empresarios a fin de vincularlas con la ética que poseen en sus empresas.

Al ser un compromiso voluntario, las empresas asumen la implementación de la RSE como una actuación moral, que promueve prácticas que buscan el bien común de la sociedad (Araiza et al., 2020; Vallaes, 2020). Existe una gran variedad de documentos institucionales que constituyen una herramienta de autoevaluación, los cuales son desarrollados por consultores, en su mayoría, (Bermúdez-Colina & Mejías-Acosta, 2018): Adec-Ethos (2009); CentraRSE (2019); ComprometerSE (2010); Fundemas (2012); Global Reporting Initiative (GRI, 2013) y ProHumana (2006). Esos documentos abordan la RSE en diferentes dimensiones: económica, social y ambiental.

Por otro lado, los stakeholders son de gran relevancia y, en este contexto, los consumidores forman el grupo de mayor trascendencia de las acciones de la empresa (Armijos, 2017). Los consumidores y clientes, considerados organizaciones y miembros individuales de la sociedad que adquieren o utilizan productos y servicios para satisfacer sus necesidades (ISO 26000, 2010), se han convertido en personajes influyentes al conseguir un gran protagonismo en la toma de decisiones empresariales (Matus, 2017). Incluso, la creciente preocupación de los clientes y de la sociedad sobre los impactos de las industrias en el medio ambiente hace que este grupo se identifique y prefiera a las organizaciones distinguidas con la iniciativa de empresas socialmente responsables (Hernández et al., 2018). En concordancia con lo anterior, Zapata (2012) (como se citó en Araiza et al., 2020) demuestra, a través de una correlación positiva, que existe una relación directa entre la satisfacción del cliente con la RSE; también, concluye que percibir la preferencia del consumidor es importante.

Hay muchas investigaciones y teorías que abordan la relación existente entre las prácticas de RSE y el desempeño financiero de una empresa. Ansoff (1983) (como se citó en Padilla et al., 2017) fue uno de los pioneros en determinar la correlación entre la RSE y el rendimiento empresarial, vinculando lo ambiental y lo social con la formulación estratégica; los estudios sobre RSE y rentabilidad financiera, por ejemplo

Muñoz-Murcia et al. (2020), muestran en su revisión literaria una relación positiva como resultado de los hallazgos más numerosos. Asimismo, a nivel internacional, otros estudios han entregado evidencia que apoya esa relación: en el sector industrial, Vilar et al. (2019), determinaron que la relación entre aspectos sociales y financieros en las empresas tiene un efecto positivo, y es un tema de interés y motivación para las organizaciones e investigadores; en el sector de mercado de valores, Díaz (2017) demostró la relación entre el resultado financiero y la RSE, y concluye que existe una correlación, pero no causalidad.

No obstante, en Ecuador, son pocos los estudios académicos que se han centrado en analizar la relación existente entre la RSE y la rentabilidad financiera, entre ellos: Coba et al. (2017); Padilla-Lozano et al. (2018) y Padilla et al. (2017) indagaron la adopción de prácticas socialmente responsables y analizaron la relación entre los pilares de la RSE y el desempeño financiero en diferentes sectores empresariales; los confirmaron que la inversión en asesoría y difusión de actividades de RSE producen efectos positivos sobre el rendimiento del capital invertido, y por ende, en el aumento del nivel de ingresos. De la misma forma, Freire et al. (2018) sostienen que la RSE sí incide en la rentabilidad económica de las empresas ecuatorianas, pero los resultados obtenidos son adyacentes, debido a que en su estudio faltó incluir variables adicionales de rentabilidad y examinar con profundidad las diferentes dimensiones de la RSE. Mientras que, en relación con el ámbito “Consumidores” no se han localizado estudios o investigaciones que enlacen ese ámbito con la rentabilidad financiera, y, en concreto, en el sector hotelero.

3. Materiales y métodos

La presente investigación combina una vertiente descriptiva y correlacional, con enfoque cuantitativo, para conocer el nivel de aplicación con respecto a los criterios de la RSE-Consumidores en los establecimientos de alojamiento, así como para determinar la existencia de la relación entre la RSE en el ámbito Consumidores y el rendimiento financiero.

Para la elección de los seis alojamientos de la ciudad de Cuenca, se consideraron a los establecimientos constituidos como personas jurídicas de acuerdo con los requisitos establecidos por la Ley de Compañías (2014), y que presentaron la información económica-financiera a la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, correspondiente al período fiscal 2019.

Con el objetivo de mantener el sigilo sobre la información de las empresas estudiadas, se establece la nomenclatura EA que significa Establecimiento de Alojamiento, la cual se enumera desde EA1 hasta EA6.

Para determinar la relevancia de las variables del ámbito Consumidores se consideró la metodología realizada por Armijos et al. (2020), quienes analizaron las propuestas más importantes de implementación de RSE a nivel mundial como: Adec-Ethos (2009); CentraRSE (2019); Global Reporting Initiative (2013); ISO 26000 (2010) y ProHumana (2006), además, indagaron el Plan Nacional de Desarrollo - Toda una Vida (2017) de Ecuador y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Del análisis, determinaron las siguientes variables: Relacionamiento con el cliente, servicio al cliente y manejo de riesgos. Posteriormente, para medir el nivel de profundidad de la RSE, adoptaron el modelo de Adec Ethos y de Deming con su ciclo de mejora continua (planificar, hacer, verificar y actuar).

Por otra parte, las variables para evaluar el desempeño financiero fueron definidas

en torno a investigaciones previas relacionadas con el impacto que tienen las prácticas de RSE sobre la rentabilidad financiera, dentro de las cuales se tiene: rendimiento sobre activos (ROA), rendimiento sobre patrimonio (ROE) y rendimiento sobre ventas (ROS) (Coba et al., 2017; Padilla-Lozano et al., 2018; Padilla et al., 2017).

Para los cálculos respectivos, se utilizó un programa estadístico, en el que se procedió a realizar pruebas de normalidad a los datos, mediante la prueba de Shapiro – Wilk, que se utiliza para menos de cincuenta elementos. Eso determinó que no todos los datos se encuentran dentro de la curva de normalidad. En efecto, se aplicó la correlación de Spearman, considerando niveles de significancia de 0.05 y 0.01, ambas de 2 colas. La principal correlación se obtuvo entre el Índice RSE-Consumidores y cada indicador financiero de rentabilidad; ese índice se calculó mediante la multiplicación de la relevancia de las variables y los resultados obtenidos por cada establecimiento. Finalmente, se realizaron correlaciones más específicas entre cada criterio del ámbito Consumidores y los indicadores financieros.

4. Resultados

Una vez identificados los criterios principales del ámbito Consumidores de la RSE y calculado los indicadores financieros de rentabilidad, se presentan los resultados del estudio planteado.

En primer lugar, se evalúa el nivel de aplicación de RSE-Consumidores por establecimiento de alojamiento. La Tabla 1 destaca que el EA4 presentó el mejor nivel de aplicación con 4.12. Por otro lado, EA1, EA2 y EA3 mostraron bajos niveles con 0.83, 0.44 y 0.61, respectivamente.

Tabla 1. Nivel de aplicación del RSE-Consumidores en los establecimientos de alojamiento

	Índice RSE – Consumidores
EA1	0,83
EA2	0,44
EA3	0,61
EA4	4,12
EA5	1,78
EA6	2,44

Nota: Elaboración propia con base en la información obtenida de las encuestas realizadas a los establecimientos de alojamiento de Cuenca.

Por consiguiente, se presentan los indicadores de rentabilidad financiera por establecimiento de alojamiento. En ese aspecto, el EA4 alcanzó el mejor rendimiento sobre activos con 0.09, sobre patrimonio con 0.26 y sobre ventas con 0.04. Por el contrario, los demás establecimientos obtuvieron rendimientos negativos, la información se puede visualizar en la Tabla 2.

Tabla 2. Rentabilidad financiera de los establecimientos de alojamiento

	ROA	ROE	ROS
EA1	-0,21	0,12	-0,12
EA2	-0,06	-0,12	-0,14
EA3	-0,06	-3,21	-0,06
EA4	0,09	0,26	0,04
EA5	-0,00	-0,01	-0,01
EA6	-0,01	-0,02	-0,04

Nota: Elaboración propia con base en la información obtenida de los estados financieros de los establecimientos de alojamiento de Cuenca.

Ahora bien, en la Tabla 3 se muestra un análisis descriptivo (media, desviación estándar, valor mínimo y valor máximo) de las variables de la RSE evaluadas. El Índice RSE-Consumidores alcanzó un promedio general de 1.70, lo que representa que los establecimientos de alojamiento aplican prácticas de RSE en un nivel básico, además, los datos tienen una dispersión de 1.41 con respecto a la media. De igual manera, el valor mínimo es de 0.44 y el valor máximo de 4.12 en relación con el nivel de aplicación de RSE.

Tabla 3. Estadísticos descriptivos

	Media	Desv. Desviación	Mínimo	Máximo	N
Índice RSE-Consumidores	1,703	1,410	0,440	4,120	6
Relacionamiento con el cliente	0,975	0,809	0,000	1,950	6
Servicio al cliente	0,403	0,257	0,220	0,880	6
Manejo de riesgos del servicio	0,325	0,796	0,000	1,950	6

Nota: Elaboración propia con base en la información obtenida de las encuestas realizadas a los establecimientos de alojamiento de Cuenca.

Finalmente, se realiza un análisis de correlación de Spearman entre las variables. En la Tabla 4 se aprecian los resultados del Índice RSE-Consumidores e indicadores financieros de rentabilidad. Desde el punto de vista del coeficiente de correlación, se demostró una relación positiva de todas las variables estudiadas, y considerando el nivel de significancia se determinó que la única relación fuerte y directa es de 0.886, que se presenta entre el índice y el indicador financiero ROS, este resultado es significativo en el nivel $p = 0.05$.

Tabla 4. Correlaciones del Índice RSE – Consumidores sobre los indicadores financieros de rentabilidad

		Índice RSE	ROA	ROE	ROS
Índice RSE – Consumidores	CS	1	0,714	0,714	0,886
	Sig.		0,111	0,111	0,019
	N	6	6	6	6
Rendimiento sobre activos	CS	0,714	1	0,429	0,829
	Sig.	0,111	.	0,397	0,042
	N	6	6	6	6
Rendimiento sobre patrimonio	CS	0,714	0,429	1	0,543
	Sig.	0,111	0,397	.	0,266
	N	6	6	6	6
Rendimiento sobre ventas	CS	0,886	0,829	0,543	1
	Sig.	0,019	0,042	0,266	.
	N	6	6	6	6

Nota: Elaboración propia con base en la información obtenida de las encuestas realizadas a los establecimientos de alojamiento de Cuenca.

Un análisis más específico por cada criterio del ámbito Consumidores y los indicadores financieros evidenció la existencia de una relación estadísticamente significativa entre relacionamiento con el cliente y el indicador ROS con 0.971, resultado significativo en el nivel p valor de 0.01, como se puede observar en la Tabla 5.

Tabla 5. Correlación por cada criterio del ámbito Consumidores sobre los indicadores financieros de rentabilidad

		ROA	ROE	ROS
Relacionamiento con el cliente	CS	0,794	0,647	0,971
	Sig.	0,059	0,165	0,001
	N	6	6	6
Servicio al cliente	CS	-0,339	-0,123	-0,494
	Sig.	0,510	0,816	0,320
	N	6	6	6
Manejo de riesgos del servicio	CS	0,655	0,655	0,655
	Sig.	0,158	0,158	0,158
	N	6	6	6

Nota: Elaboración propia con base en la información obtenida de las encuestas realizadas a los establecimientos de alojamiento de Cuenca.

5. Discusión

El presente estudio se plantea como objetivo determinar la relación entre la RSE-Consumidores y la rentabilidad financiera de seis establecimientos de alojamiento de la ciudad de Cuenca, pues eso permitirá ofrecer conocimiento a los directivos y administradores de los diferentes sectores económicos sobre la aplicación de prácticas de RSE y su posibilidad de mejorar el desempeño financiero.

Los resultados de esta investigación indican la existencia de una correlación positiva (0.886) entre Índice RSE-Consumidores y el indicador financiero ROS de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Cuenca, además, al analizar los criterios del ámbito Consumidores se demuestra una relación positiva de 0.971 entre el criterio relacionamiento con el cliente y el indicador ROS. Esto se evidencia en el EA4, que obtuvo el mejor nivel de aplicación de RSE con 4.12, y al mismo tiempo, alcanza un valor de 0.04 en el ROS, siendo este el mayor. Mientras que, el EA2 cuenta con el más bajo nivel de aplicación de RSE con 0.44, y con respecto al ROS con -0.14. Estos resultados sugieren que los establecimientos de alojamiento que invierten eficientemente sus recursos en la implementación de políticas, procesos y sistemas de medición y evaluación de RSE, con enfoque en los consumidores, generarán beneficios económicos a largo plazo.

El principal hallazgo del estudio apoya las investigaciones previas en cuanto a la existencia de una correlación positiva, aunque la RSE haya sido analizada en un solo ámbito. El tema actual es muy controvertido con respecto a la relación entre la RSE y el desempeño financiero, pues la investigación realizada por Cubillos & Rosero (2016) y Muñoz-Murcia et al. (2020) establecen tres tipos de relaciones: positiva, negativa y neutral, sin embargo, concluyen que son más numerosos los estudios que han presentado una relación positiva entre la RSE y la rentabilidad. Cabe mencionar que, no se han realizado estudios comparando el ámbito Consumidores con la rentabilidad financiera, no obstante, trabajos anteriormente publicados analizan a la RSE en su totalidad.

Del estudio se establece el vínculo positivo entre el Índice RSE-Consumidores con la rentabilidad financiera en el indicador ROS de los establecimientos de alojamiento. Esto se debe a que al incrementar las actividades de RSE en las empresas, el nivel de rendimiento tiende a aumentar, porque los clientes prefieren las empresas que implementan estrategias de RSE, pues estas generan una ventaja competitiva y un factor que las hace diferentes en el mercado, asemejándose a los resultados de Coba et al. (2017); Padilla-Lozano et al. (2018) y Padilla et al. (2017).

De igual forma, los resultados obtenidos tienen similitud con los alcanzados por Correa-García & Vásquez-Arango (2020); Díaz (2017) y Vilar et al. (2019) quienes determinan la existencia de una relación con signo positivo entre la RSE y el desempeño financiero. Por otro lado, Madorran & García (2016) difieren con esta investigación al demostrar una relación neutral entre las variables estudiadas, debido a que la variable RSE está condicionada por factores intangibles y no existe un modelo empírico ideal para su medición.

En general, los resultados muestran un apoyo parcial al objetivo, debido a la carencia de relación entre la RSE y todos los indicadores seleccionados que miden

la rentabilidad financiera de los establecimientos de alojamiento. De los seis establecimientos analizados, el promedio de aplicación de RSE representa un nivel básico, lo que se podría explicar porque en Latinoamérica las empresas desarrollan acciones concretas de RSE y no existe una implementación integral (Flores-Ruiz et al., 2016).

Mientras que, el promedio general por cada indicador de rentabilidad demuestra un comportamiento negativo; eso podría haber sido generado por varios factores, entre ellos: la crisis generada por la construcción del tranvía de Cuenca, la disminución de rutas aéreas, el mal estado de la infraestructura terrestre, además de la falta de una política pública nacional y local que respalde al sector turístico (Armijos et al., 2020; Serrano et al., 2018).

No obstante, uno de los problemas que surgieron en esta investigación fue la falta de actualización de la información financiera por parte de las empresas controladas por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, lo que determinó el reducido número de empresas analizadas.

6. Conclusiones

El interés en adoptar prácticas de RSE en los diferentes ámbitos empresariales ha ido incrementándose por los beneficios que esas prácticas generan a mediano y largo plazo. En este sentido, este estudio se propuso establecer la relación entre la RSE en el ámbito Consumidores y la rentabilidad financiera en seis establecimientos de alojamiento de la ciudad de Cuenca. Por lo tanto, esta investigación genera una importante contribución al enriquecimiento de la literatura y ayuda a la toma de nuevas decisiones por parte de los directivos de las empresas.

Los resultados de esta investigación muestran la relación positiva entre el Índice RSE-Consumidores y el indicador ROS. Del mismo modo, analizando cada criterio del ámbito Consumidores se demuestra la existencia de una relación significativa entre relacionamiento con el cliente y el ROS. Resultados que pueden ser explicados porque se evidencia que el establecimiento que presenta el más alto nivel de aplicación de RSE, a la vez, es el único que obtuvo rentabilidad financiera en el indicador ROS, en comparación con las otras organizaciones.

Es importante mencionar que la implementación de políticas de RSE en las empresas del sector hotelero ecuatoriano se basan en acciones concretas y básicas, concluyendo que aún falta mucho para conseguir su implementación integral.

Por lo hallado, sería interesante analizar la temática en distintos sectores empresariales que consideren cada uno de los ámbitos de la RSE y relacionarlos con otros indicadores financieros, con el propósito de identificar cómo las organizaciones están respondiendo a la problemática social y ambiental presente en la actualidad, y cómo las mismas trascienden en los resultados financieros.

Declaración de confidencialidad y privacidad

Para la realización del presente manuscrito, los nombres de los establecimientos de alojamiento han sido omitidos para mantener la confidencialidad de su identidad.

Declaración de conflicto de interés

Los autores del presente manuscrito declaran que no existen conflictos de interés con ninguna entidad o institución, ni de carácter personal en esta publicación.

Referencias

- Acosta, M., Lovato, S., & Buñay, J. (2018). La responsabilidad social corporativa y su rol en las empresas ecuatorianas. *Revista Lasallista de Investigación*, 15(2), 105–117. <https://doi.org/10.22507/rli.v15n2a8>
- Adec-Ethos. (2009). *Guía de Autoaplicación: Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial*.
- Araiza, Z., De León, V., Sierra, M., & Hernández, V. (2020). Dimensiones de la responsabilidad social empresarial como determinantes de la preferencia de compra de los consumidores en la industria refresquera. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 13(2), 27–36.
- Arimany-Serrat, N., Farreras, À., & Rabaseda, J. (2016). Análisis económico financiero del sector vinícola de La Rioja en un entorno de crisis. *Intangible Capital*, 12(1), 268–294. <https://doi.org/10.3926/ic.686>
- Armijos, J. (2017). La Responsabilidad Social Empresarial. Una óptica desde los stakeholders. *Revista Economía y Política*, XIII(26), 103–123. <https://doi.org/10.25097/rep.n26.2017.04>
- Armijos, J., Fernández, G., Alvarado, A., & Freire, S. (2020). Gobernanza y público interno en el sector hotelero microempresarial de la ciudad de Cuenca, 2019. *Revista de Geografía Espacios*, 10(20), 102–119. <https://doi.org/10.25074/07197209.20.1880>
- Baena, D. (2014). *Análisis financiero. Enfoque y proyecciones* (Ecoe Ediciones (ed.); Segunda).
- Bermúdez-Colina, Y., & Mejías-Acosta, A. (2018). Medición de la responsabilidad social empresarial: casos en pequeñas empresas Latinoamericanas. *Ingeniería Industrial*, 39(3), 315–325.
- Bernal, J., Rossi, E., & Navarrete, M. (2018). Responsabilidad Social Empresarial de los servicios hoteleros: valoración de los consumidores. RAN. *Revista Academia & Negocios*, 4(2), 107–114.
- Caiza, E., Valencia, E., & Bedoya, M. (2020). Decisiones de inversión y rentabilidad bajo la valoración financiera en las empresas industriales grandes de la provincia de Cotopaxi, Ecuador. *Universidad & Empresa*, 22(39), 1–26. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.8099>
- CentraRSE. (2019). *Estrategia de trabajo 2016-2020*.
- Coba, E., Díaz, J., Zurita, E., & Proaño, P. (2017). La responsabilidad social empresarial en las empresas del Ecuador. Un test de relación con la imagen corporativa y desempeño financiero. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, 5(18), 23–44.

- ComprometeRSE. (2010). *Responsabilidad Social Empresarial. Manual de Implementación*.
- Correa-García, J., & Vásquez-Arango, L. (2020). Desempeño ambiental, social y de gobierno (ASG): incidencia en el desempeño financiero en el contexto latinoamericano. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 28(2), 67–83. <https://doi.org/10.18359/rfce.4271>
- Cubillos, C., & Rosero, O. (2016). Relación entre Desempeño Financiero y Responsabilidad Social Empresarial: un análisis de literatura (1984-2013). *Face*, 16(2), 90–101. <https://doi.org/10.24054/01204211.v2.n2.2016.2294>
- Díaz, R. (2017). La relación entre desempeño financiero y responsabilidad social empresarial (un estudio de 63 empresas emisoras de la Bolsa Mexicana de Valores). *The Anáhuac Journal*, 17(1), 101–123. <https://doi.org/10.36105/theanahuacjour.2017v17n1.04>
- Espinoza, M. (2016). La responsabilidad social empresarial en las micro, pequeñas y medianas empresas de Ecuador. *Teuken Bidikay*, 8, 39–58.
- Fernández, G., Uribe, C., Pérez, J., & Ríos, I. (2017). Festivales Gastronómicos y Turismo en Latinoamérica. El Festival Raíces de Festivales Gastronómicos y Turismo. *Rosa Dos Ventos*, 9(3), 356–376. <https://doi.org/10.18226/21789061.v9i3p356>
- Flores-Ruiz, D., Bino-Raya, R. E., & De La O Barroso-González, M. (2016). Responsabilidad social en el sector hotelero. Análisis de caso en Córdoba (Argentina). *Journal Globalization, Competitiveness and Governability*, 10(3), 116–135. <https://doi.org/10.3232/GCG.2016.V10.N3.04>
- Freire, C., Govea, K., & Hurtado, G. (2018). Incidencia de la responsabilidad social empresarial en la rentabilidad económica de empresas ecuatorianas. *Revista Espacios*, 39(19), 7–17.
- Fundemas. (2012). *Guía práctica de RSE para Pymes, mejores prácticas para mayor productividad*.
- Gaytán, J. (2017). Cuestiones conceptuales de recursos y capacidades como determinantes del desempeño financiero. *Mercados y Negocios*, 36, 171–184.
- Global Reporting Initiative. (2013). *G4 Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad. GRI*.
- Hernández, F., Mendoza, S., Hernández, J., Barragán, J., & Guerra, P. (2018). Propuesta de Modelo de la Responsabilidad Social Empresarial y su Impacto en la Percepción del Cliente, en la PyMES de Nuevo Laredo, Tamaulipas. *Revista Daena (International Journal of Good Conscience)*, 13(2), 165–181.

- Hernández, N., Araiza, Z., Gutiérrez, L., & Saucedo, Y. (2019). Dimensiones de la responsabilidad social empresarial: Caso empresa procesadora de productos lácteos. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 12(1), 69–78.
- ISO 26000, (2010). *Norma de Responsabilidad Social*. www.iso.org
- Iturrioz del Campo, J., Masa, C., & Medina, A. (2019). La transparencia sobre Responsabilidad Social Corporativa y su implicación con el comportamiento económico-financiero: efectos en las empresas de Economía Social. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 132, 122–143. <https://doi.org/10.5209/reve.65487>
- Ley de Compañías, (2014). Registro Oficial 312 de 5 de noviembre de 1999.
- Lopez, J., Fornés, R., & Carrasco, A. (2019). Modelo De Responsabilidad Social Empresarial Orientado a Los Clientes De Empresas De La Nutrición Animal. *Revista Global de Negocios*, 7(1), 11–25.
- Lopez, J., Ochoa, S., & Ochoa, B. (2016). La cultura organizacional como un apoyo para implementar la responsabilidad social empresarial. *Revista Global de Negocios*, 4(8), 11–21.
- Madorran, C., & Garcia, T. (2016). Corporate Social Responsibility and Financial Performance: The Spanish Case. *Revista de Administração de Empresas*, 56(1), 20–29. <https://doi.org/10.1590/S0034-759020160103>
- Matus, J. (2017). El millennial universitario y la responsabilidad social empresarial. Un análisis cuantitativo sobre su actitud de compra. *XXII Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática*.
- Mendoza, A., Avila, P., Meza, J., Zambrano, A., & Chavarría, M. (2018). La Responsabilidad Social Empresarial Las Pymes En El Ecuador. *III Congreso Virtual Internacional Sobre Desafíos de Las Empresas Del Siglo XXI Abril 2018*.
- Ministerio de Turismo. (2019). *¿Por qué Cuenca es Patrimonio Cultural de la Humanidad? – Ministerio de Turismo*. <https://www.turismo.gob.ec/por-que-cuenca-es-patrimonio-cultural-de-la-humanidad/>
- Muñoz-Murcia, N., Ruiz-Acosta, L., & Camargo-Mayorga, D. (2020). Relación entre responsabilidad social empresarial y rentabilidad: una revisión de literatura. *Encuentros*, 18(2), 128–141. <https://doi.org/10.15665/encuen.v18i02.2406>
- Nogueira-Rivera, D., Medina-León, A., Hernández-Nariño, A., Comas-Rodríguez, R., & Medina-Nogueira, D. (2017). Análisis económico-financiero: talón de Aquiles de la organización. Caso de aplicación. *Ingeniería Industrial*, 38(1), 106–115.
- Ormaza, J., Ochoa, J., Ramírez, F., & Quevedo, J. (2020). Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030. *Revista de Ciencias Sociales* (Ve), 26(3).

- Padilla-Lozano, C., Arévalo-Avecillas, D., & Wong-Laborde, N. (2018). Influencia de la responsabilidad social en el desempeño financiero del sector químico-farmacéutico. *Equidad y Desarrollo*, 1(32), 121–141. <https://doi.org/10.19052/ed.4366>
- Padilla, C., Arévalo, D., Bustamante, M., & Vidal, C. (2017). Responsabilidad Social Empresarial y Desempeño Financiero en la Industria del Plástico en Ecuador. *Informacion Tecnologica*, 28(4), 93–102. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642017000400012>
- Peña, M. J., Vallejo, J. B., Malla, F. Y., & Sarmiento, G. del P. (2019). Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador y las organizaciones financieras de la Economía Popular y Solidaria. *YACHANA Revista Científica*, 8(2), 39–51. <https://doi.org/10.1234/yach.v8i2.597>
- ProHumana. (2006). *Manual de RSE para PYMES*.
- Rovira, C. (2016). *Responsabilidad social competitiva*. Barcelona: Empresa Activa.
- Salto, M., & Velázquez, R. (2019). Apuntes teóricos para la promoción de la Responsabilidad Social Empresarial en Ecuador. *Revista Espacios*, 40(43), 1–13.
- Santiago, N., Romero, A., & Álvarez, G. (2017). Actualidad y proyecciones de desarrollo del turismo internacional en Ecuador. *Revista de Ciencia, Tecnología e Innovación*, 4(3), 276–287.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - Ecuador. (2017). *Toda una Vida - Plan Nacional de Desarrollo 2017 - 2021*.
- Serrano, A., Freire, S., & Espinoza-Figueroa. (2018). *Boletín de indicadores turísticos del cantón Cuenca*. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/31373>
- Serrano, A., Freire, S., & Villafuerte, E. (2019). Estudio y aplicación de indicadores turísticos en la oferta y demanda turística por periodos de tiempo en la ciudad de Cuenca - Ecuador. *Siembra*, 6(1), 156–164. <https://doi.org/10.29166/siembra.v6i1.1718>
- Tapia, A., Gavilán, M., Jácome, S., & Balseca, J. (2018). La Responsabilidad Social Empresarial: Un desafío para la sostenibilidad de las empresas del Ecuador. 3C Empresa. *Investigación y Pensamiento Crítico*, 7(4), 68–89. <https://doi.org/10.17993/3cemp.2018.070436.68-89/>
- Téllez-Bedoya, C. A., & Bernal-Rodríguez, E. A. (2019). La Responsabilidad Social Empresarial en el sector calzado: Estudio de caso en Bogotá, Colombia. *Saber, Ciencia y Libertad*, 14(1), 101–117. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2019v14n1.5209>
- Utria, L. V., De La Espriella, L. E., & Cásseres, M. I. (2017). Análisis de la evolución teórica de la Responsabilidad Social Empresarial. *Gerencia Libre*, 3, 15–24.

- Vallaesys, F. (2020). ¿Por qué la responsabilidad social empresarial no es todavía transformadora? Una aclaración filosófica. *Andamios*, 17(42), 309–333. <https://doi.org/10.29092/uacm.v17i42.745>
- Vilar, J., Fé, J., & Vasallo, A. (2019). El sector de la construcción en Galicia: Responsabilidad social empresarial y resultados financieros. *Revista Galega de Economía*, 28(1), 40–56. <https://doi.org/10.15304/rge.28.1.6162>
- Villacís, C., Suarez, Y., & Guillín, X. (2016). Análisis de la Responsabilidad Social en el Ecuador. *Revista Publicando*, 3(8), 452–466.
- Wojtarowski, A., Silva, E., Piñar, M. de los A., & Negrete, J. (2016). La Responsabilidad Social Empresarial como pieza clave en la transición hacia el desarrollo sustentable en el sector turístico. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(1), 127–139. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2016.14.008>