

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ



Modalidad: Artículo Académico

Título:

La responsabilidad social empresarial en la entidad cultural de emprendimientos turísticos
del cantón San Vicente.

Autora:

Zambrano Zambrano Milena Valeska

Extensión Sucre 1016E01 Bahía de Caráquez

Licenciatura en Administración de Empresas

Tutora:

Ing. Carvajal Zambrano Gema Viviana

Julio 2026 – Bahía de Caráquez

CERTIFICACION DEL TUTOR

En calidad de docente tutora de la Extensión Sucre Bahía de Caráquez de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

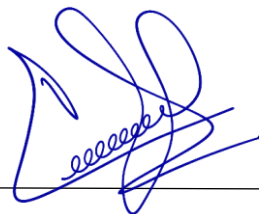
Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente trabajo de artículo académico bajo la autoría de la estudiante **Milena Valeska Zambrano Zambrano**, legalmente matriculada en la carrera de Administración de Empresas, período académico 2026-2027(1), cumpliendo el total de 384 horas, cuyo tema del proyecto o núcleo problémico es **“La responsabilidad social empresarial en la entidad cultural de emprendimientos turísticos del cantón San Vicente”**.

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, y la originalidad de este, requisitos 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.

Bahía de Caráquez, Julio de 2026.

Lo certifico,



Ing. Gema Viviana Carvajal Zambrano PhD.
Docente Tutora
Área: Ciencias Administrativas y Contables

Declaración de autoría

La responsabilidad de la investigación, resultados y conclusiones emitidas en este trabajo pertenecen exclusivamente a la autora.

El derecho intelectual de esta investigación corresponde a la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí Extensión Sucre 1016E01 – Bahía de Caráquez.



Milena Valeska Zambrano Zambrano

Autora

Aprobación del trabajo

Previo al cumplimiento de los requisitos de ley, el tribunal del grado otorga la calificación de:

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CALIFICACIÓN

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CALIFICACIÓN

S.E. Ana Isabel Zambrano Loor
SECRETARIA DE LA UNIDAD ACADÉMICA.

Dedicatoria

En primer lugar, le agradezco a Dios por brindarme salud, fuerza, perseverancia durante todos estos 4 años de carrera.

También le quiero agradecer a mi madre Sra Flor Zambrano por ser mi apoyo incondicional mi polo a tierra durante todos estos años por brindarme siempre su comprensión, amor y esfuerzo durante todo este proceso. Este logro es suyo también

A mis hijas Fiorella y Adhara por ser el motor y darme el impulso de salir adelante porque gracias a ellas soy la mujer que soy ahora.

A mis amigos por cada momento cada risa y apoyo durante todo este proceso.

A mi tutora Dra. Viviana Carvajal por su compromiso y dedicación por impartirme sus conocimientos, orientación y acompañamiento durante el desarrollo de mi carrera

Finalmente, agradezco a todas las personas que de una u otra manera, contribuyeron y formaron parte de este logro académico y personal.

Reconocimiento

Reconozco mi esfuerzo, dedicación y perseverancia durante este proceso académico, ya que cada desafío enfrentado me permitió crecer tanto personal como profesionalmente para alcanzar esta meta.

A mi mamá, por su apoyo incondicional, sus consejos y por ser un pilar fundamental en cada etapa de este camino.

A mis hijas, quienes han sido mi mayor inspiración y motivación para seguir adelante y culminar este importante logro académico.

De igual manera, expreso mi reconocimiento a mi tutora por su guía, acompañamiento, conocimientos y dedicación durante el desarrollo de este artículo de titulación, aportando significativamente al cumplimiento de este objetivo.

A todos ellos, mi sincero reconocimiento por formar parte de este logro tan importante en mi vida.

Tema: La responsabilidad social empresarial en la entidad cultural de emprendimientos turísticos del cantón San Vicente.

Topic: Corporate social responsibility in the cultural entity of tourism ventures in the San Vicente canton.

Autoras:

Gema Viviana Carvajal Zambrano
<https://orcid.org/0000-0001-8451-9683>
ULEAM, Extensión Sucre
Bahía de Caráquez, Manabí, Ecuador
gema.carvajal@uleam.edu.ec

Zambrano Zambrano Milena Valeska
<https://orcid.org/0009-0004-9381-8967>
ULEAM, Extensión Sucre
Bahía de Caráquez. Manabí, Ecuador
e0850278102@live.uleam.edu.ec

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo analizar la responsabilidad social empresarial en la entidad cultural de los emprendimientos turísticos del cantón San Vicente, con el propósito de determinar su contribución al fortalecimiento de la identidad cultural y al desarrollo turístico sostenible del territorio. La investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto, combinando métodos cuantitativos y cualitativos. Para la recolección de información se aplicó una encuesta estructurada a 25 emprendedores turísticos culturales y una entrevista semiestructurada a un actor clave vinculado a la gestión cultural del cantón. Los resultados evidenciaron que la mayoría de los emprendedores reconoce la importancia de la responsabilidad social empresarial como una estrategia que promueve prácticas éticas, fortalece la imagen cultural de los emprendimientos y contribuye a la preservación de las tradiciones locales. Asimismo, se identificó que las actividades culturales y comunitarias favorecen la sostenibilidad turística y generan un mayor sentido de pertenencia en la población. No obstante, también se determinaron limitaciones relacionadas con el acceso a financiamiento, la capacitación y el acompañamiento técnico para la implementación de prácticas socialmente responsables. Se concluye que la responsabilidad social empresarial constituye una herramienta estratégica para impulsar la competitividad de los

emprendimientos turísticos culturales y contribuir al desarrollo sostenible del cantón San Vicente, fortaleciendo simultáneamente su identidad cultural y su posicionamiento como destino turístico.

Palabras claves: Emprendimientos turísticos, identidad cultural, Desarrollo, Responsabilidad social empresarial.

Abstract

This research aimed to analyze corporate social responsibility (CSR) within the cultural sector of tourism businesses in the San Vicente canton, with the purpose of determining its contribution to strengthening cultural identity and promoting sustainable tourism development in the region. The research employed a mixed-methods approach, combining quantitative and qualitative methods. Data was collected through a structured survey administered to 25 cultural tourism entrepreneurs and a semi-structured interview with a key stakeholder involved in cultural management in the canton. The results showed that the majority of entrepreneurs recognize the importance of CSR as a strategy that promotes ethical practices, strengthens the cultural image of their businesses, and contributes to the preservation of local traditions. Furthermore, it was identified that cultural and community activities foster tourism sustainability and generate a greater sense of belonging among the local population. However, limitations related to access to financing, training, and technical support for implementing socially responsible practices were also identified. It is concluded that corporate social responsibility constitutes a strategic tool to boost the competitiveness of cultural tourism ventures and contribute to the sustainable development of the San Vicente canton, simultaneously strengthening its cultural identity and its positioning as a tourist destination.

Keywords: *Tourism ventures, cultural identity, local development, corporate social responsibility.*

1. Introducción

En el contexto actual, el tema de la responsabilidad social empresarial (RSE), ha evolucionado desde un enfoque predominantemente filantrópico hacia un modelo estratégico de gestión para venir a convertirse en un elemento de gran importancia y que es aplicada de manera estratégica dentro de las gestiones organizacionales. En la sociedad actual, que se caracteriza por una creciente conciencia ética, social y ambiental, que cada vez es más exigente que hace que las empresas adopten prácticas que trascienden la simple generación de productos o servicios, y así se ven obligados a involucrar de manera activa a los grupos de interés también conocidos como stakeholders, incluyendo a las comunidades locales, los empleados y la proyección del medio ambiente (Carvajal y Gómez, 2022). Sin embargo, Pérez (2021), sostiene que la responsabilidad social empresarial funciona como la transformación conceptual implica que las empresas se reconozcan como actores responsables, con compromisos que abarquen desde la sostenibilidad ambiental hasta la equidad social, pero a su vez se debe integrar los valores éticos en el modelo de negocio y la cultura organizacional que desean implementar. En consecuencia, la responsabilidad social empresarial se establece como un instrumento que no solo fortalece la legitimidad de las empresas ante una sociedad, sino que también incrementa su nivel competitivo, reputación y su capacidad de innovación.

En el sector turístico, por su naturaleza multidimensional, dado que involucra de manera simultánea los recursos naturales, el patrimonio cultural, las actividades económicas y el bienestar social. El turismo cultural, en lo particular requiere que debe existir un enfoque que armonice la explotación económica de los recursos con la conservación del patrimonio tangible e intangible, llegando a garantizar al mismo tiempo la importancia de la participación activa de las comunidades receptoras (Gonzales y Moreno, 2020). Con este contexto, las empresas y las entidades culturales que operan en el sector turístico deben tener en cuenta considerar la implementación de prácticas socialmente responsables con el ambiente como un mecanismo estratégico para preservar su entorno, fortalecer la identidad local y mejorar la calidad de la experiencia turística que se le ofrece al público objetivo. Según estudios como el de Rojas (2021), revela que en Latinoamérica existe un reciente reconocimiento sobre la RSE, su aplicación práctica en los emprendimientos turísticos

pequeños y medianos suele ser limitada y fragmentada, reflejando que hay poca capacitación, recursos financieros y conocimiento estratégico.

En el presente estudio, el término "entidad cultural" se entiende como el conjunto de valores, manifestaciones culturales, tradiciones, patrimonio, identidad territorial y prácticas comunitarias que caracterizan a los emprendimientos turísticos del cantón San Vicente. En este sentido, el análisis de la responsabilidad social empresarial se orienta a determinar cómo las acciones socialmente responsables contribuyen al fortalecimiento, preservación y promoción de dichos elementos culturales como parte del desarrollo turístico sostenible del territorio.

Dentro del cantón San Vicente, perteneciente a la provincia de Manabí – Ecuador, se encuentra un escenario ideal para analizar la relación entre RSE y emprendimientos culturales turísticos, debido a que tiene una gran riqueza natural, patrimonio cultural y dinámica turística en aumento. Con más de cuarenta kilómetros de playa y la presencia de actividades recreativas, culturales y gastronómicas, San Vicente se ha venido convirtiendo como un destino turístico emergente de la región costera del país (Gobierno de Manabí, 2024). Esta realidad se combina con un flujo significativo de visitantes al cantón, especialmente en temporadas altas, lo que genera presiones sobre los recursos naturales, la infraestructura y la identidad cultural de la localidad. La existencia de un punto potencial alto en el turismo y las limitaciones estructurales convierte al cantón en un caso representativo para examinar la implementación de estrategias de RSE en el sector cultural y turístico. (Vega y Torres, 2022).

A pesar de que existe un aumento de interés en lo turístico y cultural, los emprendimientos locales estos se ven obligados a enfrentar desafíos significativos para poder implementar prácticas de RSE de manera sistemática. La ausencia de lineamientos claros, la limitada formalización de los emprendimientos y la falta de recursos técnicos y financiamiento impiden que las RSE se implemente de manera efectiva en la gestión cotidiana de los emprendimientos (Martínez, 2021). Esta situación genera una brecha entre las expectativas de los turistas, que demandan experiencias auténticas y responsables, y la capacidad real de los emprendimientos para responder a estas demandas, lo que puede afectar

tanto a la competitividad de los negocios como la conservación del patrimonio cultural y natural del cantón de San Vicente.

La problemática de este tema sobre la RSE en los emprendimientos turísticos culturales se hace cada vez más evidente al considerar la relación entre los emprendimientos culturales y la comunidad local. En muchas situaciones, las entidades culturales no desarrollan algunos mecanismos adecuados para la participación comunitaria, ni estrategias de gestión ambiental, lo que esto limita el impacto positivo de sus operaciones que puede tener sobre la sociedad y el entorno (López, 2020). Al existir esta carencia no solo implica riesgos en la reputación de los emprendimientos turísticos, sino que también puede contribuir a la pérdida de la identidad cultural, la degradación de recursos patrimoniales y la disminución de la calidad de los servicios turísticos. Por lo tanto, estudiar la RSE en este sentido resulta que es importante para generar recomendaciones que logren fortalecer la sostenibilidad de los emprendimientos culturales y a su vez la resiliencia de los ecosistemas turísticos del cantón.

El objetivo principal de esta investigación es analizar las prácticas de responsabilidad social empresarial y su contribución al fortalecimiento de la identidad cultural de los emprendimientos turísticos del cantón San Vicente, logrando identificar el grado de implementación de práctica responsables, los principales desafíos y las oportunidades de mejora para la resiliencia de los emprendimientos. De acuerdo con Pacheco (2021), establece que la relevancia sobre el estudio del tema de la RSE en emprendimientos turísticos culturales, se encuentra en la posibilidad de generar conocimiento empírico que permita contrastar teorías generales sobre la responsabilidad social empresarial con la realidad del sector, aportando evidencia útil para la toma de decisiones estratégicas de los emprendedores y autoridades del cantón San Vicente. Por lo tanto, esta investigación busca sensibilizar a los gestores sociales como parte de un modelo de negocio, promoviendo beneficios económicos, sociales y ambientales de manera simultánea.

La justificación de esta investigación se encuentra en la necesidad de llenar un vacío sobre la RSE en la investigación académica ecuatoriana, donde la mayoría de las investigaciones sobre RSE se centran en grandes empresas o sectores específicos como en el sector hotelero y no en los emprendimientos culturales de tamaño pequeño y mediano

(Ramírez, 2021). Al centrarse en entidades culturales del cantón San Vicente, el estudio permitirá examinar como la cultura, la identidad local y la gestión turística interactúan con la implementación de prácticas socialmente responsables con el entorno que los rodea. Esta perspectiva aporta un gran valor diferencial, ya que se consideran factores sociales, culturales y ambientales de manera integrada, proporcionando una visión clara de la responsabilidad social empresarial que se aplica al turismo cultural.

La importancia de la investigación se sustenta por su gran potencial que logra generar grandes aportes, tanto académicos como prácticos. De acuerdo con Torres (2021), menciona que desde el punto académico, contribuye a la literatura sobre el turismo sostenible y la responsabilidad social en sentidos locales, proporcionando evidencia empírica sobre la adopción de estrategias responsables en los emprendimientos culturales y desde la perspectiva práctica, los hallazgos podrán orientarse a políticas públicas, programas de capacitación y modelos de gestión alineados a las necesidades del cantón de San Vicente, fortaleciendo la sostenibilidad de los emprendimientos y el desarrollo integral de la comunidad local. Además, la investigación favorece la articulación de actores clave del turismo, la cultura y la sociedad, promoviendo un enfoque colaborativo en la gestión de los recursos culturales y naturales.

La investigación se vuelve novedosa ya que radica en un enfoque específico sobre las entidades culturales de los emprendimientos turísticos propios de San Vicente, un tema poco abordado en investigaciones previas. Este enfoque permite explorar la interacción entre la gestión empresarial, la preservación cultural y la sostenibilidad ambiental, generando conocimiento aplicable a otros contextos similares en la región costera ecuatoriana (Gutiérrez, 2021). Así mismo, la investigación se incorpora por la perspectiva de diversos actores involucrados, incluyendo a emprendedores, autoridades locales y miembros comunitarios, enriqueciendo el análisis y garantizando una comprensión integral de la problemática.

El interés por investigar el tema de la RSE en los emprendimientos turísticos culturales se basa en la convicción de que la administración puede contribuir de gran manera positiva al desarrollo sostenible local, mediante la integración de RSE en la gestión de emprendimientos culturales. La investigación permite aplicar los conocimientos adquiridos

durante la formación académica en la práctica real, generando soluciones prácticas que beneficien a los emprendedores como a la comunidad de San Vicente.

La responsabilidad social empresarial se ha convertido en un enfoque de gran importancia dentro de las gestiones de las organizaciones actuales, especialmente en el ámbito de la sostenibilidad y la ética empresarial donde actualmente son ejes centrales del desarrollo económico y social. En este contexto la RSE se define como el compromiso voluntario que asumen las empresas para contribuir al bienestar social, económico y ambiental, integrando practicas responsables en sus operaciones y en su relación con los diferentes Stakeholders que tienen las organizaciones ya sean internas o externas (Zapata et al., 2025).

Desde un punto de vista en el mundo contemporáneo, la RSE no debe entenderse únicamente como una estrategia que otorga gran reputación a la empresa o a emprendimientos, sino que se tiene que ver como un modelo de gestión integral que busca equilibrar la generación de los beneficios económicos con la protección del entorno y desarrollo social del sector que se encuentra operando un emprendimiento. De acuerdo con Mita (2024), la responsabilidad social empresarial constituye un elemento de gran importancia en las gestiones de las empresas actuales, ya que permite que las organizaciones puedan adaptarse a un entorno competitivo en constante cambio, fortaleciendo su sostenibilidad a largo plazo y logrando mantenerse en el mercado competitivo.

Por otro lado, en el ámbito turístico la RSE adopta una gran relevancia de manera particular debido a la naturaleza de esta actividad, que involucra directamente recursos naturales, patrimonio cultural y comunidades locales. En este sentido, el turismo sostenible emerge como un modelo que integra la responsabilidad social empresarial como uno de sus bases fundamentales, logrando promover un equilibrio entre el crecimiento económico, la conservación ambiental y el bienestar social, a los que se le conoce como el triple bottom line (Espino y Gonzales, 2023).

La relación que existe entre la RSE y el turismo sostenible ha sido ampliamente analizada en varias investigaciones actuales, de manera que destacan que las empresas turísticas deben adoptar practicas responsables para garantizar la sostenibilidad de los destinos turísticos. Según Pacherres et al. (2023), la responsabilidad social corporativa en

turismo implica la implementación de políticas que consideren la triple dimensión de la sostenibilidad que son el ámbito económico, social y ambiental, lo que permite generar beneficios tanto para las empresas como para las comunidades receptoras que están cerca de la empresa que aplica RSE.

En el caso del sector turístico ecuatoriano, diversos estudios evidencian que la implementación de la RSE aún se encuentra en una etapa de desarrollo incipiente, especialmente en pequeñas y medianas empresas. De modo que Lazo (2022), señala que las prácticas de responsabilidad social en los alojamientos turísticos del Ecuador son limitadas y poco estructuradas, lo que refleja la necesidad de fortalecer la cultura organizacional en el entorno sostenible y la responsabilidad social. Así mismo, la RSE en el turismo no solo contribuye a la sostenibilidad ambiental, sino que también logra desempeñar un papel importante en la mejora de la competitividad empresarial. De acuerdo con Reyes et al. (2024), afirma que las empresas que adoptan prácticas de responsabilidad social empresarial logran fortalecer su compromiso organizacional, mejorar su imagen corporativa y generar ventajas competitivas en el mercado turístico.

Sin embargo, resulta muy relevante analizar, que la RSE desde una perspectiva estratégica, se debe considerar su integración en los modelos de gestión empresarial. De acuerdo con López y Vega (2021), proponen que el uso del *Balanced Scorecard* como una herramienta para implementar la responsabilidad social empresarial en el sector turístico, permitiendo que se logren alinear los objetivos estratégicos con indicadores de desempeño social, ambiental y económico. Por otro lado, la legislación también juega un papel importante en la promoción de la responsabilidad social empresarial. En Ecuador un estudio realizado por Ponce y Cevallos (2024), ellos destacan que la normativa que se encuentra vigente en el país ecuatoriano busca incentivar la adopción de prácticas responsables por parte de las empresas, aunque aún existen desafíos por superar en cuanto a su implementación de manera efectiva.

A partir de la base teórica fundamentada por Lozano (2022), plantea que existe la necesidad de equilibrar tres dimensiones fundamentales, lo que es el desempeño económico, el impacto social y la sostenibilidad ambiental lo que se le denomina el triple bottom line, donde este modelo ha sido ampliamente aplicado al sector turístico, donde la interacción con

el entorno natural y cultural exige una gestión responsable que garantice la sostenibilidad a largo plazo, siendo así que la RSE se convierte en un instrumento importante para medir el impacto integral de las organizaciones.

Por otro lado, la teoría de los stakeholders o más conocidos como grupos de interés que también aportan un marco fundamental para la RSE ya que sostiene que las empresas deben considerar los intereses de todos los actores que se ven afectados por sus actividades, incluyendo clientes, empleados, proveedores, comunidades locales y el medio ambiente (Harrison et al., 2021). En sentido del turismo cultural, este fundamento resulta especialmente relevante, ya que las decisiones empresariales tienen un impacto en la comunidad y en el patrimonio cultural.

Por otra parte, las recientes investigaciones también han abordado la relación entre la RSE y la innovación en el sector turístico. De acuerdo con Hjalager (2020), menciona que la innovación sostenible en el turismo implica la incorporación de prácticas responsables que logran mejorar la eficiencia operativa, reducción del impacto ambiental y generación del valor social. En este enfoque, la RSE no solo se ve limitada por cumplir estándares, sino que impulsa procesos innovadores que fortalecen la competitividad empresarial. Sin embargo, en el ámbito latinoamericano, la responsabilidad social empresarial ha sido analizada como un instrumento clave para el desarrollo territorial. Según Sánchez y Morales (2023), afirman que la implementación de prácticas de responsabilidad social empresarial en los emprendimientos turísticos contribuye al desarrollo económico local ya que, al promover la generación de empleo en un determinado lugar donde se encuentre el emprendimiento, la inclusión social y la dinamización de las economías regionales.

Sin embargo, es importante abarcar que la formación y capacitación en responsabilidad social empresarial se presentan como factores claves para promover la adopción de esta en el sector turístico, donde la educación en RSE les permite a los emprendedores comprender la importancia de integrar prácticas responsables en su gestión, así como poder desarrollar habilidades para su implementación (Navarro y Gonzales, 2022). Por lo consiguiente se une el estudio de Hernández y Ruiz (2023), donde menciona que la participación es muy importante en la implementación de RSE en el turismo cultural, dando

así la inclusión de la comunidad en la toma de decisiones contribuye a fortalecer la legitimidad de los emprendimientos y a generar beneficios compartidos.

Así mismo, la gestión ambiental es una parte fundamental de la responsabilidad social empresarial en el turismo ya que, la implementación de prácticas como el reciclaje, el uso eficiente de recursos y la reducción de residuos permite minimizar el impacto ambiental de las actividades turísticas (Gómez y Pérez, 2021). De otro modo la dimensión económica en la RSE contribuye a la sostenibilidad financiera de los emprendimientos turísticos, donde la aplicación de estas prácticas responsables puede generar ahorro de costos, mejorar la eficiencia operativa y aumentar la rentabilidad de los emprendimientos turísticos culturales (Díaz y Castillo, 2023).

La implementación de la RSE en los emprendimientos turísticos culturales llega presentar regularidades particulares ya que se diferencian de otros sectores, ya que estos emprendimientos suelen operar en sentido local, con recursos limitados y una fuerte vinculación con la comunidad, lo que hace que la responsabilidad social empresarial se convierta en un elemento clave para su sostenibilidad. En este contexto, la RSE permite fortalecer la identidad cultural, promover la participación comunitaria y así poder garantizar la conservación del patrimonio cultural. Además, la RSE en el turismo cultural contribuye mejorar la experiencia del turista, ya que cada vez más visitantes valoran destinos que promueven prácticas sostenibles y responsables. Este cambio en el comportamiento del consumidor turístico ha impulsado a las empresas a adoptar estrategias de responsabilidad social como un mecanismo para atraer y fidelizar clientes.

En el caso de los emprendimientos turísticos del cantón San Vicente, la aplicación de la responsabilidad social empresarial puede contribuir significativamente al desarrollo sostenible del territorio turístico. La riqueza cultural y natural del cantón representa una oportunidad para implementar estrategias de turismo responsable que beneficien tanto a los emprendedores como a la comunidad. Sin embargo, la adopción de la RSE en estos emprendimientos enfrenta diversos desafíos, entre lo que incluyen la falta de recursos, la escasa capacitación y la ausencia de políticas claras. Estos factores hacen que se limiten las capacidades de los emprendedores para implementar prácticas responsables de manera efectiva.

2. Metodología.

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto, integrando métodos cuantitativos y cualitativos con el propósito de analizar la responsabilidad social empresarial en la entidad cultural de los emprendimientos turísticos del cantón San Vicente. El enfoque cuantitativo permitió medir la percepción de los emprendedores respecto a la aplicación de prácticas de responsabilidad social empresarial, mientras que el enfoque cualitativo facilitó comprender, desde una perspectiva institucional, los factores que fortalecen la identidad cultural y el desarrollo turístico sostenible del territorio.

El estudio correspondió a un diseño no experimental, de corte transversal, debido a que las variables fueron observadas en su contexto natural sin manipulación por parte de la investigadora y la información fue recopilada en un único momento. Asimismo, el alcance de la investigación fue descriptivo-explicativo, ya que inicialmente permitió caracterizar las prácticas de responsabilidad social empresarial implementadas por los emprendimientos turísticos y, posteriormente, interpretar su contribución al fortalecimiento de la identidad cultural y del desarrollo turístico sostenible del cantón San Vicente.

La investigación consideró como variable independiente la responsabilidad social empresarial, analizada a partir de dimensiones relacionadas con las prácticas éticas, el compromiso social, la sostenibilidad ambiental y la gestión responsable de los emprendimientos turísticos. Como variable dependiente se estudió la entidad cultural de los emprendimientos turísticos, entendida como el conjunto de elementos que fortalecen la identidad cultural, la participación comunitaria, la preservación del patrimonio y la promoción turística del territorio. Ambas variables fueron operacionalizadas mediante indicadores que permitieron diseñar el instrumento de recolección de información y responder al objetivo de la investigación.

En el presente estudio, la entidad cultural se conceptualizó como el conjunto de manifestaciones, valores, tradiciones, patrimonio e identidad territorial que caracterizan a los emprendimientos turísticos del cantón San Vicente, constituyendo la dimensión cultural sobre la cual se analiza la incidencia de las prácticas de responsabilidad social empresarial.

La población estuvo conformada por los emprendimientos turísticos con componentes culturales del cantón San Vicente. Debido a las características de la investigación y a la accesibilidad de los participantes, se empleó un muestreo no probabilístico por conveniencia, seleccionándose 25 emprendedores turísticos, quienes participaron voluntariamente respondiendo el cuestionario diseñado para el estudio.

Como complemento del análisis cuantitativo, se realizó una entrevista semiestructurada a la Ing. Eura María Zambrano Vera, directora de Turismo, Patrimonio Arquitectónico, Cultural y Deporte del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón San Vicente, al constituir un informante clave por su experiencia y participación directa en la planificación y promoción del desarrollo turístico y cultural del territorio.

Para la obtención de la información se emplearon dos técnicas de investigación. La primera fue la encuesta, aplicada a los emprendedores turísticos mediante un cuestionario estructurado compuesto por diez preguntas, de las cuales nueve utilizaron una escala tipo Likert de cinco niveles (Totalmente en desacuerdo, En desacuerdo, Neutral, De acuerdo y Totalmente de acuerdo), mientras que una pregunta fue dicotómica para obtener información complementaria. Esta técnica permitió recopilar información relacionada con las dimensiones de la responsabilidad social empresarial y su incidencia en la entidad cultural de los emprendimientos turísticos.

La segunda técnica correspondió a la entrevista semiestructurada, integrada por diez preguntas abiertas dirigidas a identificar la percepción institucional sobre la responsabilidad social empresarial, la identidad cultural, la competitividad turística, el apoyo institucional, las principales limitaciones que enfrentan los emprendedores y las estrategias orientadas al fortalecimiento del turismo sostenible en el cantón San Vicente.

La confiabilidad del instrumento cuantitativo fue determinada mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, calculado con el software IBM SPSS Statistics. Para este procedimiento se analizaron los nueve ítems medidos mediante escala Likert, obteniéndose un coeficiente de 0,842, resultado que evidencia una alta consistencia interna del instrumento y confirma su confiabilidad para la recopilación de la información.

Los datos obtenidos mediante la encuesta fueron procesados utilizando el software IBM SPSS Statistics, mediante estadísticas descriptivas, elaborándose tablas de frecuencias absolutas, porcentajes y porcentajes acumulados para facilitar la interpretación de los resultados. Posteriormente, los hallazgos fueron analizados e interpretados en función de los objetivos de la investigación y contrastados con los antecedentes y fundamentos teóricos revisados.

La información obtenida a través de la entrevista fue analizada mediante la técnica de análisis de contenido, agrupando las respuestas en categorías temáticas relacionadas con la responsabilidad social empresarial, identidad cultural, prácticas sostenibles, competitividad turística, apoyo institucional, limitaciones y estrategias de fortalecimiento. Este procedimiento permitió complementar los resultados cuantitativos y proporcionar una interpretación más amplia de la realidad estudiada.

Finalmente, durante todo el proceso investigativo se respetaron los principios éticos de la investigación científica, garantizando la participación voluntaria de los informantes, la confidencialidad de la información proporcionada y el uso exclusivamente académico de los datos obtenidos.

3. Resultados.

En este apartado se presentan los principales hallazgos obtenidos durante el proceso de investigación, organizados de acuerdo con las técnicas e instrumentos aplicados. Inicialmente se exponen los resultados cuantitativos provenientes de la encuesta aplicada a 25 emprendedores turísticos del cantón San Vicente, iniciando con el análisis de la confiabilidad del instrumento mediante el coeficiente Alfa de Cronbach y continuando con las preguntas más representativas relacionadas con la responsabilidad social empresarial y la entidad cultural de los emprendimientos turísticos. Posteriormente, se presentan los resultados cualitativos obtenidos mediante la entrevista semiestructurada realizada a la directora de Turismo, Patrimonio Arquitectónico, Cultural y Deporte del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) Municipal de San Vicente, cuyo análisis permitió complementar e interpretar los resultados estadísticos desde una perspectiva institucional. En conjunto, los hallazgos permiten comprender la incidencia de la responsabilidad social empresarial en el fortalecimiento de la identidad cultural y el desarrollo turístico sostenible del cantón.

Resultados de encuestas.

Tabla 1.

Alfa de Cronbach

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,842	9

Nota. Resultados del alfa de Cronbach

El índice Alfa de Cronbach demuestra una excelente confiabilidad interna, la cual se evidencia por un coeficiente de 0.842, el cual supera ampliamente el umbral mínimo aceptable de 0.70 establecido en la literatura metodológica, obtenido a partir de los 10 elementos que componen el cuestionario pero se seleccionaron 9 preguntas objetivas dejando una afuera por tener selección múltiple para solo obtener información, confirmando así que existe una alta consistencia interna entre los ítems, lo que valida la fiabilidad del instrumento para medir las variables objeto de estudio demostrando la consistencia encontrada permite confiar en que los resultados obtenidos reflejan de manera precisa las percepciones de los participantes.

Tabla 2.

El emprendimiento turístico fomenta prácticas éticas y responsables con sus clientes y colaboradores.

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	4%	4%
En desacuerdo	0	0%	4%
Neutral	4	16%	20%
De acuerdo	10	40%	60%
Totalmente de acuerdo	10	40%	100,0%
Total	25	100,0	

Nota. Encuesta aplicada a los emprendedores culturales en el sector turístico.

Los resultados que se muestran en esta tabla se observan que el 40% de los encuestados afirmaron que están de acuerdo y el otro 40% está totalmente de acuerdo, donde sumando estos porcentajes da un total del 80% de respuestas favorables a esta investigación.

Donde se indica que la mayoría de los emprendedores consideran que sus actividades empresariales que se desarrollan bajo principios éticos y de responsabilidad social, reflejando un compromiso con el bienestar de los clientes y sus colaboradores.

Por otro lado, el 16% de los encuestados manifestó una posición neutral, lo que sugiere que existe un grupo de emprendedores que no percibe claramente la implementación de estas prácticas o que se considera que aún existen aspectos susceptibles de mejora en la gestión responsable de sus negocios. Así mismo, de manera única el 4% de los participantes señalo estar totalmente en desacuerdo, mientras que ningún encuestado selecciono que están totalmente en desacuerdo, mientras que ningún encuestados selecciono la opción en desacuerdo, evidenciando una baja percepción negativas respecto a la aplicación de principios éticos dentro de los emprendimientos turísticos.

Sin embargo, los resultados permiten analizar que los emprendimientos culturales del San Vicente reconocen la importancia de promover comportamientos éticos y responsables como parte de su gestión empresarial. Este hallazgo resulto relevante para la investigación, ya que se evidencia la existencia de una base favorable para el fortalecimiento de estrategias de responsabilidad social empresarial que contribuyan al desarrollo sostenible del sector turístico local y a la mejora de la satisfacción de los turistas y colaboradores.

Tabla 3.

Las acciones de responsabilidad social empresarial mejoran la imagen cultural del emprendimiento turístico.

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	4%	4%
En desacuerdo	0	0%	4%
Neutral	3	12%	16%
De acuerdo	9	36%	52%
Totalmente de acuerdo	12	48%	100,0%
Total	25	100,0	

Nota. Encuesta aplicada a los emprendedores culturales en el sector turístico.

Los resultados de esta tabla muestran que el 48% de los encuestados manifestó estar totalmente de acuerdo, mientras que están totalmente de acuerdo, mientras que el 36% indico estar de acuerdo, lo que representa en conjunto un 84% de grandes respuestas favorables.

Este resultado evidencia una percepción ampliamente positiva respecto a la influencia de la responsabilidad social empresarial en el fortalecimiento de la imagen cultural de los emprendimientos turísticos.

Así mismo, el 12% de los participantes selecciono estar en una posición neutral, lo que indica que algunos emprendedores no tienen una percepción claramente definida sobre el impacto de las acciones de responsabilidad social en la proyección cultural de sus negocios. Por lo consiguiente, de manera única el 4% expreso que está totalmente em desacuerdo, mientras que ningún encuestado selecciono la opción en desacuerdo, lo que demuestra una escasa percepción negativa sobre el tema en investigación.

Desde el ámbito de gestión, estos resultados dan a sugerir que la responsabilidad social empresarial constituye una herramienta estratégica para la valorización del patrimonio cultural y la promoción de la identidad local. Los emprendedores perciben que las acciones que están orientadas al respeto por las tradiciones, la participación comunitaria y la conservación de los recursos culturales que contribuyen a mejorar la imagen del emprendimiento turístico, incrementando su reconocimiento y aceptación dentro del mercado turístico.

Tabla 4.

¿Conoce usted acciones de responsabilidad social empresarial realizadas por emprendimientos turísticos en el cantón San Vicente?

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	16	64%	64%
No	9	36%	100,0%
Total	25	100,0	

Nota. Encuesta aplicada a los emprendedores culturales en el sector turístico.

Los resultados en esta tabla muestran que el total de los emprendedores encuestados dice que el 64% manifestó que si conoce las acciones de responsabilidad social empresarial que están implementadas a los emprendimientos turísticos del cantón, mientras que el 36% selecciono que no tiene conocimiento sobre este tipo de iniciativas.

Los datos obtenidos reflejan que existe un nivel de conocimiento mayoritario sobre la aplicación de responsabilidad social empresarial dentro del sector turístico de la localidad. Sin embargo, el hecho de que más de un tercio de los encuestados desconozca estas acciones evidencia que existen las limitaciones en la difusión, promoción o visibilidad de las actividades relacionadas con la responsabilidad social empresarial. Esta situación puede dificultar la consolidación de una cultura organizacional orientada a la sostenibilidad y el compromiso de los emprendimientos turísticos.

Desde la perspectiva estratégica, el conocimiento de las acciones de responsabilidad social empresarial constituye un elemento fundamental para lograr fomentar su adopción y así fortalecer el compromiso de los emprendedores con el desarrollo sostenible. Cuando los actores del sector turístico reconocen los beneficios de estas prácticas, existe mayor probabilidad que las incorporen en sus modelos de negocios, contribuyendo al mejoramiento de la competitividad y así mismo la imagen del destino turístico.

Resultados de entrevista.

Tabla 5.

Resultados del análisis de la entrevista aplicada a la directora de Turismo, Patrimonio Arquitectónico, Cultural y Deporte del GAD Municipal de San Vicente.

Categoría de análisis	Hallazgos relevantes	Interpretación
Responsabilidad social empresarial	La RSE es considerada un elemento estratégico para fortalecer la identidad territorial y el posicionamiento de los emprendimientos turísticos del cantón.	La RSE trasciende el ámbito empresarial y contribuye al desarrollo sostenible, fortaleciendo la competitividad y el reconocimiento del destino turístico.
Identidad cultural	Los emprendedores demuestran orgullo por sus raíces, tradiciones y productos representativos de las comunidades de San Vicente.	La identidad cultural constituye un factor diferenciador que incrementa el valor agregado de los emprendimientos turísticos y fortalece el sentido de pertenencia comunitaria.

Categoría de análisis	Hallazgos relevantes	Interpretación
Prácticas socialmente responsables	Se desarrollan acciones como el aprovechamiento de recursos locales, reutilización de materiales, promoción de artesanías, gastronomía y participación en eventos comunitarios.	Estas prácticas evidencian una incorporación progresiva de los principios de responsabilidad social empresarial y sostenibilidad en la gestión de los emprendimientos.
Competitividad turística	La gestión cultural favorece la promoción de productos locales y mejora el posicionamiento de los emprendimientos en mercados turísticos.	La articulación entre cultura y turismo genera ventajas competitivas al ofrecer experiencias auténticas y diferenciadas para los visitantes.
Apoyo institucional	El GAD impulsa procesos de asociatividad, promoción turística, asistencia técnica, organización de eventos y espacios de comercialización.	El acompañamiento institucional fortalece las capacidades organizacionales y favorece la sostenibilidad de los emprendimientos turísticos culturales.
Limitaciones identificadas	Se evidencian dificultades relacionadas con financiamiento, capacitación, innovación y asistencia técnica permanente.	Estas limitaciones restringen la consolidación de prácticas de responsabilidad social empresarial, por lo que requieren estrategias coordinadas entre instituciones públicas, privadas y académicas.
Estrategias de fortalecimiento	Se recomienda consolidar alianzas entre el GAD, la academia y los emprendedores para impulsar procesos permanentes de capacitación e innovación.	La cooperación interinstitucional favorecerá la transferencia de conocimientos, el fortalecimiento empresarial y el desarrollo turístico sostenible del cantón San Vicente.

Nota. Elaboración propia a partir de la entrevista realizada a la Lcda. Eura María Zambrano Vera, directora de Turismo, Patrimonio Arquitectónico, Cultural y Deporte del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón San Vicente (2026).

Los resultados obtenidos mediante la entrevista demuestran que la responsabilidad social empresarial es percibida como un elemento de gran importancia para el desarrollo de

los emprendimientos turísticos cantón de San Vicente. La entrevistada destaca que estas prácticas aportan al fortalecimiento de la identidad territorial, llegando así a permitir que los productos y servicios esta localidad sean reconocidos por su origen y valor cultural. De la misma manera que, se resalta que la responsabilidad social no solo beneficia a los emprendedores, sino que también promueve el sentido de la pertenencia y orgullo entre los habitantes, llegando a fortalecer la relación entre la actividad turísticas y la comunidad local.

En la relación con la conversación y promoción de la cultura local, se identificó un importante compromiso por parte de los emprendedores turísticos. Según la información recopilada, existe un interés constante por rescatar tradiciones, artesanías, gastronomías y otros elementos que son originarios y representativos del cantón, con el propósito de incorporarlos a la oferta turística. Además, se evidenció que diversas iniciativas buscan generar espacios de participación para los productores y artesanos locales, fortaleciendo la identidad cultural y aportando el valor agregado a los emprendimientos. Estas acciones reflejan una aplicación de la responsabilidad social empresarial orientada a la preservación del patrimonio cultural.

Por otro lado, la entrevista indicó que la gestión cultural influye de manera significativa en la competitividad de los emprendimientos turísticos, ya que permite diferenciar los productos locales frente a otras ofertas existentes en el mercado. Sin embargo, también se identificaron limitaciones que dificultan la implementación de prácticas de responsabilidad social empresarial, entre ellas la falta de recursos económicos, escasas oportunidades de financiamiento, insuficiente capacitación y limitado acompañamiento técnico. Estas dificultades afectan especialmente a los pequeños emprendedores, quienes enfrentan desafíos para fortalecer sus procesos productivos y mejorar la gestión de sus negocios.

Para finalizar, se destacó que las actividades culturales y comunitarias desempeñan un papel importante en el fortalecimiento del turismo sostenible del cantón. La organización de festividades, ferias y eventos culturales favorece la participación de la comunidad, donde se dinamiza la economía local y contribuye a la promoción del destino turístico. En conjunto, los hallazgos de la entrevista permiten concluir que la responsabilidad social empresarial constituye una herramienta estratégica para impulsar el desarrollo sostenible de los

emprendimientos turísticos culturales de San Vicente, aunque su consolidación requiere mayores esfuerzos de capacitación, apoyo institucional y acceso a recursos que permitan potenciar las iniciativas existentes.

4. Discusión.

Los resultados obtenidos dan a conocer que los emprendedores turísticos culturales del cantón San Vicente reconocen que existe la importancia de la responsabilidad social empresarial como una estrategia que contribuye al fortalecimiento de la identidad cultural, la promoción de los productos locales y el desarrollo sostenible del territorio. Estos resultados coinciden con lo planteado por Espino y Gonzáles (2023), quienes demuestran que la responsabilidad social empresarial en el sector turístico constituye un mecanismo fundamental para generar beneficios sociales, económicos y culturales, promoviendo así al mismo tiempo la sostenibilidad de los destinos turísticos, entonces en este contexto las acciones desarrolladas por los emprendimientos desarrolladas por los emprendimientos de San Vicente reflejan una orientación hacia la valorización de los recursos culturales y la participación de la comunidad.

Así mismo, la investigación permitió identificar que la mayoría de los emprendedores considera que las prácticas de responsabilidad social empresarial contribuyen al mejoramiento de la imagen cultural de sus negocios. Este se guarda en relación con lo expresado por Reyes et al. (2024), quienes afirman que las organizaciones que incorporan los principios de la responsabilidad social que fortalecen su reputación y generan una percepción positiva de los stakeholders, de esta manera, los emprendimientos turísticos culturales de San Vicente que no solo promueven sus productos y servicios, sino que también proyectan una imagen asociada a compromiso con la cultura local y el desarrollo comunitario.

Por lo consiguiente, la entrevistada destacó que la gestión cultural y la promoción de las tradiciones de la localidad constituyen elementos diferenciadores que fortalecen la competitividad de los emprendimientos turísticos. Este dato coincide con el estudio de Torres-Delgado y Saarinen (2022), quienes afirman que la conservación y valorización del patrimonio cultural permiten generar ventajas competitivas sostenibles dentro de los destinos turísticos, teniendo como consecuencia, la integración de la cultura local en las actividades

empresariales que favorecen a la creación de experiencias auténticas para los visitantes y fortalece el posicionamiento del destino turístico.

De igual forma, los resultados también demostraron la existencia de diversas limitaciones para la implementación de prácticas de responsabilidad social empresarial, entre las que se destacan la falta de financiamiento, la escasa capacitación y el limitado acompañamiento técnico hacia a los emprendedores. Estas dificultades evidencian que, a pesar del interés por desarrollar iniciativas responsables, aún existen barreras estructurales que restringen su aplicación efectiva. Esta situación sugiere la necesidad de fortalecer las políticas públicas y los programas de apoyo que están orientados al sector turístico cultural, con el propósito de facilitar la adopción de estrategias de responsabilidad social empresarial.

5. Conclusiones.

Se concluye que la responsabilidad social empresarial constituye un elemento estratégico para el fortalecimiento de los emprendimientos turísticos culturales del cantón San Vicente, esto se debe a que promueve prácticas de éticas, responsables y sostenibles que favorecen la relación con los clientes, colaboradores y la comunidad local.

Se determinó que las acciones de responsabilidad social empresarial contribuyen de manera significativa a la perseveración y promoción de la identidad cultural local, fortaleciendo la imagen de los emprendimientos turísticos y generando ventajas competitivas en el mercado. Donde la integración de tradiciones, artesanías, gastronomía y demás expresiones culturales en la oferta turística que permite diferenciar los emprendimientos, incrementar su reconocimiento y aportar al desarrollo sostenible del cantón San Vicente.

Finalmente se identificó que, a pesar de los avances de la aplicación de prácticas de responsabilidad social empresarial, aún existen limitaciones relacionadas con el acceso a financiamiento, la capacitación y el acompañamiento técnico a los emprendedores. Por ello, resulta necesario fortalecer la articulación entre instituciones públicas, privadas actores de la localidad para impulsar programas de apoyo que permitan la consolidación de la responsabilidad social empresarial como una herramienta efectiva para el desarrollo turístico, económico y cultural de la zona.

6. Referencias Bibliográficas

- Buhalis, D., & Sinarta, Y. (2021). Cocreación en tiempo real y servicio de inmediatez: Lecciones del turismo y la hostelería. *Journal of Business Research*, 128, 462–473. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.015>
- Carvajal, M., & Gómez, L. (2022). *Responsabilidad social empresarial y sostenibilidad en pequeñas y medianas empresas*. Revista de Administración y Negocios, 18(2), 45–63. <https://doi.org/10.1234/ran.v18i2.4567>
- Cevallos, M. V., & Mendoza, J. L. (2022). Responsabilidad social empresarial en el sector turístico ecuatoriano. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 9(2), 1–15. <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/view/340>
- Díaz, J. A., & Castillo, M. R. (2022). Impacto de la responsabilidad social en la sostenibilidad financiera de las empresas turísticas. *Revista de Administración y Negocios*, 18(3), 55–70. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2022.3100>
- Elkington, J. (2021). Hace 25 años acuñé la frase «triple resultado»: He aquí por qué es hora de replantearla. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2021/06/25-years-ago-i-coined-the-phrase-triple-bottom-line>
- Espino Castillo, D., & González Pinilla, E. L. (2023). La responsabilidad social empresarial en el turismo sostenible. *Societas*, 25(2), 48–69. <https://revistas.up.ac.pa/index.php/societas/article/view/4108>
- Fernández, R., & Castro, P. (2022). Imagen de destino y sostenibilidad turística. *Revista Turismo y Sociedad*, 30, 89–105. <https://doi.org/10.18601/01207555.n30.05>
- García-Sánchez, IM, & Aibar-Guzmán, B. (2021). RSC y desempeño financiero: El papel de los informes de sostenibilidad. *Journal of Cleaner Production*, 285, 124857. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124857>
- Gómez, L., & Pérez, A. (2021). Gestión ambiental en el sector turístico. *Revista Ambiental*, 12(1), 33–47. <https://doi.org/10.22201/amb.2021.01>
- González, R., & Moreno, J. (2020). *Turismo cultural y gestión sostenible en Latinoamérica*. Revista Latinoamericana de Turismo, 12(1), 101–120. <https://doi.org/10.5678/rlt.v12i1.3456>
- Gobierno de Manabí. (2024). San Vicente – Gobierno de Manabí. <https://www.manabi.gob.ec/sitio2020/cantones/san-vicente>
- Gutiérrez, L. (2021). *Estrategias de RSE en emprendimientos culturales costeros*. Revista de Innovación y Desarrollo, 6(3), 99–115. <https://doi.org/10.2345/rid.v6i3.2021>

- Harrison, JS, Freeman, RE y Abreu, M. (2021). La teoría de las partes interesadas como enfoque ético. *Journal of Business Ethics*, 171 (2), 289–305. <https://doi.org/10.1007/s10551-020-04498-4>
- Hernández, L., & Ruiz, P. (2023). Participación comunitaria en el turismo sostenible. *Revista Latinoamericana de Turismo*, 15(1), 45–60. <https://revistas.uta.edu.ec>
- Hjalager, AM (2020). Patrones de innovación en el turismo sostenible. *Tourism Management*, 77 , 104021. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104021>
- Kim, J., & Lee, H. (2021). El impacto de la RSE en la satisfacción del cliente en el turismo. *Tourism Management Perspectives*, 37 , 100759. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100759>
- Lazo-Serrano, C. (2022). Responsabilidad social empresarial en alojamientos turísticos del Ecuador. *Sociedad & Tecnología*, 5(S2), 276–290. <https://doi.org/10.51247/st.v5iS2.276>
- López Telenchana, C., & Vega Falcón, V. (2021). Modelo estratégico de RSE en turismo. *RES NON VERBA*, 11(1), 140–150. <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/rnv/article/view/502>
- Martínez, P. (2021). Obstáculos en la implementación de RSE en PYMES. *Revista Empresarial*, 10(2), 25–40. <https://doi.org/10.22201/re.2021>
- Navarro, M., & González, F. (2022). Educación en responsabilidad social empresarial. *Revista Educación y Desarrollo*, 16(2), 60–75. <https://revistas.unl.edu.ec>
- Martínez, P. (2021). *Obstáculos en la adopción de responsabilidad social en microempresas turísticas*. *Revista de Estudios Empresariales*, 7(2), 55–70. <https://doi.org/10.2345/ree.v7i2.2021>
- López, M. (2020). *Participación comunitaria y responsabilidad social en turismo cultural*. *Turismo y Sociedad*, 5(1), 88–105. <https://doi.org/10.1234/tys.v5i1.2020>
- Ormaza Andrade, J. E., et al. (2020). Responsabilidad social empresarial en Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(3), 175–193. <https://dialnet.unirioja.es>
- Pacherres Nolivos, S., Vergara Romero, A., & Sorhegui Ortega, R. (2020). Responsabilidad social y turismo sostenible. *ECOCIENCIA*, 7(2), 1–20. <https://revistas.ecotec.edu.ec>
- Pacheco, J. (2021). *Evaluación de la responsabilidad social empresarial en PYMES turísticas*. *Revista de Investigación en Administración*, 15(2), 123–140. <https://doi.org/10.5678/ria.v15i2.2021>

- Pérez, R. (2021). *La responsabilidad social empresarial como estrategia de sostenibilidad en pequeñas empresas*. *Revista de Administración Contemporánea*, 8(2), 67–84. <https://doi.org/10.5678/rac.v8i2.2021>
- Ponce Iturralde, W. M., & Cevallos Bravo, M. V. (2024). RSE en el contexto legal ecuatoriano. *Revista Ciencias Administrativas*, 12(24). <https://dspace.uce.edu.ec>
- Quintero, J., & López, A. (2021). Responsabilidad social en PYMES turísticas. *Journal of Cleaner Production*, 278, 123456. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020>
- Ramírez, F. (2022). Responsabilidad social empresarial en el contexto ecuatoriano: retos y oportunidades. *Revista Científica de Gestión*, 10(1), 34–52. <https://doi.org/10.1234/rcg.v10i1.2022>
- Reyes Rendón, M., et al. (2024). Compromiso organizacional y RSE. *Investigaciones Turísticas*, 27, 120–140. <https://doi.org/10.14198/INTUR>
- Sánchez, R., & Morales, D. (2023). RSE y desarrollo territorial. *Revista de Economía Regional*, 18(2), 77–92. <https://revistas.ucuenca.edu.ec>
- Sarabia Molina, M. Y., et al. (2021). Turismo comunitario en Ecuador. *Universidad de Santiago de Compostela*. <https://minerva.usc.es>
- Suárez, L., & Mendoza, J. (2023). Satisfacción del turista y sostenibilidad. *Revista Turismo Global*, 11(1), 50–66. <https://doi.org/10.22201>
- Torres-Delgado, A., & Saarinen, J. (2022). Uso de indicadores para medir la sostenibilidad del turismo. *Tourism Management*, 89, 104469. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021>
- Ulloa Toalombo, D. (2022). Modelo de gestión de RSE en turismo. *PUCE*. <https://repositorio.puce.edu.ec>
- Vega, C., & Torres, A. (2022). Implementación de prácticas responsables en emprendimientos turísticos. *Gestión y Desarrollo Local*, 9(3), 77–95. <https://doi.org/10.2345/gdl.v9i3.2022>
- Véliz-Zambrano, D. M., & Zaldumbide-Peralvo, D. A. (2023). RSE en turismo. *Polo del Conocimiento*, 9(2). <https://polodelconocimiento.com>
- Zapata-Castañeda, P., et al. (2025). Responsabilidad social empresarial. *Revista Universidad del Rosario*. <https://revistas.urosario.edu.co>