

DOI: <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v7i3.590>

Responsabilidad social de empresas turísticas y su impacto en el cuidado medio ambiental de Manabí

Social responsibility of tourist companies and its impact on the environmental care of Manabí

Responsabilidade social das empresas de turismo e seu impacto no cuidado ambiental de Manabí

Karen Gisela Pinargote-Montenegro^I

karen.pinargote@uleam.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-9992-323X>

Rossanna Kimena Arteaga-Flores^{II}

rossanna.arteaga@uleam.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-0588-3928>

Nuri Lupita Palacios-Briones^{III}

nuri.palacios@uleam.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-2524-9374>

Correspondencia: karen.pinargote@uleam.edu.ec

* **Recepción:** 22/05/2022 * **Aceptación:** 20/06/2022 * **Publicación:** 01/07/2022

1. Magister en Administracion de Empresas (Mba) Programa Integral de Habilidades Múltiples, Diploma Superior en Tributación, Ingeniera Comercial, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Manta, Ecuador.
2. Magister en Negocios Internacionales y Gestión en Comercio Exterior, Master Universitario en Investigación en Administración y Economía de la Empresa, Profesora de Segunda Enseñanza Especialidad Castellano y Literatura, Licenciada en Ciencias de la Educación Especialización Castellano y Literatura, Economista, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Manta, Ecuador.
3. Especialista en Diseño Curricular por Competencias, Ingeniera en Sistemas, Analista de Sistemas, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Manta, Ecuador.



Resumen

La responsabilidad social empresarial, es un compromiso que debe ser asumido por las empresas hacia la sociedad, se centra no solo en darle un uso responsable a los recursos internos y externos de la empresa como empleados, proveedores, infraestructura y en el cuidado y preservación de la naturaleza, sino también en ayudar al desarrollo socioeconómico del lugar donde se encuentra y mejorar la calidad de vida de sus habitantes. La presente investigación tiene como objetivo principal establecer de qué manera la responsabilidad social de las empresas turísticas de Manabí impactan en el cuidado del medio ambiente, a través de un estudio cuantitativo con un diseño no experimental: transversal correccional, a través de una encuesta estructurada que consta de 35 con una escala comparativa de Likert, validada con el coeficiente de Cronbach, donde se obtuvo un valor de 0,971 lo que sustenta la aplicabilidad del instrumento utilizado. Mediante el procesamiento de datos en el programa IBM SPSS se evidencia una correlación significativa entre las variables estudiadas de acuerdo al coeficiente de Spearman demostrando con un nivel de 0,899, validando la correlación entre las variables de estudio.

Palabras claves: Responsabilidad social empresarial; desarrollo socioeconómico; cuidado y preservación de la naturaleza.

Abstract

Corporate social responsibility is a commitment that must be assumed by companies towards society, it focuses not only on giving responsible use to the internal and external resources of the company such as employees, suppliers, infrastructure and in the care and preservation of nature, but also in helping the socioeconomic development of the place where it is located and improving the quality of life of its inhabitants. The main objective of this research is to establish how the social responsibility of tourism companies in Manabí impact on the care of the environment, through a quantitative study with a non-experimental design: cross-correctional, through a structured survey that It consists of 35 with a comparative Likert scale, validated with the Cronbach coefficient, where a value of 0.971 was obtained, which supports the applicability of the instrument used. Through data processing in the IBM SPSS program, a significant correlation between the

variables studied is evidenced according to the Spearman coefficient, demonstrating a level of 0.899, validating the correlation between the study variables.

Keywords: Corporate social responsibility; socioeconomic development; care and preservation of nature.

Resumo

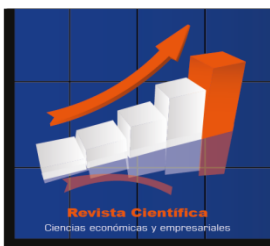
A responsabilidade social corporativa é um compromisso que deve ser assumido pelas empresas para com a sociedade, pois foca não apenas no uso responsável dos recursos internos e externos da empresa como colaboradores, fornecedores, infraestrutura e no cuidado e preservação da natureza, mas também no auxílio ao desenvolvimento socioeconômico do local onde está localizada e na melhoria da qualidade de vida de seus habitantes. O objetivo principal desta pesquisa é estabelecer como a responsabilidade social das empresas de turismo em Manabí impacta no cuidado com o meio ambiente, por meio de um estudo quantitativo com um design não experimental: cross-correcional, por meio de uma pesquisa estruturada que consiste em 35 com uma escala comparativa de Likert, validada com o coeficiente de Cronbach, onde foi obtido um valor de 0,971, o que corrobora a aplicabilidade do instrumento utilizado. Mediante el procesamiento de datos en el programa IBM SPSS se evidencia una correlación significativa entre las variables estudiadas de acuerdo al coeficiente de Spearman demostrando con un nivel de 0,899, validando la correlación entre las variables de estudio.

Palavras-chave: Responsabilidade Social Empresarial; desenvolvimento socioeconômico; cuidado e preservação da natureza.

Introducción

La aplicación de la responsabilidad social empresarial permite incorporar programas de generación de nuevas fuentes de trabajo, políticas de derechos y del medioambiente, incluso crear programas sociales que incluyan la creación de obras con la finalidad de recompensar el impacto que tienen sus operaciones dentro la localidad donde se ubican.

Si la empresa logra cumplir con todos los programas planteados, se garantizará que los habitantes de cada destino turístico visibilicen la importancia de la actividad turística porque apreciarán el antes y después de tener empresas turísticas socialmente responsables en su comunidad.



De acuerdo a (Poveda Burgos, Rendón Pérez, & Castro Carrasco, 2018), el turismo contribuye con el desarrollo de las comunidades ya que este sector en la actualidad se encuentra en un proceso de cambio, crecimiento y diversificación convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento a nivel mundial, razones por la cual el turismo constituye un motor de progreso socioeconómico, a través de la creación de empleo, empresas, emprendimientos, infraestructura y divisas de exportación tanto para países desarrollados como para aquellos en vías de desarrollo.

La tendencia actual de promoción de iniciativas y prácticas responsables sostenibles, implica que las empresas u organizaciones pueden desempeñar un rol importante en la reducción del deterioro de la calidad ambiental, la pobreza, la desigualdad social y en el avance de la sociedad hacia el desarrollo sostenible. (Sarabia, García, & Bravo, 2019, pág. 2)

Marco Teorico

Antecedente epistemológico de la responsabilidad social empresarial

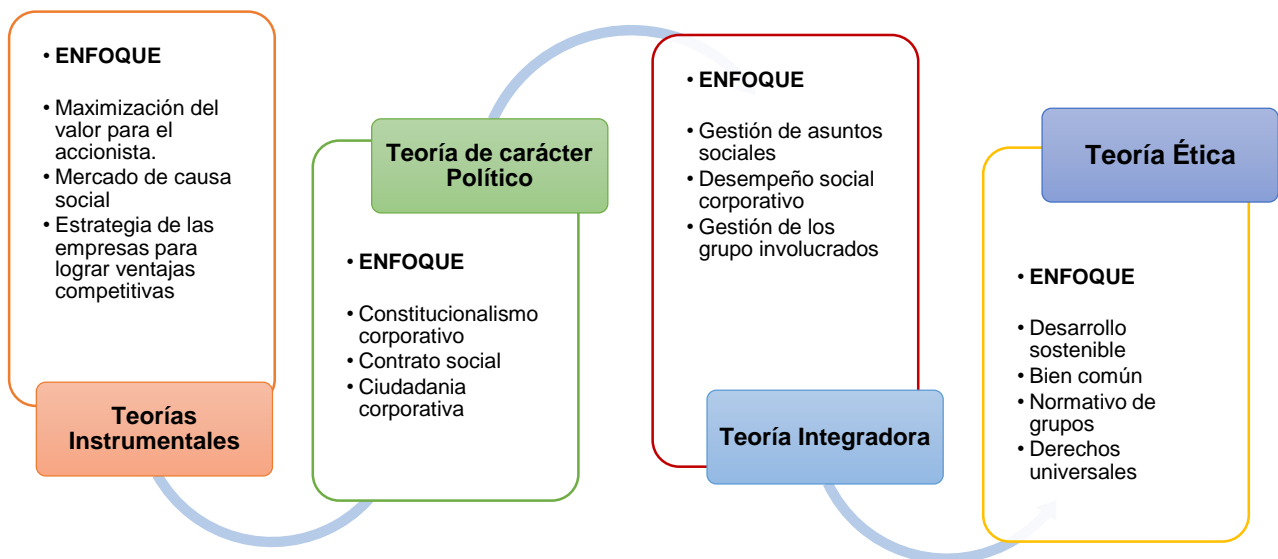
Según (Correa, 2007), para poder entender que es la responsabilidad social se han establecido diversas etapas que ayudan a comprenderla de mejor manera:

- **Etapa inicial:** dada desde finales del siglo XIX e inicios del siglo XX, donde las empresas solo se basaban en el desarrollo de actividades inspiradas en ellas y solo brindar asistencia social.
- **Primera etapa:** se da durante la primera mitad del siglo XX, se desarrollan conceptos más específicos enfocados en el bienestar común y el ambiente que las rodea.
- **Segunda etapa:** se crea en la segunda parte del siglo XX, se asume con mayor responsabilidad, se establecen acciones y se evalúan los efectos que se puede tener el ambiente que los rodea.
- **Tercera etapa:** se establece una relación más estrecha entre estado y las empresas, donde se debe cumplir con políticas reguladoras en las acciones empresariales de esta manera se crea un compromiso serio y coherente ante las necesidades que tiene la sociedad.

Definición de la responsabilidad social empresarial.

También denominada como (RSE) o (RSC), son los intereses que tienen los empresarios de establecer una conexión directa entre la sociedad y el medio ambiente. La responsabilidad social empresarial debe ser aplicada por todas las empresas para ayudar a la sociedad como si fuera una inversión, esto permitirá a las organizaciones obtener beneficios a largo plazo, como lograr un grado de prestigio en el mercado comercial. (Abello Quintero, Marín Patiño, & Arango Vargas, 2013 citado en Catillo, 2017).

Imagen 1. Teorías de la responsabilidad social



Fuente: (Tinoco Cantillo, 2013) **Adaptación:** Autores

Responsabilidad social empresarial en el turismo

Para el sector turístico la responsabilidad social ayuda contrarrestar las consecuencias ecológicas y sociales negativas por el aumento del de los viajes en las últimas décadas con la implementación de estrategias de responsabilidad corporativa para que no afecten al medio ambiente. (Wojtarowski Leal, Rivera, Piñar Alvarez, & Negrete Ramírez, 2016)



Las empresas que actúan de manera ecológica y socialmente responsable no solo consideran que esto es importante para sus propias actividades comerciales, sino también en su interacción con su entorno. En este contexto, las partes interesadas no solo son destinatarios importantes, sino también socios para las medidas de RSC de una empresa. (Pacherres, Vergara, & Sorhegui, 2020, pág. 5)

Conservación del medio ambiente

Existen diversos autores que estudian este tema:

Para (Quincho, 2015), la conservación del medio ambiente es la búsqueda para elevar la calidad de vida de la población, aplicando el manejo adecuado de los recursos ambientales, como el aire, suelo, agua, minerales y especies vivientes, para lograr producir los mejores beneficios sustentables y conservar los patrimonios de uso para las futuras generaciones.

Por otro lado, (Hurtado, 2013), considera que la conservación del ambiente es la protección y resguardo a todo ser vivo, como los animales, las plantas y el entorno que nos rodea.

Para (Morejón, 2006), la degradación del medio ambiente se evidencia por el intento del ser humano por dominar la naturaleza, considerando como uno de los graves problemas que presenta nuestro medio ambiente.

Protección de los recursos naturales

En la actualidad los recursos naturales son aprovechados por el ser humano para satisfacer sus necesidades de subsistencia, tales como alimentación, salud, económicas y de ocio; éstos se han convertido en una fuente de vida y desarrollo para la comunidad que habita en este lugar. En el momento que el hombre hace uso de estos recursos no solo obtiene beneficios personales, sino también ayuda a que la comunidad tenga un mejor desarrollo local y turístico. Todo aprovechamiento de recursos naturales deberá estar sujeto a los tres ejes de la sostenibilidad, siendo estos ambientales, sociales y económicos, que manteniendo así un comportamiento amigable con el medio ambiente, y sin comprometer el uso de los mismos recursos a las futuras generaciones. Los recursos naturales pueden claramente ser considerados como importantes generadores de ingresos para una población, pero el poco conocimiento de las personas acerca de la riqueza de los mismos, conlleva a un escaso nivel de valoración, deficiente manejo para su utilización, por lo que

genera un impacto negativo al medio ambiente y al desarrollo del lugar. (Orellana & Lalvay, 2017, pág. 16)

Conciencia ambiental y preservación de la naturaleza

Para (Prada, 2013, pág. 236), la conciencia ambiental se define como el sistema de vivencias, conocimientos y experiencias que el individuo utiliza activamente en su relación con el medio ambiente, infiriendo la presencia de subjetividad en el proceso de interrelación con el entorno.

El desarrollo evolutivo implica la mejora de conductas sociales y procesos de interrelación que posibilitan la construcción del ser, por lo tanto, no es un proceso independiente ya que necesariamente está ligado al contexto el cual estructura la subjetividad respecto a lo ambiental, y es a partir de ésta que el individuo asume su conducta y/o responde ante el ambiente; postura que demarca la influencia de elementos internos en el actuar.

Hipótesis general

La responsabilidad social de las empresas turísticas de Manabí impacta en el cuidado del medio ambiente.

Hipótesis específicas

El crecimiento económico de las empresas turísticas de Manabí impacta en el cuidado del medio ambiente.

La participación social de las empresas turísticas de Manabí impacta en el cuidado del medio ambiente.

La acción medio ambiental de las empresas turísticas de Manabí impacta en el cuidado del medio ambiente.

Metodología

Se aplicó una investigación documental, exploratoria, descriptiva, cuantitativo y correlacionar, mediante el uso del sistema estadístico SPSS-25 que permite establecer relaciones entre las variables y sus dimensiones. Se aplicó una encuesta estructurada donde se obtiene información que permite la recolección de datos de manera precisa y rápida.

Diseño

Se desarrolló un instrumento de evaluación tipo escala de Likert que consta de 35 preguntas, aplicada a las empresas turísticas de Manabí, la encuesta está compuesta por preguntas que tiene

un relación estrechas en las variables de la investigación con sus dimensiones para de esta manera obtener conclusiones que ayuden a la investigación.

Unidad de análisis

Para la recolección de los datos se tomó como base las empresas turísticas de Manabí, la misma que se divide en cinco sectores estratégicos legalmente registrados en el Ministerio de turismo (MINTUR, 2020) transporte turístico, alojamiento, servicio de comida, agencias de viaje y las Pymes del sector hotelero. En la tabla 1. Se detallan, el número de empresas registradas por cada actividad turística.

Tabla 1. Número de empresas por actividad turística – Manabí

| EMPRESAS TURÍSTICAS | CANTIDAD |
|----------------------------|-----------------|
| TRANSPORTE TURÍSTICO | 4 |
| ALOJAMIENTO | 649 |
| SERVICIO DE COMIDA | 995 |
| AGENCIAS DE VIAJE | 122 |
| PYMES SECTOR HOTELERO | 686 |
| TOTAL | 2456 |

Fuente: MINTUR (2020) - Catastro turístico

Población de estudio

(Lopez Casuso, 1996, pág. 190) El conjunto de elementos cuyas características tratamos de estudiar y acerca del cual deseamos información, constituye lo que se conoce como “población” o “colectivo”. La población de estudio será de 2456 la cuales son empresas turísticas de la provincia de Manabí registradas en el MINTUR, donde se considera las provincias con más afluencia de turistas y atractivos turísticos como: Manta, Montecristi, Portoviejo, Canoa, Puerto López y Bahía de Caraquéz.

Muestra poblacional

Para obtener la muestra se utilizó la formula finita, donde se tendrá información clara y medible, aplicando siguiente fórmula:

$$\frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{Z^2 \cdot P \cdot Q + (N)(e)^2}$$

Dónde:

N = Total de la población universo (2456)

n = Tamaño de la muestra (?)

Z = Nivel de confianza (1.96)

P = Probabilidad de aceptación (0.5)

Q = Probabilidad de rechazo (0.5)

e = Margen de error de muestreo (0.05)

$$n = \frac{1,96^2 * (0,5) * (0,5) * (2456)}{1,96^2 * (0,5) * (0,5) + (2456) * (0,05)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,25 * 2456}{3,8416 * 0,25 + 2456 * 0,0025}$$

$$n = \frac{2358,74}{7,004} = 332$$

Con la Aplicación de la formula y ya despejados los datos, se estableció una muestra de 332 encuestas, las cuales se desarrollaron en 6 importantes cantones de la provincia de Manabí, planteándose la distribución detallada en la tabla 2:



Tabla 2: Muestra por empresas turísticas Manabitas

| Muestra por empresas turísticas (Manabí– Ecuador) | | | | | | | | |
|--|-------------|-----------|------------|-------------|--------------|-----------|-------------------|---------------|
| Empresas turísticas | # Empresas | Muestra | | | | | Bahía de Caraquez | Total Muestra |
| | | Manta | Portoviejo | Montecristi | Puerto López | Canoa | | |
| Transporte turístico | 4 | 10 | 10 | 8 | 13 | 9 | 2 | 52 |
| Alojamiento de Servicio de comida | 649 995 | 12 30 | 15 20 | 10 20 | 10 18 | 8 6 | 8 14 | 63 108 |
| Agencias de viaje | 122 | 5 | 12 | 6 | 7 | 15 | 6 | 51 |
| Pymes sector hotelero | 686 | 15 | 10 | 10 | 8 | 10 | 5 | 58 |
| Totales | 2456 | 72 | 67 | 54 | 56 | 48 | 48 | 332 |

Fuente: MINTUR (2020) - Catastro turístico **Adaptación:** Autores

Recolección de datos.

Para darle una dirección a la investigación se utilizó una encuesta estructurada. La misma que está valorada a través de ítems de una escala valorativa establecida de la siguiente forma: Nunca (1), Raramente (2), Ocasionalmente (3), Frecuentemente (4), Muy frecuentemente (5) aplicado a las empresas turísticas familiares manabitas.

Resultados

La fiabilidad es la precisión y estabilidad de la información y del procesamiento de medición, se trata de analizar y controlar errores al obtener la información con una técnica. Las imprecisiones pueden tener su origen en las limitaciones de las técnicas, errores de los sujetos de la muestra al aportar la información o en la falta de rigor o experiencia del investigador. (Sáez, 2017)

La validación del instrumento de la investigación se llevó a cabo mediante el uso del programa estadístico IBM SPSS el mismo que arrojó un Alfa de Cronbach de 0,971 siendo mayor a lo mínimo requerido lo que demuestra que tiene una elevada confiabilidad. En la tabla 3, muestra la confiabilidad del instrumento utilizado para la investigación.

Tabla 3. Análisis de fiabilidad

| Estadísticas de fiabilidad | |
|-----------------------------------|----------------|
| Alfa de Cron Bach | N de elementos |
| 0,971 | 35 |

Recurso: Análisis software IBM SPSS

Comprobación de hipótesis

En la tabla 4 se observan las correlaciones de las variables y dimensiones establecidas para la investigación.

Tabla 4. Resultados prueba de hipótesis

| Hipótesis | Variable Independiente | Variable Dependiente | Sig | Rho Spearman | de | Resultado |
|------------------------|-------------------------------|--------------------------------------|------------|---------------------|-----------|------------------|
| H. General | X. Responsabilidad | Y. Cuidado del medio ambiente | ,000 | ,899 | | Se rechaza Ho |
| H. Específica 1 | X1. Crecimiento económico | | ,000 | ,756 | | Se rechaza Ho |
| H. Específica 2 | X2. Participación social | | ,000 | ,894 | | Se rechaza Ho |
| H. Específica 3 | X3. Acción medio ambiental | | ,000 | ,832 | | Se rechaza Ho |

** La correlación es significativa en el nivel de 0,01 (bilateral)

Recurso: Programa estadístico SPSS – 25

Demostraciones e interpretaciones de acuerdo a la tabla # 4

Hipótesis General (X)

H0: La responsabilidad social de las empresas turísticas de Manabí NO impacta en el cuidado del medio ambiente.

H1: La responsabilidad social de las empresas turísticas de Manabí SI impacta en el cuidado del medio ambiente.



Análisis de prueba

El resultado que se ha obtenido muestra una significación bilateral de 0.00, lo cual determina un coeficiente de Spearman <0.05 , por lo tanto, se descarta la hipótesis nula H_0 , siendo validada la hipótesis alternativa H_1 . Evidenciando con el valor del coeficiente de correlación $p= 0,899$, una correlación positiva moderada entre las variables responsabilidad social y el cuidado del medio ambiente.

Hipótesis específica (X1)

H0: El crecimiento económico de las empresas turísticas NO impacta en el cuidado del medio ambiente.

H1: El crecimiento económico de las empresas turísticas SI impacta en el cuidado del medio ambiente.

Análisis de prueba

El resultado que se ha obtenido muestra una significación bilateral de 0.00, lo cual determina un coeficiente de Spearman <0.05 , por lo tanto, se descarta la hipótesis nula H_0 , siendo validada la hipótesis alternativa H_1 . Lo que demuestra una correlación positiva moderada con el valor del coeficiente de correlación $p= 0,756$, entre las dimensiones crecimiento económico y el cuidado del medio ambiente.

Hipótesis específica (X2)

H0: La participación social de las empresas turísticas de Manabí NO impacta en el cuidado del medio ambiente.

H1: La participación social de las empresas turísticas de Manabí SI impacta en el cuidado del medio ambiente.

Análisis de prueba

El resultado que se ha obtenido muestra una significación bilateral de 0.00, lo cual determina un coeficiente de Spearman <0.05 , por lo tanto, se descarta la hipótesis nula H_0 , siendo validada la hipótesis alternativa H_1 . Lo que demuestra una correlación positiva moderada con el valor del coeficiente de correlación $p= 0,894$, entre las dimensiones participación social y el cuidado del medio ambiente.

Hipótesis específica (X3)

H0: La acción medio ambiental de las empresas turísticas de Manabí NO impacta en el cuidado del medio ambiente.

H1: La acción medio ambiental de las empresas turísticas de Manabí SI impacta en el cuidado del medio ambiente.

Análisis de prueba

El resultado que se ha obtenido muestra una significación bilateral de 0.00, lo cual determina un coeficiente de Spearman <0.05 , por lo tanto, se descarta la hipótesis nula H_0 , siendo validada la hipótesis alternativa H_1 . Lo que demuestra una correlación positiva moderada con el valor del coeficiente de correlación $p=0,832$, entre las dimensiones acción medio ambiental y el cuidado del medio ambiente.

Discusión

En el marco de la comercialización muchas empresas dedican sus actividades a través de una economía de libre mercado, donde se sobreexplota la naturaleza y se genera una crisis medioambiental.

Muchas empresas sean estas comerciales, industriales, turísticas y transporte con tal de aumentar sus ingresos a todo a costo no les importa el daño que le hacen a la naturaleza y como de esta manera afectan el presente y futuro de las nuevas generaciones, para poder minimizar estas prácticas desmesuradas surge la responsabilidad social empresarial como una obligación que debe ser aplicada en beneficio de la comunidad local donde se encuentra la empresa.

El sector turístico es un campo muy amplio donde se debe de aplicar la responsabilidad social por las tendencias ecológicas que tienen los turistas muchos buscan un ambiente libre, sin contaminación, tranquilo donde pueden disfrutar de un momento agradable con su familia.

Manabí tiene una hermosa geografía basada en la naturaleza, donde muchos de sus cantones la aprovechan de manera eficiente con infraestructuras ecológicas, distintivos de colocación y selección de la basura y otras estrategias y programas ecológicos haciendo que se cree una percepción en el turista por su preocupación en el cuidado y la protección del ambiente, lo que la hace ser visitada por los turistas nacionales y extranjeros en diferentes temporadas del año.



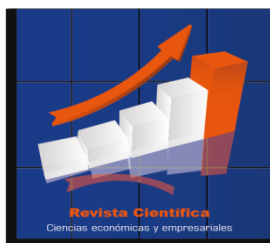
Conclusiones

1. La responsabilidad social es una estrategia muy importante que debe ser aplicada por las empresas de esta manera se logra mantener una relación estable entre empresa-medio.
2. La hipótesis general (X), estableció la existencia de una “correlación muy buena” con un p “Rho de Spearman” de 0,899, estableciendo que: “Las empresas turísticas que hacen de la responsabilidad social su razón de ser, serán más amigables y cuidadosas con el medio ambiente”
3. Considerando la hipótesis específica (X1), donde existe una “correlación muy buena” con un p “Rho de Spearman” de 0,756, considerando que “el crecimiento económico ayudará a que se creen proyectos locales en beneficio de la protección del medio ambiente”
4. En determinación a la hipótesis específica (X2), donde se evidencia una “correlación muy buena” con un p “Rho de Spearman” de 0,894, considerando que al tener participación social las empresas podrán crear programas donde se fomente la conciencia ambiental para el cuidado del mismo”
5. En la relación a la hipótesis específica (X3), donde existe una “correlación muy buena” con un p “Rho de Spearman” de 0,832, se puede evidenciar que “la acción medio ambiental se pondrá contar con programas ambientales para el cuidado del entorno y recursos naturales”

Referencias

1. Catillo, S. (2017). Teorías y enfoques que sustentan la responsabilidad social empresarial de la empresas. Universidad Estatal de Milagro.
2. Correa, J. (2007). Artículo “Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social”. “Semestre Económico”, volumen 10 No 20, Universidad de Medellín.
3. Hurtado, L. (2013). Conservación del medio ambiente. .
4. Lopez Casuso, R. (1996). Calculo de Probabilidades e Inferencia Estadística con topicos de Econometria. Caracas-Venezuela: Universidad Católica Andrés.
5. Morejón, A. (2006). Formación de la conciencia ambiental: Importancia de la ética ambiental y la educación ambiental en este proceso. .

6. Orellana, J., & Lalvay, T. D. (2017). Uso e importancia de los recursos naturales y su incidencia en el desarrollo turístico. Caso Cantón Chilla, El Oro, Ecuador. Revista Interamericana de Ambiente y Turismo.
7. Pacherras, S., Vergara, A., & Sorhegui, R. (2020). Responsabilidad social corporativa y el turismo sostenible . Revista Científica Ecociencia.
8. Poveda Burgos, G., Rendón Pérez, J., & Castro Carrasco, D. (2018). Incentivo del turismo en el Ecuador como una fuente de empleo -Inclusion y desarrollo sostenible-sustentable. Observatorio de la Economía Latinoamericana, 13.
9. Prada, E. (2013). Conciencia, concientización y educación ambiental: conceptos y relaciones. Revista temas.
10. Quincho, R. (2015). Práctica de hábitos ecológicos para la conservación del medioambiente en estudiantes de la Universidad para el Desarrollo Andino. (U. P. Andino, Ed).
11. Sáez, J. M. (2017). Investigación educativa. Fundamentos teóricos, procesos y elementos prácticos (enfoque práctico con ejemplos. Esencial para tfg, tfm y tesis). Madrid : editorial uned.
12. Sarabia, M., García, L., & Bravo, O. (2019). Responsabilidad social y turismo comunitario en la provincia Santa Elena (Ecuador). Revistas Espacios .
13. Tinoco Cantillo, U. A. (2013). Evolución, aproximación al concepto y teorías de.
14. Wojtarowski Leal, A., Rivera, S., Piñar Alvarez, M., & Negrete Ramírez, 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.



Karen Gisela Pinargote Montenegro, Rossanna Kimena Arteaga Flores, Nuri Lupita Palacios Briones

©2022 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).