

**UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA COMERCIAL**



**“Nivel de Desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial y el
Desempeño Empresarial en el sector Hotelero del distrito de Tacna,
año 2020”**

PRESENTADO POR:

Bach. Wilson Zanga Vizcacho

ASESOR:

Dr. Américo Flores Flores

TACNA - PERU

2020

Dedicatoria

Dedico esta Tesis a Dios, a mi familia, a mis amigos/as más cercanos/as y a todas aquellas personas que de alguna u otra manera contribuyeron sinceramente y con cariño a su realización

Agradecimiento

A mi familia que es la razón de mi vida y sostén incondicional en la realización de mi carrera.

Un agradecimiento muy especial a la Universidad Privada de Tacna, a quienes la forman, desde sus niveles jerárquicos hasta cada uno de los recursos humanos que integran esta casa de altos estudios, quienes me brindaron no sólo la transferencia de conocimientos, experiencias y saberes, sino principalmente una invaluable amistad, por lo cual se han convertido, todos ellos, en parte de mi vida.

Tabla de Contenido

Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Índice de Tablas	ix
Índice de Figuras.....	x
Resumen.....	xi
Abstract.....	xii
Introducción	13
CAPITULO I	16
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
1.1. Descripción de la realidad problemática.....	16
1.2. Delimitaciones de la investigación	19
1.3. Formulación del problema	20
1.3.1. Problema general.....	20
1.3.2. Problemas específicos	20
1.4. Objetivos de investigación.....	21
1.4.1. Objetivo general.....	21
1.4.2. Objetivo específico	21
1.5. Importancia de la investigación	22
1.6. Alcances y limitaciones de la investigación.....	23

1.6.1.	Alcances	23
1.6.2.	Limitaciones.....	24
CAPITULO II.....		25
MARCO TEORICO.....		25
2.1.	Antecedentes relacionados con la investigación	25
2.2.	Bases teóricas.....	27
2.2.1.	Concepto de Responsabilidad Social y Ética	27
2.2.2.	Elementos de la Responsabilidad Social Empresarial	31
2.2.3.	Principios de la RSE en el sector Turístico y su Dimensiones.....	38
2.2.3.1	Efectos del turismo en el mundo globalizado	38
2.2.4.	Panorama general del sector hotelero y su relación con la Responsabilidad Social Empresarial	42
2.2.5.	Efectos del desarrollo de la RSE.....	43
2.	ELABORACIÓN DE HIPÓTESIS Y VARIABLES	44
2.2.	Hipótesis general.....	44
2.3.	Hipótesis específicas	44
2.4.	Definición y operacionalización de variables	46
CAPITULO III.....		47
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		47
3.1.	Tipo de investigación	47
3.2.	Nivel de investigación.....	47

3.3.	Diseño de investigación	47
3.4.	Métodos de investigación.....	48
3.5.	Población y muestra de estudio.....	48
3.5.1.	Población.....	48
3.6.	Técnicas e instrumentos de investigación.....	50
3.7.	Ámbito de investigación	50
3.8.	Procesamiento y análisis de información.....	50
3.9.	Validez y confiabilidad	50
4.1.	Características Generales	52
4.2.	Dimensión de responsables frente RSE	55
4.3.	Dimensión motivación de la RSE.....	58
4.4.	Dimensión moral y económica de RSE	60
4.5.	Dimensión obstáculos para la RSE.....	63
4.6.	Medidas de desempeño empresarial	66
5.2.	Contrastación de Hipótesis General.....	70
5.2.1.	Hipótesis General.....	70
5.3.	Hipótesis Específicas	72
5.3.1.	Hipótesis específica Concepto de RSE y nivel de desarrollo.....	72
5.3.2.	Hipótesis específica motivación y el nivel de desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial.	73
5.3.3.	Hipótesis específica razón moral y económica y el desarrollo de la RSE.	75

5.3.4. Hipótesis específica obstáculos y el desarrollo de la RSE.....	76
CONCLUSIONES	78
SUGERENCIAS	80
Referencias.....	82
Apéndices.....	90
Apéndice A: Matriz de Consistencia	91
Apéndice B: Cuestionario	93

Índice de Tablas

Tabla 1. Principios del Global Compact	35
Tabla 2. Definición y operacionalización de variables	46
Tabla 3. Alojamientos por categorías	48
Tabla 4. Resultados de la confiabilidad	51
Tabla 5. Resultados del modelo	70
Tabla 6. Resultados del modelo	71
Tabla 7. Resultados del modelo	72
Tabla 8. Resultados del modelo	73
Tabla 9. Resultados del modelo	74
Tabla 10. Resultados del modelo	75
Tabla 11. Resultados del modelo	76

Índice de Figuras

Figura 1. Género.....	52
Figura 2. Educación	53
Figura 3. Edad	53
Figura 4. Número de años en la actividad de hotelera.	54
Figura 5. Alineada con el rendimiento.....	55
Figura 6. Competitividad, ética y RSE.....	56
Figura 7. La eficacia determina el grado de ética y RSE.....	57
Figura 8. Si la supervivencia está en juego debe dejar la RSE	57
Figura 9. Ética y RSE.....	58
Figura 10. Motivación en la práctica RSE	59
Figura 11. Motivación y RSE de gerencia.	60
Figura 12. La moral y el desarrollo de RSE.....	61
Figura 13. Razón económica y RSE	62
Figura 14. Ética, Moral y RSE.....	63
Figura 15. Obstáculos y recursos para RSE.	64
Figura 16. Obstáculos, tiempo y RSE.	65
Figura 17. Obstáculos, recurso humano y RSE.....	66
Figura 18. Rendimiento medio en los últimos tres años (%)	67
Figura 19. Rentabilidad en los últimos tres años.	68

Resumen

El objetivo principal del presente trabajo de investigación se centra en determinar si existe relación entre el nivel de desarrollo de la RSE y el desempeño empresarial, con la finalidad de incrementar el valor del servicio del sector hotelero, la investigación es importante ya que servirá de base a los empresarios puedan implementar estrategias de RSE para incrementar el valor de los servicios para sus clientes. La investigación presenta una introducción dedicada a la contextualizar el tema de investigación a desarrollar, a través de la presentación un marco teórico, en el cual se expone una serie de teorías y conceptos, cuyo delineamiento han orientado la investigación. El presente estudio, se ha realizado con el levantamiento de información primaria, de una serie de datos del año 2020, obtenidos a través de la técnica de la encuesta, considerando las variables independientes, tales como, motivación, obstáculos en la implementación de la RSE, entre otras variables, de otro lado, para la comprobación de las hipótesis se han utilizado modelos de regresión simple.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial, Sector Hotelero.

Abstract

The main objective of this research work is to determine if there is a relationship between the level of RSE development and business performance, in order to increase the value of the service of the hotel sector, research is important as it will serve as a basis entrepreneurs can implement RSE strategies to increase the value of services for their clients. The research presents an introduction dedicated to contextualizing the research topic to be developed, through the presentation of a theoretical framework, in which a series of theories and concepts are exposed, whose delineation has guided the research. The present study has been carried out with the collection of primary information, of a series of data from the year 2020, obtained through the survey technique, considering the independent variables, such as, motivation, obstacles in the implementation of RSE, among other variables, on the other hand, simple regression models have been used to test the hypotheses.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Hotel Sector.

Introducción

El presente trabajo de investigación tiene como título “Nivel de desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial – RSE y el desempeño empresarial en el sector Hotelero del distrito de Tacna, año 2020, teniendo como principal problema a ser analizado en la investigación ¿Cuál es la relación entre el nivel de desarrollo de la responsabilidad social empresarial y el desempeño empresarial del sector hotelero del distrito de Tacna?, teniendo como principal objetivo la investigación determinar cómo influye el nivel de desarrollo de la responsabilidad social empresarial y el desempeño empresarial del sector hotelero.

El presente trabajo de investigación está estructurada en cinco capítulos: En el primer capítulo encontraremos el Planteamiento del Problema, en el segundo capítulo se ha desarrollado el Marco Teórico en base a la literatura revisada, en el tercer capítulo se ha planteado las Hipótesis e identificado las variables, en el cuarto capítulo se ha desarrollado el Método usado para el desarrollo de la presente investigación, Discusión de Resultados y el quinto capítulo tenemos las Conclusiones y Recomendaciones, acompañada de una amplia fuente bibliográfica la misma que sustenta el desarrollo de esta investigación; así como los apéndices respectivos.

Capítulo I: Planteamiento del Problema, en este punto abarca la metodología empleada para el desarrollo de la tesis; incluyendo la descripción de la realidad problemática, delimitaciones, problemas, objetivos, justificación e importancia del trabajo, limitaciones; terminando con la viabilidad del estudio.

Capítulo II: Marco Teórico, abarca desde los antecedentes, marco legal, marco teórico con sus respectivas conceptualizaciones relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial y el desempeño de las empresas del sector hotelero, es necesario precisar que el material procedente de investigaciones previas, quienes con sus aportes han enriquecido la investigación; además las variables son de interés, permitiendo clarificar desde el punto de vista teórico conceptual a cada una de ellas, culminando con la formulación de las hipótesis.

Capítulo III: Metodología de la investigación, comprende desde el tipo, nivel, método, diseño; así como la información primaria, obtenida a través de la aplicación de un cuestionario, así mismo, es una investigación básica y causal; de diseño no experimental y de corte transversal.

Capítulo IV: Discusión de Resultados, se trabajó con la información secundaria; con los cuales se realizaron la parte estadística y gráfica; además se interpretaron los resultados obtenidos, facilitando una mayor comprensión.

Capítulo V: Comprobación de hipótesis, para lo cual se utilizaron modelos de regresión con la finalidad de verificar las hipótesis de la presente investigación, debido a que las respuestas están en una escala de Likert, así mismo se analizó la parte teórico conceptual y normatividad existente relacionada con las variables, las conclusiones se realizaron de acuerdo a la formulación de las hipótesis y en cuanto a las recomendaciones se puede apreciar que son viables y prácticas.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

Actualmente, en las empresas se observan una serie de cambios que justifican el papel que juega la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Por otro lado tenemos que los nuevos modelos de consumo y comportamiento de los consumidores también han sido afectadas por estos modelos, las empresas han incorporado nuevos criterios que están vinculados con el consumo responsable, al momento de adquirir sus productos o servicios; no solo es importante la elección de la marca sino también; el consumidor tiene en cuenta las dimensiones sociales y ambientales de los productos, el impacto en el desarrollo social y ambiental de las empresas que los produce, por lo que las empresas han tenido que reconsiderar estas variables en

sus operaciones dando respuesta de esta manera a estos cambios en la demanda.

Hasta hace unos pocos años, las empresas sólo tenían responsabilidades económicas, que era el único factor que influía en el mercado; ahora el crecimiento de la inversión socialmente responsable y el crecimiento de los fondos de inversión están estrechamente vinculados en función a los criterios de RSE, jugando un papel relevante en el desarrollo empresarial.

Así tenemos en los últimos años, términos como Turismo Justo, Turismo Sostenible, Turismo Social entre otros están cobrando mayor importancia y generando debates.

Por otro lado, tenemos que las grandes dificultades que encaran el sector económico están los desplazamientos de la población local para el desarrollo de la actividad turística, la inestabilidad laboral, la explotación sexual o la mano de obra infantil, que son causas de gran impacto en las variables económicas, socioculturales y ambientales, siendo las políticas de RSE las que regulan estos impactos.

De acuerdo a Como hemos visto, a pesar de la importancia de la RSE a nivel empresarial y el sector turístico, los estudios sobre las

relaciones y prácticas entre la RSE y el turismo todavía son muy escasos a nivel internacional (Zanfardini, 2015). El sector turismo, hoy en día es uno de los sectores económicos más importantes que muestran mayores tasas de crecimiento a nivel internacional y nacional a pesar de la crisis económica social mundial por la que se está atravesando hoy en día a causa de la pandemia (Coronavirus); las previsiones de crecimiento de este sector siguen siendo positivas, pues de acuerdo a los últimos estudios de mercado, se tiene una perspectiva de desarrollo de turismo local, sobre todo con mayor contacto con la naturaleza, lo que constituiría en un acercamiento de los pueblos, sus costumbres, su cultura entre otros, lo que conllevaría que el turismo también pueda provocar problemas culturales, sociales y ambientales, los mismos que estarían atentando contra los principios elementales de un desarrollo sostenible.

Por esta razón, con la presente investigación se pretende averiguar información útil para el sector hotelero de Tacna y poder generar un conocimiento especializado que ayude a las empresas de este sector a mejorar su desempeño social y poder incrementar su nivel de competitividad a través de un mayor conocimiento de las necesidades y expectativas de los consumidores en materia de RSE. Las acciones que las empresas puedan definir para dar respuesta a

estos clientes serán sin duda fuente de creación de ventajas competitivas sostenibles, que permitirán al sector hotelero continuar ocupando una posición de liderazgo en el distrito de Tacna.

1.2. Delimitaciones de la investigación

1.2.1. Delimitación Espacial

Para el estudio se ha tomado como referencia para su desarrollo el sector hotelero categorizado del distrito de Tacna.

1.2.2. Delimitación temporal

El estudio se desarrolló entre los meses de enero y abril del año 2020.

1.2.3. Delimitación conceptual

El estudio analiza las dimensiones de la responsabilidad social en el sector hotelero del distrito de Tacna, poder identificar y analizar los factores que influyen en la relación hotelera y la RSE a fin de poder contribuir de esta manera en el desarrollo de este sector en la región de Tacna.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema general

¿Cómo influye el nivel de desarrollo de la responsabilidad social y la performance del sector hotelero?

1.3.2. Problemas específicos

a) ¿El concepto de los directivos de las organizaciones sobre RSE influye en el nivel de desarrollo de la performance empresarial?

b) ¿Cómo influye la motivación de los directivos en el nivel de desarrollo de la RSE y la performance de la empresa?

c) ¿Cómo influye la moral y la economía en de desarrollo de la RSE y la performance de la empresa?

d) ¿Cómo influyen los obstáculos sobre el nivel de desarrollo de la RSE y la performance de la empresa?

1.4. Objetivos de investigación

1.4.1. Objetivo general

Determinar el grado de causalidad del nivel de desarrollo de la RSE y la performance de las empresas del sector hotelero.

1.4.2. Objetivo específico

a) Determinar cómo influye el concepto que tienen los directivos de las empresas sobre la RSE y la performance del servicio del sector hotelero.

b) Determinar cómo influye las motivaciones que tienen los responsables en las organizaciones de la RSE en la performance del sector hotelero

- c) Determinar cómo influye la razón de tipo moral y económico en el nivel de desarrollo de la RSE, y nivel de performance del sector hotelero.

- d) Determinar cómo influyen los obstáculos en el nivel de desarrollo de la RSE y la performance del sector hotelero.

1.5. Importancia de la investigación

Hoy en día en el Perú las organizaciones turísticas han recibido un fuerte impulso, para que estas puedan asumir los principios y prácticas responsables, estas están reguladas por la Ley de Economía sostenible y las normas de ISO 26000, Ley y normas que en primer lugar tienen como objetivo mejorar la competitividad de las grandes, pequeñas y medianas empresas, fomentar la capacidad innovadora de las empresas, sobre todo el ahorro y eficiencia energética, impulsar y concientizar sobre el uso de energías limpias, la racionalización de la construcción residencias, la extensión y mejora de la calidad de la educación e impulsar y motivar a las empresas a llevar a cabo políticas de responsabilidad social.

Sobre el particular, en nuestra región es muy importante poder concientizar a la población y sobre todo al sector empresarial poder impulsar el desarrollo de la responsabilidad social empresarial como factor estratégico para mejorar su performance.

El presente estudio busca determinar si las empresas hoteleras categorizadas del sector vienen utilizando la RSE y poder determinar cuál es el nivel de utilización e identificar los obstáculos que se les presentan a estas empresas para poder implementar las estrategias de responsabilidad social empresarial en este sector.

1.6. Alcances y limitaciones de la investigación

1.6.1. Alcances

Los hallazgos del estudio servirán para una mejor toma de decisiones en la gestión de las empresas analizado, contribuyendo de esta forma a que el sector hotelero del distrito, para que así este sector pueda implementar nuevas estrategias de RSE, las cuales les van a permitir incrementar

y dar mayor valor a sus servicios ofrecidos, los cuales les van a permitir poder maximizar sus ganancias.

1.6.2. Limitaciones

La principal limitación fue la obtención de información de las empresas materia de estudio, ya que se enmarca dentro de la confidencialidad.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes relacionados con la investigación

En el ámbito internacional, tenemos un trabajo de investigación presentado por Vaca (2013), titulado: “Responsabilidad social corporativa en las cadenas hoteleras españolas. Factores determinantes del nivel de desarrollo y consecuencias” de la Universidad de Huelva, donde analiza cómo impacta el nivel de desarrollo de la responsabilidad social en el desempeño empresarial del sector hotelera en España.

Conclusión: El autor concluye que la Responsabilidad Social Corporativa en la actualidad ha tomado una dimensión considerable, a causa de factores como la pérdida o crisis de confianza, la misma que influye en la imagen y la reputación de las organizaciones, provocada por escándalos empresariales derivados de los fraudes contables, abuso de poder de los directivos sobre los empleados, por lo que los directivos de las organizaciones deberán cultivar valores éticos, así como la sociedad a los directivos de las organizaciones.

En el Perú a través de la Universidad del Pacífico. Los Doctores Schwalb, M y Malca, O. (2004), desarrollaron la investigación “Responsabilidad social, fundamentos para la competitividad empresarial y el desarrollo sostenible”, cuyo objetivo principal de la investigación fue analizar la importancia y los efectos del uso de la responsabilidad social como estrategia empresarial en la región de Lima. La investigación buscó contrastar cuál de los factores de la responsabilidad social son los más relevantes enfocados en nuestra realidad.

Conclusión: La investigación demuestra que la utilización estratégica de la responsabilidad social tiene efectos importantes en el desempeño

financiero de la empresa, dado que mejora la reputación, la imagen, entre otros factores.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Concepto de Responsabilidad Social y Ética

Tenemos que: “existen diferentes niveles o tipologías de responsabilidad: la moral, la social, la legal y la colectiva, por lo que pasaremos a realizar una aproximación a la definición de cada una de ellas” (Argadoña, 2007).

Por otro lado, la responsabilidad moral vendría a ser que “el ser humano es el único ser al cual se le da la cualidad de ejercitar la responsabilidad, dado que los humanos pueden escoger consciente y deliberadamente entre diferentes alternativas de acción y esa elección tiene consecuencias” (Jonas, 1995). De acuerdo al autor, “la

responsabilidad moral, “nace de la libertad del ser humano, siendo un deber, una exigencia moral (Oshana, 1997)”. Este concepto se utiliza habitualmente por ejemplo a nivel de las administraciones y funciones públicas y privadas, donde se requieren de acciones y decisiones transparentes, y de dar cuenta de los resultados de las políticas de la administración, de los gobiernos, etc. La RSE está afectada por los marcos normativos exigibles en las conductas interpersonales y comporta obligaciones de información y transparencia. – La Responsabilidad moral como obligación la podemos definir como un deber u obligación que se puede sustentar tanto en referentes de carácter objetivo como subjetivos (deber u obligación de conciencia). Este tipo de responsabilidad puede tener diferentes grados de aplicación, que van desde el valor mínimo requerido o exigido, hasta el valor máximo, que significaría un comportamiento excelente. Responsabilidad moral y confianza, "existe una relación intrínseca entre la responsabilidad y la moralidad, pues toda acción libre es una acción moral y esto significa una elección entre diferentes posibilidades y con ella un determinado ajuste a la realidad (García, 2004)". Al desarrollar las relaciones sociales, se da una relación de confianza, así la empresa da a conocer cómo se va a medir RSE, por la compra de un bien (producto) o servicio, la empresa puede invertir para que le otorguen las licencias de actividad. Al aplicar la terminología "social" a la

responsabilidad, se habla del comportamiento que dan respuesta a peticiones o expectativas de la sociedad, al comportamiento realizado por obligación, por exigencia de la sociedad. Las acciones vinculadas con la RSE estarían suscritas al primer grupo, es decir, a aquellas acciones que dan respuesta a peticiones o expectativas de la sociedad, y los grupos de interés de la empresa. Por otro lado, debemos evaluar la validez de estas peticiones por parte de la sociedad, a base de los criterios vinculados con la ética y lo moral. La responsabilidad legal Obviamente, está vinculada al cumplimiento de las normativas legales, mercantiles, fiscales, etc.

La RSE es una disciplina innovadora y actual, su implementación en del sector empresarial es reciente y se ha incorporado en numerosos países.

Por otro lado, el constructo de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), se fundamenta en el modelo de Desarrollo Sostenible (DS) y en la ética, (Lantos, 2001) advierten que “el concepto de RSE es considerado difuso con límites poco claros y debatible en cuanto a su legitimidad y además se ha evidenciado que en la práctica tiene un carácter contextual” (Jones, 1980); (Van, 2003); (Kakabadse & Lee-Davies, 2005); (Boxenbaum, 2006), las mismas que serán aplicadas a diferentes campos de actuación

tomando en consideración diferentes puntos de vista de las distintas áreas del conocimiento y los diversos sectores de la sociedad, incluido el empresarial. No obstante, la RSE parte del supuesto de que “las Responsabilidades Sociales son Universales, así como los mercados y las finanzas se han globalizado, deben hacerlo también los elementos básicos que constituyen dichas responsabilidades (Robledo, 2004)”.

Por lo tanto, las definiciones de RSE están enmarcadas en el cumplimiento de los principios e intereses sociales universalmente aceptados, como son los Derechos Humanos, Estándares Laborales, el Medio Ambiente, Desarrollo Sostenible, Justicia, entre otros, así la empresa estará comprometida directamente en el desarrollo de la sociedad y su bienestar, contribuyendo de una manera directa a que el mundo sea más justo y equitativo.

Por lo que podemos concluir que, que la RSE que se aplicará a los entornos, estaría limitando la ejecución del concepto, su evaluación y puesta en marcha.

Por otro lado, RSE y la ética en los negocios están íntimamente ligados. De acuerdo a la bibliografía revisada se puede afirmar que la RSE es subjetiva, sujeta a las demandas concretas de la sociedad,

demanda que nos conlleva a que la conducta empresarial sea llevada a un nivel pertinente con las normas, valores sociales y expectativas de los resultados que predominan en un determinado momento en el tiempo, modificándose en el espacio y tiempo. Por otro lado, la ética de los negocios se enfoca en el análisis y objetivos de los valores de acuerdo a los argumentos y estándares de la ética en los negocios.

Podemos concluir que la RSE, no es otra cosa que gestión de las acciones voluntaria de las organizaciones, que están más allá del cumplimiento de sus obligaciones jurídicas, es la transparencia y ética de la organización con la sociedad, que contribuye al desarrollo económico empresarial y social de sus prácticas comerciales respetuosas, promoviendo la estabilidad ambiental y social, siendo una variable estratégica empresarial que le dará una ventaja competitiva a la organización.

2.2.2. Elementos de la Responsabilidad Social Empresarial

Toda organización debe considerar cuatro elementos básicos de RSE al desarrollarla en la organización:

a. **Identificación de efectos sobre públicos Interesados y consulta**

La organización al desarrollar sus operaciones genera efectos sobre el medio ambiente, la gente y debe identificar su impacto en las organizaciones y personas, para poder manejarlas la organización realizará consultas de los efectos al público interesado para poder tomar decisiones en la organización, insumo de fundamental importancia que va a definir sus principios y valores e identificará los indicadores para la evaluación del nivel de satisfacción de los empleados.

b. **Incorporación en la visión, misión y valores**

En primera instancia deberemos definir la visión y valores de la organización para poder diseñar las estrategias a utilizar en la empresa y poder incorporar la responsabilidad social.

c. **Definición de políticas, procedimientos e Indicadores**

La organización al definir sus visión, misión y valores, podrá desarrollar sus políticas específicas para su funcionamiento, estableciendo sus procedimientos e indicadores para medir los logros en cada área específica. Hoy existen numerosas evaluaciones para el desempeño económico y ambiental, pero

no se tiene indicadores para medir el comportamiento social, Por lo que es muy importante para la organización poder establecer lazos con los públicos interesados; logrando de esta manera que la empresa determine la dimensión del impacto de sus operaciones e identificar los indicadores desempeño para su evaluación por cada impacto en particular.

d. Gobernabilidad corporativa, responsabilidad para rendir cuentas y verificación

La RSE tiene dos dimensiones, la interna y la externa donde destacan destaca cuatro grandes áreas de impacto:

a. La gestión de recursos humanos:

La organización tiene que enfrentar como principal desafío la atracción y retención del talento humano en la organización, que le permitirá beneficiarse con prácticas socialmente responsables como son el aprendizaje continuo, responsabilidad por parte de los miembros de la organización, mejora de la información, equilibrio entre trabajo, familia y ocio, la igualdad laboral de la mujer, la participación de los empleados en los beneficios o el accionariado, entre otros.

b. La seguridad y salud en el lugar de trabajo

Es la incidencia de una responsabilidad social voluntariamente asumida que va más allá de las legislaciones obligatorias. Afectando especialmente a la inclusión de criterios de salud y seguridad en el trabajo en las empresas y las que están en el régimen de las subcontratas.

c. La adaptación al cambio

La reestructuración desde un punto de vista socialmente responsable, tiene como objetivo el equilibrio entre los intereses y preocupaciones de los involucrados de acuerdo a los cambios y las decisiones que se tomarán.

d. La gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales

Esta dada en la gestión del impacto ambiental y recursos naturales, como es la práctica de la disminución del consumo de recursos naturales, el desecho y las emisiones contaminantes, basada en el análisis de las repercusiones del producto a lo largo de todo su ciclo vital.

Principios de la RES

- El Pacto Mundial de las Naciones Unidas, está compuesta por diez principios que se engloban en tres grupos de criterios amplios sobre Derechos Humanos, Normas Laborales y Medio ambiente.

Tabla 1

Principios del Global Compact

Derechos Humanos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados a nivel internacional. 2. Evitar verse involucrados en abusos de los derechos humanos.
Normas Laborales	<ol style="list-style-type: none"> 3. Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento del derecho a la negociación colectiva. 4. La eliminación de todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio. 5. La abolición del trabajo infantil. 6. La eliminación de la discriminación respecto del empleo y la ocupación.
Medio Ambiente	<ol style="list-style-type: none"> 7. Las empresas deben apoyar la aplicación de un criterio de precaución respecto de los problemas ambientales. 8. Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental. 9. Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inocuas para el medio ambiente.
Anticorrupción	<ol style="list-style-type: none"> 10. Las empresas deben actuar contra todas las formas de corrupción, incluyendo la extorsión y el soborno.

- El Libro Verde de la Comisión Europea “Fomentar un marco para la Responsabilidad Social de las Empresas” del año 2001. Tiene como estrategia principal el foro europeo de participación múltiple sobre la responsabilidad social de las empresas. La aportación de este foro son un conjunto de conocimientos de RSE que sirven de base para su aplicación por las empresas e interesados (sindicatos, ONG, inversores y consumidores), teniendo como ideas principales:

- El objetivo estratégico de la comisión con esta comunicación era que en el 2010 la UE se convierta en *“la economía del conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de crecer económicamente de manera sostenible con más y mejores empleos y con mayor cohesión social”* contribuyendo a la estrategia europea de desarrollo sostenible, para una Europa más dinámica, innovadora y abierta.
- La RSE debe considerarse una inversión y no un gasto, al igual que la gestión de la calidad.
- La respuesta del Libro Verde a la comisión es favorable a esta acción, presentando inquietudes como: *“la naturaleza voluntaria de la responsabilidad social; integración en el contexto del desarrollo sostenible y la necesidad de definir su contenido a escala global”*.
- La principal función de la empresa es la creación de valor en la producción de bienes y servicios generando beneficios para los propietarios y accionistas, bienestar a la sociedad a través de un proceso continuo de creación de empleo.

- El Libro Verde no deja de lado la inversión socialmente responsable (ISR), exponiendo la adopción de políticas responsables en los ámbitos social y ecológico como un indicador de buena gestión interna y externa, para minimizar los riesgos, y prevenir las crisis que puedan dañar la imagen organizacional, provocando de esta manera la caída del valor de las acciones.

- La RSE se aplica a todas las organizaciones privadas y estatales, sin importar su tamaño o rubro.

2.2.3. Principios de la RSE en el sector Turístico y su Dimensiones

El impacto del turismo en el mundo globalizado, sus cambios y perspectivas futuras, visualizando los conocimientos actuales de la actividad turística.

2.2.3.1 Efectos del turismo en el mundo globalizado

El turismo en las últimas décadas se ha convertido en una de las mayores industrias del mundo, por su extraordinario efecto multiplicador (Acerenza), esta actividad está generando recursos económicos para las empresas que se

encuentran en el turismo y también beneficia indirectamente a los lugareños.

Es reconocido por la Organización Mundial del Turismo que *“el turismo es la primera actividad económica y comercial a nivel mundial a principios del siglo XXI. (OMT & Unidas, 2016)”*

La Organización mundial de Turismo afirma que: *“una gestión responsable del turismo aporta numerosos beneficios que... contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental, y ofrece liderazgo y apoyo al sector para expandir por el mundo sus conocimientos y políticas turísticas (OMT & Unidas, 2016).”*

Los impactos positivos de esta actividad en sus diferentes dimensiones son:

➤ Dimensión Institucional

Como elemento dinamizador del desarrollo local, incentiva el asociativismo en el sector privado y público y una participación activa en la planificación de actividades y productos turísticos.

- Dimensión institucional y socio -cultural
Propicia la paz y el entendimiento entre naciones, revalorizando los patrimonios culturales, costumbres, fiestas populares, empleos locales, etc.

- En la dimensión ambiental
Primeramente, tenemos la educación ambiental, el reconocimiento de las reservas naturales, la concientización en el manejo de los recursos naturales, teniendo como su mayor desafío el fortalecimiento de las capacidades de las comunidades locales y regionales, contando con recursos humanos adecuados para lograr los beneficios esperados para la comunidad.

- Desde la Dimensión Económica
El turismo como una fuente generadora de empleos.
Los beneficios económicos de la actividad turística son distribuidos en forma de cascada, dicho de otra forma, comparte los beneficios en forma directa e indirectamente en el destino. Se deben crear nuevos productos turísticos permitiendo atenuar la

estacionalidad en el destino y contribuyendo a la estabilidad laboral.

Por otro lado, con la creación de nuevos emprendimientos turísticos, se incorporarán actividades que permitirán la adquisición de recursos e insumos, generando puestos de trabajo.

➤ Desde la Dimensión Sociocultural:

En los países desarrollados el turismo es una de las principales necesidades, pues permite el descanso y disfrutar de actividades de ocio en los tiempos libres de sus residentes, atenuando de esta manera la vida agitada de este mundo globalizado, siendo un valor agregado de la sociedad.

➤ Desde la Dimensión Ambiental

Gracias a la incorporación de nuevas normativas se ha logrado la protección y creación de nuevas áreas protegidas, preservando de esta manera la flora y fauna autóctona. Asimismo, a nivel mundial se ha incrementado la concientización para la conservación del patrimonio natural de cada país, y la incorporación

de estándares que permiten el uso racional de los recursos en el destino.

2.2.4. Panorama general del sector hotelero y su relación con la Responsabilidad Social Empresarial

La Responsabilidad Social Empresarial en el sector hotelero, reconocido como un sector integrante de dicha actividad turística, se incluyen algunas palabras de la Organización Mundial del Turismo (OMT & Unidas, 2016) sobre el tema:

Afirmó el Secretario General de la OMT, Taleb Rifai.

“Para que el turismo responsable sea una realidad tangible en nuestro mundo, es esencial que el sector privado, al igual que sus contrapartes en las instituciones públicas, se adhieran a los principios de un turismo ético, sostenible y accesible para todos...”

A su vez, se reconoce que no existe una “única clasificación y categorización” a nivel internacional. Cada país le da la particularidad legal propia a su impronta originaria.

Apoyando estas apreciaciones el Secretario General de la ONU, Ban Ki-Moon (2012) durante la ceremonia del Día Mundial del Turismo, cuyo lema de ese año fue *“Turismo y sostenibilidad energética: propulsores del desarrollo sostenible”*, enfatiza la labor de la industria del turismo y cómo puede contribuir en numerosas acciones, remarcando lo referente al sector hotelero.

La principal razón por la que una organización incorporaría un comportamiento responsable es que estaría creando una ventaja competitiva para la organización, que será rentable en el tiempo.

Para Mc Williams (Mc Williams & Siegel, 2001), Burke (Burke & Logsdon, 1996), la RSE es considerada como una “inversión estratégica en las organizaciones”; la moral permite el desarrollo de un comportamiento responsable uniéndose a las razones económicas.

2.2.5. Efectos del desarrollo de la RSE

Siguiendo a Burke (Burke & Logsdon, 1996), la RSE *“puede mejorar la competitividad en las organizaciones”*. Lo que generará una relación positiva a largo plazo entre el nivel de desarrollo de la RSE y la organización, que se verá reflejada en el éxito económico.

En conclusión, podemos decir que “la RSE es considerada como una variable estratégica, intangible en las organizaciones creando valor, además es un factor de diferenciación que adquiere mayor dimensión a medida que aumente su nivel de desarrollo”.

2. ELABORACIÓN DE HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.2. Hipótesis general

A mayor impulso de la RSE en las empresas hoteleras afecta en el resultado de la organización.

2.3. Hipótesis específicas

Primera Hipótesis

“El concepto de los directivos en las empresas del sector hotelero sobre la RSE influye significativamente en su nivel de desarrollo”

Segunda Hipótesis

“La motivación de los directivos influye el nivel de desarrollo de la RSE”

Tercera Hipótesis

“Los aspectos moral, ético y económico influyen en el nivel de desarrollo de la RSE”

Cuarta Hipótesis

“Los obstáculos para desarrollar acciones responsables influyen en desarrollo de la RSE”

2.4. Definición y operacionalización de variables

Tabla 2
Operacionalización de variables

VARIABLES	INDICADORES	ESCALA
<p>Variable dependiente: Performance o resultados empresariales</p>	<p>Incremento de las ventas Performance promedio</p>	<p>Razón</p>
<p>Variable independiente: Desarrollo de la RSE</p>	<p>Concepto Motivaciones Razones: éticas y morales Razones de tipo económico Obstáculos Razón principal</p>	<p>1 = En total desacuerdo 5 = En total acuerdo</p>

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación

La investigación realiza, dada su naturaleza es básica, su propósito es poder contrastar los conceptos de la teoría de la RSE que se ha venido desarrollando con su práctica en el sector hotelero del distrito de Tacna.

3.2. Nivel de investigación

El estudio es exploratorio, descriptivo y relacional, en función de los objetivos y el planteamiento de las hipótesis esgrimidas en el trabajo de investigación.

3.3. Diseño de investigación

El estudio es no experimental por su naturaleza, además es de corte transversal, lo cual significa que se tomó una muestra determinada en un momento en el tiempo del sector hotelero.

3.4. Métodos de investigación

El método de investigación es descriptivo y correlacional, pues en primer lugar se analiza la RSE y la performance organizacional en el sector analizado, a fin de poder determinar la relación de las variables determinadas.

3.5. Población y muestra de estudio

3.5.1. Población

La investigación ha tomado como población los hoteles del distrito de Tacna, específicamente los establecimientos de hospedaje categorizados según MITINCE, la misma que está compuesta según el cuadro que se detalla a continuación:

Tabla 3
Alojamientos por categorías

Categoría	N.º	%
Hoteles	31	48%
Hostales	36	52%

Total	67	100%
--------------	-----------	-------------

Esta actividad económica corresponde al código CIUU 55104 Hoteles, campamentos y otros, y dichos establecimientos se encuentran ubicados en el distrito de Tacna en sus diferentes categorías, tales como, Hoteles, Hostales (sólo establecimientos categorizados), cuya población asciende 67.

Es necesario precisar que según Hair (2010), el tamaño de la muestra afecta los resultados estadísticos, en consecuencia, si el tamaño de la muestra es de 60 a un nivel de significancia del 95% el nivel de potencia es del 77,5%, es decir que existe un 77,5% de posibilidades de encontrar diferencias significativas. En ese sentido nuestro tamaño a utilizar en la investigación es el adecuado, dado el nivel de investigación a desarrollar.

3.6. Técnicas e instrumentos de investigación

El estudio tomó técnica la encuesta y por lo tanto se aplicó un cuestionario a la población definida, a fin de recoger información relevante para el estudio.

3.7. Ámbito de investigación

El trabajo de investigación se abarcó a las empresas del sector hotelero ubicadas en el distrito de Tacna.

3.8. Procesamiento y análisis de información

Para la sistematización de información se utilizó la estadísticas descriptiva e inferencial, las cuales se presentan a través de tablas y figuras, así como su análisis. De otro lado, la validación de las hipótesis planteadas en base a las pruebas estadísticas, que corresponden a técnicas métricas dado el tipo de escala.

3.9. Validez y confiabilidad

La confiabilidad se midió través del estadístico alfa de Cronbach (Ver tabla 4), que tiene como objetivo medir el mismo constructo o

dimensión teórica. Por otro lado, se ha utilizado un cuestionario que ha sido probado en otras investigaciones.

Tabla 4

Resultados de la confiabilidad

Constructos	Alfa Cronbach	Preguntas
Conocimiento RSE	0.81	4
Motivación	0.78	3
Razón moral y económica	0.80	3
Obstáculos	0.73	3

CAPITULO IV

DE LOS RESULTADOS

4.1. Características Generales

El género está conformado por el encuestados masculinos con el 68% y el 32% corresponde al género femenino. Podemos afirmar que las empresas de servicios hoteleros en el distrito de Tacna, están administradas por varones. (figura 1).

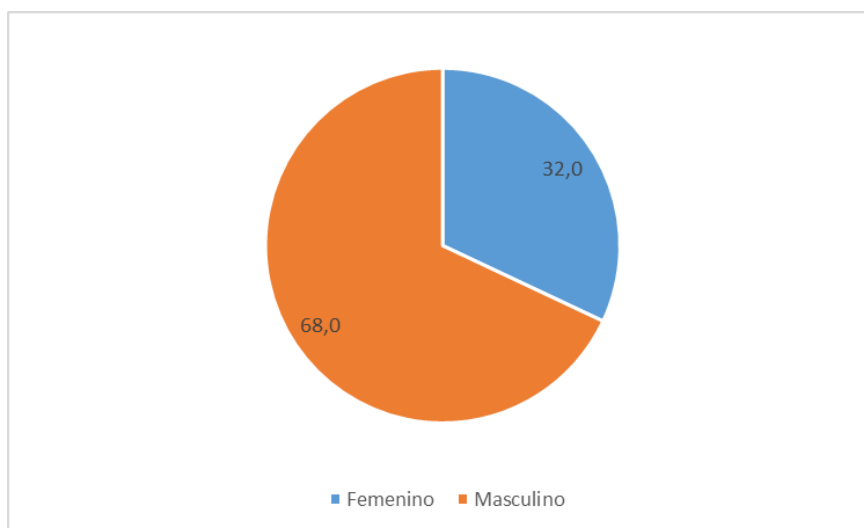


Figura 1. Género

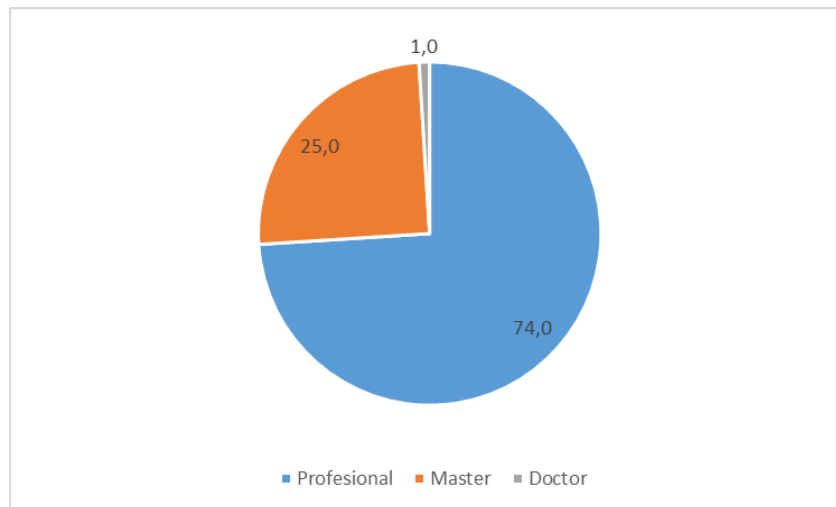


Figura 2. Educación

La figura 2 muestra que los propietarios de las empresas de hospedaje del distrito de Tacna son de nivel universitario, es decir el 74% tiene profesión, el 25,0% tienen grado de master y el 1% tienen el grado de doctor.

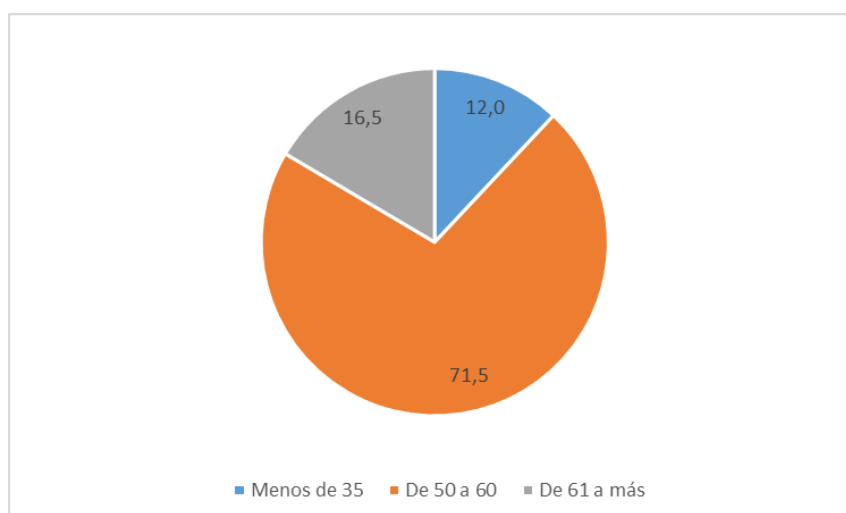


Figura 3. Edad

En la figura 3, podemos apreciar que los propietarios de las empresas de hospedaje en el distrito de Tacna, está conformado por menos de 35 años con el 12%, entre 50 y 60 años tenemos el 71.5% y más de 60 años el 16.5%, por lo que podemos afirmar que la propiedad de las empresas hoteleras está en la primera generación.

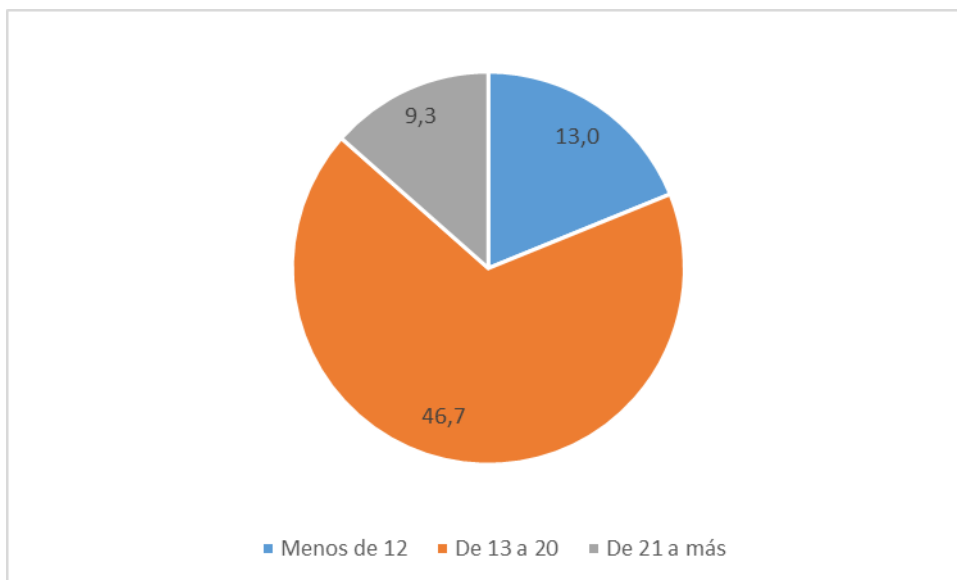


Figura 4. Número de años en la actividad de hotelera.

La figura 4, nos da a conocer el periodo de tiempo que se dedican al negocio turístico hotelero. Así tenemos que le 46.7%, está en la actividad entre los 13 a 20 años, el 13,3% está en la actividad menos de 12 años y finalmente el 9.3% está en el negocio de hospedaje más de 21 años.

4.2. Dimensión de responsables frente RSE

La figura 5, muestra que el 45%, está totalmente de acuerdo que es importante la práctica de RSE en las empresas hoteleras y la rentabilidad de las mismas son compatibles y no son excluyentes. Así mismo, el 36% está totalmente de acuerdo y solo un 19% es indiferente a la relación planteada.

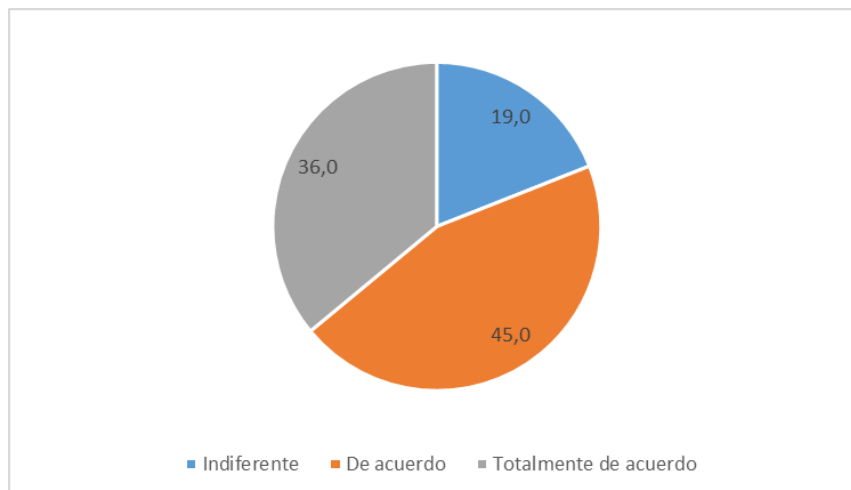


Figura 5. Alineada con el rendimiento.

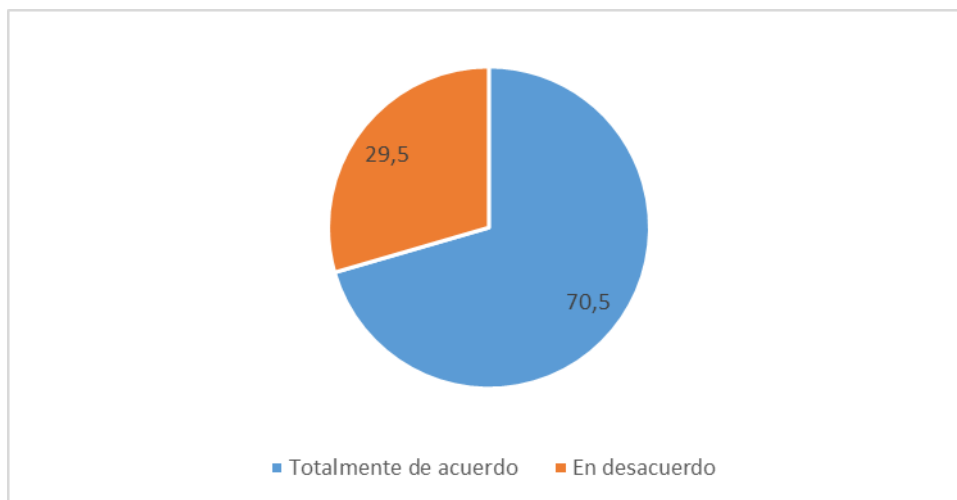


Figura 6. Competitividad, ética y RSE

La población de servicio de hospedaje está totalmente en desacuerdo en ignorar la ética y la RSE para seguir compitiendo en el mercado local y globalizado. DE otro lado, el 70.5% no está de acuerdo, mientras que el 29.5% en desacuerdo.

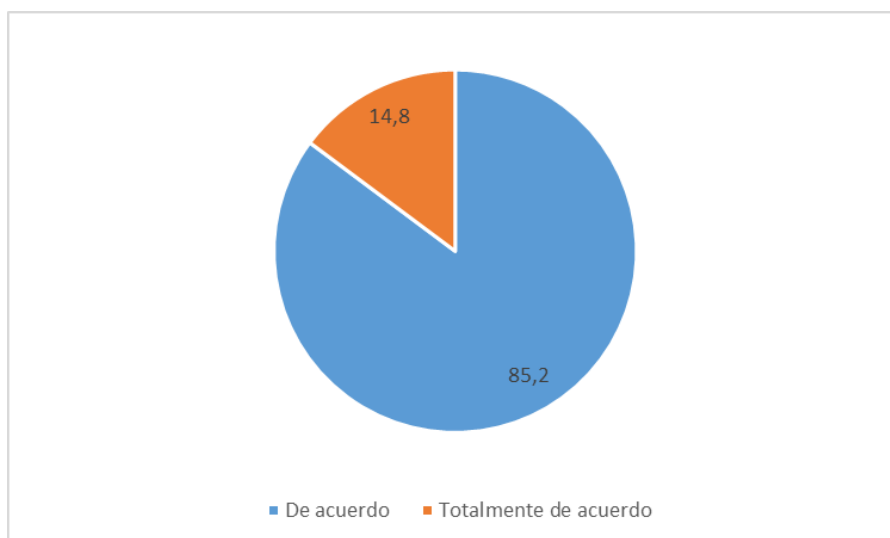


Figura 7. La eficacia determina el grado de ética y RSE

El 85.2% de la población de hospedaje del distrito de Tacna está de acuerdo que la práctica de la eficacia determina el grado de ética del negocio y considera que son socialmente responsables, mientras que el 14.8% está totalmente de acuerdo con esta afirmación. Es pertinente aclarar que el uso de la ética en las empresas y que estas sean socialmente responsables, les generan grandes beneficios que son reflejados en su desempeño empresarial.

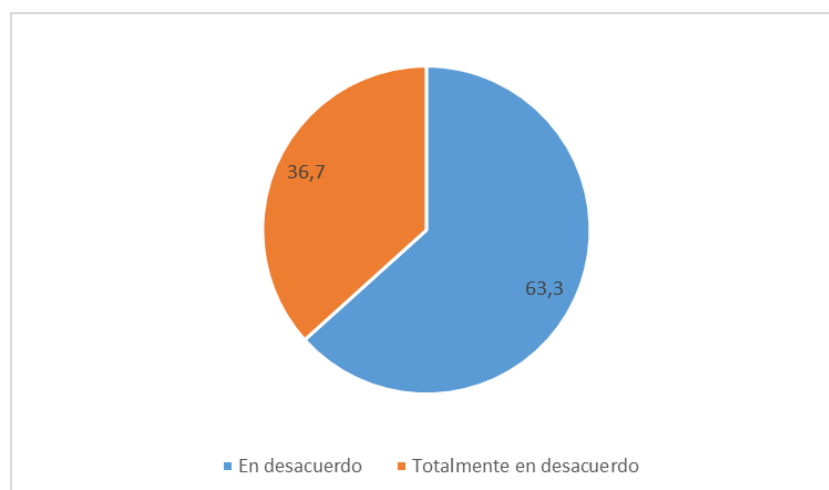


Figura 8. Si la supervivencia está en juego debe dejar la RSE

La figura 8, podemos apreciar que los empresarios hoteleros del distrito de Tacna consideran que no debe alejarse de la ética y RSE, así podemos apreciar que el 63.3% está totalmente de acuerdo, mientras que el 36.7% está en desacuerdo.

4.3. Dimensión motivación de la RSE

En la figura 9, el 50.2% está de acuerdo que las nuevas estrategias empresariales deben incluir la ética y la RSE, por otro lado, el 40.5% está totalmente de acuerdo, y el 9.3% le es indiferente este aspecto en su gestión empresarial.

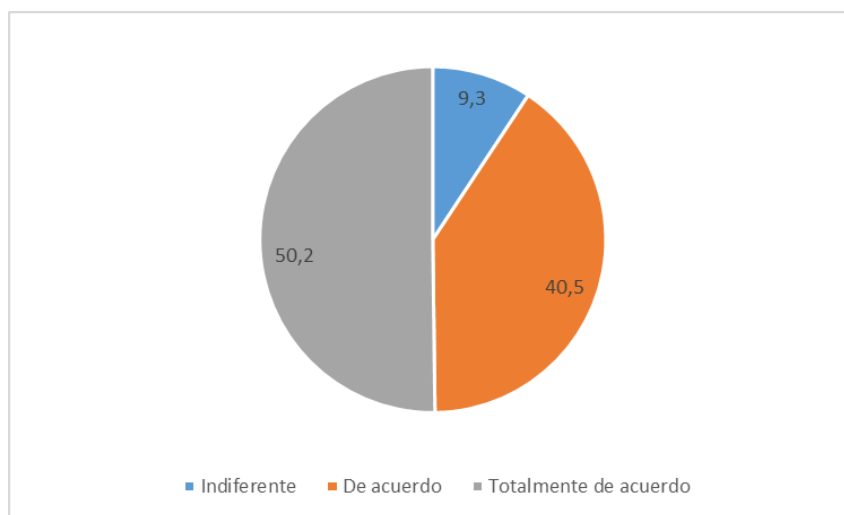


Figura 9. Ética y RSE.

Se puede observar en la figura 10, que el sector hotelero, tiene presente consideran que la moral de sus empleados es muy importante para ellos,

es más por el servicio que ofrecen, así mismo, el 70.2% está de acuerdo y el 20.8% está totalmente de acuerdo.

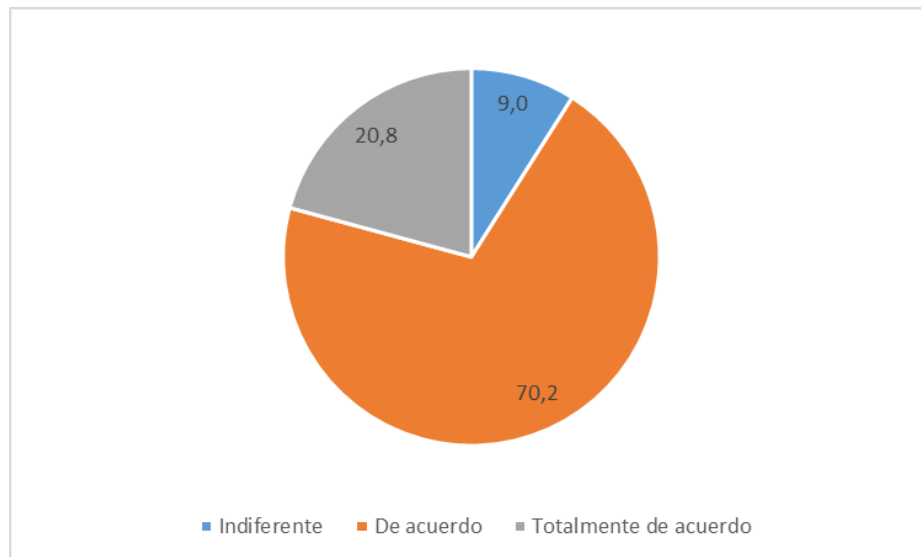


Figura 10. Motivación en la práctica RSE

La figura 11, nos muestra que la motivación de la RSE debe enfocarse desde arriba hacia abajo en las organizaciones, ya que ello manifiesta la ética dentro de la organización, por lo que el 72.6% está totalmente de acuerdo, y el 27.4% está de acuerdo.

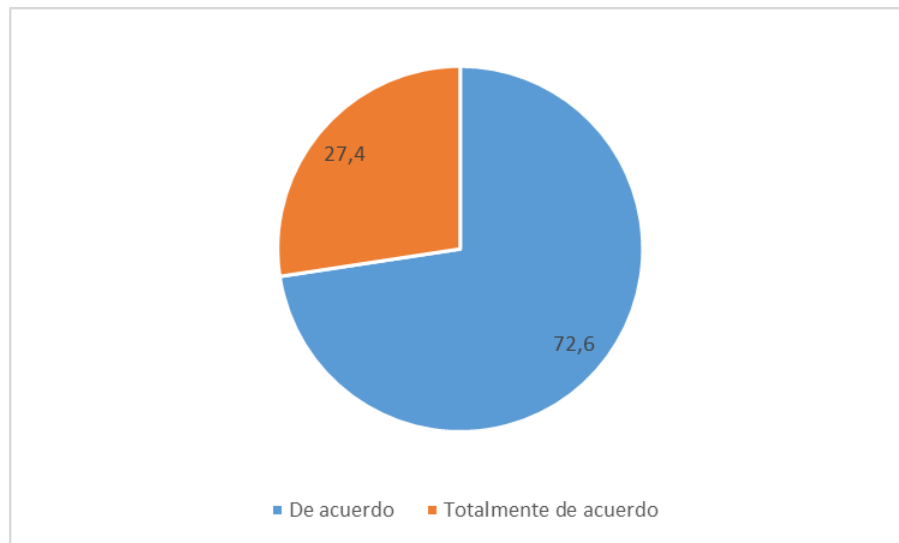


Figura 11. Motivación y RSE de gerencia.

4.4. Dimensión moral y económica de RSE

Como podemos observar en la figura 12, las empresas hoteleras están totalmente de acuerdo que la moral es importante para obtener resultados sostenibles en el tiempo, por lo que el 63.5% está totalmente de acuerdo, y el 30.2% está de acuerdo y el 6,3% es indiferente. Actualmente el factor moral en las empresas es una política muy importante para la toma de sus decisiones.

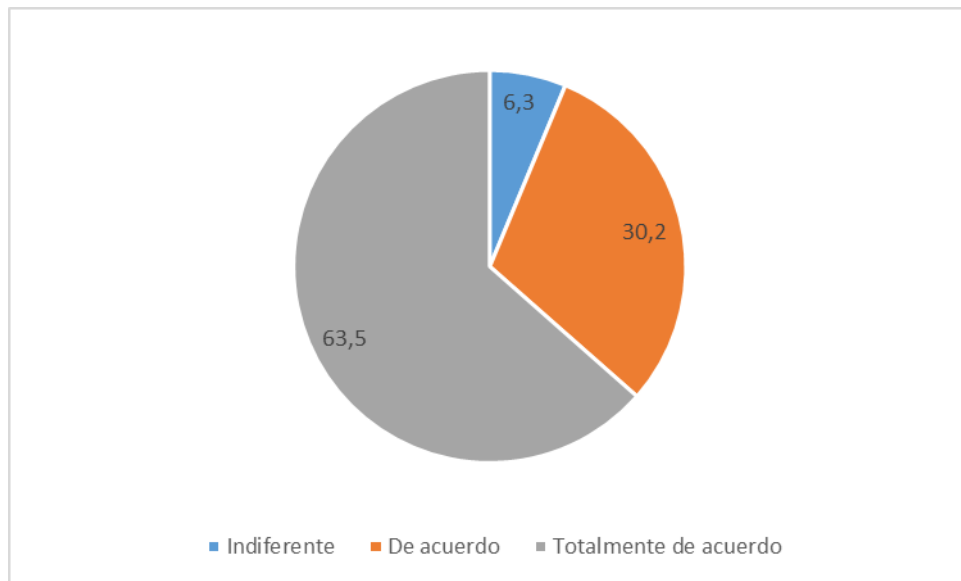


Figura 12. La moral y el desarrollo de RSE

La razón económica está íntimamente cohesionada con la RSE, ya que es una estrategia de largo plazo, y que tener efectos positivos hacia los clientes interno y a los clientes externos de la organización. Por lo que el 82.0% está de acuerdo con esta afirmación y el 18.0% está totalmente de acuerdo.

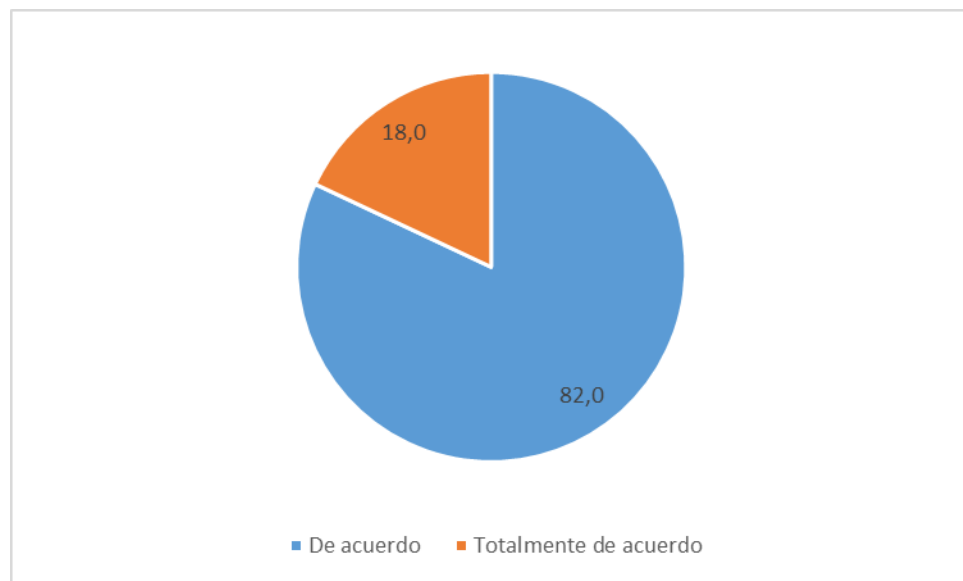


Figura 13. Razón económica y RSE

La figura 14, podemos apreciar que el 52.3% está totalmente de acuerdo en que la ética empresarial y la moral está asociada a la RSE. Así mismo, el 40.7% está de acuerdo, el 7% es indiferente. Actualmente en un mundo globalizado existe una presión fuerte hacia el compromiso de las empresas con su medio ambiente lo cual genera valor para sus clientes actuales y potenciales.

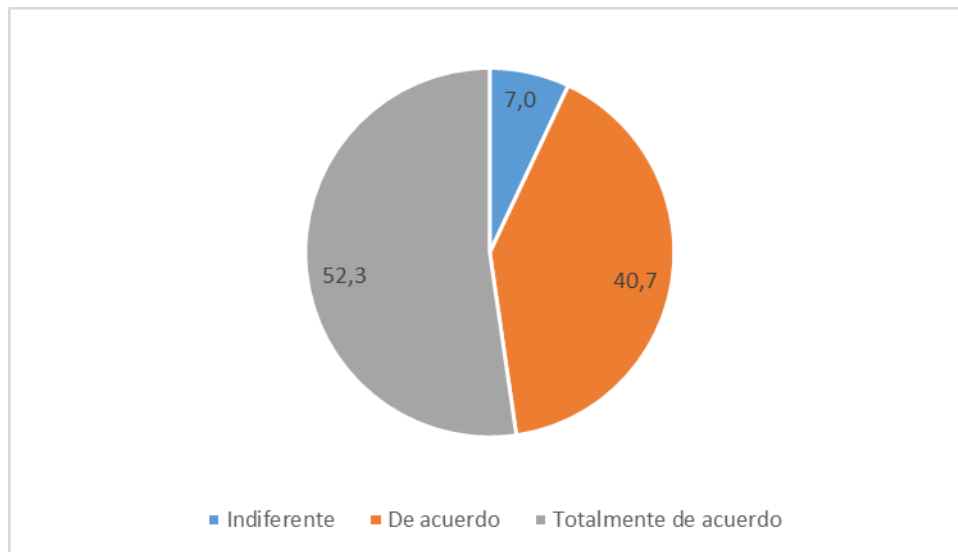


Figura 14. Ética, Moral y RSE

4.5. Dimensión obstáculos para la RSE

La figura 15, podemos apreciar que el 60.8% está totalmente de acuerdo que para las organizaciones el factor económico es relevante para llevar a cabo la RSE en las empresas del sector hotelero, y 33.2% está de acuerdo y finalmente el 6% es indiferente.

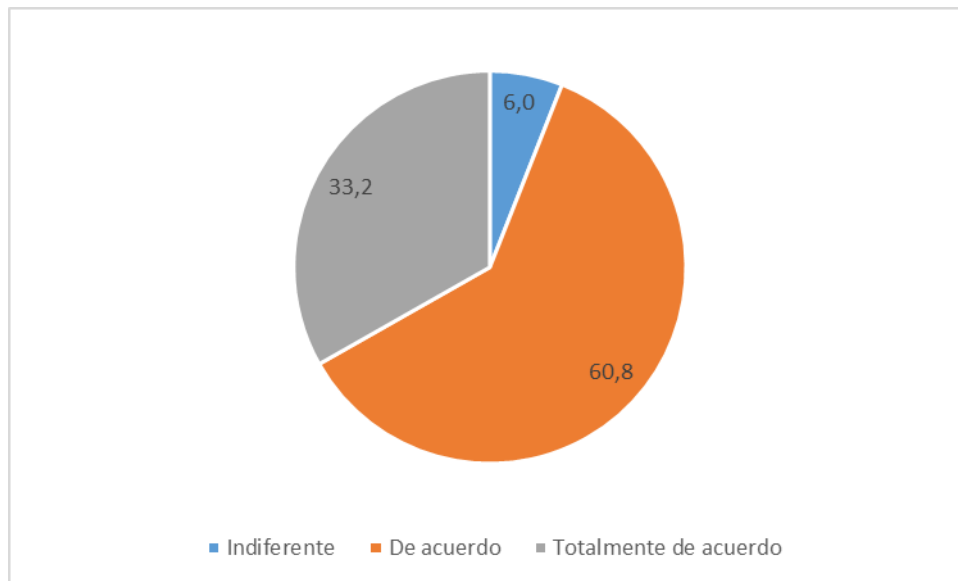


Figura 15. Obstáculos y recursos para RSE.

La figura 16, nos da a conocer el 77% está totalmente en desacuerdo en que el recurso tiempo es un freno para la implementación de la RSE en las empresas hoteleras, el 23% está en desacuerdo. Esto nos demuestra que las empresas de hospedaje tienen presente en cada una de sus decisiones la RSE.

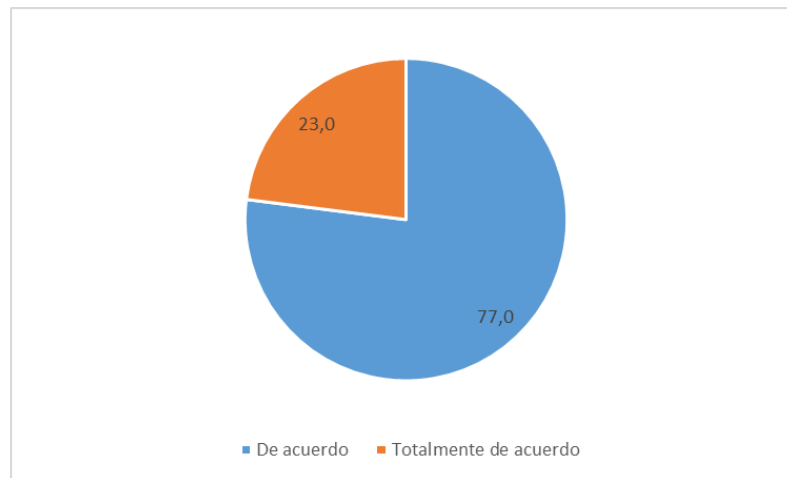


Figura 16. Obstáculos, tiempo y RSE.

Como podemos apreciar en la figura 17, los empresarios del sector hotelero están de acuerdo que el potencial del capital humano es una barrera para el desarrollo de la RSE. El 74% está totalmente de acuerdo que el recurso humano es relevante para la RSE, y el 26% es totalmente de acuerdo.

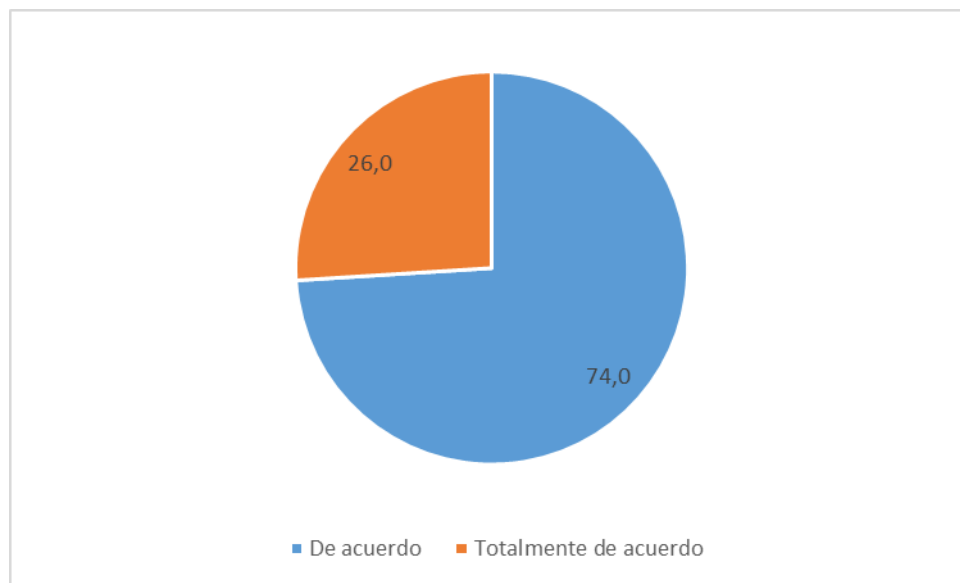


Figura 17. Obstáculos, recurso humano y RSE.

4.6. Medidas de desempeño empresarial

El indicador de performance empresarial, usado en esta investigación viene a ser el crecimiento promedio de las ventas de los últimos tres años. Al respecto, el 53,3% ha tenido un incremento en la venta del orden del 35 al 50,0%, el 5,8% menos del 35%, el 33% entre el 51% al 60% y el 12,3% más del 61% de crecimiento en sus ventas.

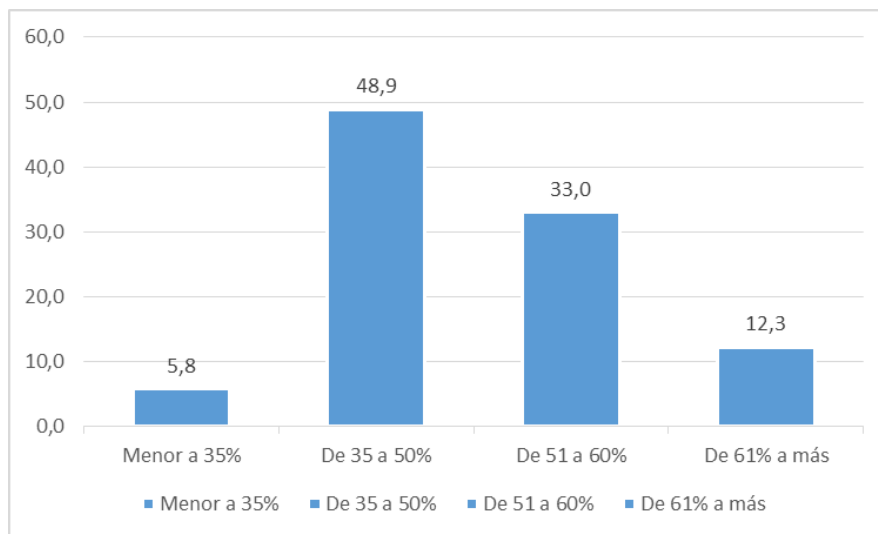


Figura 18. Rendimiento medio en los últimos tres años (%)

La figura 19, podemos apreciar otro indicador de performance, está determinado por la rentabilidad media de los últimos tres años. Al respecto, el 48.9% ha tenido una rentabilidad promedio del 35% al 50%, el 33% del 51% al 60%, el 15,3% más del 61%, y el 2.8% una rentabilidad menor al 35%.

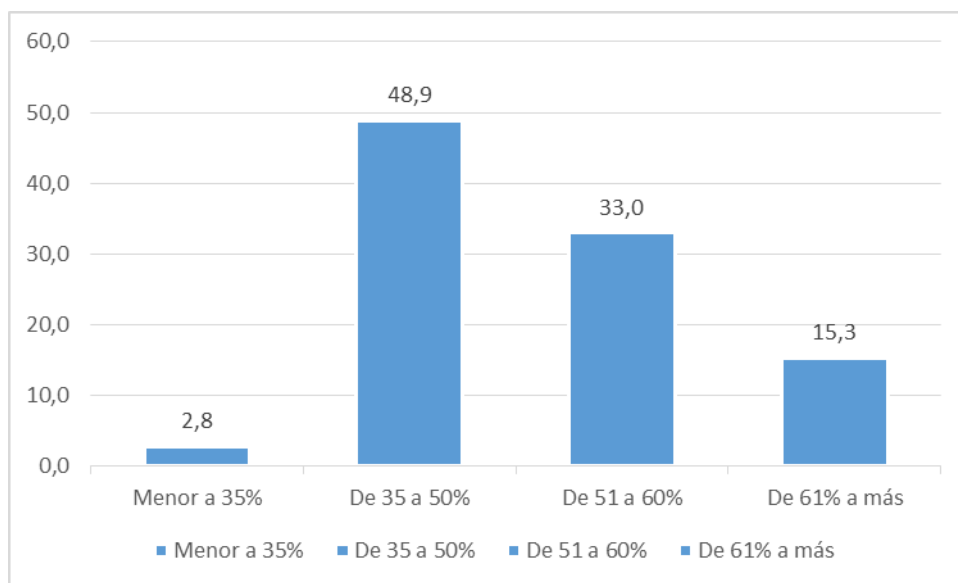


Figura 19. Rentabilidad en los últimos tres años.

CAPITULO V

COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

En este acápite se aplicó la estadística inferencial cuyo propósito es realizar la comprobación de las hipótesis planteadas en el presente trabajo. La información utilizada es de carácter primaria, la cual se obtuvo a través de la aplicación de un cuestionario, el cual se aplicó el año 2020, para las variables independientes y dependiente.

En función de la escala utilizada en el cuestionario para la presente investigación, las cuales son de escala Likert, nos lleva a utilizar regresión simple, así mismo, ver la significancia de las variables independiente a través de la prueba “t” en la variable dependiente. De otro lado, se utilizó la prueba “F” de Fisher y el coeficiente de determinación R².

A continuación, se presenta las comprobaciones de las hipótesis del presente estudio.

5.2. Contrastación de Hipótesis General

5.2.1. Hipótesis General

Ho: Un mayor nivel de desarrollo de la RSE no afecta la performance de la empresa.

H1: Un mayor nivel de desarrollo de la RSE afecta directamente el nivel de performance de la empresa.

Tabla 5

Resultados del Modelo

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Error estándar	Beta		
(Constante)	-24496.61	3010.16		-8.138	.000
Desarrollo de la RSE	3.22	0.33	.619	9.769	.000

a. Variable dependiente: RESULTADO

Se puede deducir de los resultados obtenidos que la variable independiente nivel de desarrollo de RSE influye significativamente en la variable dependiente nivel de resultados de la empresa, por lo que, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, a través de la prueba “t” student, observando el p-value que nos indica que inferior al 0.05, a un nivel de confianza del 95%, según se puede apreciar en la tabla 5.

Regla de decisión

A un P-valor $<$ a 0.05: Se rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alterna.

La tabla 6, nos muestra la varianza, que da a conocer la existencia de un modelo, debido a que la prueba de Fisher – F, es significativa, es decir, el P-valor 0.00.

Tabla 6

Varianza

Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Regresión	628990156	1	314495078	108.625	,000 ^b
Residuo	165028377	66	2895235		
Total	794018533	67			

a. Variable dependiente: RESULTADO

b. Predictores: (Constante), Desarrollo de la RSE

La tabla 7, nos muestra el coeficiente de determinación, cuyo valor es de 78.5%, lo cual nos indica que la variable independiente desarrollo de la RSE, explica el resultado de la misma, es decir, la performance de la empresa, en 78,5%.

Tabla 7

Coeficiente de determinación

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
	,890 ^a	.792	.785	1702

a. Predictores: (Constante), Desarrollo de la RSE

5.3. Hipótesis Especificas

5.3.1. Hipótesis específica Concepto de RSE y nivel de desarrollo.

Ho: El concepto de los directivos de las organizaciones sobre la RSE no influye en el nivel de desarrollo.

H1: El concepto de los directivos de las organizaciones de la RSE influye en el nivel de desarrollo.

Tabla 8

Resultados del Modelo

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.
	B	Error típ.	Beta		
(Constante)	10,547	2,258		4,671	0
CONCEPTO RSE	7,657	3,547	0,245	2,158	0

a. Variable dependiente: NIVEL DE DESARROLLO DE LA RSE

Se concluye que la variable independiente nivel de conocimiento de la Responsabilidad Social Empresarial - RSE influyen significativamente en el nivel de desarrollo de la RSE, por lo que se rechaza la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna, según se puede apreciar en la tabla 8.

Regla de decisión

A un P-valor < a 0.05: Se rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alterna.

5.3.2. Hipótesis específica motivación y el nivel de desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial.

Ho: La motivación de los directivos no influyen en el nivel de desarrollo de la RSE.

H1: Las motivaciones de los directivos influyen en el nivel de desarrollo de la RSE.

Tabla 9

Resultados del Modelo

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.
	B	Error típ.	Beta		
(Constante)	4,335	1,343		3,228	0,005
MOTIVACIONES	8,112	3,257	0,545	2,491	0

a. Variable dependiente: RSE

La variable independiente motivación de los directivos influyen positivamente en el nivel de Responsabilidad Social Empresarial, por cuanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna. Ver tabla 9.

Regla de decisión

A un P-valor < a 0.05: Se rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alterna.

5.3.3. Hipótesis específica razón moral y económica y el desarrollo de la RSE.

Ho: La relación moral y económica no influyen en el nivel de desarrollo de la RSE.

H1: La relación moral y económica influye en el nivel de desarrollo de la RSE.

Tabla 10

Resultados del Modelo

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Error estándar	Beta		
(Constante)	-53661.29	4778.155		-11.231	.000
RAZÓN MORAL ECON	435.26	29.552	.888	14.729	.000

a. Variable dependiente: RSE

Se puede concluir que la variable independiente razón moral y económica de los directivos influyen positivamente y significativamente en el nivel de

desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Ver tabla 10.

Regla de decisión

A un P-valor $<$ a 0.05: Se rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alterna.

5.3.4. Hipótesis específica obstáculos y el desarrollo de la RSE.

Ho: Obstáculos para desarrollar prácticas responsables no influyen sobre la RSE.

H1: Obstáculos para desarrollar prácticas responsables influyen sobre la RSE.

Tabla 11

Resultados del Modelo

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.
	B	Error típ.	Beta		
(Constante)	10,254	4,254		2,41	0
OBSTÁCULOS	12,254	5,124	0,245	2,391	0

a. Variable dependiente: RSE

Se concluye que la variable independiente obstáculos para la implementación de prácticas responsables de los directivos influyen directamente y significativamente en la Responsabilidad Social Empresarial, lo que significa que rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna. Ver tabla 11.

Regla de decisión

A un P-valor < 0.05 : Se rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alterna.

CONCLUSIONES

PRIMERA: La RSE de las empresas analizadas correspondientes al sector turismo tiene un efecto directamente proporcional y significativo en la variable resultado denominada desempeño empresarial, es decir, que las estrategias implementadas por las empresas del sector nos indican resultados positivos medidos mediante la creación de valor para el mercado.

SEGUNDA: Se ha establecido que al tener conocimiento cabal los gerentes de las empresas sobre el significado de la RSE, va a redundar en un efecto incremental a través de las decisiones que se implementen generándose una positiva percepción de parte de los clientes actuales y potenciales, todo lo cual contribuirá a mejorar los resultados de la organización.

TERCERA: El grado de motivación que tienen los tomadores de decisiones de las empresas afectará directamente y significativamente la aplicación de la RSE de las empresas del sector, esto se traduce

en que al tomar en cuenta la responsabilidad social generará en las empresas del sector una mayor demanda por sus servicios.

CUARTA: Los aspectos relacionados a la razón moral y económica, tienen un efecto directo y significativo en la aplicación de la RSE en este tipo de organizaciones, vale decir, que las estrategias que se encuentren dentro de este concepto, los mismos que no son excluyentes, tendrán como efecto una buena y mejor percepción de los clientes actuales y potenciales.

QUINTA: Las barreras que se creen o existan con la finalidad de poner en marcha la RSE, como: capital, talento humano, manejo de información, etc., tienen una gran repercusión en la implementación y puesta en marcha de este importante constructo para las empresas del sector, generando creación de valor para la misma y para sus clientes en general.

SUGERENCIAS

PRIMERA: Las organizaciones de este sector, deben propender y a formar parte de su filosofía, la estrategia de la RSE, dado que está comprobado en el mundo empresarial que esta estrategia redundará en la creación de valor para las organizaciones a través del incremento en la demanda de sus servicios.

SEGUNDA: Los actores del sector empresarial en estudio, deben tener en consideración que la aplicación de estrategias de RSE, les permitirá en primer lugar estar alineados a la tendencia del mundo empresarial global, ya que los hábitos de los consumidores se siguen modificando, en el sentido de un mayor cuidado del medio ambiente, lo cual se ve reflejado en la compra de servicios, estas acciones mejorarán la rentabilidad del sector.

TERCERA: Toda la organización debe estar motivada y alineada en la aplicación de la RSE, ya que beneficia a todos los involucrados y a los stakeholder. De otro lado, hoy en día es estratégico

aplicar la RSE, sobre todo en un mundo cambiante que se está centrando en la sostenibilidad de los recursos.

CUARTA: El sector hotelero de la región, debe tener como marco de referencia la razón de tipo moral y económica, debido a que la complementaria de ambas genera en las organizaciones la creación de valor, no son aspectos divorciados, es todo lo contrario, en consecuencia, ambas estrategias deben complementarse con la finalidad de crear valor para todos los miembros de la organización y los stakeholders.

QUINTA: Toda aplicación de estrategias deben ser cuidadosamente ejecutadas con la finalidad de minimizar los obstáculos que se puedan presentar en su aplicación, como, por ejemplo, recursos humanos, capital, etc., sin embargo, no por ello debe dejarse de implementar acciones que contribuyan a crear valor a través de la RSE en el sector analizado.

Referencias

- Acerenza, M. (s.f.). *Sostenibilidad del turismo III. Confusión sobre la definición del desarrollo sostenible del Turismo*. Obtenido de El Portal de La América: <http://www.portaldeamerica.com/index.php/columnistas/miguel-angel-acerenza/item/5205-sostenibilidad-del-turismo-iii-confusi%C3%B3n-sobre-la-definici%C3%B3n-del-desarrollo-sostenible-del-turismo>. Accesada el 28 de Diciembre 2019
- Argadoña, A. (2007). Responsabilidad social de la empresa: ¿Qué modelo económico? ¿Qué modelo de empresa? *Documento social*.
- Aaker & Williams (1998): “Empathy versus pride: the influence of emotional appeals across cultures”, *Journal of Consumer Research*, 25 (3), pp. 241-261.
- Abu-Baker & Naser (2000): “Empirical evidence on corporate social disclosure (CSD) practices in Jordan”. *International Journal of Commerce & Management*, 10 (3/4), pp.18–34.

Abrams (1951): "Management Responsibilities in a Complex World", *Harvard Deusto Business Review*, vol. 29, pp. 29-34.

Abratt (1989): "A new approach to the corporate image management process", *Journal of Marketing Management*, 5 (1), pp. 63-76.

Barney (1991): "Firm resources and sustained competitive advantage", *Journal of Management*, 17 (1), pp. 99-121.

Baron (2001): "Private politics, corporate social responsibility, and integrated strategy", *Journal of Economics & Management Strategy*, 10 (1), pp. 7-45.

Barone; Miyazaki & Taylor (2000): "The influence of cause-related marketing on consumer choice: does one good turn deserve another?", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28 (2), pp. 248-262.

Barroso; Armario & Ruiz (2007): "The influence of market heterogeneity on the relationship between a destination's image and tourists' future behavior", *Tourism Management*, 28 (1), pp. 175-187.

Bartkus; Glassman & McAfee (2006): "Mission statement quality and financial performance". *European Management Journal*, 24 (1), pp. 86-94.

- Boxenbaum. (2006). Corporate social responsibility as institutional hybrids.
Journal of Business Strategies, 45-63.
- Burke, L., & Logsdon, M. (1996). How corporate social responsibility pays off.
Long Range Planning, 495-502.
- Comisión Europea (2011). Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la Responsabilidad Social de las Empresas. Comunicación de la Comisión. Bruselas.
- Evan & Freeman, (1988): "A stakeholder theory of the modern corporation: Kantian capitalism", en BEAUCHAMP, T.L. y BOWIE, N.E. (eds.), "*Ethical theory and business*", pp. 75-93, *Prentice-Hall*, Englewood Cliffs (NJ).
- Falk & Hebllich (2007): "Corporate social responsibility: Doing well by doing good", *Business Horizons*, 50 (3), pp. 247-254.
- Falk; & Miller (1992): "A primer soft modeling", *University of Akron Press*, Akron: Ohio.
- Farashahi & Molz. (2004): "A framework for multilevel organizational analysis in developing countries", *International Journal of Commerce & Management*, 14(1), pp. 59-78.

García. (2004). “RSC círculo virtuoso rentabilidad –medioambiente”. *Tesis Doctoral - Universidad Politécnica de Madrid*.

Global Reporting Initiative – GRI (2017).

<https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>. Accesada el 28 de febrero de 2017.

Hair; Anderson; Tathan, & Black (2010). *Análisis Multivariable*. Pearson Prentice Hall. 5ta edición. Madrid.

Instituto ETHOS de Empresa y Responsabilidad Social de Brasil (2017).

http://www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/indicadores/default.asp.
Accesada el 4 de febrero de 2020.

Jonas, H. (1995). *El principio de responsabilidad: Ensayo de una ética para la civilización tecnológica*. Barcelona: Herder.

Jones. (1980). Corporate Social Responsibility REvisited, Redefined. *California Management Review*, 22 (2), 59-67.

Kakabadse, R., & Lee-Davies. (2005). Corporate social responsibility and stakeholder approach: a conceptual review. *International Journal of Business Governance and Ethics*, 277-302.

- Lantos, P. (2001). The boundaries of strategic corporate social responsibility. *The Journal of Consumer Marketing*, 18 (7); 595-632.
- Lyttle (2001): “The effectiveness of humor in persuasion: the case of business ethics training”, *The Journal of General Psychology*, April, 128 (2), pp. 206-216.
- Maclean (2003): “How structural decoupling facilitates organizational misconduct”, en Nagao, D. H. (ed). “Academy of Management”, *Conference Proceedings*, Seattle.
- Mahon (2002): “Corporate reputation: Research agenda using strategy and stakeholder literature, *Business Society*, 41 (4), pp. 415-445.
- Muro (2003): *La Responsabilidad Social Corporativa en la Argentina*. Instituto de Estudios para Sustentabilidad Corporativa. Buenos Aires, Argentina.
- Mc Williams, & Siegel. (2001). Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective. *Academy of management review*, 117-127.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico – OCDE (2017). http://www.oecd.org/pages/0,3417,es_36288966_36288120_1_1_1_1_1,00.html. Accesada el 14 de enero de 2020.

Organización de las Naciones Unidas – ONU (2001). Código Ético Mundial para el Turismo. Resolución adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas.A/RES/56/212. New York.

Organización de las Naciones Unidas - ONU (2012). <http://www.un.org/es/ga/president/65/issues/sustdev.shtml> Accesada el 15 de enero de 2020.

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura - FAO. (2017). <http://www.fao.org/publications/es/>. Accesada el 05 de febrero de 2020.

Organización Internacional del Trabajo – OIT (2017). [http://www.ilo.org/public/spanish/region/ampro/cinterfor/temas/employer/respons/index](http://www.ilo.org/public/spanish/region/ampro/cinterfor/temas/employer/respons/index.htm). htm. Accesada el 10 de diciembre de 2019.

Organización Mundial del Comercio - OMC. (2017). <http://www.wto.org/indexsp.htm>. Accesada el 14 de diciembre de 2019.

OMT, & Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas. (2016). El sector turístico y los objetivos de desarrollo sostenible.

OMT, & Unidas, R. E. (19 de 09 de 2016). *Turismo Responsable, un compromiso de todos.*

Oshana, A. (1997). Ascriptions of responsibility. *American Philosophical Quarterly*, 34(1) 71-78.

Ougaard, & Nielsen. (2004). Beyond moralizing: agendas and inquiries in corporate social responsibility. *Hyderabad: IFCAI University Books*.

Ullmann (1985): “Data in search of a theory: A critical examination of the relationship among social performance, social disclosure, and economic performance”, *Academy of Management Review*, (10), pp. 540-577.

United Nations Environment Programme (UNEP) (2009): “Manual para la práctica de las relaciones con los grupos de interés”.

Urtiaga de Vivar (2000): «Certificación de la gestión ética». *Documentos de Gestión*.

Urtiaga de Vivar (2001): «La calidad como modelo para la gestión ética». Foro Internacional de Normas Técnicas y Sistemas de Gestión.

Robledo. (2004). *D3D un enfoque integral de la Dirección de Empresas*. Madrid: Ediciones Días Santos.

Vaca (2003): “La excelencia empresarial. Factores que la determinan”, *XII Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica*, Universidad Santiago de Compostela, Lugo.

Vaca (2003): “Ética empresarial”, Tesina, Universidad de Huelva, Departamento de Dirección de Empresas y Marketing.

Van, M. (2003). Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: between agency and communion. *Journal of Business Ethics*, 95-105.

Zanfardini. (2015). The evolution of CSR's arch in tourism context: a review from 1992 to 2012. *Anatolia*, 1-9.

Apéndices

Apéndice A: Matriz de Consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título de investigación: "Factores determinantes del nivel de desarrollo de la responsabilidad social empresarial en el sector hotelero del distrito de Tacna, año 2015"

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Indicadores
Problema general ¿Cuál es la relación entre el nivel de desarrollo de la RSE y el desempeño empresarial del sector hotelero del distrito de Tacna?	Objetivo general Determinar si existe relación entre el nivel de desarrollo de la RSE y el desempeño empresarial del sector hotelero.	Hipótesis general A mayor nivel de desarrollo de la responsabilidad social empresarial en las organizaciones del sector hotelero, mayor será el desempeño financiero.	V.I. Nivel de desarrollo de la Responsabilidad social	Concepto Motivaciones Razones de tipo moral y económico Obstáculos
Problemas específicos 1. ¿El concepto que tienen los responsables en las organizaciones de la RSE influye en el nivel de desarrollo de la misma? 2. ¿Cómo influye las motivaciones en el nivel de desarrollo de la RSE? 3. ¿Cómo influye la razón de tipo moral y económico en el nivel de desarrollo de la RSE? 4. ¿Cómo influyen los obstáculos (falta de información, recursos económicos, humanos y tiempo) sobre el nivel de desarrollo de la RSE?	Objetivos específicos 1. Analizar cómo influye el concepto que tienen los responsables en las organizaciones de la RSE en el nivel de desarrollo de la misma. 2. Determinar cómo influye las motivaciones que tienen los responsables en las organizaciones del nivel de desarrollo de la RSE. 3. Determinar como influye la razón de tipo moral y económico en el nivel de desarrollo de la RSE. 4. Analizar cómo influyen los obstáculos en el nivel de desarrollo de la RSE.	Hipótesis específicas 1. El concepto que tienen los responsables de las organizaciones de la RSE influye significativamente en el nivel de desarrollo de la misma. 2. Las motivaciones de los responsables influyen significativamente en el nivel de desarrollo de la RSE. 3. La razón de tipo moral y económica influye significativamente en el nivel de desarrollo de la RSE. 4. Los obstáculos para implementar prácticas responsables influyen significativamente sobre el nivel de desarrollo de la RSE.	V.D. Desempeño empresarial	Crecimiento de las ventas Rentabilidad
Método y Diseño		Población y Muestra		Técnicas e Instrumentos
Tipo de Investigación:	Investigación aplicada	Población:	Esta determinada por el sector hotelero categorizado	Método: Descriptivo y correlacional
Nivel de investigación:	Descriptiva, correlacional		ubicados en el distrito de Tacna	Técnica: Encuesta Instrumentos: Cuestionario
Diseño de investigación:	No experimental, de corte transversal	Muestra:	se ha tomado toda la población debido a que existen según la SUNAT y MITINCE (2014) solamente existen empresas categorizadas entre hoteles y hostales.	Tratamiento estadístico: Análisis correlacional y regresión

Fuente: Elaboración propia

Apéndice B: Cuestionario

Instrucciones:

Por favor indique del 1 al 5 cuán de acuerdo o en desacuerdo se encuentra con cada una de las siguientes afirmaciones.

1. Totalmente en desacuerdo
5. Totalmente de acuerdo

1. Para mantenerse competitivas en un entorno global, las empresas deberán ignorar la ética y la responsabilidad social.	1	2	3	4	5
2. La responsabilidad social y la rentabilidad empresarial pueden ser compatibles.	1	2	3	4	5
3. La buena ética es generalmente un buen negocio.	1	2	3	4	5
4. Si la supervivencia de una empresa está en juego, debe dejarse de lado la ética y la responsabilidad social.	1	2	3	4	5
5. Ser ético y socialmente responsable es la cosa más importante que una empresa puede hacer.	1	2	3	4	5
6. La primera prioridad de una empresa debería ser la moral de sus empleados.	1	2	3	4	5
7. La responsabilidad ética y social de una empresa es esencial para su rentabilidad a largo plazo.	1	2	3	4	5
8. La eficacia general de un negocio se puede determinar por el grado en que este es ético y socialmente responsable.	1	2	3	4	5
9. La ética empresarial y responsabilidad social son fundamentales para la supervivencia de una empresa.	1	2	3	4	5
10. El negocio tiene una responsabilidad social que va más allá de obtener ganancias.	1	2	3	4	5
11. La preocupación más importante para una empresa es obtener ganancias, incluso si esto significa romper o burlar las reglas.	1	2	3	4	5
12. La eficiencia es mucho más importante para una empresa que ser o no considerada como ética o socialmente responsable.	1	2	3	4	5

13. Lo único que importa es que los accionistas no estén descontentos.	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

Desempeño Financiero

14. ¿Cuál es el crecimiento medio que han experimentado las ventas de su empresa en los últimos tres años?	<35%	36 a 45%	46 a 60%	>60%
	1	2	3	4
15. ¿Cuál es el rendimiento medio que ha experimentado su empresa en los últimos tres años?	<25%	26 a 35%	36 a 50%	>50%
	1	2	3	4

Datos Generales

Edad: _____

Género: _____

Grado de instrucción: _____

Número de años en la actividad hotelera: _____