




Social responsibility and sustainability from the customer's perspective in a hotel in Lima Peru

María Hilda Collado-Calenzani, Bachelor's Degree in Administration¹, Cristian Armando Ríos-Lama, Bachelor's Degree in Marketing², and Jorge Alberto Vargas-Merino, Dr; Department of Research, Innovation and Social Responsibility³

¹Universidad Privada del Norte, Perú, n00233708@upn.pe

²Universidad César Vallejo, Perú, crisl@ucvvirtual.edu.pe

³Universidad Privada del Norte, Perú, jorge.vargas@upn.edu.pe

Abstract- The objective of this research was to determine the relationship between Corporate Social Responsibility and Sustainability from the perspective of the client of a hotel in Miraflores in the year 2023. Methodologically, the study had a quantitative approach, non-experimental, cross-sectional and simple correlational design. The sample consisted of 80 customers of a hotel in Miraflores. The direct or face-to-face interview technique was used to collect information by means of a questionnaire for each variable validated by experts in the field. The Cronbach's Alpha 0,91 obtained indicates a high statistical reliability. The results confirm that there is a positive and significant relationship between Corporate Social Responsibility and Sustainability, by means of Spearman's test, the significance of which is $< 0,001$ with a correlation coefficient of 0,636. It is concluded that the proper business management of the hotel implemented in 4 dimensions: ethical, philanthropic, legal and economic related to sustainability, generate competitiveness, raise the corporate image, contribute to environmental conservation, attract more customers achieving a return of higher profits.

Keywords-- Corporate Social Responsibility, Sustainability, Environmental Conservation, Economic, Competitiveness.

Digital Object Identifier: (only for full papers, inserted by LACCEI).
ISSN, ISBN: (to be inserted by LACCEI).
DO NOT REMOVE

Responsabilidad social y sostenibilidad desde la perspectiva del cliente en un hotel de Lima Perú

María Hilda Collado-Calenzani, Bachelor's Degree in Administration¹, Cristian Armando Ríos-Lama, Bachelor's Degree in Marketing², and Jorge Alberto Vargas-Merino, Dr; Department of Research, Innovation and Social Responsibility³

¹Universidad Privada del Norte, Perú, n00233708@upn.pe

²Universidad César Vallejo, Perú, crisl@ucvvirtual.edu.pe

³Universidad Privada del Norte, Perú, jorge.vargas@upn.edu.pe

Resumen– El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la Responsabilidad Social Empresarial con la Sostenibilidad desde la perspectiva del cliente de un hotel de Miraflores en el año 2023. Metodológicamente el estudio fue de enfoque cuantitativo, diseño no experimental, transversal y correlacional simple. La muestra la integraron 80 clientes de un hotel de Miraflores. Se utilizó la técnica de la entrevista directa o presencial para la toma de información mediante un cuestionario para cada variable validados por expertos en el tema. El Alfa de Cronbach 0,91 obtenido indica una alta confiabilidad estadística. Los resultados confirman que existe relación positiva y significativa entre la Responsabilidad Social Empresarial con la Sostenibilidad, mediante la prueba de Spearman se comprueba su significancia que es de $< 0,001$ siendo el coeficiente de correlación 0,636. Se concluye que la adecuada gestión empresarial del hotel implementado en 4 dimensiones: ética, filantrópica, legal y económica relacionado con la Sostenibilidad, generan competitividad, elevan la imagen empresarial, contribuye con la conservación ambiental, atrae más clientela logrando un retorno de mayores ganancias.

Palabras clave-- Responsabilidad Social Empresarial, Sostenibilidad, Conservación Ambiental, Económica, Competitividad.

I. INTRODUCCIÓN

La industria hotelera se ha convertido en un mercado competitivo, debido a las exigencias de su público ante los cambios económicos, sociales y ambientales. [1] sugiere implementar de manera adecuada estrategias de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) acordes a la necesidad del cuidado del medio ambiente que se vive a nivel global. Es decir, la industria hotelera, influye en la sociedad y en el ambiente, ya que, emplean el espacio generando residuos sólidos que conlleva a la contaminación de la atmósfera.

Por ello, las condiciones actuales del planeta reflejan daños al medio ambiente, a causa de la falta de apreciación y responsabilidad de la sociedad. [2], refiere que en algunas empresas los problemas morales y los conflictos que enfrentan repercuten en su imagen y reputación frente a la sociedad y el ambiente.

[3], refiere que en Ecuador la implementación de la RSE es un aspecto nuevo, sin embargo, por desconocimiento no lo aplican solo cumplen de manera obligatoria los aspectos legales y éticos. Por otro lado, [4], indica que Colombia no se cuenta con una postura oficial a la RSE, ya que solo es considerada como parte de filantropía de la empresa, por ende, hay deficiencias en políticas ambientales y sociales en el

sector hotelero. Solo algunos hoteles aplican correctamente la administración de RSE y Sostenibilidad.

En el Perú, en los últimos años se evidencio el interés en el tema de RSE que se viene canalizando a través de la difusión y sensibilización, a pesar de ello, Lima carece de gobernabilidad en el aspecto ambiental, por lo que se requiere replantear sus estrategias [5]. Así, se obtendrá el equilibrio tanto en lo social y ambiental desarrollándose de una manera sostenible.

Según [6], aproximadamente el 15% de las empresas con conocimiento de la protección ambiental sabe sobre su importancia y el 5% lo adapta. Además, dentro de 5 años, las organizaciones no perduraran sin RSE, es decir, el 20% desaparecerá.

La visión en la RSE era crear ganancias para sus socios, en relación de filantropía, ahora es una gestión de ética y moral en todos los contextos, pero aún hay pendientes que minimizan la gestión, cayendo en legalismos estáticos. Se debe realizar un correcto análisis de cada aspecto de la RSE con el fin de conocer el estado de la gestión.

Con respecto al contexto local, se evidencia un cierto interés en asumir la gestión de la RSE, de manera voluntaria. No obstante, hay hoteles que todavía siguen manteniendo la ideología que la RSE es solo para generar sus propios beneficios y no lo ven como una estrategia competitiva, pero para ser una empresa sostenible debe crear dicho valor.

Al respecto, en el distrito de Miraflores hay hoteles que no sensibilizan a la sociedad, sobre el cuidado del medioambiente al no aplicar el 100% de sus procesos de RSE. Estos no generan mayores ingresos al no ser reconocidos a nivel local, crean desconfianza en los futuros huéspedes y una baja reputación en el mercado. Por ende, da lugar que sus consumidores no sean sustentables.

Dicho sector al no adaptar una correcta gestión de RSE de modo sostenible, a partir de la vista social y ambiental, el hotel posiblemente pierda su prestigio y marca, alejando a su población objetivo, además, puede perder todo lo ganado.

La presente investigación tiene como propósito evidenciar la correlación que hay entre las variables Responsabilidad Social Empresarial y Sostenibilidad en la gestión de organización, que contribuya con la mejora y protección del medio ambiente.

Antecedentes

[7] llevaron a cabo un estudio en Colombia con el objetivo de presentar criterios de alto nivel para la alta

dirección en el campo de la gestión de proyectos. Utilizando un enfoque exploratorio, descriptivo y propositivo a través de la revisión documental, los autores establecieron una conexión entre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y la Sostenibilidad. Enfatizaron la satisfacción a largo plazo de los intereses de los stakeholders bajo un modelo de RSE alineado con la sostenibilidad. La recomendación es implementar pautas de criterios apropiados en cada nivel de gestión, respetando cada fase del proyecto.

[8] realizaron una investigación en Ecuador, centrándose en la relación entre las empresas y la sociedad a través de prácticas responsables y sostenibles en la industria del calzado en la provincia de Tungurahua. Utilizando una metodología transversal, exploratoria y descriptiva, los autores concluyeron que la RSE y el Desarrollo Sostenible están directamente vinculados a través de objetivos sociales, ambientales y económicos. Se anima a los consumidores a participar voluntariamente en prácticas responsables para fortalecer el vínculo entre empresas y sociedad.

[9] llevaron a cabo un estudio en México para revelar la importancia de la RSE y su relación con las estrategias organizacionales. Utilizando un análisis descriptivo y un análisis de correlación canónica (CCA), la investigación destacó la naturaleza trascendental de las actividades filantrópicas, enfatizando que no deberían ser vistas únicamente como modelos de negocios.

En su artículo publicado en Chile, [10] exploraron la RSE de los servicios hoteleros, determinando que la RSE sí contribuye a la competitividad, según la percepción y aprobación de los clientes de hoteles. Empleando un método cuantitativo, descriptivo correlacional y no experimental transversal, el estudio enfatizó la importancia y los beneficios percibidos por los encuestados como la principal contribución de la RSE a la competitividad.

[11] tuvieron como objetivo observar la percepción y el consumo responsable de turistas de negocios con respecto a la RSE en México. Utilizando un estudio cuantitativo con análisis estadísticos como T-student y ANOVA, los autores concluyeron que la legalidad es crucial, ya que los clientes valoran en gran medida el cumplimiento de normas y regulaciones, tanto en el lugar de trabajo como en la conservación ambiental.

A nivel nacional

[12], en Lima, concluyó que la responsabilidad social impacta significativamente en la sostenibilidad de los trabajadores en Atlantic City de Miraflores. La metodología fue básica y descriptiva, indicando que los directivos deben implementar prácticas de responsabilidad social para mejorar la sostenibilidad.

[13], en Huancayo, encontró una conexión positiva entre responsabilidad social y desarrollo sostenible en la Municipalidad de Huancán. La gestión adecuada de recursos económicos contribuye a la protección ambiental, mejora la imagen y atrae clientes.

[14], en Cajamarca, evidenciaron prácticas socialmente responsables en Agua del Cumbe SRL, tanto interna como externamente, relacionadas con la sostenibilidad.

[15], en Cerro de Pasco, determinó una conexión importante entre ética profesional y responsabilidad social en el personal administrativo de la Red de Salud Pasco.

[16], en Junín, concluyó que las micro y pequeñas empresas del sector alojamiento necesitan fortalecerse y comprometerse más con la responsabilidad social empresarial.

Responsabilidad social

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), se destaca en varias dimensiones entre ellas se encuentra la ética, filantrópica, legal y económica. Surge como respuesta a la interacción entre impactos sociales, económicos y ambientales [17]. Considerada por [18] como una estrategia de competitividad a largo plazo, compromete tanto la parte interna como externa de la organización. Para [19], es una inversión social que busca establecer vínculos éticos en términos culturales, políticos y sociales.

En la dimensión ética, [2] resaltan la importancia de basar la RSE en la ética como un valor fundamental para decisiones justas. [20] destaca su papel en el comportamiento del personal y la mejora de la gestión empresarial mediante normas éticas. [21] argumenta que la ética impacta positivamente en el mundo empresarial, no solo en incentivos económicos, sino también en la adaptación a un clima ético.

En la dimensión filantrópica, [22] sugiere que las empresas realizan obras de caridad y participan en eventos sociales, buscando el bien común. [23] la definen como un estímulo para que las organizaciones se relacionen con la sociedad sin esperar beneficios directos. [24] añaden que implica satisfacer expectativas mediante trabajos voluntarios y contribuir al medioambiente con las ganancias de la empresa.

En la dimensión legal, [25] enfatiza que las empresas deben cumplir todas las leyes, evitando ser cómplices de actos de corrupción. [26] destacan que el cumplimiento legal, el pago de impuestos y la formalidad contractual contribuyen a la competitividad, advirtiendo sanciones por incumplimiento [27].

La dimensión económica, según [28], se refleja en el desempeño organizacional, generando empleo y cumpliendo exigencias sociales, legales y éticas. [29] destaca la importancia de fortalecer la cadena de distribución y mejorar la imagen empresarial. [30] sugieren integrar planes económicos relacionados con aspectos sociales y ecológicos para generar utilidades, participando activamente en la sociedad.

Sostenibilidad

La sostenibilidad se define como una perspectiva a mediano o largo plazo que busca realizar proyectos sostenibles para satisfacer las preferencias de los stakeholders y armonizar con el medioambiente, generando valor económico, medioambiental y social [7]. [31] la presentan como un instrumento voluntario aplicado por las organizaciones, abordando áreas clave como buenas prácticas ambientales,

sistema de gestión ambiental, ecoetiquetas y código de conducta.

[32] resaltan que la sostenibilidad busca equidad social, es decir encontrar un equilibrio, ofreciendo un servicio de calidad acorde a las exigencias del cliente y a su vez satisfaciendo sus necesidades mediante estrategias innovadoras de promoción y tendencias del mercado fomentando competitividad e igualdad. [33] argumentan que la equidad social implica disposiciones justas no solo internas a la empresa, sino también hacia el medio ambiente. [34] sugieren una participación activa, especialmente a nivel local, basada en valores y cultura, identificando necesidades y fortalezas de la comunidad y su organización.

La conservación ambiental, según [35], se logra mediante el uso racional de recursos naturales y la eliminación de artículos desechables, impulsando el crecimiento económico y social. [36] destacan la necesidad de incentivar la participación y confianza de la comunidad y clientes a través de proyectos de planificación y evaluación, siendo una responsabilidad conjunta de autoridades y comunidad [37].

En términos de eficiencia económica, [38] indican que, aunque el crecimiento económico beneficia a la sociedad, es necesario implementar proyectos sociales, campañas y recreaciones transparentemente comunicadas para garantizar beneficios equitativos. En el sector hotelero la importancia de atraer clientes a lugares turísticos influye la innovación y la creatividad esto conlleva un mejor desarrollo económico. Además, el turismo, según [39], contribuye generar empleo, distribuir rentas y fomentar otras actividades macroeconómicas.

II. METODOLOGÍA

Esta investigación siguió un método hipotético deductivo, con enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, transversal y correlacional. Al ser un estudio observacional trabajo con clientes aplicándoles cuestionarios con instrumentos de recojo de información (no fue necesaria la data secundaria porque ese no fue el pretendido del estudio).

La población son todos los clientes del hotel en estudio, es una población infinita o no conocida en cantidad, y por ello tal cual lo recomienda la teoría estadística, se tendría que aplicar la respectiva fórmula de cálculo muestral que, trabajados con los parámetros regulares, considerando un nivel de confianza del 95%, obtendríamos 384 clientes; sin embargo, dada la poca accesibilidad, tiempo y recursos disponibles en el momento de la recolección de datos, se optó por una muestra y muestreo no probabilístico intencional, donde el dato muestral efectivamente encuestado, fue de 80 clientes.

La técnica fue la encuesta con dos cuestionarios validados para ambas variables. Para la recopilación de información de la variable de RSE se adecuó el cuestionario de [40], Conformada por cuatro dimensiones: ética, filantrópica, legal y económica, con una escala Likert que va desde Totalmente en desacuerdo (1), hasta Totalmente de acuerdo (5). Se ha trabajado en base a una encuesta del investigador [13]. Se distribuye en tres dimensiones: equidad social, conservación

ambiental y eficiencia económica, con una escala Likert que va desde (1) Nunca, hasta (5) Siempre.

Se procedió a la recopilación de datos mediante un dispositivo informático (Tablet) con la aplicación de Google forms. El plan de trabajo se basó en ejecutar la encuesta de manera presencial, a las personas que se alojaban en el hotel, al momento que se retiraban se les pedía amablemente unos minutos para hacerle unas preguntas sobre el servicio brindado y su grado de satisfacción brindada por el hotel.

La información recopilada mediante la aplicación de Google forms, se descargará en formato Excel y la base de datos se diseñó en la hoja de cálculo Excel 2019 para ser procesado con el software estadístico IBM SPSS v29 donde arrojó tablas y gráficos estadísticos.

Método de Análisis de datos

Se uso tanto el método estadístico descriptivo cuya finalidad es describir cada característica a través de la observación, como los gráficos y tablas de frecuencia, así como el método estadístico correlacional, un enfoque estadístico que permite organizar, presentar y sistematizar la información, para definir la vinculación de las variables.

Aspectos éticos

El presente estudio es bajo estricto respeto y transparencia de los resultados obtenidos. Además, se compromete a mantener la confidencial de las personas entrevistadas sin alterar ni revelar ninguna información, como también respetando el derecho de los autores que fueron debidamente citados y cumpliendo con lo establecido por la Universidad Privada del Norte respetando las normas APA séptima edición en cuanto forma y fondo. Se hace hincapié que al momento de ejecutar la encuesta será de manera anónima y aleatoria, informando a los entrevistados el por qué y el objetivo del estudio, con el fin que participen de manera voluntaria, sin limitaciones.

III. RESULTADOS

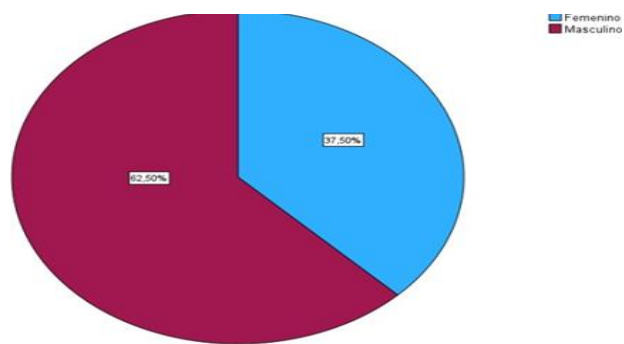
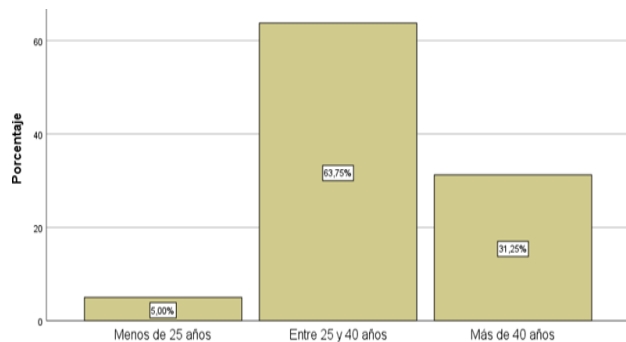


Fig. 1. Sexo de los encuestados

Como se puede observar, en relación con la primera pregunta del género del entrevistado, se puede evidenciar que la participación de informantes de sexo masculino casi duplica el

62,50% al femenino representado en 50 mujeres y varones equivale el 37,50% que representa 30 hombres, por lo que, se puede deducir que se cuenta con la mayor percepción de la relación entre las dos variables principales, de los clientes hombres del servicio hotelero respecto a las mujeres. Esta pregunta se formuló para destacar el incremento de participación del rol de la mujer frente a un escenario



prácticamente nulo.

Fig. 2 Edad de los encuestados

Como se puede observar, con relación a la edad de los informantes del intervalo de 25 a 40 años equivale al 63,75% que representa a 51 personas entrevistadas, el intervalo de 40 años a más equivale el 31,25% representado a 25 personas y el intervalo de 25 años a menos equivale a 5,00 % que representa a 4 personas; es decir, se cuenta con la opinión en su mayoría de los clientes del servicio hotelero que conforman la Población Económicamente Activa. La información de esta pregunta contribuirá a que las empresas estratégicamente orienten sus actividades a los usuarios de tal edad, como realizar actividades motivadoras en el grupo con mayor participación.

Contrastación de hipótesis

Los resultados fueron interpretados con base en el reporte spss y la estadística inferencial de correlación, previa verificación de la normalidad de los datos.

TABLA 1

PRUEBA DE NORMALIDAD DE DATOS

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Dimensión ética	0,241	80	< 0,001
Dimensión filantrópica	0,163	80	< 0,001
Dimensión legal	0,298	80	< 0,001
Dimensión económica	0,251	80	< 0,001
Responsabilidad social	0,197	80	< 0,001
Dimensión equidad social	0,098	80	< 0,001
Dimensión conservación ambiental	0,114	80	< 0,001
Dimensión eficiencia económica	0,112	80	< 0,001
Sostenibilidad	0,098	80	< 0,001

a. Lilliefors Significance Correction

Nota: En la Tabla 3 se aprecia que la muestra trabajada en el presente estudio es de 80 clientes, para establecer el valor estadístico, siendo mayor a 50 se analizan con la técnica de Kolmogorov-Smirnov; caso contrario, sería con Shapiro-Wilk. Se observa que la variable de RSE tiene una significancia 0.001 y de Sostenibilidad es 0,080, mostrando que los datos no presentan una distribución normal. Como la sig. < 0,05, se acepta la Ha, y el método estadístico a trabajarse es la correlación no paramétrica de Spearman.

Hipótesis general

Ho: La RSE no se relaciona positiva y significativamente con la Sostenibilidad desde la perspectiva del cliente de un Hotel de Miraflores en el año 2023.

Ha: La RSE se relaciona positiva y significativamente con la Sostenibilidad desde la perspectiva del cliente de un Hotel de Miraflores en el año 2023.

TABLA 2
CORRELACIÓN ENTRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SOSTENIBILIDAD

		Responsabilidad social	Sostenibilidad
Rho de Spearman	Responsabilidad social	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	1,000 0,636** < 0,001
	Sostenibilidad	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	0,636** < 0,001
		N	80 80

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

Nota: Se observa la sig. < 0,05, por lo que se puede decir si existe relación significativa entre ambas variables; asimismo, siendo el coeficiente de 0,636 o 63,6% indica que la relación es positiva (el coeficiente es positivo).

Por último, en base a la siguiente tabla de rangos se analiza la magnitud del grado de relación de estas dos variables estudiadas.

TABLA 3
GRADO DE RELACIÓN SEGÚN COEFICIENTE DE CORRELACIÓN

Rango	Relación
-0,91 a -1,00	Correlación negativa perfecta
-0,76 a -0,90	Correlación negativa muy fuerte
-0,51 a -0,75	Correlación negativa considerable
-0,11 a -0,50	Correlación negativa media
-0,01 a -0,10	Correlación negativa débil
0,00	No existe correlación
+0,01 a +0,10	Correlación positiva débil
+0,11 a +0,50	Correlación positiva media
+0,51 a +0,75	Correlación positiva considerable
+0,76 a +0,90	Correlación positiva muy fuerte
+0,91 a +1,00	Correlación positiva perfecta

Por tal razón, concluimos que se relacionan positiva y considerablemente, debido a que se encuentra en un intervalo de +0,51 a +0,75. Esto quiere decir que cuando la

responsabilidad social incrementa, también lo hace la sostenibilidad.

Hipótesis Especifica 1:

Ho: La Responsabilidad Social Empresarial en su dimensión ética no se relaciona positiva y significativamente con la Sostenibilidad desde la percepción del cliente de un hotel de Miraflores en el año 2023.

Ha: La Responsabilidad Social Empresarial en su dimensión ética se relaciona positiva y significativamente con la Sostenibilidad desde la percepción del cliente de un hotel de Miraflores en el año 2023.

TABLA 4
CORRELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN ÉTICA Y LA SOSTENIBILIDAD.

		Dimensión ética	Sostenibilidad
Rho de Spearman	Dimensión ética	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	1,000 .
		N	80 80
	Sostenibilidad	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	,371** <0,001
		N	80 80

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

Nota: Se aprecia la sig, < 0,05; es decir, la Responsabilidad Social Empresarial en su dimensión ética se relaciona positiva y significativamente con la Sostenibilidad desde la percepción del cliente. La relación entre ambas variables es positiva es lo que refiere el coeficiente de 0,371 o 37,1% y la correlación positiva media, ya que está en el intervalo de +0,11 a +0,50; por lo tanto, se dice cuando la gestión de la RSE en su dimensión ética es la adecuada se eleva la Sostenibilidad.

Hipótesis Especifica 2:

Ho: La responsabilidad social empresarial en su dimensión filantrópica no se relaciona positiva y significativamente con la Sostenibilidad desde la percepción del cliente de un hotel de Miraflores en el año 2023.

Ha: La responsabilidad social empresarial en su dimensión filantrópica se relaciona positiva y significativamente con la Sostenibilidad desde la percepción del cliente de un hotel de Miraflores en el año 2023

TABLA 5
CORRELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN FILANTRÓPICA Y LA SOSTENIBILIDAD.

		Dimensión filantrópica	Sostenibilidad
Rho de Spearman	Dimensión filantrópica	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	1,000 .
		N	80 80
	Sostenibilidad	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	0,638** <0,001
		N	80 80

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

Nota: Seguidamente, la sig, < 0,05 indica que la RSE en su dimensión filantrópica se relaciona positiva y significativamente con la Sostenibilidad desde la percepción del cliente de un hotel de Miraflores en el año 2023.

El coeficiente de 0,638 o 63,8% refleja que la relación es positiva y la correlación positiva considerable está en el intervalo de +0,51 a +0,75. Lo que demuestra que cuando la gestión de la RSE es eficiente en su dimensión filantrópica destaca la Sostenibilidad.

Hipótesis Especifica 3:

Ho: La Responsabilidad Social Empresarial en su dimensión legal no se relaciona positiva y significativamente con la Sostenibilidad desde la percepción del cliente de un hotel de Miraflores en el año 2023.

Ha: La Responsabilidad Social Empresarial en su dimensión legal se relaciona positiva y significativamente con la Sostenibilidad desde la percepción del cliente de un hotel de Miraflores en el año 2023.

TABLA 6
CORRELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN LEGAL Y LA SOSTENIBILIDAD.

		Dimensión legal	Sostenibilidad
Rho de Spearman	Dimensión legal	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	1,000 .
		N	80 80
	Sostenibilidad	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	0,436** <0,001
		N	80 80

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

Nota: La sig, < 0,05 expresa que la RSE en su dimensión legal también se relaciona positiva y significativamente con la Sostenibilidad desde la percepción del cliente de un hotel de Miraflores en el año 2023.

De manera similar, el coeficiente de 0,436 o 43,6% refleja que la relación es correlación positiva media se encuentra en el intervalo de +0,11 a +0,50, lo que explica la eficiente gestión de la RSE en su dimensión legal implica relevancia de la Sostenibilidad.

Hipótesis Especifica 4:

Ho: La Responsabilidad Social Empresarial en su dimensión económica no se relaciona positiva y significativamente con la Sostenibilidad desde la percepción del cliente de un hotel de Miraflores en el año 2023.

Ha: La Responsabilidad Social Empresarial en su dimensión económica se relaciona positiva y significativamente con la Sostenibilidad desde la percepción del cliente de un hotel de Miraflores en el año 2023.

TABLA 7
CORRELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN ECONÓMICA Y LA SOSTENIBILIDAD.

		Dimensión económica	Sostenibilidad
Dimensión económica	Coefficiente de correlación	1,000	0,372**
	Sig. (bilateral)	.	<0,001
Rho de Spearman	N	80	80
	Coefficiente de correlación	0,372**	1,000
Sostenibilidad	Sig. (bilateral)	<0,001	.
	N	80	80

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

Nota: Finalmente, la sig. < 0,05 explica que la RSE en su dimensión económica se relaciona positiva y significativamente con la Sostenibilidad desde la percepción del cliente de un hotel de Miraflores en el año 2023.

La relación entre ambas variables es positiva lo refleja el coeficiente de 0,372 o 37,2% y la correlación es positiva media está en el intervalo de +0,11 a +0,50, manifiesta que la adecuada gestión de la RSE en su dimensión económica eleva la Sostenibilidad.

Por lo tanto, cada variable con sus respectivas dimensiones se relaciona positivamente. Es decir, según [41], siempre se vincula cuando existe una correlación solida

IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Se aprecia que la Responsabilidad Social Empresarial se relaciona positiva y significativamente con la Sostenibilidad desde la percepción del cliente de un hotel de Miraflores en el año 2023, comprobada mediante el estadístico Rho de Spearman, que es una prueba que se usa en técnicas de encuesta con una significancia a 0,01, confirmando que producto de la adecuada gestión de RSE, implementado las 4 dimensiones: ética, filantrópica, legal y económica se generará mayor sostenibilidad en el hotel.

La presente investigación tiene similitud con los resultados obtenidos de la investigación de [12], realizada en el Perú en el centro de entretenimiento y convenciones Atlantic City de Miraflores, sobre la Responsabilidad Social Empresarial y su relación con la Sostenibilidad, en la cual determino que la gestión de RSE si se relaciona con la Sostenibilidad en los trabajadores, obteniendo un nivel de significancia del 5% aceptando la hipótesis alterna, que ha sido comprobada a través de la prueba Chi Cuadrado. Por ello, sugiere que los directivos de la empresa adapten gestiones de RSE ya que incide positivamente en la sostenibilidad.

De igual manera los investigadores [7], quienes obtuvieron resultados semejantes en su estudio realizado en la ciudad de Cali, Colombia, en las Gerencias de Proyectos, que evidencian una relación positiva entre la RSE y la Sostenibilidad.

Además, en los resultados de su estudio de [8], quien obtuvo resultados semejantes, donde su objetivo fue buscar

que las empresas se relacionen con la sociedad con compromiso mediante prácticas responsables y sostenibles. Se encontró una relación directa entre RSE y el Desarrollo Sostenible, ya que, la participación de los consumidores permite fortalecer la unión entre empresa y sociedad.

Por último, se observa que los resultados anteriores son coincidentes con los del investigador [13], cuyo objetivo es describir la relación entre la Responsabilidad Social y el Desarrollo Sostenible en la Municipalidad de la cual en sus hallazgos refieren que los aspectos sociales, económicos y ambientales contribuye a dichas variables a una mejora significativamente en los recursos económicos y ambientales; así como, contribuye con la mejora de la calidad de vida en la comunidad.

Luego de analizar y comparar las cinco investigaciones, se aprecia que en sus resultados hay similitud entre ellas, a pesar de que no todas pertenecen al sector hotelero, ya que una de ellas es una Municipalidad del departamento de Junín-Perú, otra es una empresa de calzado, incluso hay investigaciones que se realizaron en el ámbito internacional. Esto demuestra que gestionar adecuadamente la variable RSE tiene implicancia y relevancia con la variable Sostenibilidad permitiendo que la empresa sea competitiva, buscar la fidelización del cliente, enriquecer la economía y lo más importante aportando con las mejoras del medio ambiente a medio o largo plazo. Por consiguiente, se entiende que la RSE si se relaciona con la Sostenibilidad desde la percepción del cliente de un hotel de Miraflores, lo que se confirma la teoría planteada en la presente investigación.

Con respecto a lo hallado guarda relación con la definición de [18], quienes manifiestan que la RSE se entiende como una estrategia de competitividad a largo plazo donde están comprometido tanto la calidad del servicio que se brinda en la empresa como en su vinculación con la comunidad. Es decir, la variable RSE se relaciona positivamente con el entorno, por ello, se recomienda el uso adecuando de la gestión dentro o fuera de la organización. También, coincide en la definición de [32], que refiere que la Sostenibilidad genera competitividad, igualdad y satisfacción a las necesidades del publico desarrollando proyectos que permitan mantener y aumentar el valor de los recursos ambientales y como también mejorar la calidad de vida.

Además, permite ofrecer beneficios a sus trabajadores, proveedores y clientes reflejando incremento de productividad en los stakeholders, como también la reducción de costos y la disminución en la rotación de sus empleados.

A pesar de todo lo mencionado en líneas arriba hay hoteles de menor categorías que no podría implementar dichos procesos. Según [42], refiere que sería complicado debido a los costos que demandaría.

Hipótesis específica 1, se observa la significancia < 0,05 así que la Responsabilidad Social Empresarial en su dimensión ética si existe una relación positiva y significativa con la Sostenibilidad desde la percepción del cliente de un hotel en Miraflores, Lima, en el año 2023. Es decir, el hotel está comprometido con los principios éticos y a su vez

promueven los valores de honestidad, lealtad y respeto dentro y fuera de la organización generando valor agregado a favor de la sociedad de una manera sostenible.

El presente resultado, se aprecia similitud con los resultados de [14], quien, en su investigación se observa que, en el servicio que brindan el personal de servicio y directivo de la empresa de Cajamarca, la ética guarda relación con la sostenibilidad ya que implica respetar las prácticas y actividades empresariales con valores éticos por parte del personal y de la empresa reflejando una respuesta positiva en la sociedad y al medio ambiente.

De igual manera, guarda semejanza con los resultados de [15], donde su estudio fue aplicada al personal administrativo del sector Salud, en Pasco, Perú, que refleja que la ética profesional guarda fuerte relación con la RS, se comprobó que su correlación positiva débil de 37,1%, es decir su correlación es significativa ($P(t>3,596)=0,00<5\%$). Por lo tanto, las organizaciones al trabajar con principios y valores demuestran estabilidad y sostenibilidad entre ciudadanos e instituciones. En este sentido, se comprueba la siguiente hipótesis del estudio que sostiene que la dimensión ética si se relaciona con la Sostenibilidad en un hotel de Miraflores.

Después de analizar y comparar los tres estudios, se entiende que existe semejanza entre ellos, ya que, buscaron el mismo resultado a pesar de que sea de diferentes sectores, una es del sector salud y otra que se dedica a la elaboración de bebidas. De modo que, la dimensión ética al relacionarse con la sostenibilidad significa que el ser humano debe ser transparente en las actividades de responsabilidad social para obtener mayores éxitos y contribuye con la Sostenibilidad.

Con relación a la base teórica, se aprecia en la definición de [21], que refieren que la ética en la RSE influye en la mejora de la calidad del servicio a los usuarios que finalmente significa mayores ingresos económicos, producto de la adaptación del clima ético de la organización respetando normas éticas y la cultura. Por ello, las empresas deben basarse en acciones concretas con voluntad, razón y actitud de manera permanente.

Hipótesis específica 2, se corrobora que la dimensión filantrópica de la Responsabilidad Social Empresarial se relaciona positiva y significativamente con la Sostenibilidad desde la percepción del cliente de un hotel de Miraflores, en el año 2023, ya que su significancia es $< 0,05$ y el coeficiente es de 63,8%. Por lo que se concluye es de una correlación positiva con un intervalo de +0,51 a +0,75, es decir al gestionar la RSE en su dimensión filantrópica de una manera adecuada tiene relevancia o implicancia con la Sostenibilidad.

Según los resultados de [9] en su estudio realizado en México se observa similitud con lo descrito en líneas arriba, que se determinó que la dimensión filantrópica de RSE presenta una relación positiva con dicha variable, lo que significa que la empresa tiene conocimiento de la importancia de ayudar a la sociedad a pesar que sean consideramos menos relevantes con las demás dimensiones. Por lo antedicho, se recomienda seguir investigando y sobre todo en empresas grandes.

Luego de analizar ambas investigaciones, se aprecia que hay semejanzas ya que los dos estudios presentan los mismos resultados a pesar de que el segundo estudio se haya aplicado en una región del oriente de México. Por consiguiente, la dimensión filantrópica si se relaciona con la Sostenibilidad, confirmado la hipótesis trazada.

Además, se puede sustentar la definición donde señala que, la filantropía en aplicar acciones que fomente el desarrollo social de manera voluntaria buscado el bienestar de otros sin recibir nada a cambio [7]. De modo que, la dimensión filantrópica se debe priorizar también como las demás dimensiones ya que también se relaciona positivamente con la Sostenibilidad.

Hipótesis específica 3, se evidencio que hay relación significativamente con la dimensión legal de la RSE y la Sostenibilidad desde la percepción del cliente de un hotel de Miraflores, en el año 2023, de la cual se corrobora con un grado de significancia de $< 0,05$, es decir si se relaciona positiva y significativamente y su coeficiente es 43,6%, de la cual quiere decir que si existe relevancia o implicancias en la variable Sostenibilidad.

Los resultados expuestos en líneas arriba, presenta la misma similitud con los resultados de [10], donde refieren que los clientes del hotel de Chile que la RSE al implementar la dimensión legal si genera competitividad porque brinda los servicios considerando las normas legales establecidas, lo que conlleva a una correlación positiva y una mayor repercusión en el Desarrollo Sostenible.

Asimismo, se evidencia en los resultados de [11], desde el punto de vista del turista de un hotel de México, presenta una relación positiva de la dimensión legal de la RSE con la Sostenibilidad, lo que verificado por los análisis de medias aritméticas donde su resultado fue $(=4,06; \sigma=0,962)$. Es decir, los clientes observan que el hotel cumple con las obligaciones legales y fiscales a beneficio del medio ambiente, el personal, la sociedad y sobre todo respetando los derechos humanos. Recomiendan que las organizaciones deben respetar al cliente, como el trato justo, precios razonables, calidad de servicio, entre otros de una manera responsable y, además, ser reconocidos mediante certificaciones social y/o ambiental.

Las investigaciones aplicadas para la dimensión legal fueron dentro de un mismo contexto, es decir, los estudios fueron ejecutados en el sector hotelero, arrojando los mismos resultados. Por ello, la dimensión legal fomenta la confianza y el respeto al cliente y a sus trabajadores, por lo tal se afirma la hipótesis planteada.

Por último, las empresas deben establecer normas a favor de la sociedad y no ser aprovechadas con actos de corrupción, evitando ser cómplices de ello, ya que al no cumplirlas generan sanciones perjudiciales para la organización [25]. Es por ello, la importancia del cumplimiento de cada norma ya que permite no tan solo mantener una imagen respetable si no también compromete la participación en la comunidad en el cuidado del medio ambiente y asegura la Sostenibilidad de la empresa.

Hipótesis específica 4, se observa que existe una relación positiva y significativamente con la dimensión económica de la RSE y la Sostenibilidad desde la percepción del cliente de un hotel de Miraflores, en el año 2023, según el resultado de significancia que fue $< 0,05$ y el coeficiente de $47,2\%$ que nos indica una relación positiva. Es decir, si se gestiona de manera adecuada dicha dimensión se obtendrá mejores ganancias dentro de la gestión de RSE y la Sostenibilidad.

De igual manera, los resultados antedichos guardan similitud con los resultados de [16] en los hoteles de Tarma, Perú, ya que, dicho sector genera ingresos económicos en sus actividades que a su vez también produce contaminación ambiental. Por ello, conlleva en generar proyectos de RSE que genere aportes económicos como punto clave para un Desarrollo Sostenible. Así pues, se comprueba la hipótesis planteada en el presente estudio.

Los estudios analizados y comparados, ambos buscaron los mismos resultados además pertenece al mismo sector y del mismo país, por lo tanto, la dimensión económica si se relaciona con la Sostenibilidad. Se recomienda que los hoteles busquen la satisfacción y necesidades del grupo de interés, además, sensibilizarlos con actividades en relación con el medio ambiente todo ello relacionado con aspectos económicos.

Finalmente, los resultados se sustentan con la teoría de [30], que refieren que para generar utilidades tanto en sus bienes y/o servicios deben integrar proyectos económicos que estén vinculados con la sociedad y el medio ambiente. De igual manera, [28], en su definición refiere para que la empresa obtenga un mejor desempeño económico en los aspectos sociales deben cumplir las exigencias legales y éticas. Por lo tal, las empresas se deben enfocar en dicha dimensión ya que es el pilar que asegura el retorno de mayores logros a la empresa.

Implicancias metodológicas

Luego de comprobar un conjunto de investigaciones que relacionan las dos variables principales del presente estudio en diferentes contextos, y como involucran a los clientes en relación con la RSE y la Sostenibilidad, se refleja que lo hoteles carecen de algunas gestiones de RSE o no lo aplican adecuadamente. Por ello, el presente estudio, pretende resaltar la relación de la RSE con la Sostenibilidad en el sector hotelero, como también dar a conocer otras investigaciones ya aplicadas en dicho contexto, que permita en ahondar más en el tema.

Con relación, a los medios utilizados para la recopilación de datos, fue mediante dos encuestas y/o cuestionarios, una fue realizada por [40], para la variable RSE y el otro cuestionario por [13] para la variable Sostenibilidad, ambos validados por expertos de la cual fueron adaptados la presente investigación, enfocado a los clientes de un hotel.

Implicancias teóricas

Con relación a las implicancias teóricas se confirmó con la teoría de [17], porque según los resultados la RSE se debe aplicar de una manera voluntaria relacionando las consecuencias sociales, económicos y ambientales que

acontece en la actualidad. De igual manera en su artículo de [18], refiere para que la empresa sea competitiva debe realizar una correcta gestión de RSE y así sea sostenible a largo plazo, igualmente, para los encuestados lo entiende como estrategia competitiva. Además, los clientes manifiestan al gestionar proyectos sostenibles logran satisfacer las necesidades de todo el entorno y beneficiar al medioambiente, en la teoría de [7] coincide con lo expuesto en líneas arriba ya que todo ello generaría un valor económico, social y medioambiental a mediano o largo plazo.

Conclusiones

Se determinó que existe relación positiva y significativamente entre la Responsabilidad Social Empresarial con la Sostenibilidad desde la perspectiva del cliente de un Hotel de Miraflores en el año 2023, se comprobó mediante la prueba de Spearman donde su significancia es de $< 0,001$ y el coeficiente de correlación es de $0,636$. Se entiende que, ante la apropiada gestión empresarial del hotel implementado las 4 dimensiones: ética, filantrópica, legal y económica se logra alcanzar la Sostenibilidad, ya que genera competitividad, elevando su imagen empresarial y concientizar a sus clientes.

Se determinó que existe relación positiva y significativamente entre la percepción de la Responsabilidad Social Empresarial en su dimensión ética con la Sostenibilidad desde la perspectiva del cliente de un Hotel de Miraflores en el año 2023, se confirmó mediante la prueba de Spearman donde su significancia es de $< 0,001$ y el coeficiente de correlación es de $0,371$. Se interpreta, que, ante la adecuada gestión de la empresa en su dimensión ética, se hace relevante y productiva la Sostenibilidad, ya que permite mejorar la calidad del servicio a través de conjuntos de principios éticos de la empresa y respetando su cultura.

Se determinó que existe relación positiva y significativamente entre la percepción de la Responsabilidad Social Empresarial en su dimensión filantrópica con la Sostenibilidad desde la perspectiva del cliente de un Hotel de Miraflores en el año 2023, se corrobora mediante la prueba de Spearman donde su significancia es de $< 0,001$ y el coeficiente de correlación es $0,638$. Se evidencia que la eficiente gestión del hotel en su dimensión filantrópica se hace relevante, productiva y contributiva la Sostenibilidad gracias a sus acciones comunitarias desinteresadas.

Se determinó que existe relación positiva y significativamente entre la percepción de la Responsabilidad Social Empresarial en su dimensión legal con la Sostenibilidad desde la perspectiva del cliente de un Hotel de Miraflores en el año 2023, se comprobó mediante la prueba de Spearman donde su significancia es de $< 0,001$ y su coeficiente de correlación es de $0,436$. Lo que se entiende que, ante una adecuada gestión empresarial del hotel en su dimensión legal se hace relevante y productiva la Sostenibilidad, generando mayor confianza y seguridad entre sus clientes y la organización a través de normas legales y de transparencia.

Se determinó que existe relación positiva y significativamente entre la percepción de la Responsabilidad

Social Empresarial en su dimensión económica con la Sostenibilidad desde la perspectiva del cliente de un Hotel de Miraflores en el año 2023, se corrobora mediante la prueba de Spearman donde su significancia de $< 0,001$ y su coeficiente de correlación es 0,372. Lo que se entiende que, ante la eficiente gestión del hotel en su dimensión económica se hace relevante y productiva la Sostenibilidad, ya que se destaca la competencia económica y financiera del servicio hotelero como punto de partida.

Agenda futura de investigación

La agenda futura de investigación aborda varios aspectos cruciales para profundizar en la relación entre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y la Sostenibilidad desde la perspectiva del cliente. Realizar investigaciones adicionales en distintos hoteles de Lima u otras ubicaciones para confirmar y replicar los resultados. Contrastar los hallazgos con investigaciones similares en diversos sectores industriales para comprender la aplicabilidad general de la relación entre RSE y Sostenibilidad.

Profundizar en cada dimensión de la RSE (ética, filantrópica, legal y económica) para comprender cómo cada una contribuye específicamente a la sostenibilidad. Explorar la percepción de los clientes sobre prácticas éticas, acciones filantrópicas, cumplimiento legal y eficiencia económica por separado para obtener conocimientos más detallados.

Investigar posibles factores moderadores que puedan influir en la relación entre RSE y Sostenibilidad, como la cultura organizacional, el tamaño del hotel y la ubicación geográfica.

Analizar si la relación varía según la duración de la relación cliente-hotel y la frecuencia de interacción.

Evaluar cómo la percepción de RSE y sostenibilidad afecta la lealtad del cliente hacia el hotel. Investigar cómo la conciencia de los clientes sobre las prácticas sostenibles influye en su decisión de volver a hospedarse en el mismo hotel.

Explorar la percepción de los empleados sobre las prácticas de RSE y su influencia en la implementación efectiva de las dimensiones ética, filantrópica, legal y económica. Investigar cómo las prácticas internas de RSE afectan la satisfacción y el compromiso de los empleados, y cómo esto repercute en la sostenibilidad.

Realizar un análisis temporal para evaluar la evolución de la relación entre RSE y sostenibilidad a lo largo del tiempo. Examinar si hay cambios en la percepción de los clientes en relación con las prácticas de RSE y su impacto en la sostenibilidad.

Comparar los resultados con investigaciones similares en diferentes sectores industriales, como restaurantes, transporte o servicios financieros, para identificar patrones o diferencias significativas.

Proponer estrategias prácticas basadas en los resultados de la investigación para mejorar la implementación de prácticas sostenibles y fortalecer la relación con los clientes en el ámbito hotelero.

Esta agenda busca enriquecer la comprensión de la conexión entre RSE y sostenibilidad, ofreciendo orientación práctica para la gestión efectiva en el sector hotelero.

REFERENCIAS

- [1] Expok Comunicación de Sustentabilidad y RSE, "Responsabilidad Social en la industria hotelera," 2019. <https://www.expoknews.com/responsabilidad-social-en-la-industria-hoteler/>
- [2] A. Hernández, E. Vargas, M. Castillo, and L. Zizumbo, "Responsabilidad social empresarial en la hotelería. un enfoque ético," *Gestão Reg.*, vol. 34, no. 102, pp. 43–57, Dec. 2018, doi: 10.13037/gr.vol34n102.4356.
- [3] C. A. Lazo-Serrano, "Responsabilidad social empresarial en alojamientos turísticos en el Ecuador," *Soc. Tecnol.*, vol. 5, no. S2, pp. 378–389, Aug. 2022, doi: 10.51247/st.v5iS2.276.
- [4] C. A. Téllez, "Regulación en responsabilidad social empresarial en la hotelería de Colombia," *Tur. y Soc.*, vol. 21, pp. 217–229, Dec. 2017, doi: 10.18601/01207555.n21.10.
- [5] M. Barbachan, "La Responsabilidad Social Empresarial en el Perú: Desafíos y Oportunidades," *Rev. InnovaG*, no. 2, pp. 56–62, 2017, [Online]. Available: <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/innovag/article/view/18749>
- [6] F. Gil, "Solo el 5% de las empresas peruanas aplican gestiones de Responsabilidad Social," 2019. <https://gestion.pe/economia/management-empleo/5-empresas-peruanas-aplican-gestiones-responsabilidad-social-258214-noticia/>
- [7] M. E. Uribe-Macías, Ó. A. Vargas-Moreno, and L. Merchán-Paredes, "La responsabilidad social empresarial y la sostenibilidad, criterios habilitantes en la gerencia de proyectos," *Entramado*, vol. 14, no. 1, pp. 52–63, 2017, doi: 10.18041/entramado.2018v14n1.27107.
- [8] L. Chimborazo, H. Vaca, M. Pazmiño, and R. Cepeda, "La responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible: un estudio exploratorio en consumidores y empresas de calzado de la provincia de Tungurahua," *Rev. Publicando*, vol. 4, no. 12, pp. 905–920, 2017, [Online]. Available: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7055557>
- [9] J. L. Bernal and E. Alpuche, "La responsabilidad social empresarial como estrategia organizacional: un análisis empírico para la región oriente del Estado de México," *Cienc. ergo-sum*, vol. 30, no. 1, Jul. 2022, doi: 10.30878/ces.v30n1a1.
- [10] J. Bernal, E. Leo, and M. Navarrete, "Responsabilidad Social Empresarial de los servicios hoteleros: valoración de los consumidores," *Rev. Académica y Negocios*, vol. 4, no. 2, pp. 107–114, 2018, doi: <https://www.redalyc.org/journal/5608/560859050014/html/>.
- [11] A. Hernández, E. Vargas, A. Delgado, and F. Rodríguez, "Responsabilidad Social en la Hotelería. Una Percepción Desde el Turista de Negocios," *Investig. Adm.*, vol. 46, no. 119, 2017, [Online]. Available: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456050279004>
- [12] J. Palomino, "La responsabilidad social y la sostenibilidad empresarial en los colaboradores del centro de entretenimiento y convenciones Atlantic City de Miraflores, Lima año 2020," Universidad San Martín de Porres, 2021. [Online]. Available: <https://hdl.handle.net/20.500.12727/7813>
- [13] J. Pahuacho, "Responsabilidad social y el desarrollo sostenible en la municipalidad distrital de Huancán, Junín – 2021," Universidad Nacional del Centro del Perú, 2021. [Online]. Available: <https://repositorio.uncp.edu.pe/handle/20.500.12894/7782>
- [14] A. Carrasco and M. Zorrilla, "Influencia de la responsabilidad social sobre la sostenibilidad de la empresa Agua del Cumbe S.R.L. en Cajamarca 2020," Universidad Privada del Norte, 2020. [Online]. Available: <https://hdl.handle.net/11537/24554>
- [15] F. Capcha, "La ética profesional y la responsabilidad social del personal administrativo en la Red de Salud Pasco – Año 2019," Universidad Daniel Alcides Carrión, 2020. [Online]. Available: <http://repositorio.undac.edu.pe/handle/undac/2175>
- [16] A. Orihuela, "Percepciones De Responsabilidad Social Empresarial En Las MYPE Del Sector Alojamiento De La Provincia De Tarma, Región Junín – 2018," Universidad Cesar Vallejo, 2019. [Online]. Available: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/38086>

- [17] C. D. Simonetta, "Responsabilidad social empresarial y construcción de su significado. Estudio de Caso," *Ciencias Adm.*, vol. 8, no. 15, p. 053, Dec. 2018, doi: 10.24215/23143738e053.
- [18] I. Lara and J. Sánchez, "Responsabilidad social empresarial para la competitividad de las organizaciones en México," *Mercados y Negocios*, no. 43, pp. 97–118, Jan. 2020, doi: 10.32870/myn.v0i43.7546.
- [19] C. Burgos, "La Responsabilidad Social o sostenibilidad: un enfoque desde el entorno y la comunicación," *Retos*, vol. 8, no. 16, pp. 47–59, Sep. 2018, doi: 10.17163/ret.n16.2018.04.
- [20] M. Rios-Manriquez, "Comportamiento ético de las pequeñas empresas. Un caso empírico," *Holos*, vol. 5, pp. 158–173, 2017, [Online]. Available: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=481554850014>
- [21] J. Muñoz, "Ética empresarial, Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y Creación de Valor Compartido (CVC)," *Rev. Glob. Compet. y Gob.*, vol. 7, no. 3, pp. 76–88, 2013, [Online]. Available: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=511851339007>
- [22] J. Domínguez, "Fuentes de la responsabilidad social," *Rev. ULADECH*, vol. 5, no. 2, pp. 289–303, 2014, [Online]. Available: <https://revistas.uladech.edu.pe/index.php/creciendo/articulo/viewFile/608/312>
- [23] M. Arévalo and S. Escobar, "La responsabilidad social empresarial: concepto, teorías y dimensiones," *Rev. UNIANDES Episteme*, vol. 5, no. 1, pp. 604–619, 2018, [Online]. Available: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8297986>
- [24] A. Larrea and F. Macias, "Responsabilidad social y corporativa y su incidencia en la gestión administrativa del GAD del cantón Pedro Carbo," *Investig. Tecnol. e Innovación*, vol. 13, no. 14, pp. 18–28, 2021, [Online]. Available: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8470938>
- [25] J. Camacho, "Las normas de responsabilidad social. Su dimensión en el ámbito laboral de las empresas," *Rev. Latinoam. derecho Soc.*, no. 20, pp. 3–29, 2015, [Online]. Available: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-46702015000100003
- [26] C. H. Cubillos, J. V. Montealegre, and A. Delgado, "Responsabilidad Social Empresarial y Stakeholders en organizaciones de tamaños y actividades diferentes," *Económicas CUC*, vol. 37, no. 2, pp. 115–136, Dec. 2016, doi: 10.17981/econuc.37.2.2016.06.
- [27] Y. Rincón, M. Faria, and C. Salazar, "Responsabilidad social en universidades de gestión privada en Barranquilla," *Rev. Ciencias Soc.*, vol. XXIII, no. 3, pp. 48–62, 2017, [Online]. Available: <https://www.redalyc.org/journal/280/28056735010/html/>
- [28] F. Borrás and C. R. Revollo, "La gestión de la responsabilidad social empresarial en las empresas industriales de santa cruz de la sierra en Bolivia," *Proyecciones*, no. 14, p. 008, Oct. 2020, doi: 10.24215/26185474e008.
- [29] M. Ferrer, "La dimensión externa de la responsabilidad social empresarial de CANTV," *Telos*, vol. 15, no. 3, pp. 388–399, 2013, [Online]. Available: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99328424007>
- [30] E. Urquiaga, B. Dávila, M. Linchi, and V. Anticona, "Responsabilidad social empresarial como suma de las mejores prácticas administrativas," *Encuentros*, no. 16, pp. 465–477, 2022, [Online]. Available: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8563196>
- [31] S. V. Torres and A. Muñoz, "La gestión sostenible aplicada al sector hotelero en Galápagos," *Tur. y Soc.*, vol. 31, pp. 177–197, Jun. 2022, doi: 10.18601/01207555.n31.10.
- [32] C. Monsalve and S. Hernández, "Gestión de la calidad del servicio en la hotelería como elemento clave en el desarrollo de destinos turísticos sostenibles: caso Bucaramanga," *Rev. Esc. Adm. negocios*, no. 78, pp. 162–173, 2015, [Online]. Available: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20640430011>
- [33] E. Puente, A. Hidalgo, C. Betancourt, and Y. Ortiz, "Indicadores de sostenibilidad social y su relación con el concepto de capital social," *Rev. Arquit.*, vol. 23, no. 1, pp. 97–104, 2021, [Online]. Available: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=125168263009>
- [34] P. Martínez-Osorio, M. Barana, R. Rocha-Carneiro, and L. C. Pasehoarelli, "Innovación, design y sostenibilidad social: nuevas tendencias para el desarrollo local en la contemporaneidad," *Rev. Arquit.*, vol. 19, no. 2, pp. 68–77, 2017, [Online]. Available: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=125154903011>
- [35] D. Bonilla, "El Reciclaje como Estrategia Didáctica para la Conservación Ambiental," *Rev. Sci.*, vol. 1, no. 1, pp. 36–52, 2016, [Online]. Available: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=563660226004>
- [36] Y. Román and O. Cuesta, "Comunicación y conservación ambiental: avances y retos en Hispanoamérica," *Rev. Lat. Comun. Soc.*, no. 71, pp. 15–39, 2016, [Online]. Available: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81943468003>
- [37] G. De la Mora-De la Mora, "Aproximación sociopolítica para el análisis de políticas de conservación en contextos urbanos: entre servicios ambientales y áreas naturales protegidas," *Perfiles Latinoam.*, vol. 27, no. 53, p. 00003, 2019, doi: <https://doi.org/10.18504/pl2753-003-2019>.
- [38] J. Brida, M. Rodríguez, and M. Mejía-Alzate, "La contribución del turismo al crecimiento económico de la ciudad de Medellín – Colombia," *Rev. Econ. del Rosario*, vol. 24, no. 1, pp. 1–23, 2021, [Online]. Available: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=509565795001>
- [39] K. Pinargote and T. Loor, "El covid-19 y su impacto económico en las empresas hoteleras de Manta-Ecuador," *ECA Sinerg.*, vol. 12, no. 1, pp. 152–168, 2021, [Online]. Available: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=588566096011>
- [40] A. Alfaro, "Percepción de la responsabilidad social empresarial e intención de compra en clientes de un centro de estimulación temprana, Trujillo, Perú 2022," Universidad Privada del Norte, 2022. [Online]. Available: <https://hdl.handle.net/11537/33208>
- [41] M. T. Valverde, A. C. De Paz, J. V. Muro, L. F. Vilcarino and G. Mariños, "Responsabilidad social empresarial y el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de la provincia de Barranca." *Rev.Llamkasun*, vol. 3, no.1, pp. 29–37 [Online]. Available: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8510587>
- [42] K. Peña, "La práctica de la responsabilidad social empresarial en el Hotel Santa Maria de la Ciudad de Huamachuco, Región la Libertad 2022," Universidad Privada del Norte, 2022. [Online]. Available: <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/32906>