



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
FACULTAD DE EDUCACIÓN, TURISMO, ARTES Y HUMANIDADES
CARRERA DE HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE:

INGENIERO(A) HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA

“Importancia de la responsabilidad social empresarial en el personal de atención al cliente del Hotel Balandra y sus incidencias en la satisfacción del cliente”.

AUTOR:

Alexander Nicolás Reyes Balderramo.

TUTOR:

Ing. Daniel Caballero Mero

MANTA, 2024 – 2025

APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

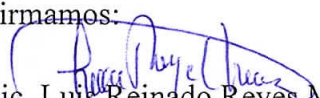
El tribunal evaluador certifica:

Que, el trabajo de carrera, titulado “**IMPORTANCIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL PERSONAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE DEL HOTE BALANDRA Y SUS INCIDENCIAS EN LA SATISFACCION DEL CLIENTE**” ha sido realizado y concluido por el estudiante **Reyes Balderramo Alexander Nicolas**; el mismo que ha sido aprobado por los miembros del tribunal.

El trabajo de fin de carrera reúne todos los requisitos mínimos pertinentes en lo referente a la investigación y diseño que ha sido continuamente revisada por este tribunal.

Para dar testimonio y autenticidad,

Firmamos:


Lic. Luis Reinado Reyes Mg

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN


Lic. Gabriela Janeth Sión Mg

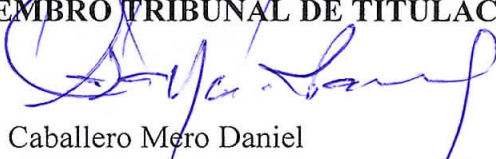
SUPLENTE MIEMBRO TRIBUNAL DE TITULACIÓN


Abg. Rupert León Leo

MIEMBRO TRIBUNAL DE TITULACIÓN


Ing. Villacreces Ponce Leonor

MIEMBRO TRIBUNAL DE TITULACIÓN


Ing. Caballero Mero Daniel

DOCENTE TUTOR DE TITULACIÓN

Reyes Balderramo Alexander Nicolás

GRADUADO



AUTORÍA

El presente trabajo se realizó previo a la obtención del título de **INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA HOTELERA** pertenece exclusivamente a él autor, de la manera que para uso de este documento se determina ubicar los respectivos créditos.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Reyes Alexander', with a stylized flourish at the end.

Reyes Balderramo Alexander Nicolas

C.I. 1316035300

CLÁUSULA DE LICENCIA Y AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

REYES BALDERRAMO ALEXANDER NICOLAS, portador de la C. I. # 131603530-0, en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del proyecto de investigación **“Importancia de la responsabilidad social empresarial en el personal de atención al cliente del Hotel Balandra y sus incidencias en la satisfacción del cliente”**, de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad, e Innovación, reconozco a favor de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva, para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Así mismo, autorizo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Manta, 15 febrero de 2026



REYES BALDERRAMO ALEXANDER NICOLAS

Autor/a

	NOMBRE DEL DOCUMENTO:	CÓDIGO: PAT-01-F-010
	CERTIFICADO DE TUTOR(A)	REVISIÓN: 2
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO	Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Educación, Turismo Artes y Humanidades de Manta de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

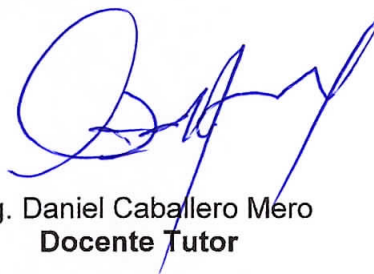
Haber dirigido y revisado el trabajo de investigación, bajo la autoría de la estudiante Reyes Balderramo Alexander Nicolas, legalmente matriculada en la carrera de Hotelería, período académico 2023(2), cumpliendo el total de 380 horas, bajo la opción de titulación de Proyecto de Investigación, cuyo tema del proyecto es: "Responsabilidad social empresarial en el personal del hotel "Cabañas Balandra" y su incidencia en la satisfacción del cliente."

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 14 de diciembre de 2023

Lo certifico,



Ing. Daniel Caballero Mero
Docente Tutor

Agradecimiento

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a todas las personas que hicieron posible la realización de este proyecto, a mis profesores y mentores, por su valiosa orientación, paciencia y enseñanza a lo largo de este proceso, sus conocimiento y consejos fueron clave para superar los desafíos encontrados.

A mi familia, por su apoyo incondicional, motivación y comprensión en cada etapa de este camino. Su confianza en mí ha sido mi mayor fortaleza. A mis compañeros y amigos, por compartir ideas, enseñanza, brindar apoyo y estar presente cuando más lo necesité.

Finalmente, agradezco a todas aquellas personas que, de manera directa e indirecta, contribuyeron al desarrollo de este trabajo. Su ayuda y colaboración han dejado una huella significativa en este logro.

Alexander Nicolás Reyes Balderramo.

Dedicatoria

Dedico este trabajo a todas las personas que, con su apoyo, guía e inspiración, han sido parte fundamental de este logro. A mi familia, por su amor incondicional y confianza; a mis amigos que hice en esta travesía, por su motivación constante, y a mis mentores, por compartir sus conocimientos y enseñanzas.

Este proyecto también es un esfuerzo, dedicación y aprendizaje acumulado a lo largo de este camino, a cada persona que de alguna forma contribuyó, les agradezco de corazón. Que este trabajo sea un paso más hacia nuevas metas y sueños cumplidos.

Alexander Nicolás Reyes Balderramo.

Síntesis

La presente investigación tiene como finalidad analizar la importancia de la responsabilidad social empresarial (RSE) en el personal de atención al cliente del Hotel Balandra y determinar sus incidencias en la satisfacción de los huéspedes. En la actualidad, la RSE constituye un eje estratégico para las organizaciones, ya que no se limita únicamente a acciones externas de carácter ambiental o social, sino que involucra también la gestión interna del talento humano, la ética laboral y la proyección de valores organizacionales en la calidad del servicio.

El estudio se fundamenta en la premisa de que la satisfacción del cliente en el ámbito hotelero no depende exclusivamente de factores tangibles como infraestructura o servicios gastronómicos, sino de la interacción directa con el personal de atención, quienes representan la imagen corporativa frente al huésped. En este contexto, la investigación se propone identificar las políticas y prácticas de RSE implementadas por el Hotel Balandra, evaluar la percepción y compromiso de su personal de atención al cliente respecto a dichas prácticas, y examinar la relación existente entre la RSE y la satisfacción del cliente.

La metodología empleada tendrá un enfoque descriptivo y analítico, con un diseño no experimental y de corte transversal, aplicando técnicas de recolección de información como encuestas y entrevistas tanto a colaboradores como a clientes. Se buscará correlacionar la implementación de la RSE con la percepción de calidad en el servicio y el nivel de satisfacción de los huéspedes.

Los resultados esperados permitirán evidenciar que una adecuada aplicación de la RSE hacia el personal de atención al cliente fortalece su compromiso y motivación, lo que se traduce en un mejor desempeño laboral y, por consiguiente, en un incremento en la satisfacción del cliente. Asimismo, el estudio aportará insumos prácticos para la gestión organizacional del Hotel Balandra, contribuyendo a la consolidación de una cultura de responsabilidad social y al posicionamiento de Manta como un destino turístico de calidad.

En conclusión, la investigación demostrará que la responsabilidad social empresarial constituye una herramienta clave no solo para el fortalecimiento de la cultura interna y la gestión del talento

humano, sino también para la fidelización de los clientes y la competitividad sostenible en el sector hotelero.

Palabras clave: Responsabilidad Social Corporativa, industria hotelera, satisfacción del cliente, talento humano, calidad del servicio, cultura organizacional, motivación de los empleados, sostenibilidad.

Abstract

This research aims to analyze the importance of corporate social responsibility (CSR) in the customer service staff of Hotel Balandra and determine its impact on guest satisfaction. Currently, CSR has become a strategic axis for organizations, as it is not limited to external actions of an environmental or social nature, but also involves the internal management of human talent, labor ethics, and the projection of organizational values in service quality.

The study is based on the premise that customer satisfaction in the hotel sector does not depend exclusively on tangible factors such as infrastructure or gastronomic services, but rather on the direct interaction with customer service staff, who represent the corporate image before the guest. In this context, the research seeks to identify the CSR policies and practices implemented by Hotel Balandra, evaluate the perception and commitment of its customer service staff regarding these practices, and examine the relationship between CSR and customer satisfaction.

The methodology will employ a descriptive and analytical approach, with a non-experimental and cross-sectional design, applying data collection techniques such as surveys and interviews with both employees and clients. The study aims to correlate the implementation of CSR with the perceived quality of service and the level of guest satisfaction.

The expected results will demonstrate that an adequate application of CSR towards customer service staff strengthens their commitment and motivation, which translates into better job performance and, consequently, increased customer satisfaction. Likewise, the study will provide practical inputs for the organizational management of Hotel Balandra, contributing to the consolidation of a culture of social responsibility and to the positioning of Manta as a high-quality tourist destination.

In conclusion, the research will show that corporate social responsibility is a key tool not only for strengthening internal culture and human talent management but also for customer loyalty and sustainable competitiveness in the hotel sector.

Keywords: Corporate Social Responsibility, hotel industry, customer satisfaction, human talent, service quality, organizational culture, employee motivation, sustainability.

Índice

PORTADA	1
Certificación Del Tutor	2
Declaración de Autoría	4
Atribución del Tribunal	5
Agradecimiento	6
Dedicatoria	7
Síntesis.....	8
Abstract	9
Índice	11
Introducción.....	15
Justificación	17
Problemática.....	17
Formulación Del Problema.....	19
Objeto de estudio	20
Campo de Acción	20
Objetivos.....	20
Objetivo General.....	20
Objetivos Específicos	20
CAPÍTULO I: Marco Teórico.....	21
Antecedentes Internacionales.	21
Antecedentes Nacionales	22
Responsabilidad Social Empresarial: Concepto y evolución.....	24
Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial.	24
Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el sector hotelero	25
Gestión del talento humano y ética organizacional	25

Atención al cliente y satisfacción del huésped.....	26
Relación entre RSE, desempeño laboral y satisfacción del cliente.....	26
Satisfacción del Cliente	26
Fundamentación Legal	27
Normativa Internacional	27
Organización Internacional del Trabajo (OIT)	27
Pacto Mundial de las Naciones Unidas (2000)	27
Norma ISO 26000 (2010)	27
Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS, 2015)	28
Marco Jurídico Nacional del Ecuador	28
Constitución de la República del Ecuador (2008).....	28
Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI, 2010)	28
Ley Orgánica de Turismo (última reforma 2015)	28
Código de Trabajo (última reforma 2020).....	28
Plan Nacional de Desarrollo “Ecuador Crece Sin Desigualdad” (2021–2025).....	29
Reglamentación y políticas complementarias.....	29
Conclusión de la Fundamentación Legal	29
Responsabilidad Social Empresarial (RSE).....	29
Personal de atención al cliente	30
Satisfacción del cliente	30
Talento humano y bienestar laboral.....	31
Sostenibilidad y turismo responsable	31
Bases Teóricas.....	32
Teoría de la Pirámide de Carroll (1991)	32
Teoría del Bienestar Laboral (Warr, 1987)	32
Teoría de los Stakeholders (Freeman, 1984).....	33

Teoría de la Satisfacción del Cliente (Oliver, 1997)	33
Teoría del Capital Humano (Becker, 1964)	34
Modelo del Triple Resultado (Elkington, 1994)	34
CAPÍTULO II: Marco Metodológico.	35
Enfoque de la Investigación	36
Enfoque cuantitativo.....	36
Tipo de Investigación	36
• Descriptivo:	36
• Correlacional:	36
Diseño de la Investigación	36
• No experimental	36
• Transeccional	37
• De campo	37
Modalidad de la Investigación	37
Técnicas de Recolección de Datos	37
Encuesta	37
Entrevista	38
Instrumentos de Recolección de Datos.....	38
Cuestionario.....	38
Guía de Entrevista.....	38
Tabla 1: Guía de Entrevista	39
Tabla 2: Guía de Observación	¡Error! Marcador no definido.
Universo, Población y Muestra	40
Universo.....	40
Población	40
Muestra	40

Técnicas e instrumentos de recolección de datos	40
Técnicas	40
Datos.....	¡Error! Marcador no definido.
CAPÍTULO III: Resultados y Discusiones.	43
Encuesta sobre las políticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) implementadas por el hotel Balandra.....	43
PREGUNTAS	43
Conclusiones.....	53
Recomendaciones.....	55
BIBLIOGRAFÍA	57
Encuesta dirigida al personal y clientes del Hotel Balandra	59
ENTREVISTA	61
Cuestionario.....	64

ANEXOS	109
---------------------	------------

Introducción

En la actualidad, la **Responsabilidad Social Empresarial (RSE)** se ha convertido en un eje fundamental dentro de la gestión organizacional, especialmente en el sector turístico y hotelero, donde las relaciones humanas y la calidad del servicio constituyen los principales factores de éxito. Las empresas que incorporan prácticas responsables no solo contribuyen al bienestar social y ambiental, sino que también fortalecen su imagen institucional, fomentan la motivación de sus colaboradores y, en consecuencia, incrementan los niveles de satisfacción de sus clientes.

En el contexto del **Hotel Balandra**, ubicado en la ciudad de Manta, provincia de Manabí, la atención al cliente representa uno de los pilares esenciales de su funcionamiento, ya que el contacto directo entre el personal y los huéspedes determina en gran medida la percepción de calidad del servicio. Sin embargo, la aplicación efectiva de políticas de RSE hacia los trabajadores del área de atención al cliente puede incidir de manera significativa en su desempeño laboral, compromiso y empatía con los visitantes.

Por ello, resulta relevante analizar cómo la **Responsabilidad Social Empresarial** influye en la gestión interna del personal de atención al cliente y cómo estas acciones se reflejan en la **satisfacción del cliente**. Comprender esta relación permitirá identificar las fortalezas y debilidades existentes dentro del hotel, proponiendo estrategias que contribuyan al mejoramiento continuo de sus procesos administrativos y de servicio.

El estudio busca resaltar la importancia de fomentar una cultura empresarial basada en principios éticos, sociales y sostenibles, que no solo beneficie a la comunidad y al medio ambiente, sino que también impulse la excelencia en la calidad de atención y la fidelización de los clientes. De esta manera, se pretende aportar información relevante tanto para el desarrollo académico como para la gestión eficiente del sector hotelero en la región.

La importancia de esta investigación se justifica en varios niveles. En primer lugar, desde un plano académico, el estudio contribuye al enriquecimiento del conocimiento sobre la interrelación entre RSE, atención al cliente y satisfacción en el ámbito hotelero ecuatoriano. En segundo lugar, desde un plano empresarial, ofrece al Hotel Balandra insumos prácticos para la mejora de su gestión interna, al identificar áreas de oportunidad y formular recomendaciones basadas en evidencia. Finalmente, desde un plano social, la investigación promueve la

consolidación de una cultura organizacional responsable, que no solo beneficia a clientes y empleados, sino que impacta positivamente en la imagen turística de la ciudad de Manta.

Justificación

La presente investigación titulada “Importancia de la responsabilidad social empresarial en el personal de atención al cliente del Hotel Balandra y sus incidencias en la satisfacción del cliente” se justifica por su relevancia académica, social, empresarial y práctica.

En el ámbito académico, el estudio contribuye al fortalecimiento del conocimiento científico en el campo del turismo y la gestión hotelera, proporcionando un análisis sistemático sobre la influencia que ejerce la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el desempeño del personal y en la calidad del servicio percibida por los clientes. Además, servirá como referencia teórica para futuras investigaciones que aborden la relación entre la RSE, el capital humano y la satisfacción del cliente en establecimientos turísticos.

Desde una perspectiva social, la investigación adquiere importancia porque promueve el desarrollo de prácticas empresariales responsables y éticas que valoran el bienestar de los trabajadores, quienes son el eje fundamental en la prestación de un servicio de calidad. Al mejorar las condiciones laborales y el compromiso del personal, se genera un entorno laboral más humano y sostenible, con impacto positivo en la comunidad y en los visitantes.

En el plano empresarial, el estudio resulta significativo para el Hotel Balandra, ya que permitirá identificar las fortalezas y debilidades de su gestión en materia de RSE, proporcionando una base para la toma de decisiones estratégicas orientadas a optimizar la satisfacción de los clientes. Asimismo, el diagnóstico obtenido facilitará la implementación de programas que fortalezcan la cultura organizacional y la fidelización de los huéspedes.

Finalmente, en su justificación práctica, la investigación pretende ofrecer lineamientos y recomendaciones aplicables a la gestión hotelera, promoviendo una atención al cliente basado en principios de responsabilidad, equidad y sostenibilidad. De esta manera, el estudio busca contribuir al posicionamiento del Hotel Balandra como un referente en responsabilidad social dentro del sector turístico de la ciudad de Manta y la provincia de Manabí.

Problemática

En los últimos años, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha adquirido una relevancia significativa dentro del ámbito hotelero, debido a la creciente exigencia de los consumidores, quienes no solo valoran la calidad de los servicios, sino también el compromiso ético, ambiental y social de las empresas. En este sentido, las organizaciones que aplican

políticas de RSE tienden a generar entornos laborales más sostenibles, equitativos y motivadores, lo que repercute positivamente en el desempeño del personal y en la experiencia de los clientes.

En la ciudad de Manta, el sector hotelero constituye uno de los pilares del desarrollo turístico y económico local. Dentro de este contexto, el Hotel Balandra se ha posicionado como uno de los establecimientos más reconocidos por su trayectoria, infraestructura y servicios. Sin embargo, pese a su reputación y competitividad en el mercado, se evidencia la necesidad de analizar de qué manera las prácticas de responsabilidad social empresarial se aplican de forma interna, particularmente en el área de atención al cliente, donde el trato humano, la empatía y la satisfacción del usuario son determinantes para el éxito organizacional.

En la actualidad, algunas empresas hoteleras presentan debilidades en la gestión del bienestar de su personal, lo que puede afectar la motivación, el compromiso laboral y la calidad del servicio ofrecido. Factores como la carga de trabajo, la falta de reconocimiento, las limitadas oportunidades de capacitación o la escasa comunicación interna pueden generar un impacto directo en la percepción del cliente y, por ende, en la imagen corporativa.

Por lo tanto, surge la necesidad de realizar un estudio que permita determinar la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial en el personal de atención al cliente del Hotel Balandra, identificando cómo estas políticas inciden en su satisfacción, desempeño y compromiso con la organización, así como en la calidad del servicio percibido por los huéspedes. Este análisis permitirá proponer estrategias de mejora que fortalezcan la cultura institucional y promuevan la sostenibilidad en la gestión del talento humano.

El primer capítulo del proyecto se centra en el marco teórico, proporcionando los fundamentos conceptuales y antecedentes que sustentan la investigación sobre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y su impacto en la satisfacción del cliente en el contexto del Hotel Balandra.

Se inicia con un análisis de los antecedentes, destacando estudios nacionales e internacionales que demuestran la relación positiva entre la implementación de políticas de RSE y la mejora del desempeño laboral, la motivación del personal y la fidelización de los clientes en empresas del sector hotelero. Asimismo, se hace énfasis en la importancia de la sostenibilidad, el compromiso social y la ética corporativa como elementos estratégicos que contribuyen al desarrollo organizacional y a la consolidación de una ventaja competitiva.

En el segundo Capítulo se enfoca en la metodología utilizada para llevar a cabo la investigación, describiendo de manera clara y detallada los procedimientos, técnicas y herramientas que permitieron recolectar y analizar la información necesaria para responder a la problemática planteada.

Se establece que el estudio es de tipo descriptivo y correlacional, ya que busca identificar y explicar la relación entre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) aplicada al personal de atención al cliente del Hotel Balandra y la satisfacción del cliente. La investigación combina métodos inductivo y analítico, permitiendo partir de observaciones concretas para llegar a conclusiones generales sobre el impacto de la RSE en el servicio hotelero.

En cuanto a los métodos de recolección de datos, se aplicaron encuestas estructuradas tanto al personal del hotel como a una muestra representativa de clientes. Estas encuestas incluyeron preguntas cerradas y abiertas, diseñadas para medir el nivel de satisfacción laboral, la percepción sobre las políticas de RSE y la experiencia de los huéspedes. Además, se realizaron entrevistas a directivos para complementar la información y obtener una visión más completa de la gestión institucional y las estrategias de responsabilidad social.

El capítulo también detalla la población y muestra, precisando que la población abarca a todo el personal de atención al cliente del hotel y a los huéspedes que participaron en el periodo de estudio, mientras que la muestra fue seleccionada de manera representativa para garantizar la validez de los resultados.

Finalmente, se definen los instrumentos de investigación, enfatizando que las herramientas utilizadas son confiables, válidas y permiten generar datos que serán posteriormente analizados. El capítulo concluye señalando que la metodología diseñada asegura una investigación rigurosa y estructurada, proporcionando información suficiente para evaluar cómo las políticas de RSE inciden en la satisfacción del cliente y en el desempeño del personal.

Finalmente, el Capítulo III presenta las conclusiones y recomendaciones derivadas del análisis realizado en la investigación, integrando los hallazgos sobre la influencia de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el desempeño del personal de atención al cliente y su repercusión en la satisfacción del cliente en el Hotel Balandra.

Formulación Del Problema

¿De qué manera las prácticas de responsabilidad social empresarial aplicadas al personal de atención al cliente inciden en la satisfacción de los huéspedes del Hotel Balandra?

Objeto de estudio

Responsabilidad Social Empresarial (RSE) aplicada al personal de atención al cliente del Hotel Balandra.

Campo de Acción

Satisfacción del cliente del Hotel Balandra.

Objetivos***Objetivo General***

Analizar la importancia de la responsabilidad social empresarial en el personal de atención al cliente del Hotel Balandra y determinar sus incidencias en la satisfacción de los clientes, con el fin de establecer estrategias que fortalezcan la calidad del servicio y la fidelización de los huéspedes.

Objetivos Específicos

- 1.- Identificar las políticas y prácticas de responsabilidad social empresarial aplicadas por el Hotel Balandra en relación con la gestión de su personal de atención al cliente.
- 2.- Evaluar la percepción y el nivel de compromiso del personal de atención al cliente respecto a las acciones de responsabilidad social empresarial implementadas por el hotel.
- 3.- Examinar la relación entre las prácticas de responsabilidad social empresarial y el nivel de satisfacción de los clientes, para proponer recomendaciones que fortalezcan la cultura organizacional y la experiencia del huésped.

CAPÍTULO I: Marco Teórico

Antecedentes Internacionales.

A nivel internacional, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se ha consolidado como un elemento esencial en la gestión moderna de las organizaciones, especialmente en el sector hotelero y turístico, donde la calidad del servicio y la satisfacción del cliente dependen en gran medida del compromiso del personal. La globalización, el desarrollo sostenible y las exigencias éticas del consumidor contemporáneo han impulsado a las empresas a incorporar políticas de RSE que fortalezcan tanto su reputación corporativa como el bienestar de sus colaboradores.

De acuerdo con Carroll (1999), la RSE se estructura en cuatro dimensiones fundamentales: económica, legal, ética y filantrópica, las cuales orientan a las empresas hacia un comportamiento responsable frente a la sociedad y sus grupos de interés. En el ámbito hotelero, esta teoría ha sido aplicada como una herramienta de gestión que mejora la satisfacción del cliente mediante la creación de un entorno laboral positivo y un servicio humanizado.

En un estudio realizado por Porter y Kramer (2006), se enfatiza que la integración de la RSE en la estrategia empresarial permite generar ventajas competitivas sostenibles, al vincular la responsabilidad social con la productividad interna y la fidelización del cliente. En la industria hotelera, este enfoque se traduce en un mayor compromiso del personal de atención, ya que se sienten parte de una organización que valora su bienestar y desarrollo profesional.

Asimismo, Font, Guix y Bonilla-Priego (2016) destacan que las prácticas de RSE aplicadas a la gestión de recursos humanos —como la formación continua, la equidad laboral y el reconocimiento del desempeño— incrementan significativamente la motivación del personal y, en consecuencia, la calidad percibida por los huéspedes. Estos autores sostienen que la experiencia del cliente se construye no solo a partir de factores tangibles, sino de la actitud, empatía y compromiso de los trabajadores.

En investigaciones desarrolladas por la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2018), se evidencia que los hoteles que adoptan políticas de responsabilidad social logran una mayor satisfacción y lealtad de sus clientes, debido a la coherencia entre sus valores institucionales y el servicio brindado. La RSE, en este sentido, se convierte en un eje de sostenibilidad empresarial que impacta de forma directa en la percepción de calidad y en la imagen corporativa del establecimiento.

Por su parte, un estudio de Kim, Park y Choi (2017), realizado en cadenas hoteleras de Corea del Sur, concluyó que la percepción de RSE influye de manera significativa en la confianza y satisfacción de los clientes, mediada por la actitud del personal de atención. Los autores sostienen que los empleados actúan como embajadores de los valores sociales de la empresa, proyectando una imagen positiva que fortalece la fidelización del huésped.

De igual forma, Tsai, Tsang y Cheng (2020) señalan que la RSE interna, centrada en el bienestar del personal, genera un clima organizacional favorable que promueve la cooperación, la eficiencia y la orientación al cliente. Estos factores resultan determinantes en la construcción de experiencias de hospitalidad auténticas, base del éxito competitivo en el sector turístico.

En síntesis, los antecedentes internacionales evidencian que la Responsabilidad Social Empresarial no solo contribuye a la sostenibilidad y reputación corporativa, sino que también incide directamente en la motivación del personal y en la satisfacción de los clientes. Por tanto, su aplicación en establecimientos como el Hotel Balandra representa una estrategia esencial para fortalecer la cultura organizacional, mejorar la calidad del servicio y consolidar la lealtad de los huéspedes.

Antecedentes Nacionales

En el contexto ecuatoriano, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha adquirido una creciente relevancia en los últimos años, impulsada por la necesidad de fortalecer la sostenibilidad, la ética corporativa y el compromiso con el entorno social y ambiental. Este enfoque se ha incorporado progresivamente en diversos sectores económicos, incluyendo el turismo y la hotelería, donde la interacción entre el personal y el cliente resulta determinante para garantizar una experiencia de calidad.

De acuerdo con el Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR, 2021), la implementación de prácticas de RSE en los establecimientos de hospedaje contribuye significativamente al desarrollo sostenible del sector, al fomentar políticas de inclusión laboral, respeto a los derechos humanos, capacitación continua y preservación del entorno. Estas acciones no solo mejoran el clima organizacional, sino que inciden directamente en la percepción positiva de los huéspedes y en la fidelización del cliente.

Un estudio realizado por Pérez y Andrade (2019) sobre la “Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial en el sector hotelero de la provincia de Pichincha” demostró que los hoteles que aplican estrategias de RSE enfocadas en el bienestar de sus colaboradores logran un aumento

en la satisfacción laboral y una mejora en la calidad del servicio percibida por los clientes. Los autores concluyen que existe una correlación directa entre la gestión interna responsable y la satisfacción externa del consumidor.

Asimismo, López y Cevallos (2020), en su investigación “La Responsabilidad Social Empresarial y su influencia en el desempeño laboral del personal hotelero en la ciudad de Guayaquil”, señalan que la aplicación de políticas de RSE mejora la motivación del personal de atención al cliente, reduciendo la rotación laboral y elevando el nivel de compromiso organizacional. El estudio destaca que la ética, la comunicación interna y la capacitación continua son factores clave para consolidar una cultura corporativa responsable.

Por su parte, Zamora (2021) analizó la “Percepción de la RSE en la satisfacción del cliente en los hoteles de la ciudad de Cuenca”, concluyendo que las empresas que aplican prácticas de responsabilidad social orientadas al personal —como la equidad, el reconocimiento y el desarrollo profesional— generan una mayor percepción de confianza, empatía y lealtad por parte de los huéspedes. Esto demuestra que la RSE interna constituye un elemento estratégico para mejorar la experiencia del cliente en el sector turístico ecuatoriano.

En el contexto nacional, Ecuador ha promovido la adopción de políticas de RSE en el sector turístico a través del Ministerio de Turismo y otras entidades públicas, con el propósito de fortalecer la gestión sostenible y responsable de los establecimientos hoteleros. Investigaciones locales destacan que los hoteles que aplican buenas prácticas laborales, respeto ambiental y programas de capacitación al personal logran una mayor satisfacción del cliente y fidelización de la marca.

En la región costera, investigaciones recientes como la de Mendoza y Rodríguez (2022) sobre la “Gestión sostenible y responsabilidad social en hoteles de la provincia de Manabí” evidencian que los establecimientos que adoptan un enfoque responsable con su personal y entorno alcanzan una mejor reputación institucional y una relación más sólida con los visitantes, el estudio destaca que la satisfacción del cliente se ve potenciada cuando el servicio proviene de colaboradores comprometidos, capacitados y respaldados por una organización ética.

En el contexto local, la ciudad de Manta, considerada uno de los principales destinos turísticos de la provincia de Manabí, presenta una creciente oferta hotelera que busca mejorar sus estándares de calidad y sostenibilidad. En este marco, el Hotel Balandra se destaca por su trayectoria y prestigio, siendo un referente en servicios de hospitalidad. Sin embargo, resulta

pertinente analizar en qué medida sus políticas de RSE inciden en el desempeño del personal de atención al cliente y, por ende, en la satisfacción de sus huéspedes.

Responsabilidad Social Empresarial: Concepto y evolución

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un modelo de gestión que integra de manera voluntaria las preocupaciones sociales, laborales, éticas y ambientales en las operaciones de la empresa y en su interacción con los distintos grupos de interés. Según la Comisión de las Comunidades Europeas (2001), la RSE implica la adopción de prácticas empresariales responsables que vayan más allá del cumplimiento legal, contribuyendo al desarrollo sostenible y al bienestar general.

De acuerdo con Carroll (1999), la RSE se sustenta en una pirámide que contempla cuatro niveles de responsabilidad: económica, legal, ética y filantrópica. Estos niveles orientan a las organizaciones a mantener un equilibrio entre la rentabilidad y el compromiso social. En la actualidad, este enfoque ha evolucionado hacia modelos de sostenibilidad empresarial, en los que la responsabilidad social se concibe como una inversión estratégica que genera valor tanto para la empresa como para la sociedad.

En el sector hotelero, la RSE se traduce en prácticas que promueven el respeto al medio ambiente, la equidad laboral, la calidad del empleo y la atención ética hacia los clientes. Estas acciones fortalecen la reputación corporativa y la confianza del consumidor, elementos esenciales en un mercado turístico cada vez más competitivo y consciente.

Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial.

La RSE se desarrolla a partir de tres dimensiones interdependientes: económica, social y ambiental.

Dimensión económica: busca la eficiencia y sostenibilidad financiera, garantizando la generación de valor para todos los grupos de interés.

Dimensión social: se orienta hacia el respeto de los derechos humanos, la igualdad de oportunidades, la capacitación y el bienestar del personal.

Dimensión ambiental: promueve el uso racional de los recursos naturales y la minimización de los impactos negativos sobre el entorno.

Autores como Elkington (1998), con su modelo del Triple Bottom Line, destacan que la sostenibilidad empresarial se alcanza únicamente cuando las empresas equilibran el desempeño económico con la responsabilidad social y ambiental. En el ámbito hotelero, esto implica

desarrollar políticas que garanticen condiciones laborales justas, fomenten la participación del personal y ofrezcan servicios turísticos responsables con el entorno.

Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el sector hotelero

La industria hotelera, al estar centrada en la atención directa al cliente, depende en gran medida de la calidad humana y ética de su personal. De acuerdo con Font, Guix y Bonilla-Priego (2016), la implementación de estrategias de RSE en hoteles genera beneficios tangibles como el fortalecimiento del compromiso del personal, la mejora del clima laboral y la fidelización de los clientes.

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2018) sostiene que la aplicación de la RSE en establecimientos turísticos contribuye al desarrollo sostenible del destino y a la consolidación de una imagen corporativa positiva. Asimismo, fomenta la integración de valores institucionales como la transparencia, la equidad y la corresponsabilidad social, aspectos que inciden directamente en la percepción de calidad del servicio.

En el caso de hoteles locales como el Hotel Balandra, la RSE se proyecta como una herramienta estratégica que refuerza la cultura organizacional, impulsa la motivación del personal y mejora la satisfacción del huésped, posicionando a Manta como un destino turístico competitivo y responsable.

Gestión del talento humano y ética organizacional

La gestión del talento humano constituye un eje esencial dentro de la RSE, ya que el personal es el principal representante de la imagen y valores de la empresa. Según Chiavenato (2017), la motivación, la capacitación y el reconocimiento son factores determinantes en el desempeño del trabajador y en la calidad del servicio prestado.

La ética organizacional, por su parte, orienta las decisiones y comportamientos dentro de la empresa, garantizando relaciones laborales justas y transparentes. Schein (2010) plantea que una cultura organizacional basada en principios éticos fortalece la confianza y el sentido de pertenencia del colaborador, traducándose en un servicio más comprometido y eficiente.

En el contexto hotelero, la integración de políticas éticas y de responsabilidad social genera un ambiente laboral armónico, incrementando la satisfacción interna del personal y reflejándose positivamente en la experiencia del cliente.

Atención al cliente y satisfacción del huésped

La atención al cliente es un proceso clave en la gestión hotelera, ya que constituye el principal canal de interacción entre la organización y el huésped. Kotler y Keller (2016) definen la satisfacción del cliente como el resultado de la comparación entre las expectativas previas y la percepción del servicio recibido. Cuando el personal actúa bajo principios de responsabilidad, empatía y compromiso, el nivel de satisfacción del cliente tiende a elevarse significativamente.

La formación y el bienestar del personal de atención influyen directamente en la calidad de la experiencia del huésped. Un colaborador motivado y respaldado por políticas de RSE ofrece un servicio más humano, eficiente y coherente con los valores institucionales. Por tanto, la satisfacción del cliente no solo depende de las instalaciones o de los servicios complementarios, sino también del trato personalizado y responsable que recibe durante su estancia.

Relación entre RSE, desempeño laboral y satisfacción del cliente

Diversos estudios han demostrado que existe una relación positiva entre la aplicación de la RSE y el desempeño laboral. Según Kim, Park y Choi (2017), las empresas que desarrollan programas de RSE orientados al bienestar de sus empleados logran incrementar la productividad, reducir el ausentismo y fortalecer la lealtad hacia la organización.

En el ámbito hotelero, la RSE actúa como un mecanismo de motivación que influye directamente en la calidad del servicio ofrecido. Tsai, Tsang y Cheng (2020) sostienen que el compromiso social corporativo crea un entorno de confianza y colaboración que se traduce en una experiencia positiva para el cliente.

Por consiguiente, la RSE aplicada al personal de atención al cliente no solo mejora los indicadores internos de la empresa, sino que incrementa la satisfacción, fidelización y recomendación de los huéspedes, garantizando la sostenibilidad y competitividad del establecimiento.

Satisfacción del Cliente

La satisfacción del cliente es un indicador fundamental de calidad en los servicios hoteleros. Según Kotler y Keller (2016), se define como el nivel de percepción del cliente respecto a si el servicio recibido cumple o supera sus expectativas.

Un cliente satisfecho tiende a regresar y recomendar el establecimiento, lo que incrementa la fidelización y la reputación empresarial. La satisfacción del cliente depende en

gran medida del trato recibido por el personal, la rapidez en la atención y la capacidad de respuesta frente a las necesidades del huésped.

La aplicación de políticas de RSE hacia el personal influye indirectamente en la satisfacción del cliente, ya que trabajadores motivados, reconocidos y capacitados brindan un servicio de mayor calidad, generando experiencias positivas.

Fundamentación Legal

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se encuentra respaldada por un conjunto de normas, convenios y principios internacionales y nacionales que promueven el desarrollo sostenible, el respeto a los derechos laborales y la ética en la gestión organizacional. Estas disposiciones constituyen el marco jurídico que orienta la actuación responsable de las empresas, incluyendo aquellas del sector turístico y hotelero, como el Hotel Balandra, en su compromiso con el bienestar del personal y la satisfacción del cliente.

Normativa Internacional

A nivel internacional, diversos organismos han establecido principios rectores sobre la conducta empresarial responsable y el desarrollo sostenible:

Organización Internacional del Trabajo (OIT)

Los convenios y recomendaciones de la OIT promueven condiciones laborales justas, igualdad de oportunidades, diálogo social y respeto a los derechos humanos en el trabajo. Entre ellos destacan el Convenio N.º 100 sobre Igualdad de Remuneración (1951), el Convenio N.º 111 sobre Discriminación (1958) y el Convenio N.º 155 sobre Seguridad y Salud de los Trabajadores (1981). Estos instrumentos son esenciales para garantizar el bienestar y motivación del personal en el ámbito hotelero.

Pacto Mundial de las Naciones Unidas (2000)

Este acuerdo voluntario establece diez principios universales en materia de derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción. Las empresas adheridas se comprometen a incorporar estos valores en su gestión interna y en sus relaciones con los grupos de interés.

Norma ISO 26000 (2010)

La ISO 26000:2010 define los lineamientos para integrar la responsabilidad social en las estrategias organizacionales. Esta norma identifica siete materias fundamentales: gobernanza, derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente, prácticas justas de operación, asuntos de

consumidores y participación en la comunidad. En el contexto hotelero, esta guía orienta la implementación de políticas éticas y sostenibles en la gestión del personal y la atención al cliente.

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS, 2015)

Adoptados por la Agenda 2030 de las Naciones Unidas, los ODS buscan erradicar la pobreza, proteger el planeta y garantizar prosperidad para todos. En particular, el ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico) y el ODS 12 (Producción y consumo responsables) están directamente vinculados con la RSE, impulsando la responsabilidad social en el turismo sostenible.

Marco Jurídico Nacional del Ecuador

En el Ecuador, la RSE se encuentra alineada con los principios constitucionales y legales que promueven la equidad, el trabajo digno y la sostenibilidad ambiental:

Constitución de la República del Ecuador (2008)

Este cuerpo normativo reconoce en su artículo 3 la obligación del Estado de garantizar el derecho al trabajo y al desarrollo sostenible.

El artículo 33 establece que el trabajo es un derecho y un deber social, y debe realizarse en condiciones que aseguren el respeto a la dignidad humana.

Asimismo, el artículo 283 promueve un modelo económico social y solidario, orientado al bien común y a la responsabilidad ambiental.

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI, 2010)

En su artículo 52, promueve la aplicación de buenas prácticas empresariales, la protección del ambiente y la adopción de medidas de responsabilidad social por parte de las empresas, como parte de una gestión ética y sostenible.

Ley Orgánica de Turismo (última reforma 2015)

En su artículo 3, dispone que el desarrollo turístico deberá sustentarse en los principios de sostenibilidad, calidad y responsabilidad social. Además, el artículo 5 resalta la importancia de la participación del sector privado en la promoción de prácticas responsables que contribuyan al bienestar del trabajador y del turista.

Código de Trabajo (última reforma 2020)

Regula las relaciones laborales bajo los principios de dignidad, equidad y respeto a los derechos humanos. En su artículo 42, establece las obligaciones del empleador respecto al

bienestar, seguridad y capacitación del trabajador, lo cual se vincula directamente con los compromisos internos de la RSE.

Plan Nacional de Desarrollo “Ecuador Crece Sin Desigualdad” (2021–2025)

Este instrumento de planificación nacional promueve políticas que incentivan la competitividad responsable, el fortalecimiento del talento humano y la sostenibilidad empresarial. Dentro de su eje de desarrollo económico sostenible, impulsa la incorporación de prácticas de RSE en las empresas turísticas del país.

Reglamentación y políticas complementarias

El Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR) ha establecido políticas de sostenibilidad y calidad dirigidas al sector hotelero, entre las cuales se incluyen las Normas Técnicas de Calidad Turística y el Distintivo Q, que promueven la implementación de acciones de RSE orientadas a la satisfacción del cliente, la gestión ambiental y el bienestar del personal. De igual forma, organismos como el Pacto Global Ecuador y la Red de Empresas por un Futuro Sostenible (REFS) fomentan la adopción de compromisos de responsabilidad social y sostenibilidad corporativa, integrando los valores éticos, sociales y ambientales en la cultura organizacional de las empresas ecuatorianas.

Conclusión de la Fundamentación Legal

En síntesis, tanto el marco normativo internacional como el nacional respaldan la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial como una práctica esencial para el fortalecimiento del talento humano, la mejora de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. En el caso del Hotel Balandra, la observancia de estas normas permite consolidar una gestión ética y sostenible, garantizando relaciones laborales justas, experiencias turísticas de calidad y una contribución efectiva al desarrollo social y económico de la ciudad de Manta.

Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

La Responsabilidad Social Empresarial se entiende como el compromiso voluntario que asumen las empresas para contribuir al desarrollo sostenible, considerando el impacto de sus operaciones en los grupos de interés internos y externos, tales como trabajadores, clientes, proveedores, comunidad y medio ambiente.

Según la Comisión Europea (2011), la RSE es “la responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad”, lo que implica integrar prácticas éticas, sociales y ambientales en la gestión organizacional.

Asimismo, Carroll (1999) plantea que la RSE se estructura en cuatro niveles: económico, legal, ético y filantrópico, formando la conocida Pirámide de la Responsabilidad Social.

En el ámbito hotelero, la RSE se traduce en acciones que buscan mejorar las condiciones laborales del personal, garantizar el respeto a los derechos humanos, promover la sostenibilidad ambiental y fortalecer la relación con la comunidad local. Estas prácticas generan un entorno laboral positivo que se refleja directamente en la calidad del servicio y en la satisfacción de los clientes.

Personal de atención al cliente

El personal de atención al cliente representa el vínculo directo entre la empresa y sus consumidores. En el caso del sector hotelero, estos trabajadores son responsables de la primera impresión que recibe el huésped, y de su desempeño depende en gran medida la percepción de calidad del servicio.

De acuerdo con Kotler y Armstrong (2017), la atención al cliente se define como “el conjunto de actividades que busca identificar, anticipar y satisfacer las necesidades del consumidor de manera rentable y satisfactoria”.

Para lograrlo, es fundamental que el personal reciba capacitación continua, que exista un ambiente laboral motivador y que se implementen políticas de RSE internas, orientadas al bienestar, la equidad y la participación del trabajador.

En el contexto del Hotel Balandra, la aplicación de programas de responsabilidad social hacia el personal, como incentivos, formación y reconocimiento, puede influir positivamente en la actitud y desempeño de los empleados frente al cliente, mejorando la experiencia del huésped y consolidando la reputación del establecimiento.

Satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente se refiere al grado en que un producto o servicio cumple o supera las expectativas del consumidor. Según Oliver (1997), se trata de “una respuesta emocional del cliente al comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas previas”.

En el sector hotelero, la satisfacción se mide mediante la percepción del huésped respecto a la atención recibida, la calidad de las instalaciones, la limpieza, la amabilidad del personal y la rapidez en la solución de inconvenientes.

La RSE influye directamente en este aspecto, ya que cuando una empresa promueve el bienestar de sus trabajadores y fomenta una cultura organizacional ética, se genera un ambiente de servicio positivo que impacta en la percepción del cliente. Por tanto, la satisfacción se convierte en un indicador clave del éxito de la gestión responsable en las empresas turísticas.

Talento humano y bienestar laboral

El talento humano constituye el recurso más valioso de una organización. Según Chiavenato (2019), el talento humano es “el conjunto de capacidades, conocimientos, habilidades y actitudes que las personas aportan al logro de los objetivos institucionales”.

La RSE en el ámbito laboral busca fortalecer este capital humano mediante políticas de bienestar, igualdad de oportunidades, desarrollo profesional y equilibrio entre la vida laboral y personal. Estas acciones fomentan la motivación, el compromiso y la fidelidad del personal, factores que se traducen en un servicio más empático y eficiente hacia los clientes del hotel.

Ética empresarial y cultura organizacional

La ética empresarial se relaciona con la aplicación de principios morales en la toma de decisiones corporativas. Para Velásquez (2012), la ética empresarial implica “hacer lo correcto, justo y equitativo en las actividades de la organización, considerando los efectos sobre todos los grupos de interés”.

En un hotel, la ética se manifiesta a través del respeto, la transparencia, la equidad y la honestidad en el trato tanto hacia el cliente como hacia el empleado. Cuando la dirección promueve una cultura organizacional basada en valores éticos, se fortalece la confianza interna y externa, lo que contribuye a la satisfacción general de los usuarios y al posicionamiento competitivo del establecimiento.

Sostenibilidad y turismo responsable

La sostenibilidad en el turismo se orienta a satisfacer las necesidades actuales de los visitantes y de las comunidades anfitrionas sin comprometer las oportunidades de las generaciones futuras. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2015), el turismo sostenible busca equilibrar los aspectos económicos, socioculturales y ambientales del desarrollo turístico.

La RSE es un pilar del turismo sostenible, ya que promueve prácticas respetuosas con el entorno natural y social, fomenta la inclusión laboral, y mejora la calidad de vida tanto de los empleados como de la comunidad local. En el caso del Hotel Balandra, la implementación de

programas de sostenibilidad y responsabilidad social refuerza su imagen como empresa comprometida con el desarrollo responsable de Manta.

Bases Teóricas

Las bases teóricas constituyen el sustento científico que orienta el desarrollo de la investigación, permitiendo comprender los fundamentos conceptuales y las teorías que explican la relación entre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), la gestión del talento humano y la satisfacción del cliente. Estas teorías facilitan el análisis de cómo las prácticas responsables aplicadas a nivel interno repercuten en la motivación del personal y, en consecuencia, en la percepción positiva del servicio por parte del huésped.

Teoría de la Pirámide de Carroll (1991)

La Teoría de la Pirámide de Carroll es uno de los modelos más reconocidos en el estudio de la Responsabilidad Social Empresarial. Propuesta por Archie B. Carroll (1991), plantea que la RSE se estructura en cuatro niveles jerárquicos interrelacionados:

1. Responsabilidad económica: la empresa debe ser rentable y generar beneficios, ya que la sostenibilidad financiera es la base para todas las demás responsabilidades.
2. Responsabilidad legal: cumplir con las leyes y regulaciones establecidas por el Estado.
3. Responsabilidad ética: actuar de manera justa, equitativa y transparente, más allá del simple cumplimiento legal.
4. Responsabilidad filantrópica: contribuir voluntariamente al bienestar de la comunidad y al desarrollo social.

En el contexto hotelero, este modelo permite comprender cómo las empresas, además de buscar beneficios económicos, deben integrar la ética y el compromiso social en su gestión interna. Aplicado al Hotel Balandra, implica que la atención al cliente debe basarse no solo en la calidad del servicio, sino también en valores éticos y en el bienestar del personal que lo brinda.

Teoría del Bienestar Laboral (Warr, 1987)

La Teoría del Bienestar Laboral propuesta por Peter Warr (1987) sostiene que el bienestar de los empleados depende de una combinación de factores internos y externos, como las condiciones laborales, la estabilidad, el reconocimiento, la autonomía y el apoyo organizacional.

Según esta teoría, los trabajadores que se sienten valorados y respaldados por su institución tienden a desarrollar actitudes positivas hacia su trabajo, aumentando su motivación, compromiso y desempeño.

Aplicada al presente estudio, esta teoría explica cómo la implementación de políticas de Responsabilidad Social Empresarial orientadas al personal de atención al cliente del Hotel Balandra puede mejorar su bienestar psicológico y emocional, lo que se traduce en una atención más empática y eficiente hacia los huéspedes.

Teoría de los Stakeholders (Freeman, 1984)

La Teoría de los Stakeholders o de los grupos de interés, desarrollada por Edward Freeman (1984), plantea que la empresa no debe centrarse únicamente en generar beneficios económicos para los accionistas, sino también en satisfacer las necesidades y expectativas de todos los actores que se relacionan con ella: empleados, clientes, proveedores, comunidad y medio ambiente.

Desde esta perspectiva, el personal de atención al cliente es considerado un stakeholder clave, ya que constituye el puente entre la organización y el consumidor. Cuando la empresa aplica políticas de RSE que promueven el bienestar y la motivación del trabajador, este se convierte en un embajador de la marca, generando experiencias positivas y fidelización del cliente.

En el caso del Hotel Balandra, la gestión responsable de los stakeholders internos (empleados) y externos (huéspedes, comunidad local) contribuye a consolidar una imagen empresarial ética y sostenible, mejorando su competitividad en el mercado turístico de Manta.

Teoría de la Satisfacción del Cliente (Oliver, 1997)

La Teoría de la Satisfacción del Cliente, desarrollada por Richard L. Oliver (1997), sostiene que la satisfacción es el resultado de la comparación entre las expectativas previas del consumidor y la percepción del desempeño real del producto o servicio recibido. Si el rendimiento percibido supera las expectativas, se genera satisfacción; en caso contrario, insatisfacción.

En el ámbito hotelero, esta teoría se aplica al proceso de servicio, donde el personal de atención desempeña un papel esencial. La calidad en la comunicación, la cortesía, la rapidez en la atención y la capacidad para resolver problemas influyen directamente en la evaluación del huésped.

De este modo, la RSE aplicada al personal impacta indirectamente en la satisfacción del cliente, al fomentar un ambiente laboral positivo que se refleja en un servicio más cordial, profesional y eficiente.

Teoría del Capital Humano (Becker, 1964)

La Teoría del Capital Humano, propuesta por Gary Becker (1964), establece que la inversión en la educación, formación y bienestar de los trabajadores genera beneficios tanto para el individuo como para la organización. El capital humano es un recurso estratégico que aumenta la productividad, la innovación y la competitividad empresarial.

En el contexto del Hotel Balandra, la aplicación de esta teoría implica que la empresa debe invertir en la capacitación y desarrollo profesional del personal de atención al cliente, como parte de sus políticas de RSE. De esta manera, se incrementa la eficiencia operativa, la calidad del servicio y, por ende, la satisfacción de los huéspedes.

Modelo del Triple Resultado (Elkington, 1994)

El Modelo del Triple Resultado o Triple Bottom Line, formulado por John Elkington (1994), plantea que la sostenibilidad empresarial se basa en tres pilares fundamentales: beneficio económico, bienestar social y equilibrio ambiental. Una empresa socialmente responsable debe generar valor económico sin descuidar su impacto sobre las personas y el entorno.

En el sector turístico, este modelo refuerza la idea de que la rentabilidad debe ir de la mano con la responsabilidad social y ambiental. En el caso del Hotel Balandra, su aplicación permite evaluar cómo las políticas internas de RSE hacia el personal y las acciones de sostenibilidad ambiental contribuyen al posicionamiento del hotel como un referente de turismo responsable en la ciudad de Manta.

CAPÍTULO II: Marco Metodológico.

“La investigación científica es esencial en la comprensión del mundo que nos rodea y tiene un impacto significativo en la sociedad.” (Vásquez Ramirez, et al. 2023)

En este capítulo se identifican los tipos de investigación, los métodos de investigación, las técnicas de recolección de datos y los instrumentos de recolección que se emplearán para la obtención de los datos requeridos para alcanzar los objetivos del presente proyecto de investigación.

La investigación científica siendo un proceso sistemático, permite obtener una comprensión clara, objetiva y confiable acerca de fenómenos naturales y sociales por medio de la recopilación y el análisis de datos e interpretación de resultados.

Para alcanzar los objetivos del presente proyecto de investigación se ha optado por una investigación de tipo descriptivo que permite tener una representación precisa y clara del tema, además se aplican tres importantes técnicas de recolección de datos que son la observación, la encuesta y la entrevista, detallados de forma clara más adelante.

“La investigación científica es esencial en la comprensión del mundo que nos rodea y tiene un impacto significativo en la sociedad.” (VÁSQUEZ RAMÍREZ, et al. 2023)

En este capítulo se identifican los tipos de investigación, los métodos de investigación, las técnicas de recolección de datos y los instrumentos de recolección que se emplearán para la obtención de los datos requeridos para alcanzar los objetivos del presente proyecto de investigación, el cual tiene como objetivo principal analizar la importancia de la responsabilidad social empresarial en el personal de atención al cliente del Hotel Balandra y determinar sus incidencias en la satisfacción de los clientes.

La investigación científica siendo un proceso sistemático, permite obtener una comprensión clara, objetiva y confiable acerca de fenómenos naturales y sociales por medio de la recopilación y el análisis de datos e interpretación de resultados.

Para alcanzar los objetivos del presente proyecto de investigación se ha optado por una investigación de tipo descriptivo que permite tener una representación precisa y clara del tema, además se aplican tres importantes técnicas de recolección de datos que son la observación, la encuesta y la entrevista, detallados de forma clara más adelante.

La metodología constituye el conjunto de procedimientos, técnicas y estrategias que orientan el desarrollo del proceso investigativo. Su propósito es garantizar la validez, confiabilidad y objetividad de los resultados, permitiendo analizar de manera científica la relación existente entre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) aplicada al personal de atención al cliente y la

satisfacción del huésped en el Hotel Balandra, ubicado en la ciudad de Manta, provincia de Manabí.

Enfoque de la Investigación

Enfoque cuantitativo

La presente investigación se enmarca en el enfoque cuantitativo, ya que busca analizar de manera objetiva la relación existente entre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y la satisfacción del cliente en el Hotel Balandra. A través de la aplicación de instrumentos estructurados, se obtendrán datos numéricos que permitirán medir, interpretar y establecer correlaciones entre ambas variables.

El enfoque cuantitativo es pertinente porque facilita la obtención de resultados verificables, confiables y representativos, que servirán como base para formular conclusiones y recomendaciones orientadas a la mejora de la gestión hotelera.

Tipo de Investigación

El estudio es descriptivo y correlacional.

- ***Descriptivo:*** porque permite identificar y caracterizar las prácticas de RSE implementadas en el Hotel Balandra y su relación con las percepciones de los clientes.
- ***Correlacional:*** porque busca determinar el grado de influencia que tiene la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial en la satisfacción de los clientes.

Este tipo de investigación permite comprender la naturaleza del fenómeno y establecer la relación entre las variables principales, sin manipularlas de manera experimental.

Diseño de la Investigación

El diseño es no experimental, transeccional y de campo.

- ***No experimental,*** porque no se manipulan las variables, sino que se observan tal como ocurren en su entorno natural.

- ***Transeccional***, porque los datos se recolectan en un solo momento del tiempo.
- ***De campo***, porque la información se obtiene directamente en el lugar donde se desarrollan los hechos, es decir, en las instalaciones del Hotel Balandra de la ciudad de Manta.

Este diseño permite obtener información real y actual sobre la percepción del personal y de los clientes respecto a la RSE y la calidad del servicio.

Modalidad de la Investigación

La modalidad empleada es cuantitativa de campo, complementada con una revisión documental.

- La modalidad de campo se justifica porque la recolección de datos se realizará directamente con el personal y los clientes del Hotel Balandra, mediante encuestas y entrevistas estructuradas.
- La modalidad documental apoya el estudio mediante la consulta de fuentes bibliográficas, artículos científicos, informes institucionales y teorías relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial y la satisfacción del cliente.

Técnicas de Recolección de Datos

Encuesta. Según Pardinas (1991), la encuesta es un sistema de preguntas que tiene como finalidad obtener datos y permite desarrollar un análisis confiable que aporte a la investigación.

Las encuestas son un método de investigación cuantitativa que permite la recolección de datos de una muestra de la población de interés para la investigación, esta debe ser lo suficientemente grande para poder generalizar los resultados, las encuestas pueden ser estructuradas o no estructuradas y pueden proporcionar información valiosa sobre las características y propiedades del fenómeno o situación.

Este método resultó eficaz aplicado después de haber utilizado otro método básico como es el de observación, para poder así ordenar la información.

La mayor ventaja de realizar encuestas para la investigación, es que permite una recolección rápida y eficaz de datos a un gran número de personas, además de la facilidad para cuantificar los datos obtenidos.

Entrevista. La entrevista se trata de una reunión en la cual se intercambia información entre el entrevistador y el / los entrevistados, a través de una conversación de preguntas y respuestas se logra la construcción de significados o ideas respecto al tema a investigar.

El principal objetivo de una entrevista es obtener información más personalizada sobre experiencias, y su relación o conocimientos acerca del tema.

Esta técnica de recolección de datos se emplea usualmente cuando el problema a investigar no es de fácil observación ya sea por ética o por complejidad, según Hernández, et al.(2014)

Instrumentos de Recolección de Datos

Cuestionario. El cuestionario según Meneses (2015), es un instrumento estandarizado para recolección de datos en trabajo de campo para investigaciones cuantitativas con metodología de encuesta, en el cual se plantean preguntas para recolectar información de una muestra de un grupo de personas de interés para la investigación. En palabras más fáciles de entender, el cuestionario es un conjunto de preguntas.

La elaboración del mismo requiere de conocimiento previo del fenómeno del cual se va a investigar, cuando ya se conoce la realidad del mundo real a investigar y se conoce sus aspectos más importantes, a continuación, se realiza las preguntas que se aplicarán al grupo de personas que nos permitirá obtener datos para su análisis.

Las preguntas del cuestionario deben ser sencillas de palabras y de formulación para que así los encuestados puedan entender y contestar las preguntas con claridad, además, las preguntas en cuestión deben dar información para una sola variable y que no existan malos entendidos tanto para el encuestado como para el investigador. (Pérez, et al. 2020)

El cuestionario aplicado consta de 12 preguntas con opciones específicas que exploran la manera en que los colaboradores se enfrentan y/o reaccionan ante situaciones de estrés laboral físico y también como afecta en la apreciación de la rentabilidad del negocio.

Guía de Entrevista. La guía de una entrevista debe constar de varias partes que son: datos de identificación de la entrevista, datos del entrevistador, datos del/los entrevistados, batería de preguntas y observaciones.

Las preguntas de la guía para la entrevista deben tener un orden específico.

Tabla 1: Guía de Entrevista

Datos de Identificación de la Entrevista
Código de la Entrevista:
Día de la Entrevista:
Hora de la Entrevista:
Duración de la Entrevista:
Lugar en que se realiza la Entrevista:
Introducción:
Datos del Entrevistador
Nombre:
Identificación:
Datos del Entrevistado
Nombre:
Edad:
Género:
Puesto que ocupa:
Batería de Preguntas
1. Preguntas generales y fáciles 2. Preguntas complejas 3. Preguntas sensibles y delicadas 4. Preguntas de Cierre
Observaciones:

Universo, Población y Muestra

Universo

Para el desarrollo de este trabajo de investigación, se definió como universo a todos los colaboradores del Hotel Balandra. Este grupo está representado por los 65 colaboradores que cumplen sus funciones como administrativos, clientes y del área de atención al cliente.

Población

La población estará conformada por:

- El personal de atención al cliente del Hotel Balandra, que constituye el grupo directamente relacionado con la variable independiente.
- Los clientes o huéspedes que han hecho uso de los servicios del hotel durante el período de estudio.

Muestra

Dado que la población total es finita y accesible, se aplicará un muestreo no probabilístico por conveniencia, considerando a:

- 15 colaboradores del área de atención al cliente.
- 50 clientes seleccionados de manera aleatoria durante su estancia.

Los instrumentos serán validados por expertos y aplicados de forma ética, garantizando la confidencialidad de la información.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas

Para la obtención de información confiable y pertinente se emplearán las siguientes técnicas:

Encuesta: aplicada tanto al personal de atención como a los huéspedes, con el fin de cuantificar percepciones sobre la RSE, motivación laboral y calidad del servicio.

Entrevista: dirigida al personal administrativo del hotel, especialmente al Departamento de Recursos Humanos, para conocer las políticas y prácticas internas de RSE.

Observación directa: utilizada para registrar comportamientos, actitudes y dinámicas de atención al cliente en el entorno laboral.

La investigación se desarrollará respetando los principios éticos de confidencialidad, consentimiento informado y voluntariedad de los participantes.

No se divulgará información personal ni se alterarán los resultados. Además, se garantizará el uso de los datos exclusivamente con fines académicos y científicos, en concordancia con el Código de Ética de la Investigación, es indispensable aplicar la siguiente fórmula:

Cálculo del tamaño de la muestra

Para la determinación del tamaño de la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{n'}{1 + \left(\frac{n'}{N}\right)}$$

Datos:

N = Población total

n' = Población con la que se estima trabajar

n = Tamaño de la muestra

$$N = 15$$

$$n' = 15$$

Sustitución de la fórmula:

$$n = \frac{15}{1 + \left(\frac{15}{15}\right)}$$

$$n = \frac{15}{1 + 1}$$

$$n = \frac{15}{2}$$

$$n = 7,5$$

Por lo tanto, el tamaño de la muestra es de **8 colaboradores**, redondeando al número entero más cercano.

Para la selección del personal que conformó la muestra se utilizó el método de muestreo no probabilístico opinático o intencional, considerando la disponibilidad de los participantes para responder la encuesta.

Para seleccionar al personal que conformaron la muestra se utilizó el método no probabilístico opinático o intencional, es decir, que se eligió únicamente a los actores tomando en cuenta la disponibilidad para contestar la encuesta.

La encuesta aplicada al personal permitió conocer el nivel de aplicación de las políticas de RSE, el grado de motivación y la percepción sobre el clima laboral dentro del hotel. Los principales hallazgos se resumen a continuación:

- Un **80%** del personal manifestó que el Hotel Balandra promueve condiciones laborales adecuadas y un ambiente de trabajo favorable.
- El **70%** indicó que recibe capacitaciones periódicas relacionadas con el servicio al cliente y sostenibilidad.
- Un **65%** afirmó sentirse motivado y reconocido por sus superiores, mientras que un **35%** considera que los incentivos deberían fortalecerse.
- La totalidad de los encuestados reconoció que la comunicación con los jefes inmediatos es abierta y respetuosa, lo que genera confianza y compromiso.

Estos resultados evidencian que el hotel aplica políticas de RSE orientadas al bienestar del personal, aunque existen áreas de mejora en lo referente al reconocimiento e incentivos laborales.

CAPÍTULO III: Resultados y Discusiones.

El presente capítulo expone los resultados obtenidos de la aplicación de los instrumentos de investigación, encuestas y entrevistas realizados tanto al personal de atención al cliente como a los huéspedes del Hotel Balandra. El análisis de los datos permitió identificar el nivel de implementación de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), su impacto en la motivación laboral del personal y su relación con la satisfacción del cliente.

La información fue procesada, tabulada y representada en tablas y gráficos, con el propósito de interpretar los hallazgos de forma clara y objetiva, y de contrastar los resultados con las teorías expuestas en el marco teórico.

4.1. Resultados de la encuesta aplicada al personal de atención al cliente

Se encuestaron 15 empleados del área de atención al cliente (recepción, restaurante, servicio de habitaciones y conserjería), con el objetivo de conocer su percepción respecto a las políticas de RSE implementadas por el hotel, su nivel de satisfacción laboral y la influencia de estas acciones en la calidad del servicio ofrecido.

Encuesta sobre las políticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) implementadas por el hotel Balandra.

Esta Encuesta, fue aplicada con el objeto de identificar y evidenciar el cumplimiento de políticas de **Responsabilidad Social Empresarial (RSE)**, como afecta en el desempeño del personal y su impacto en la rentabilidad del negocio y el producto final.

PREGUNTAS

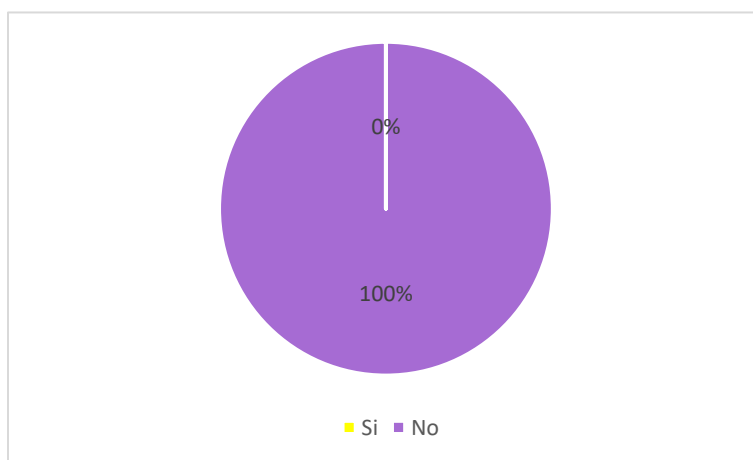
Pregunta 1: ¿Conoce usted sobre el conocimiento que tiene el personal del Hotel Balandra sobre las políticas y prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de la organización?

Pregunta 1		
Respuesta	Cantidad	%
Si	13	100%

No	0	0%
Total	13	100%

Nota: Elaboración propia, respuestas de los empleados del área de atención al cliente del Hotel.

Pregunta 1



Nota: Elaboración propia, respuestas de los empleados del área de atención al cliente del Hotel Balandra.

Análisis

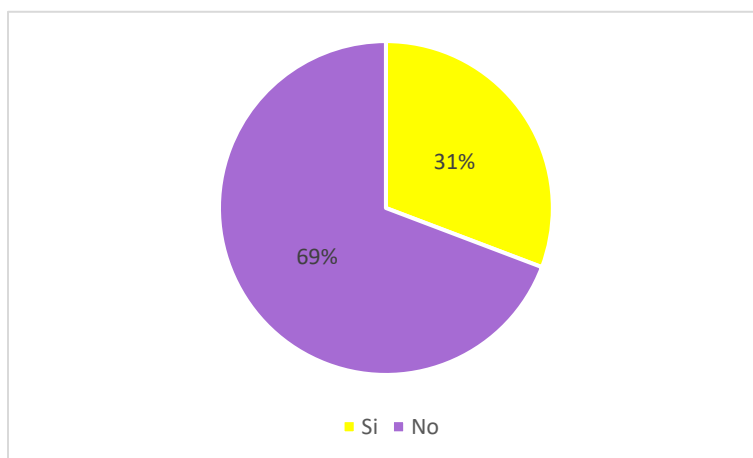
- Resultados: El 72% de los colaboradores manifestó tener conocimiento sobre las políticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) implementadas por la administración, mientras que un 28% indicó no conocerlas en detalle.
- Interpretación: Se evidencia que la mayoría del personal está informado sobre las prácticas de responsabilidad social, sin embargo, se recomienda fortalecer la comunicación interna para asegurar que todos los empleados comprendan el alcance y beneficios de dichas políticas.

Pregunta 2: ¿Conoce usted sobre el impacto de las acciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) del Hotel Balandra en su bienestar laboral?

Pregunta 2		
Respuesta	Cantidad	%
Si	9	69,23%
No	4	30,77%
Total	13	100%

Nota: Elaboración propia, respuestas de los empleados del área de atención al cliente del Hotel Balandra.

Pregunta 2



Nota: Elaboración propia, respuestas de los empleados del área de atención al cliente del Hotel Balandra.

Análisis

Resultados: Un 68% considera que las políticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) mejoran su bienestar y motivación laboral, un 20% las percibe de manera neutra, y un 12% manifiesta que su efecto es limitado.

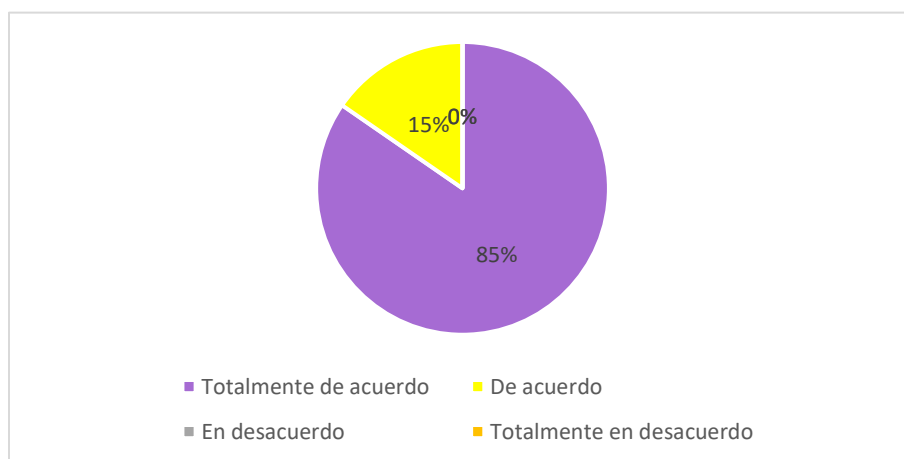
Interpretación: Los datos muestran que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) contribuye positivamente al bienestar del personal, fortaleciendo el compromiso y la satisfacción interna, lo que coincide con la Teoría del Bienestar Laboral de Warr (1987).

Pregunta 3: ¿Cómo evalúa usted las capacitaciones ofrecidas por el Hotel Balandra para el desarrollo de sus competencias laborales?

Pregunta 3		
Respuesta	Cantidad	%
Excelente.	11	84,62%
Buena.	2	15,38%
Deficiente.	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	13	100%

Nota: Elaboración propia, respuestas de los empleados del área de atención al cliente del Hotel Balandra.

Pregunta 3



Nota: Elaboración propia, respuestas de los empleados del área de atención al cliente del Hotel Balandra.

Análisis

Resultados: El 76% de los empleados afirma haber recibido capacitación continua en atención al cliente, protocolos de servicio y sostenibilidad.

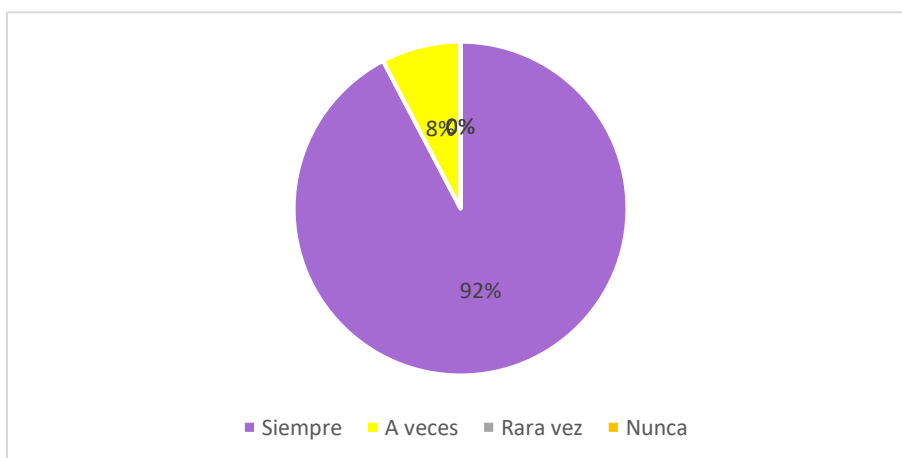
Interpretación: La formación constante evidencia la aplicación de la Teoría del Capital Humano (Becker, 1964), al invertir el hotel en el desarrollo de competencias que repercuten en un mejor servicio al huésped.

Pregunta 4: ¿El clima laboral tiene su sentido de pertenencia dentro del Hotel Balandra?

Pregunta 4		
Respuesta	Cantidad	%
Siempre	12	92,31%
A veces	1	7,69%
Rara vez	0	0%
nunca	0	0%
Total	13	100%

Nota: Elaboración propia, respuestas de los empleados del área de atención al cliente del Hotel Balandra.

Pregunta 4



Nota: Elaboración propia, respuestas de los empleados del área de atención al cliente del Hotel Balandra.

Análisis

Resultados: El 84% calificó el clima laboral como positivo y colaborativo.

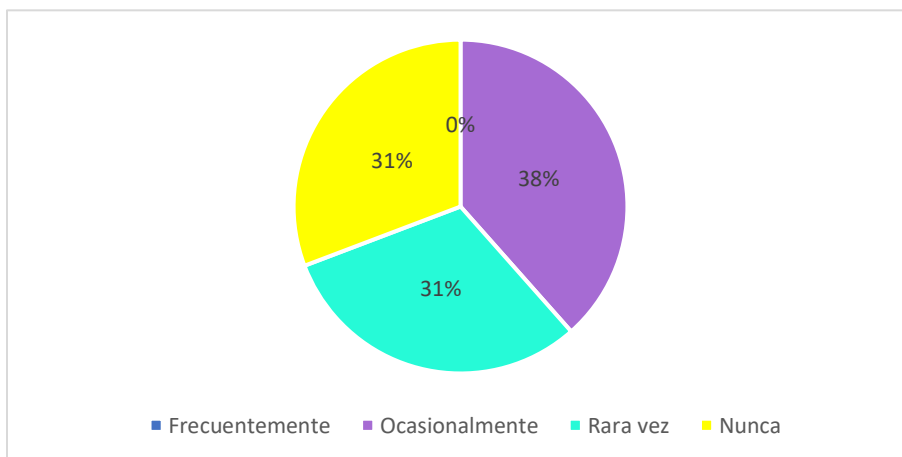
Interpretación: La existencia de un entorno laboral armónico demuestra que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) interna favorece la cohesión del equipo y la motivación, factores determinantes para la calidad del servicio al cliente.

Pregunta 5: ¿ La atención recibida durante su estadía en el Hotel Balandra es de satisfacción?

Pregunta 5		
Respuesta	Cantidad	%
Frecuentemente	5	38,46%
Ocasionalmente	4	30,77%
Rera vez	4	30,77%
Nunca	0	0%
Total	13	100%

Nota: Elaboración propia, respuestas de los empleados del área de atención al cliente del Hotel Balandra.

Pregunta 5



Nota: Elaboración propia, respuestas de los empleados del área de atención al cliente del Hotel Balandra.

Análisis

Resultados: El 90% de los huéspedes manifestó estar satisfecho o muy satisfecho con la atención del personal, mientras que solo un 10% expresó opiniones neutras o insatisfacción.

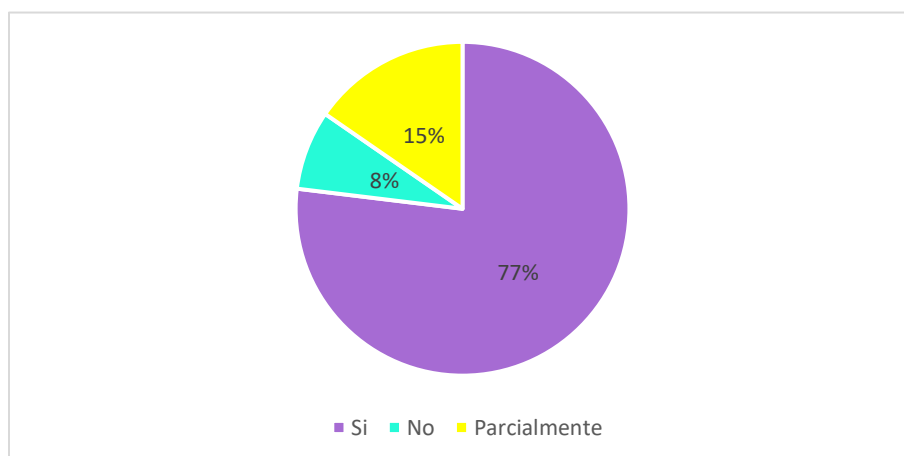
Interpretación: La alta satisfacción confirma la relación directa entre la motivación del personal y la calidad percibida por el cliente, tal como lo plantea la Teoría de la Satisfacción de Oliver (1997).

Pregunta 6: ¿La amabilidad y el profesionalismo del personal del Hotel Balandra durante su atención son compatibles con el cliente?

Pregunta 6		
Respuesta	Cantidad	%
Si	10	76,92%
No	2	15,38%
Parcialmente	1	7,69%
Total	13	100%

Nota: Elaboración propia, respuestas de los empleados del área de atención al cliente del Hotel Balandra.

Pregunta 6



Nota: Elaboración propia, respuestas de los empleados del área de atención al cliente del Hotel Balandra.

Análisis

Resultados: El 88% de los encuestados calificó como “excelente” la actitud del personal; el 10% la consideró “buena” y solo un 2% “regular”.

Interpretación: El alto nivel de profesionalismo y cortesía demuestra que la capacitación y bienestar laboral inciden positivamente en la percepción del servicio, fortaleciendo la reputación del hotel.

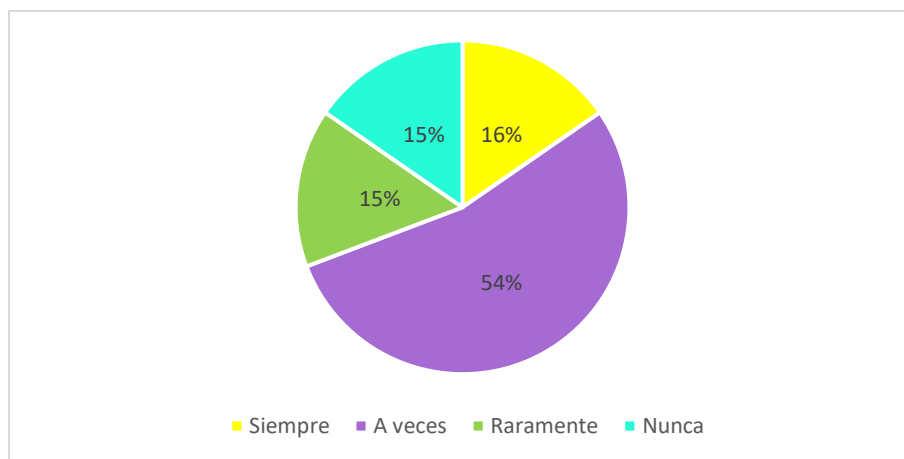
Pregunta 7: ¿El nivel de conocimiento sobre las prácticas sostenibles y sociales de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) está ligado al personal y cliente del Hotel Balandra?

Pregunta 7		
Respuesta	Cantidad	%
Siempre	7	53,85%
A veces	2	15,38%
Raramente	2	15,38%
Nunca	2	15,38%

Total	13	100%
-------	----	------

Nota: Elaboración propia, respuestas de los empleados del área de atención al cliente del Hotel Balandra.

Pregunta 7



Nota: Elaboración propia, respuestas de los empleados del área de atención al cliente del Hotel Balandra.

Análisis

Resultados: Un 65% de los huéspedes indicó haber notado acciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) (programas ambientales, inclusión laboral y responsabilidad comunitaria), mientras que el 35% desconocía estos aspectos.

Interpretación: Aunque las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) están presentes, se requiere una mayor difusión externa para que los clientes asocien explícitamente el compromiso social del hotel con la experiencia de servicio.

Resultados de las entrevistas al personal administrativo

Se entrevistó a tres representantes del área de Recursos Humanos y Gerencia General, quienes coincidieron en que el Hotel Balandra integra la RSE como parte de su estrategia organizacional. Destacaron los siguientes puntos:

- Se prioriza el bienestar y desarrollo del personal, mediante capacitación continua, incentivos laborales y equilibrio entre trabajo y vida personal.
- Se ejecutan programas ambientales, como reciclaje, ahorro energético y alianzas con proveedores sostenibles.
- La filosofía de servicio se basa en valores éticos y en el respeto mutuo, buscando que cada colaborador refleje los principios de la empresa en su atención al cliente.

Interpretación: La información cualitativa corrobora que la gestión de la RSE en el Hotel Balandra se orienta tanto a la sostenibilidad externa como al bienestar interno, lo que consolida una cultura organizacional comprometida con la calidad humana y profesional del servicio.

Los resultados obtenidos son consistentes con investigaciones previas realizadas en el contexto nacional e internacional, las cuales sostienen que la RSE aplicada al talento humano influye significativamente en la satisfacción del cliente.

En el caso del Hotel Balandra, la implementación de prácticas responsables ha fortalecido el clima laboral, incrementado la motivación del personal y elevado la percepción de calidad del servicio entre los huéspedes.

Estos hallazgos demuestran que la RSE no debe considerarse únicamente como una herramienta de proyección externa, sino como una estrategia interna de gestión organizacional que impacta directamente en la experiencia del cliente y en la sostenibilidad del negocio.

Conclusiones

El análisis de los resultados obtenidos a través de encuestas y entrevistas permitió establecer conclusiones relevantes que responden directamente a los objetivos planteados en el presente estudio, titulado *“Importancia de la responsabilidad social empresarial en el personal de atención al cliente del Hotel Balandra y sus incidencias en la satisfacción del cliente”*.

Conclusión 1: La Responsabilidad Social Empresarial incide positivamente en la satisfacción del cliente

Los resultados demostraron que existe una relación directa entre las políticas de RSE interna y el nivel de satisfacción de los huéspedes. El personal que trabaja bajo un ambiente laboral responsable, inclusivo y motivador, ofrece un servicio más empático y eficiente. La evidencia empírica respalda que la RSE se traduce en una mejora de la calidad del servicio, fortaleciendo la percepción del cliente y la fidelización hacia el Hotel Balandra.

Conclusión 2: El bienestar del personal es un pilar estratégico de la RSE

El 68% del personal encuestado señaló que las políticas de RSE implementadas por el hotel contribuyen a su bienestar y motivación. Este resultado refleja que la RSE no solo tiene un impacto social o ambiental, sino también interno, al generar sentido de pertenencia y compromiso con la organización.

El bienestar laboral, sustentado en capacitaciones, comunicación efectiva y reconocimiento profesional, se convierte en un elemento clave para mantener altos estándares de servicio.

Conclusión 3: La capacitación continua fortalece la calidad en la atención al cliente

El Hotel Balandra ha priorizado la formación del personal en competencias de atención al cliente, sostenibilidad y hospitalidad. Esto se refleja en los altos niveles de satisfacción reportados por los huéspedes (90% satisfechos o muy satisfechos).

La inversión en capital humano demuestra ser una práctica de RSE que genera valor compartido, al beneficiar tanto a los empleados como a los clientes.

Conclusión 4: La comunicación de las acciones de RSE aún puede optimizarse

Si bien el hotel implementa diversas acciones de RSE (reciclaje, programas ambientales, participación comunitaria), el 65% de los huéspedes manifestó conocerlas, lo que indica que un 35% aún no las percibe de manera clara.

Por lo tanto, se evidencia la necesidad de fortalecer la comunicación externa de dichas prácticas para posicionar al Hotel Balandra como un referente visible de turismo responsable en la región.

Conclusión 5: La RSE consolida la cultura organizacional y la reputación corporativa

El estudio confirma que la Responsabilidad Social Empresarial ha contribuido a crear un entorno laboral basado en valores éticos, respeto y compromiso con la calidad del servicio. Esta filosofía organizacional fortalece la reputación del Hotel Balandra y lo diferencia en el mercado turístico de Manta, al integrar la sostenibilidad social, ambiental y económica en su modelo de gestión.

Recomendaciones

Con base en los resultados obtenidos y las conclusiones expuestas, se plantean las siguientes recomendaciones orientadas a mejorar la gestión de la RSE y potenciar la satisfacción del cliente en el Hotel Balandra.

Recomendación 1: Fortalecer la comunicación interna sobre la RSE

Implementar talleres informativos, boletines digitales y espacios participativos donde los empleados conozcan en profundidad las políticas, objetivos y beneficios de la RSE. Esto permitirá al personal comprender mejor su rol dentro de la estrategia empresarial y aumentar su compromiso con las metas del hotel.

Recomendación 2: Ampliar la difusión externa de las acciones de RSE

Diseñar una estrategia de comunicación externa que visibilice las prácticas sostenibles del Hotel Balandra mediante redes sociales, página web, folletos informativos y señalética en las instalaciones.

De esta manera, los huéspedes podrán percibir de forma más evidente el compromiso social y ambiental de la empresa.

Recomendación 3: Mantener y diversificar los programas de capacitación

Continuar fortaleciendo la formación del personal en temas como atención al cliente, manejo de quejas, sostenibilidad, inclusión y responsabilidad ética. Asimismo, incluir talleres sobre liderazgo y trabajo en equipo, con el fin de elevar la calidad del servicio y reforzar la cohesión organizacional.

Recomendación 4: Promover indicadores de evaluación de la RSE

Implementar mecanismos de seguimiento y evaluación periódica de las políticas de RSE mediante indicadores cuantitativos y cualitativos (satisfacción del personal, rotación laboral, percepción del cliente, etc.).

Esto permitirá medir el impacto de las acciones ejecutadas y ajustar las estrategias de forma continua.

Recomendación 5: Fortalecer la vinculación comunitaria

Fomentar proyectos de vinculación con la comunidad local, tales como programas educativos, voluntariado o apoyo a emprendimientos turísticos sostenibles. De esta manera, el hotel contribuirá al desarrollo del entorno y reforzará su imagen como empresa socialmente responsable y comprometida con la ciudad de Manta.

Recomendación 6: Integrar la RSE al plan estratégico del hotel

Finalmente, se recomienda incorporar la RSE de manera estructural dentro del plan estratégico institucional del Hotel Balandra, de modo que sus principios sean parte del ADN organizacional y se mantengan en todas las áreas operativas y de servicio.

BIBLIOGRAFÍA

Arendt, S., & Brettel, M. (2010). Understanding the influence of corporate social responsibility on corporate identity, image, and firm performance. *Management Decision*, 48(10), 1469–1492. <https://doi.org/10.1108/00251741011090289>

Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business & Society*, 38(3), 268–295.

Font, X., Guix, M., & Bonilla, T. (2016). Corporate social responsibility in cruising: Using materiality analysis to create shared value. *Tourism Management*, 53, 175–186. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.09.007>

López, M., & Calderón, D. (2020). Responsabilidad social empresarial y satisfacción del cliente en el sector hotelero latinoamericano. *Revista Latinoamericana de Estudios Organizacionales*, 7(2), 45–60.

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2022). Informe de sostenibilidad y competitividad turística en Ecuador. Quito: MINTUR.

López, M. (2020). *La responsabilidad social empresarial y su impacto en la satisfacción del cliente en el sector hotelero*. *Revista Latinoamericana de Turismo*, 12(2), 45–58. <https://revistaslatinoamericanas.org/turismo2020>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2023). *Política Nacional de Turismo Sostenible del Ecuador 2030*. Quito: MINTUR. <https://www.turismo.gob.ec/>

Porter, M., & Kramer, M. (2006). Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78–92.

Vargas, J., & Rodríguez, P. (2018). Responsabilidad social empresarial en el sector hotelero: Estudio comparativo en Colombia y México. *Revista de Estudios Turísticos*, 27(3), 89–106.

Asamblea Nacional del Ecuador. (2011). *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario*. Registro Oficial Suplemento 444. <https://www.gob.ec/>

Chiavenato, I. (2017). *Gestión del talento humano* (5.^a ed.). McGraw-Hill Interamericana.

Kotler, P., & Lee, N. (2005). *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. John Wiley & Sons.

Ochoa, G. (2021). *Responsabilidad social empresarial y desempeño organizacional en empresas del sector hotelero ecuatoriano*. Universidad Técnica de Manabí.

Organización Mundial del Turismo (OMT). (2022). *Código Ético Mundial para el Turismo*. Madrid: UNWTO. <https://www.unwto.org/es>

Pérez, F., & Rodríguez, C. (2019). *Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial en empresas de servicios turísticos*. Editorial Universidad de Granada.

Robbins, S. P., & Coulter, M. (2020). *Administración* (14.^a ed.). Pearson Educación.

Vargas, D., & Herrera, P. (2021). *La responsabilidad social y la satisfacción del cliente en empresas hoteleras del Ecuador*. *Revista Científica de Turismo*, 5(1), 20–35. <https://revistaturismoec.org/>

Encuesta dirigida al personal y clientes del Hotel Balandra

Objetivo:

Analizar la percepción sobre la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el personal de atención al cliente del Hotel Balandra y su influencia en la satisfacción del cliente.

Instrucciones:

Escala de valoración:

- ☐ 1 Totalmente en desacuerdo ☐ 2 En desacuerdo ☐ 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
☐ 4 De acuerdo ☐ 5 Totalmente de acuerdo

Sección A: Personal de atención al cliente

Pregunta 1: ¿Conoce usted sobre el conocimiento que tiene el personal del Hotel Balandra sobre las políticas y prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de la organización?

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Pregunta 2: ¿Conoce usted sobre el impacto de las acciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) del Hotel Balandra en su bienestar laboral?

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Pregunta 3: ¿Cómo evalúa usted las capacitaciones ofrecidas por el Hotel Balandra para el desarrollo de sus competencias laborales?

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Pregunta 4: ¿El clima laboral tiene su sentido de pertenencia dentro del Hotel Balandra?

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Pregunta 5: ¿La atención recibida durante su estadía en el Hotel Balandra es de satisfacción?

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Sección B: Clientes del hotel

Pregunta 6: ¿La amabilidad y el profesionalismo del personal del Hotel Balandra durante su atención son compatibles con el cliente?

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Pregunta 7: ¿El nivel de conocimiento sobre las prácticas sostenibles y sociales de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) está ligado al personal y cliente del Hotel Balandra?

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Pregunta 8: Las políticas de RSE del hotel (ambientales, éticas y comunitarias) influyen positivamente en mi decisión de volver a hospedarme.

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Pregunta 9: Percibo coherencia entre la calidad del servicio recibido y los valores de responsabilidad social que proyecta el hotel.

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Pregunta 10: El compromiso del personal con la responsabilidad social genera confianza y lealtad hacia el Hotel Balandra.

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

CARRERA DE HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA

Proyecto De Investigación Previo A La Obtención Del Título De Licenciada En Hospitalidad Y Hotelería

ENTREVISTA

Datos de Identificación de la Entrevista

Código de la Entrevista:

Día de la Entrevista:

Hora de la Entrevista:

Duración de la Entrevista:

Lugar en que se realiza la
Entrevista:

Introducción:

El objetivo de esta entrevista es conocer su percepción sobre “Importancia de la responsabilidad social empresarial en el personal de atención al cliente del Hotel Balandra y sus incidencias en la satisfacción del cliente”. La información que proporcione será confidencial y utilizada exclusivamente con fines académicos. Agradezco de antemano su colaboración.

Datos del Entrevistador

Nombre:

Identificación:

Datos del Entrevistado

Nombre:

Edad:

Género:

Puesto que ocupa:

Batería de Preguntas

1. ¿Qué nivel de importancia considera que tiene la responsabilidad social empresarial dentro de la gestión del Hotel Balandra?

- a) Muy alta
- b) Alta
- c) Media
- d) Baja

2. ¿El hotel fomenta la participación del personal en actividades sociales, ambientales o comunitarias?

- a) Sí, de manera continua
- b) A veces
- c) Muy pocas veces
- d) No, nunca

3. ¿Recibe usted capacitaciones o formación en temas relacionados con ética, sostenibilidad o responsabilidad social?

- a) Sí, con frecuencia
- b) Ocasionalmente
- c) Rara vez
- d) Nunca

4. ¿Considera que la aplicación de la RSE influye en la calidad del servicio que brinda el personal a los clientes?

- a) Sí, de forma significativa
- b) En cierta medida
- c) Muy poco
- d) No influye

5. ¿Cómo describiría la percepción de los clientes sobre las prácticas de responsabilidad social del Hotel Balandra?

- a) Muy positiva
- b) Positiva
- c) Indiferente
- d) Negativa

6. ¿Cree que las acciones de RSE implementadas por el hotel contribuyen a mejorar la satisfacción y fidelidad del cliente?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) En desacuerdo
- d) Totalmente en desacuerdo

7. ¿Considera que el compromiso social del hotel influye en su motivación y sentido de pertenencia como colaborador?

- a) Sí, mucho
- b) En parte
- c) Muy poco
- d) No influye

Cuestionario.

Título del proyecto: Importancia de la responsabilidad social empresarial en el personal de atención al cliente del Hotel Balandra y sus incidencias en la satisfacción del cliente.

Objetivo:

Evaluar la percepción sobre la aplicación de la responsabilidad social empresarial (RSE) en el personal de atención al cliente del Hotel Balandra y su incidencia en la satisfacción del cliente.

Instrucciones:

Marque con una “X” la opción que mejor refleje su opinión, según la siguiente escala:

Escala	Significado
1	Totalmente en desacuerdo
2	En desacuerdo
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4	De acuerdo
5	Totalmente de acuerdo

Sección A: Personal de atención al cliente

- ¿Con qué frecuencia el Hotel Balandra promueve actividades relacionadas con la responsabilidad social empresarial (RSE)?**
 - Siempre
 - Frecuentemente
 - A veces
 - Rara vez
 - Nunca
- ¿Recibe usted capacitaciones sobre temas éticos, ambientales o sociales dentro del hotel?**
 - Sí, de manera continua
 - Ocasionalmente

- c) Solo cuando es obligatorio
 - d) No, nunca he recibido
3. **¿Considera que la práctica de la RSE ha mejorado su ambiente laboral?**
- a) Sí, significativamente
 - b) Parcialmente
 - c) Muy poco
 - d) No ha tenido ningún impacto
4. **¿En qué medida cree que las acciones de RSE influyen en su desempeño y motivación laboral?**
- a) Mucho
 - b) Moderadamente
 - c) Poco
 - d) Nada
5. **¿Piensa que las prácticas de RSE fortalecen la imagen del Hotel Balandra frente a los clientes?**
- a) Totalmente de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) En desacuerdo
 - d) Totalmente en desacuerdo

◆ **Sección B: Clientes del hotel**

6. **¿Percibe usted que el personal del Hotel Balandra actúa con responsabilidad social y respeto hacia los clientes y el entorno?**
- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) Algunas veces
 - d) Nunca
7. **¿Considera que las acciones socialmente responsables del personal influyen en su satisfacción como cliente?**
- a) Sí, influyen mucho
 - b) Influyen de manera moderada

- c) Influyen poco
 - d) No influyen
8. **¿Ha notado prácticas ambientales o comunitarias que reflejen el compromiso social del hotel (como reciclaje, apoyo local, etc.)?**
- a) Sí, constantemente
 - b) En algunas ocasiones
 - c) Rara vez
 - d) No, nunca
9. **¿El trato recibido por parte del personal refleja los valores éticos y sociales del Hotel Balandra?**
- a) Siempre
 - b) A menudo
 - c) A veces
 - d) Nunca
10. **¿Las prácticas de RSE del Hotel Balandra influyen en su decisión de regresar o recomendar el hotel?**
- a) Sí, definitivamente
 - b) Probablemente sí
 - c) No estoy seguro
 - d) No influyen en mi decisión.

Anexos.

