

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



“LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN LA EMPRESA HOTELERA SUNSET BAY COLÁN SCRL Y SU CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE EN EL DISTRITO DE COLÁN DE LA PROVINCIA DE PAITA DEL DEPARTAMENTO DE PIURA EN EL AÑO 2016”

**INFORME DEL PROYECTO DE TESIS
PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORES:

Br. MARGOT DEL PILAR DE BRACAMONTE HUERE
Br. KELWYN LEVIS RUIZ MORAN

ASESOR:

Mg. GIOVANNI FERNANDO FIORENTINI CANDIOTTI

TRUJILLO – PERÚ
2016

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado calificador, de conformidad con los lineamientos y técnicas establecidas en el reglamento de grados y títulos de la Escuela de administración de la Universidad Privada Antenor Orrego, dejamos a vuestra disposición la revisión y evaluación del presente informe de tesis para obtener el Título de Licenciado en Administración, titulado: **“La responsabilidad social corporativa en la empresa Hotelera Sunset Bay Colán SCRL y su contribución al desarrollo turístico sostenible en el distrito de Colán de la provincia de Paita del departamento de Piura en el año 2016”**

Este informe de investigación se realizó teniendo como objetivo general Determinar cómo la Responsabilidad Social Corporativa en la empresa hotelera Sunset Bay Colán SCRL, contribuye al desarrollo turístico sostenible en el distrito de Colán de la provincia de Paita del departamento de Piura en el año 2016. Colán como otras playas ubicadas en las costas piuranas no representan un alto porcentaje de los ingresos turísticos del país, pero no es por falta de atractivos, Colán tiene varios atractivos turísticos, que no han sido explotados; en el balneario se encuentra la primera iglesia cristiana de las costas de Sudamérica, la cual está sobre un santuario-cementerio prehispánico; También tienen la cruz que los españoles colocaron al llegar, el pozo de los deseos, entre otros restos arqueológicos. Nuestra investigación, se delimito de la siguiente manera; pobladores que vivan en el distrito de Colán, que se encuentren entre las edades de 20 a 39 años y que tengan conocimiento del tema sobre RSC, ya que tienen más análisis para valorar si les es beneficioso o no los programas sociales que realiza la empresa.

Al aplicar la formula, esta nos arroja una muestra de 155 pobladores del total; posteriormente al aplicar la encuesta sólo el 63% de la muestra tiene conocimiento del tema y sólo se nos permitió trabajar con los resultados de ellos. Lo que queremos demostrar en este trabajo es como una empresa hotelera socialmente responsable puede llegar a contribuir con el desarrollo turístico sostenible de tal forma que su actuar le conlleve a generar mayor liquidez.

Autores.

DEDICATORIAS

A mis padres quienes me han apoyado para poder llegar a esta instancia de mis estudios, ya que ellos siempre han estado presentes para apoyarme moral y psicológicamente. También la dedico a mi pequeño hijo quien ha sido mi mayor motivación para nunca rendirme en los estudios y poder llegar a ser un ejemplo para él.

Por De Bracamonte Huere, Margot.

A nuestros maestros quienes nunca desistieron al enseñarnos, aun sin importar que muchas veces no poníamos atención en clase, a ellos que continuaron depositando su esperanza en nosotros.

Por De Bracamonte Huere, Margot.

A mis padres por su apoyo, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi perseverancia, mi coraje para conseguir mis objetivos.

Por Ruíz Morán, Kelwyn Levis.

Dedicamos este informe a todos aquellos que no creyeron en nosotros, a aquellos que esperaban nuestro fracaso en cada paso que dábamos hacia la culminación de nuestros estudios, a todos los que supusieron que no lo lograríamos, a todos ellos les dedicamos este proyecto.

Por Ruíz Morán, Kelwyn Levis.

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios quien nos ha guiado y nos ha dado la fortaleza de seguir adelante. A los catedráticos de la Universidad Privada Antenor Orrego por quienes hemos llegado a obtener los conocimientos necesarios para poder desarrollar este informe.

Por De Bracamonte Huere, Margot.

Me gustaría que estas líneas sirvieran para expresar mi más profundo y sincero agradecimiento a todas aquellas personas que con su ayuda han colaborado en la realización del presente informe, en especial a nuestro Asesor Mg. Giovanni Fiorentini Candiotti, por la orientación, el seguimiento y la supervisión continúa de la misma.

Por Ruíz Morán, Kelwyn Levis.

RESUMEN

En este mundo tan cambiante, el hombre es actor y gestor de acciones, cuyos efectos se están evidenciando día a día en el cambio climático, la contaminación y sensibilidad hacia los recursos naturales y socioculturales; Debido a ello, muchas instituciones se han unido por un “desarrollo sostenible y responsable”, en el cuidado y uso consciente de los recursos, con el objetivo de que perduren y sean usados por generaciones futuras.

El tema abordado en este informe es la Responsabilidad Social Corporativa, su relación con la sostenibilidad y el turismo, enfocándose específicamente al sector hotelero. Por todo ello, nos proponemos como objetivo de nuestro trabajo, Determinar cómo la Responsabilidad Social Corporativa en la empresa hotelera Sunset Bay Colán SCRL, contribuye al desarrollo turístico sostenible en el distrito de Colán de la provincia de Paita del departamento de Piura en el año 2016.

Nuestra investigación, se delimito de la siguiente manera; pobladores que vivan en el distrito de Colán, que se encuentren entre las edades de 20 a 39 años y que tengan conocimiento del tema sobre responsabilidad social corporativa, ya que tienen más análisis para valorar si les es beneficioso o no los programas sociales que realiza la empresa. Al aplicar la formula, esta nos arroja una muestra de 155 pobladores del total; posteriormente al aplicar la encuesta sólo el 63% de la muestra tiene conocimiento del tema y sólo se nos permitió trabajar con los resultados de ellos.

Finalmente pretendemos que este estudio sirva como una aproximación y antecedente a tener en cuenta en la consideración del tema abordado y como herramienta básica para la toma de decisiones en el sector hotelero y turístico en relación a la Responsabilidad Social Corporativa.

Palabras claves: Responsabilidad Social Corporativa (RSC), turismo sostenible.

ABSTRACT

In this changing world, man is an actor and manager actions, whose effects are showing daily on climate change, pollution and sensitivity to the natural and cultural resources; As a result, many institutions have come together for a "sustainable and responsible development" in the care and conscious use of resources, with the aim that endure and be used by future generations.

The issue addressed in this report Corporate Social Responsibility, its relationship to sustainability and tourism sector focusing specifically hotelero. Por all this, we propose as an objective of our work, determine how Corporate Social Responsibility in the hotel company Sunset Bay Colán SCRL, contributes to sustainable tourism development in the district of the province of Colan Paita in Piura department in 2016.

Our research was delimited as follows; people who live in the District of Colan, who are between the ages of 20 to 39 years and have knowledge of the subject on corporate social responsibility, as they have more analysis to assess whether they are beneficial or not social programs carried out by the company. Applying the formula, this throws us a sample of 155 people of the total; subsequently applying the survey only 63% of the sample is aware of the issue and only allowed us to work with the results of them.

Finally pretend that this study will serve as an approximation , and antecedent to take into account in considering the issue and addressed as a basic tool for decision-making in the hotel and tourism sector in relation to Corporate Social Responsibility.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), sustainable tourism.

ÍNDICE	PÁGINA
CARATULA	i
PRESENTACIÓN	ii
DEDICATORIAS	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
ÍNDICE	vii
LISTA DE TABLAS	ix
LISTA DE GRÁFICOS	x
LISTA DE FIGURAS	x
I CAPÍTULO INTRODUCCIÓN	1
1.1 Formulación del Problema	2
1.1.1 Realidad Problemática	2
1.1.2 Enunciado del problema	4
1.1.3 Antecedentes del problema	5
1.1.4 Justificación	6
1.2 Hipótesis	7
1.3 Objetivos	7
1.4 Marco Teórico	8
1.4.1 Responsabilidad Social Corporativa	8
1.4.2 La Teoría De La Pirámide	9
1.4.3 La Responsabilidad Social Corporativa En El Perú	11
1.4.4 RSC y su influencia en la empresa	12
1.4.5 Desarrollo sostenible	12
1.4.6 Responsabilidad social empresarial en el sector turístico	13
1.4.7 Responsabilidad social y turismo sostenible	20
1.5 Marco Conceptual	23
1.5.1 Responsabilidad social	23
1.5.2 Desarrollo sostenible	23
1.5.3 Cultura organizacional	24
1.5.4 Turismo sostenible	24
1.5.5 Stakeholders	25
1.5.6 Filantropía corporativa	25

II CAPÍTULO MATERIAL Y PROCEDIMIENTO	26
2.1 Material	27
2.1.1 Población	27
2.1.2 Marco de muestreo	27
2.1.3 Unidad de análisis	27
2.1.4 Muestra	27
2.1.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	28
2.2 Procedimientos	29
2.2.1 Diseño de contrastación	29
2.2.2 Análisis y operacionalización de variables	30
2.2.3 Procesamiento y análisis de datos	31
III CAPÍTULO PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	32
DISCUSIÓN DE RESULTADOS	43
CONCLUSIONES	45
RECOMENDACIONES	46
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	47
LINKOGRAFÍA	52
ANEXO N° 01 CUESTIONARIO	53
ANEXO N° 02 IMÁGENES DE COLÁN BALNEARIO TURÍSTICO	55
ANEXO N° 03 IMÁGENES DE HOTEL RESORT SUNSET BAY	57

LISTA DE TABLAS

Tabla 01: ¿Conoce Ud. Que es Responsabilidad Social Corporativa (RSC)?	33
Tabla 02: ¿Con cuál de los siguientes conceptos o ideas asocia usted la RSC?	34
Tabla 03: ¿Sunset Bay gracias a sus acciones de protección ambiental, han generado una mejor imagen?	35
Tabla 04: ¿Cuál de las siguientes limitaciones considera que Sunset Bay enfrenta para implementar un buen plan de RSC?	36
Tabla 05: ¿Hace usted re uso de los embaces de vidrio, teniendo en cuenta que este es un material 100% reciclable, y que de no ser así al suelo le toma aproximadamente 4000 años en transformarlo?	37
Tabla 06: ¿Ha sido beneficiario de algún tipo de ayuda por programas sociales que haya puesto en marcha Sunset Bay?	38
Tabla 07: ¿Siente que Sunset Bay ha apoyado en mejorar la calidad de vida de los pobladores?	39
Tabla 08: ¿Sabe que es también es responsable de las inundaciones los ciudadanos que tiran los papeles a la calle, taponando las alcantarillas?	40
Tabla 09: ¿Cree Ud. que las empresas deben publicar sus acciones socialmente responsables?	41
Tabla 10: En esta escala de 1 al 5, siendo 1 pésimo y 5 excelente ¿Qué puntaje le otorgaría a Sunset Bay como empresa socialmente responsable?	42

LISTA DE GRÁFICOS

Grafico 01: ¿Conoce Ud. Que es Responsabilidad Social Corporativa (RSC)?	33
Grafico 02: ¿Con cuál de los siguientes conceptos o ideas asocia usted la RSC?	34
Grafico 03: ¿Sunset Bay gracias a sus acciones de protección ambiental, han generado una mejor imagen?	35
Grafico 04: ¿Cuál de las siguientes limitaciones considera que Sunset Bay enfrenta para implementar un buen plan de RSC?	36
Grafico 05: ¿Hace usted re uso de los embaces de vidrio, teniendo en cuenta que este es un material 100% reciclable, y que de no ser así al suelo le toma aproximadamente 4000 años en transformarlo?	37
Grafico 06: ¿Ha sido beneficiario de algún tipo de ayuda por programas sociales que haya puesto en marcha Sunset Bay?	38
Grafico 07: ¿Siente que Sunset Bay ha apoyado en mejorar la calidad de vida de los pobladores?	39
Grafico 08: ¿Sabe que es también es responsable de las inundaciones los ciudadanos que tiran los papeles a la calle, taponando las alcantarillas?	40
Grafico 09: ¿Cree Ud. que las empresas deben publicar sus acciones socialmente responsables?	41
Grafico 10: En esta escala de 1 al 5, siendo 1 pésimo y 5 excelente ¿Qué puntaje le otorgaría a Sunset Bay como empresa socialmente responsable?	42

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: La Pirámide de Carroll	10
----------------------------------	----

I CAPÍTULO INTRODUCCIÓN

1.1 Formulación del Problema

1.1.1 Realidad Problemática

En la actualidad el ser humano es actor y gestor de acciones, cuyos efectos se están evidenciando día a día en el cambio climático, la contaminación, falta de equidad social y sensibilidad hacia los recursos naturales y socioculturales que nos permitan una vida digna. Debido a ello, muchas organizaciones han unido sus voces en pos de luchar por un “desarrollo sostenible y responsable”, en el cuidado y uso consciente de los recursos, con el objetivo de que perduren y sean usados por generaciones futuras y con ello, lograr un tipo de crecimiento económico menos agresivo con el medio ambiente.

Hoy en día los empresarios, no pueden ser ajenos a estas acciones. Por ello, se requiere insertar en su cultura organizacional, los principios de Responsabilidad Social Corporativa constituyendo la base de los sistemas económicos sociales de los cuales depende la vida de las comunidades locales, ciudadanos y visitantes. El tema abordado en este proyecto de investigación es la Responsabilidad Social Corporativa como instrumento que contribuya al desarrollo turístico sostenible; sus aportes pueden contribuir a un desarrollo turístico local sostenible, reconociendo la trascendencia adquirida por estos conceptos en cualquier política turística actual, como en destinos competitivos y globales.

Estos lineamientos se potenciarán a través de la sensibilización y concientización del hombre hacia los mismos.

En relación al concepto de Responsabilidad Social Corporativa, según Domínguez, C. (2007) es “considerada no sólo en los aspectos del cumplimiento legal del sector empresarial, sino abordada desde distintas perspectivas, dando respuesta a la sociedad y sus ciudadanos, contribuyendo al desarrollo económico”. La Responsabilidad Social Corporativa es la forma en que las empresas se involucran con el territorio donde desarrollan su actividad, con la población local, el medioambiente y los trabajadores. Durante las últimas décadas, la globalización ha ocasionado un aumento en las funciones e influencia del sector privado en la economía mundial y un papel menor para el sector público en muchas áreas.

Las ONGs y las empresas se han convertido en proveedoras de muchos servicios que solía ofrecer el gobierno, en especial en países donde históricamente los gobiernos se han enfrentado a dificultades y restricciones serias, y han sido incapaces de proveer servicios en áreas como la salud, la educación y el bienestar.

En la medida en que las capacidades de los gobiernos de dichos países se amplían, los roles del gobierno y de las organizaciones del sector privado van experimentando cambios.

Los consumidores, clientes, inversionistas y donantes están, de diversas maneras, ejerciendo una influencia de tipo financiero en las organizaciones en lo que se refiere a su responsabilidad social. Continúan creciendo las expectativas de las comunidades sobre el desempeño de las organizaciones.

Las legislaciones sobre el “derecho a la información de las comunidades” en muchos lugares ofrece a las personas acceso a información detallada sobre las operaciones de algunas organizaciones.

Un número creciente de organizaciones ahora publica informes de responsabilidad social para cumplir con las necesidades de las partes interesadas relativas a información sobre su desempeño.

Estos y otros factores conforman el contexto de la responsabilidad social hoy, y contribuyen al llamado a las organizaciones a demostrar su responsabilidad social.

En relación al turismo, es considerado actualmente una de las mayores industrias del mundo, según la Organización Mundial del Turismo, OMT (2012) que expresa: “Durante las últimas seis décadas, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo”. Uno de los motivos por el cual el turismo ha adquirido tal importancia en la mayoría de los países del mundo, es por su extraordinario efecto multiplicador, el cual no sólo genera recursos económicos para quienes desarrollan actividades turísticas, sino también para aquellos que indirectamente se ven beneficiados por el efecto que genera en el destino.

Es a su vez, un factor de desarrollo local, donde muchos territorios están llevando a cabo procesos de recuperación y expansión económica, gracias al dinamismo y evolución de este sector.

Actualmente, Sunset Bay Colán SCRL viene teniendo un comportamiento social y medioambiental responsable contribuyendo así con el desarrollo turístico sostenible en el distrito de Colán; mediante diversas actividades realizadas por la empresa, tales como promoviendo el recojo de basura y limpieza de la playa, así como actividades culturales y deportivas beneficiando a muchos niños, jóvenes y adultos.

Estos beneficios, no sólo son disfrutados por los visitantes, sino también por los residentes del lugar, lo que contribuye a una mejora de la calidad de vida de los mismos. Abriendo sus puertas a una demanda turística nacional e internacional, cada vez más exigente.

Lo que se busca es que el turista elegirá estos destinos no sólo por sus bellezas naturales y atractivos culturales, sino también, por la calidad, sostenibilidad y la gestión responsable en sus servicios, contando con recursos humanos capacitados para enfrentar y poder responder a las exigencias del visitante.

El turismo, por lo mencionado anteriormente, ocupa un lugar preponderante en el accionar político local y nacional, incluyéndolo en las nuevas propuestas y planificaciones gubernamentales del Distrito de Colán.

Por todas estas razones consideramos que actualmente el análisis e investigación sobre el grado de aplicación de la Responsabilidad Social Corporativa en el ámbito hotelero de Colán se configura como un tema de máximo interés, dado el importante crecimiento que está experimentando esta actividad con la construcción de nuevos establecimientos y el impacto que tiene sobre la sostenibilidad de este destino turístico.

1.1.2 Enunciado del problema

¿La responsabilidad social corporativa en la empresa Sunset Bay Colán SCRL contribuye de manera significativa en el desarrollo turístico sostenible en el distrito de Colán de la provincia de Paita en el año 2016?

1.1.3 Antecedentes del problema

1.1.3.1 Antecedentes internacionales

Espinosa, D. (2010). “Análisis y propuesta de un modelo de gestión de responsabilidad social empresarial caso: empresas ecuatorianas comprometidas con RSE” (Tesis de Postgrado). Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador, concluye que La mayoría de empresas no brinda ningún tipo de incentivos a empleados que promuevan prácticas de responsabilidad social, por lo que aún en las culturas empresariales dichas prácticas han sido vistas exclusivamente como políticas internas o disposiciones ya establecidas que deben cumplirse cuyas retribuciones son imperceptibles. Los medios de verificación e indicadores también están repartidos entre internos pasando por indicadores de desempeño de las normas hasta indicadores sociales y medioambientales, lo cual supone que deben considerarse varios ejes o bases para la medición.

Cabral, M. (2012) “El proceso de comunicación en el desarrollo de la responsabilidad social empresarial como estrategia corporativa” (Tesis de Pregrado) Universidad Nacional del Rosario en Buenos Aires, Argentina, la autora hace un estudio de caso, el objetivo de este trabajo es analizar de qué manera se construye el proceso de comunicación en el desarrollo de la RSE como estrategia corporativa. De este modo, se toman varias perspectivas diferentes acerca de la organización y su RSE y se hace un análisis sobre cómo se fue desarrollando la estrategia de RSE, la cual se planificó conscientemente y qué se fue dando de manera más inconsciente y casual, cómo influyó el contexto social, cultural y económico, cómo se estructuró el área de RSE y cómo funciona la estrategia de RSE a nivel interno y externo.

1.1.3.2 Antecedentes nacionales

Castillo, F. (2007) “Análisis de la responsabilidad social ejercida por el Centro de Entrenamiento Pesquero de Paita: propuesta de desarrollo” (Tesis de Postgrado)Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima; el autor concluye que aunque se evidencia la práctica de comportamientos organizacionales éticos y responsables, no existe un adecuado nivel de integración de la Responsabilidad Social en los procesos internos y externos del Centro de Entrenamiento Pesquero de Paita ni compromiso explícito alguno de la Alta Dirección respecto a su aplicación en la actualidad. La institución no cuenta con información actualizada de la población objetivo, debido a la escasez de diagnósticos de necesidades y la ausencia de evaluaciones de impacto de las actividades académicas. Considerando muy poco las expectativas de las comunidades pesqueras al implementar sus estrategias de intervención.

Cárdenas, M. (2014) “La influencia de la responsabilidad social empresarial en el comportamiento de compra de los consumidores en el distrito de Trujillo, Perú”(Tesis de pregrado)Universidad Nacional de Trujillo, Perú; La autora concluye que es función del estado regular Responsabilidad Social Empresarial por cuanto existen intereses preponderantes de por medio como lo es la comunidad, el ambiente y la economía; pero no de manera restrictiva ni imperativa, obligando a las empresas a desarrollar prácticas que el Estado no puede suplir. El objetivo es el de promoción y facilitación hacia las empresas para que puedan desarrollar Responsabilidad Social.

1.1.4 Justificación

1.1.4.1 Justificación teórica

El siguiente estudio permitirá conocer conceptos sobre responsabilidad social corporativa y las políticas que tiene sobre este tema una empresa hotelera, además de los beneficios que esta le brinda al desarrollo sostenible.

1.1.4.2 Justificación social

Muchas empresas están iniciando una nueva etapa en el ámbito de la responsabilidad social corporativa, habiendo empezado en muchos casos a formalizar las iniciativas individuales al respecto. En este contexto, El Hotel Sunset Bay Colan SCRL, siendo el mejor hotel del distrito de Colán desea saber que mejoras puede implementar para mejorar un desarrollo Turístico sostenible; producto de este diagnóstico y evaluación del ejercicio de la responsabilidad social de la empresa se tendrá una base para realizar un diseño óptimo de un plan para la mejora del desarrollo turístico sostenible, beneficiando a los clientes y a los pobladores del distrito de Colán.

1.1.4.3 Justificación metodológica

El diseño metodológico a ser utilizado en el presente estudio sobre la contribución al desarrollo turístico sostenible del Hotel Sunset Bay Colan SCRL, nos permitirá dar a conocer a las demás empresas hoteleras del distrito de Colán, cómo se viene desarrollando la responsabilidad social corporativa y cómo ayuda al desarrollo turístico sostenible bajo la implementación de un plan de acción para las mejoras de este programa.

1.2 Hipótesis

La responsabilidad social corporativa en el Hotel Resort Sunset Bay Colan SCRL contribuye de manera significativa en el desarrollo turístico sostenible en el distrito de Colán de la provincia de Paita del departamento de Piura en el año 2016.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Determinar cómo la Responsabilidad Social Corporativa en la empresa hotelera Sunset Bay Colan SCRL, contribuye al desarrollo turístico sostenible en el distrito de Colán de la provincia de Paita del departamento de Piura en el año 2016.

1.3.2 Objetivos Específicos

1. Identificar las políticas de la Responsabilidad Social Corporativa que aplica la empresa hotelera Sunset Bay Colán SCRL.
2. Evaluar el grado de importancia de la Responsabilidad Social Corporativa en el turismo sostenible por las diferentes empresas hoteleras de Colán.
3. Identificar el nivel del desarrollo turístico del distrito de Colán.

1.4 Marco Teórico

1.4.1 Responsabilidad Social Corporativa

Como consecuencia de la constatación de la creciente importancia de la empresa en el entorno socioeconómico, toma cuerpo con fuerza la doctrina relativa a la existencia de una responsabilidad social empresarial, que parte de la apreciación del trascendental papel que la empresa desempeña en el contexto social y del considerable impacto de sus actuaciones: desde la perspectiva de la sociedad, la empresa se ha convertido en un importante agente social, cuyo rol es necesario redefinir en unos términos más acordes con el sentir general de la sociedad.

Este cambio de mentalidad y de expectativas genera presiones sobre la institución empresarial que reclaman la consideración de las externalidades y costos sociales generados por su actividad, ante la constatación de la insuficiencia del beneficio socioeconómico de la entidad. (Friedman, Schwartz & Castillo Clavero, 1990).

A partir de los noventa ya no se considera a la responsabilidad social empresarial como un fenómeno aislado dentro de la empresa sino que atraviesa transversalmente a las diferentes áreas de la organización.

Drucker,P.(1973) complementa este punto de vista afirmando que “cada organización debe asumir la plena responsabilidad por el efecto que tenga en sus empleados, en el entorno, en los clientes y en cualquier persona o cosa que toque. Eso es responsabilidad social”.

Teniendo en cuenta lo anterior, la preocupación por la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) no es un asunto que ha surgido recientemente y su práctica está sujeta constantemente al debate y la crítica: Sus proponentes sostienen que las empresas se benefician de múltiples maneras por la operación con una perspectiva más amplia y a más largo plazo que su propio e inmediato beneficio.

1.4.2 La Teoría De La Pirámide

Fue desarrollada por Carroll (1999) plantea cuatro clases de responsabilidades sociales de las empresas, vistas como una pirámide. Hay responsabilidades que se encuentran en el fondo de la pirámide y que son, por tanto, la base sobre la que se apoya otro tipo de responsabilidades. Las cuatro clases de responsabilidades son: económicas, legales, éticas y filantrópicas.

Responsabilidades Económicas

Constituyen la base de la pirámide y son entendidas como la producción de bienes y servicios que los consumidores necesitan y desean.

Como compensación por la entrega de estos bienes y servicios, la empresa debe obtener una ganancia aceptable en el proceso.

Responsabilidades Legales

Tienen que ver con el cumplimiento de la ley y de las regulaciones estatales, así como con las reglas básicas según las cuales deben operar los negocios.

Responsabilidades Éticas

Se refieren a la obligación de hacer lo correcto, justo y razonable, así como de evitar o minimizar el daño a los grupos con los que se relaciona la empresa. Estas responsabilidades implican respetar aquellas actividades y prácticas que la sociedad espera, así como evitar las que sus miembros rechazan, aun cuando éstas no se encuentren prohibidas por la ley.

Responsabilidades Filantrópicas

Comprenden aquellas acciones corporativas que responden a las expectativas sociales sobre la buena ciudadanía corporativa. Estas acciones incluyen el involucramiento activo de las empresas en actividades o programas que promueven el bienestar social y mejoren la calidad de vida de la población. La diferencia entre las responsabilidades éticas y filantrópicas está en que las primeras surgen porque la empresa quiere cumplir con las normas éticas de la sociedad; mientras que las segundas no son una norma esperada en un sentido ético o moral, sino que representan más bien una actividad voluntaria de parte de las empresas, aun cuando siempre existe la expectativa social de que éstas las sigan.

En resumen, de acuerdo con la teoría de la pirámide, la RSC implica el cumplimiento simultáneo de las responsabilidades económica, legal, ética y filantrópica.

En otras palabras, la RSC debe llevar a la empresa a obtener ganancias, obedecer la ley, ser ética y comportarse como un buen ciudadano corporativo.

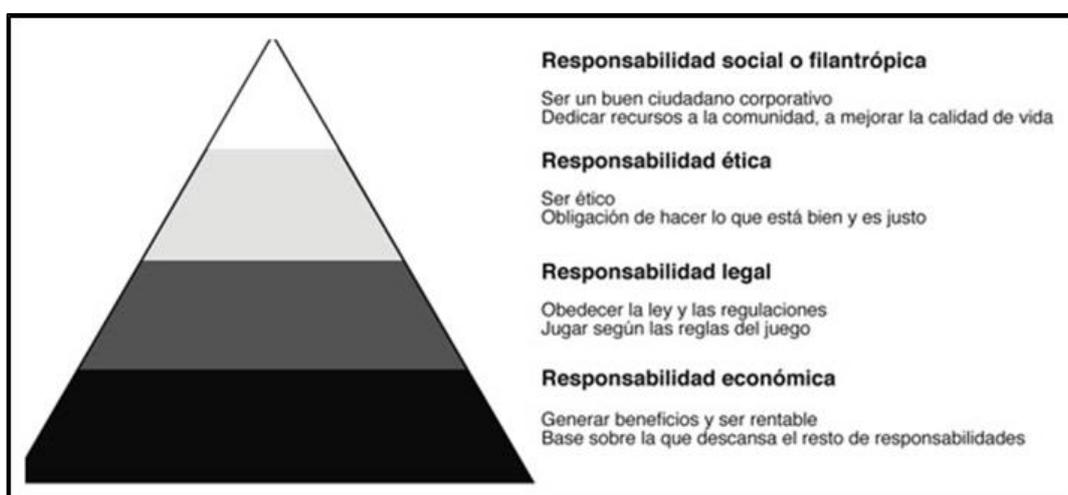


Figura 1 La Pirámide de Carroll

1.4.3 La Responsabilidad Social Corporativa En El Perú

Muchas empresas peruanas han empezado a llevar a cabo interesantes iniciativas en pro de la mejora de la calidad de vida de sus comunidades aledañas.

No obstante, todavía no se maneja el tema de Responsabilidad Social con el tema de ayuda social o desarrollo comunitario. Si bien es cierto que éste último es parte integrante de la RSC, no se ha tomado una real conciencia aún de que la RSC concierne a más actores y que sus horizontes y beneficios son mucho más amplios de lo imaginado. Asimismo, muchos programas de Responsabilidad Social desarrollados por empresas responden a actividades aisladas que no están necesariamente sistematizadas ni corresponden a una estrategia particular.

Según Le Bienvenu,H. (2004), la cuestión de la RSC en nuestro país se encuentra en una etapa inicial, como en el resto de países de la región. A la fecha se ha realizado una excelente labor de difusión del tema y actualmente nos encontramos en la etapa de capacitación de ejecutivos.

Habiendo demostrado la experiencia que muchas veces no son las empresas sino las personas las que están interesadas en el tema. Lamentablemente, cuando un ejecutivo comprometido con la RSC deja esa empresa, ésta se queda sin dirección hacia la Responsabilidad Social.

Actualmente en el Perú se vienen dando diversas iniciativas a favor de RSC con el apoyo de diversas organizaciones, lo que permite elaborar guías, manuales, talleres e inclusive capacitar consultores.

Habiéndose determinado la necesidad de sensibilizar a la alta gerencia de las organizaciones y sobre todo a los medios de comunicación ya que estos dos grupos son considerados la base de trabajo para realizar RSC.

1.4.4 RSC y su influencia en la empresa

Siguiendo la teoría de los stakeholders (Freeman 1990), las empresas socialmente responsables tendrían menos conflictos con los diferentes grupos de interés, mejorando así su reputación y sus relaciones con clientes, proveedores, bancos, personal, inversores, etc; Esta mejora en las relaciones e imagen de la empresa se traduciría en un incremento de los beneficios y del rendimiento económico de la organización.

Por otro lado, y en este sentido, también, los consumidores se podrían mostrar a favor de los productos ofrecidos por empresas que se perciben como socialmente responsables. Todo esto, implicaría que la RSC sería actualmente un factor de diferenciación.

1.4.4.1 La teoría de los stakeholders y su contribución.

La teoría de los stakeholders de Freeman (1990) afirma que si se tienen en cuenta de forma equilibrada los reclamos de los diferentes grupos de interés, los gestores pueden incrementar la eficiencia de la adaptación de su organización a las demandas externas. Es decir, se obtienen mejores resultados no sólo satisfaciendo de forma separada las relaciones bilaterales con los grupos de interés sino también por la coordinación y priorización de los intereses de los stakeholders multilaterales.

1.4.5 Desarrollo sostenible

Es aquel desarrollo que busca “satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer el derecho de las generaciones futuras a satisfacer sus propias necesidades” (WCED, 1987-Comisión Bruntland).

1.4.5.1 Enfoques de desarrollo sostenible

Existen diversas ideas y desarrollos sobre este concepto y coexisten debates contradictorios entre las distintas interpretaciones y enfoques.

El enfoque neo-liberal

Enfatiza la necesidad de promover el crecimiento económico incorporando los costos de la contaminación y la degradación y/o agotamiento de los recursos- Externalidades. (Pearce, 1993).

La ecología política

Asegura que el mercado no garantiza la utilización racional y equitativa de los recursos naturales, por lo tanto las decisiones para implementar el DS son de carácter político. (Martínez Allier, 1995).

Desde una perspectiva estructural

Se critica el acceso y control inequitativo de los recursos naturales bajo el actual modelo de desarrollo, resaltando la necesidad de reformular el control en términos de equidad y justicia social entre individuos y regiones. (Radcliffe&Sage, 1994).

1.4.6 Responsabilidad social empresarial en el sector turístico

Para una mejor comprensión se ha hecho necesaria una revisión literaria que deje en evidencia, en primer lugar, la importancia general de la RSE, en segundo lugar, los impactos que genera una actividad muy importante para la economía mundial como lo es el turismo, y en tercer lugar, los principales estudios realizados en el campo de la RSE en el sector turístico.

1.4.6.1 Importancia de la RSE

Quazi & O'brien (2000) aseguran que la RSE, desde una perspectiva moderna, representa un cambio de paradigma en las actuaciones empresariales que afecta transversalmente a todos los ámbitos de la organización. Por lo tanto, la RSE se convierte en la alternativa más pertinente y eficaz para la puesta en marcha de un modelo de gestión organizacional responsable que permite, no solo minimizar los impactos negativos generados por la actividad empresarial, sino generar un valor compartido tanto para la empresa como para sus grupos de interés y por ende para la sociedad en general.

En este sentido, la RSE ha adquirido una importancia evidente para toda sociedad la cual se ha venido evidenciando, principalmente, en el campo de la investigación científica. Existen diversos estudios que dan origen a teorías que tratan de clasificar las actividades de RSE y entender el comportamiento de las empresas en cuanto a la aplicación de las mismas (Carroll, 1991; Garriga & Melé, 2004; Gerde&Wokutch, 1998; Joyner &Payne, 2002; Lantos, 2001; McWilliams, Siegel& Wright, 2006; Murphy, 1978; Nasi et al., 1997; Sethi, 1995; Watson &MacKay, 2003; Wartick&Cochran, 1985; Van Marrewijk, 2003; Windsor, 2006; Wood, 1991; Zenisek, 1979).

Carroll (1991), Lantos (2001) y Garriga & Melé (2004) han llevado a cabo los trabajos más rigurosos, expositivos y completos de la literatura científica.

Carroll (1991), concluye que las acciones de RSE se agrupan en cuatro tipos. Las Responsabilidades Económicas, que cumplen el triple propósito de satisfacer al cliente con productos de buena calidad, generar buenos trabajos a los empleados y mejorar la rentabilidad para el accionista. Las Responsabilidades Legales que se enfocan en el cumplimiento de las leyes y las regulaciones gubernamentales propias de la actividad empresarial. Las Responsabilidades Éticas, que son guiadas por la moral de la empresa e implican una actuación correcta, justa y equitativa con los diferentes grupos de interés. La Responsabilidad Filantrópica, que buscan de una manera altruista y voluntaria contribuir con el mejoramiento de la sociedad mediante acciones puntuales como donaciones.

Lantos (2001) exponen cuatro focos de actuación en RSE. El primero enmarcado en la generación de ganancias como fin único, cumpliendo únicamente con las normas y reglamentaciones explícitas a la que está obligada la actividad empresarial. El segundo, basado en la generación de ganancias en un ámbito limitado ya que la empresa además de cumplir la ley, respeta las normas tácitas del entorno en donde opera. El tercero agrupa las acciones de bienestar social, las cuales hacen que la empresa gestione sus externalidades negativas y tenga en cuenta a todos los grupos de interés en sus decisiones.

El cuarto grupo tiene como fin generar beneficios sociales de una manera estratégica, para lo cual la empresa debe estar al servicio de la comunidad y utilizar sus recursos de una manera más eficiente.

Por su parte, Garriga & Melé (2004) clasifican las actividades y enfoques de la RSE en cuatro grupos de teorías relacionadas con los beneficios (Teorías Instrumentales), la actuación política (Teorías Políticas), las demandas sociales (Teorías Integradoras) y los valores éticos (Teorías Éticas).

Es evidente entonces que las diferentes teorías expuestas dejan en evidencia que la RSE, lejos de ser una práctica empresarial sin fundamento, es un concepto ético con fuertes raíces teóricas sobre la cuales se construyen las estrategias y acciones de los agentes económicos empresariales.

1.4.6.2 Impactos del turismo

Smith (1995) y Theobald (1998) definen el turismo como uno de los fenómenos sociales más importantes del mundo y lo consideran una de los sectores más grandes de todo el orbe. La Organización Mundial del Turismo (1998) lo ratifica al proyectar para el año 2020 un flujo de movimiento turístico de 1.600 millones de persona.

Por otra parte es ampliamente reconocido que el Turismo genera impactos positivos y negativos en los lugares donde se desarrolla y en este sentido, la sociedad en general cada vez más, conoce y es consciente de los impactos del turismo a nivel mundial (Holden, 2003). Por lo tanto, antes de entrar en el detalle de la RSE en el sector turístico es importante hacer una síntesis sobre dichos impactos.

De manera general, los impactos del turismo se han clasificado en tres grupos; impactos económicos, impactos socioculturales e impactos ambientales (Ceballos-Lascurain, 1996; Lindberg& Johnson, 1997; Wagner, 1997; Archer, 1998; Archer& Cooper, 1998; Cooper &Wanhill, 1998; Middleton& Hawkins, 1998; Mowforth&Munt, 1998; Sönmez, 1998; Bosselman, Peterson & McCarthy, 1999; Godfrey& Clarke, 2000; Hall &Higham, 2005).

En cuanto a los impactos económicos y socioculturales, Jafari (1999) concluye que éste genera costos y beneficios para el destino. Dentro de los costos económicos se encuentran el aumento de la inflación, la estacionalidad y empleos inestables, las fugas de capital, la susceptibilidad a los cambios de modas y fluctuaciones económicas, el desarrollo económico desequilibrado, la dependencia de extraños y el incremento del efecto demostración. En cuanto a los beneficios económicos, se tienen la generación de puestos de trabajo, la generación de divisas, el desarrollo del negocio turístico a partir de infraestructura existente, la utilización de productos locales, el estímulo al desarrollo económico, el negocio turístico como complemento para otros sectores y la generación de efectos multiplicadores para los mismos.

Por otra parte, los costos socioculturales están asociados a la creación de conflictos socioculturales, la generación de estereotipos, el aumento de la xenofobia, la contaminación social, la comercialización de la comunidad, su cultura, arte y religión, la amenaza a la estructura familiar, la contribución a la prostitución, el incremento de los índices de criminalidad y la producción de conflictos en la comunidad residente. Asimismo, los beneficios socioculturales son atribuidos al incremento de la educación, la promoción del entendimiento entre las naciones y la paz, la reducción de las barreras idiomáticas, socioculturales, étnicas, raciales, políticas y religiosas, la preservación del patrimonio y las tradiciones, la promoción de puntos de vistas globales y un sentimiento de ciudadanos del mundo y el incremento al aprecio a la cultura local por parte de los propios residentes.

En cuanto a los impactos ambientales, Lluill (2001) sugiere que la clasificación se debe realizar desde el punto de vista del consumo de inputs y de la generación de outputs. Los impactos producidos como consecuencia del primero se pueden dividir en tres niveles; los derivados de la fase de construcción e implantación del equipamiento turístico y las infraestructuras; los producidos en su estado de funcionamiento operativo; y los generados por las actividades que realizan los propios turistas.

Dentro de los Impactos en la fase de construcción se encuentran el consumo de recursos naturales como el suelo, agua, materiales de construcción y energía, el consumo de territorio, la contaminación arquitectónica que degrada el paisaje y la sustitución de los usos tradicionales del suelo. Sin embargo, del otro lado de la balanza se le reconoce al turismo su contribución a la rehabilitación y renovación urbanas, a la restauración y conservación de monumentos, a las mejoras en las infraestructuras, a las mejoras ambientales específicas y al incremento de oferta cultural y de ocio, cuestiones que benefician tanto a turistas como a residentes.

En referencia a los impactos en la fase de funcionamiento operativo, Lluill (2001) destaca los efectos negativos sobre el clima, el paisaje, la morfología geológica, la flora, la fauna y el consumo de agua y energía. No obstante, como efecto positivo para el paisaje, la transformación turística del entorno en algunos casos puede potenciar el atractivo del mismo y contribuir a la toma de decisiones conservadoras como la creación o el mantenimiento de parques o reservas naturales. De igual forma, se reconoce la generación de impactos beneficiosos, por acciones como la construcción de zonas ajardinadas, repoblación de bosques, declaración de parques y zonas naturales protegidas.

En cuanto a los impactos derivados de las actividades de los turistas, Lluill (2001) advierte que los más comunes son la producción de basuras y contaminación, el riesgo de incendios, las molestias a la fauna, la recogida de especímenes, etc.

Por otra parte, según el mismo autor los impactos medioambientales del turismo producidos como consecuencia de la producción de determinados outputs hacen referencia a los residuos y la contaminación. Específicamente, la producción de residuos sólidos urbanos se convierte en uno de los problemas más relevantes para el medio natural que se agrava mucho más en destinos insulares dada la escasez de territorio donde verter esos residuos y lo costoso de un eventual transporte al exterior.

La contaminación se da a nivel marino por vertido de aguas residuales, aceites, combustibles, basuras o detergentes. De igual manera, se da la contaminación del aire y de la atmósfera debido a la concentración demográfica y urbana que conlleva, por ejemplo, el turismo de masas y el transporte de los turistas. Otra forma de contaminación es el ruido, cuyo problema está ligado también al transporte, a la construcción, a la concentración de turistas y sus actividades relacionadas como la diversión nocturna. Lo paradójico es que ésta contaminación acústica la padecen los principales actores del sistema turístico, es decir los residentes, la vida salvaje y los propios turistas.

1.4.6.3 Síntesis de la RSC en el ámbito turístico

Con base en los evidentes impactos del turismo mostrados anteriormente, Ayuso & Fullana (2002); Bengoechea, Magadán & Rivas (2006); Bramwell & Lane (1993); Hall & Brown (2006); Hunter & Green (1995) y Welford, Ytterhus & Eligh J. (1999), plantean que no es nada sorprendente que en el campo turístico, el concepto de RSE se plantee bajo el contexto de un turismo sostenible.

En este sentido, Tepelus (2008) considera la RSE como guía para hacer avanzar el debate sobre la sostenibilidad del turismo de una manera que reconoce y asigna la responsabilidad específica para el sector privado.

No obstante, desde el punto de vista práctico la misma autora argumenta que la RSE solo ha sido abordada explícitamente en el turismo desde hace muy poco tiempo y en la práctica generalizada del sector turístico el concepto aún es débil.

En cuanto a la literatura específica sobre RSE en turismo y más específicamente en la el sector hotelero, cabe señalar que es escasa (Bohdanowicz, 2006). Sin embargo, recientemente se han venido incrementado las investigaciones y estudios en la misma (Kalisch, 2002; Roner, 2006; Erdogan & Barisb, 2007; Henderson, 2007; Rodríguez & Del Mar Armas Cruz, 2007; Scanlon, 2007; Lee & Park, 2009).

Por otra parte, en primer lugar la RSE es un concepto ético (Argandoña & Hoivik, 2009) cuya repercusiones deben ser analizadas de un manera holística en los ámbitos sociales, económicos y ambientales de una sociedad. Es evidente que esta concepción ética es el nudo del paradigma de la RSE y es lo que permitirá la implementación de acciones de RSE, no como simple imagen social que en momentos de crisis se recortan, sino para la implementación de un modelo de gestión organizacional que permita a la organización desarrollar su negocio de una manera responsable.

En este sentido, diversos autores argumentan que hay poca investigación desde el punto de vista holístico sobre la RSE en el ámbito turístico y más concretamente en el sector hotelero (Bohdanowicz, 2007; Holcomb, Upchurch & Okumus, 2007).

En este punto es importante mencionar que las revisiones más completas y sistemáticas de artículos relacionados con la RSE en turismo desde la amplia perspectiva de su carácter ético han sido realizadas por la profesora Christine Lynn, Directora del Isbell Hospitality Ethics, School of Hotel and Restaurant Management de la Northern Arizona University. Lynn (2011) ha hecho un importante, riguroso y exhaustivo trabajo al revisar y analizar los artículos que en el tema en cuestión han sido publicados entre 1990 y el 2010 en las revistas (académicas y magazines empresariales) del ámbito de la hotelería y el turismo para lo cual utilizó como fuente principal de información TheHospitality and TourismIndex.

El estudio indica que en 20 años se han escrito 524 artículos los cuales han sido agrupados en 12 categorías. Acciones poco éticas (93); ¿Que tan ético somos? (49); ¿Cómo hacer lo correcto? (79); Valores de la empresa (17); Ética y liderazgo (17); Códigos de ética, lo necesario y como desarrollarlos (75); Ética para educadores en turismo (5); Enseñando ética (38). Ética del turismo (60), Tendencias, problemas y desafíos (24); Responsabilidad corporativa (38) y Prácticas verdes/sostenibles (32).

De este grupo, se analizaron las cuatro categorías con mayor incidencia en la RSE y se encontró que solamente fueron publicados 67 artículos en revistas científicas detalladas así: 21 sobre Códigos de ética, 36 sobre ética del turismo, 5 sobre responsabilidad corporativa y 5 sobre prácticas verdes/sostenibles. Esto indica que en promedio se publicaron un poco más de 3 artículos por año, una cifra bastante insípida para un tema actualmente tan relevante como la RSE, en uno de los sectores económicos más importantes a nivel mundial, como lo es el turismo.

En función de lo señalado y después del análisis en la literatura de la RSE en turismo, ha quedado en evidencia la poca investigación en el tema en comparación a otras temáticas en turismo y lo que es más preocupante, el bajo nivel de prácticas empresariales de RSE que se da en el sector.

Lo anterior se debe, entre otras cosas, a que las estructuras de poder existentes en el complejo sistema turístico han hecho retardar la decisión del sector privado para la aplicación de los conceptos de RSE en el turismo, lo que ha originado, por ejemplo, que el diálogo entre los Grupos de Interés o Stakeholders (principalmente las Organizaciones No Gubernamentales) y las empresas turísticas en materia de RSE, sea todavía incómodo y caracterizado por el escepticismo y la desconfianza entre las partes (Tepelus, 2008).

No obstante, no cabe duda de que muchos países han decidido apostar por el turismo como herramienta de desarrollo (Peña & Serra, 2009); sin embargo, ese desarrollo debe pensarse en términos de desarrollo sostenible fundamentado en los principios de futuro, equidad y holismo (Redcliffe & Woodgate 1997) los cuales aún no han sido aplicados como debe ser por parte de todos los que integran el sistema turístico. En este sentido, en el ámbito del turismo sostenible hay suficientes evidencias del potencial del sector para avanzar hacia la consecución de los objetivos de este tipo de desarrollo (Berry & Ladkin 1997; Pigram & Wahab, 1997).

Bajo este contexto, la RSE es muy importante en el ámbito turístico porque es el marco sobre el cual se hace operativo el turismo sostenible y en últimas, el camino que conduce al desarrollo sostenible de los destinos. Dicho de una manera amplia, la RSE es un medio para alcanza un fin concreto llamado sostenibilidad.

Wheeler, Colbert & Freeman (2003) coinciden con esta afirmación al considerar que el progreso de las comunidades humanas será alcanzable a través del comportamiento socialmente responsable de las empresas y que el desarrollo sostenible y la sostenibilidad son consecuencia de la RSE.

Por ello, mientras muchos empresarios siguen pensando en subirse o no al vehículo de la RSE (si se suben holísticamente es preferible que sea más por ética que por otra causa), la Organización Mundial del Turismo (OMT), como organismo rector del turismo internacional, no debe escatimar esfuerzos en el desarrollo de un liderazgo mayor, que permita aumentar de manera exponencial, la promoción de la RSE en el sector turístico y más allá de esto velar por su debida aplicación en las empresas turísticas.

1.4.7 Responsabilidad social y turismo sostenible

La Organización Mundial del Turismo define el Turismo Sostenible como aquel cuyos resultados permiten mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora, facilitar al visitante (turista) una experiencia de alta calidad y mantener la calidad del medio ambiente para no comprometer el derecho de las generaciones futuras a disfrutarlo. Para lograr un desarrollo turístico sostenible las empresas del sector turístico deben adoptar un modelo de gestión asociado con la concepción de desarrollo sustentable, como el modelo de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

“El desarrollo sostenible ha sido el paradigma buscado por las naciones en las últimas décadas. El balance entre la rentabilidad financiera, social y ambiental, teniendo en cuenta las generaciones presentes y futuras, ha sido el espacio de consensos locales y globales”.

Muchas poblaciones pobres están ubicadas en zonas o regiones donde la industrialización no ha llegado, y es por ello que cuentan con una gran riqueza ambiental y cultural no perturbada aún por la mano del hombre.

Es importante la creación de lineamientos que mejoren la calidad de vida de estas poblaciones pero con la conciencia de preservar los ecosistemas y la biodiversidad y esto se puede dar con la contribución de la industria turística ya que plantea una forma de gestión que permite armonizar la prosperidad derivada de esa actividad económica y sus encadenamientos con otros sectores productivos para generar bienestar de manera equitativa.

El turismo es visto hoy como uno de los sectores más importantes para generar ingresos y proveer oportunidades de acceso al mercado para micro y pequeñas empresas por sus efectos en generación de divisas al ser un importante producto de exportación, generando empleos así sean algunos de ellos temporales, y movilización de otros sectores de la producción.

Hoy en día existen indicadores de turismo sostenible que contienen códigos de conducta, lineamientos de aplicación y múltiples proyectos de certificación y acreditación.

Un aporte importante en la construcción de uniformidad de iniciativa ha sido el CÓDIGO DE ÉTICA MUNDIAL PARA EL TURISMO, esta herramienta unida con los avances en consumo responsable como comportamiento justo en turismo y junto a la necesidad de unir todas las iniciativas en turismo a nivel rural, dio origen a un concepto nuevo. Hoy se habla de turismo responsable como el concepto amplio que une todos los parámetros de acceso al mercado en turismo.

Este tipo de turismo considera que las culturas, ambientes y economías de los países que se visitan son frágiles y requieren un compromiso por parte de los turistas para que su viaje tenga un efecto positivo duradero y que se constituya en una ayuda real a las comunidades locales, suministrando tanto intercambios culturales provechosos, como apoyo financiero para proteger su medio ambiente.

Promovido por otros sectores, el sistema de responsabilidad social empresarial ha sido positivamente alimentado por el desarrollo de las ciencias de la administración, logrando vincularse al fortalecimiento empresarial, a la competitividad y a las últimas herramientas y descubrimientos gerenciales.

Un aporte importante de la responsabilidad social empresarial es su trabajo en la cadena de valor, que incorpora las mismas prácticas en la cadena de proveedores, para asegurar que el producto final guarde las características ambientales y sociales deseadas. La responsabilidad social en el turismo no ha tenido la misma vinculación como en otros sectores de la producción.

1.5 Marco Conceptual

1.5.1 Responsabilidad social

De carácter voluntario, refleja el compromiso de hacer negocios de forma que preserve o aumente en lugar de dañar a las comunidades cercanas, trabajadores, medio ambiente así como una conducta económica justa. (Saucedo, 2007)

La responsabilidad social es entendida, según Berman (1997), como "la inversión personal en el bienestar de otros y del planeta" (p. 12), y se manifiesta en "la forma como vivimos con los otros y tratamos a los otros" (p. 202). Además, Berman agrega que:

La responsabilidad social ayuda a los jóvenes a comprender que sus vidas están íntimamente conectadas con el bienestar de otros, con el mundo social y político que está alrededor de ellos. Entonces, ellos hacen una diferencia en su vida diaria apoyados por sus opciones y valores, enriqueciendo nuestras vidas en las diversas culturas y razas. Así ellos pueden participar creando un sentido más justo, pacífico y ecológico del mundo. (1997, p. 202)

1.5.2 Desarrollo sostenible

Es aquel desarrollo que busca "satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer el derecho de las generaciones futuras a satisfacer sus propias necesidades" (WCED, 1987-Comisión Bruntland).

Si bien existen múltiples definiciones del uso sostenible de los recursos naturales renovables, es común que incorporen el concepto de equidad intergeneracional.

Así, la Convención de Biodiversidad firmada en Río de Janeiro en 1992, la cual entró en vigencia en marzo de 1994, define como uso sostenible de los recursos biológicos "el uso de los componentes de la diversidad biológica en una forma y a una tasa que no conduzca al declive de los recursos biológicos en el largo plazo, y, por consiguiente, que mantenga su potencial para satisfacer las necesidades y aspiraciones de las generaciones presentes y futuras".

1.5.3 Cultura organizacional

“Es un esquema de referencia para patrones de información, comportamiento y actitudes que compartimos con otros en el trabajo y que determinan el grado de adaptación laboral; en esta medida representan un aprendizaje continuo en el cual la cultura organizacional se enriquece con los aportes de los individuos, se perpetúa a través de ellos a la vez que las personas enriquecen sus entornos”. Aquí se puede observar la cultura de una manera que se adapta al escenario y se cohesiona al interior en la cual los colaboradores aportan y reciben patrones no sólo de conducta sino de principios y normas corporativamente compartidas. Zapata (2007).

Ralph D. Stacey, citado por Barón (2006) señala que la cultura organizacional es “el conjunto de creencias, costumbres, prácticas y formas de pensar que un grupo de personas han llegado a compartir por medio de su convivencia y trabajo...A un nivel visible la cultura de un grupo de personas toma forma en los comportamientos, símbolos, mitos, ritos y artefactos”. De esta manera se moldean los esquemas mentales de la empresa y su funcionamiento en cada uno de los colaboradores.

1.5.4 Turismo sostenible

Finalmente por los autores considera que "el turismo sostenible es una nueva forma de planificar, ofertar y comercializar el producto turístico en cada destino, fundamentado en principios éticos y colectivos para el manejo racional y responsable de los recursos naturales y culturales, cuyos beneficios económicos mejoren la calidad de vida de todos los sectores involucrados" (Márquez, L., 2004, p. 108), es decir, el desarrollo del turismo puede constituir una alternativa para erradicar la pobreza, sin rebasar los límites de capacidad de cada recurso.

Se debe reflexionar, por otra parte, que en la conceptualización del turismo sostenible, se debe considerar, la integración de la localidad en el desarrollo del turismo, ya que es una forma de asumir la sostenibilidad desde una perspectiva local.

Se define también como "la actividad económica productora de bienes y servicios que, respetando los límites físicos del espacio en que se desarrolla y los psíquicos de los habitantes y demás actores, son destinados a quienes deciden desplazarse temporal y voluntariamente fuera del lugar de residencia habitual sin incorporarse al mercado de trabajo del lugar de destino, con motivo o no de recreación. (Capece, G. 1997)"

1.5.5 Stakeholders

Son aquellos grupos que tienen capacidad de influir o son influidos por las acciones emprendidas por la organización. Su análisis cobra vital importancia puesto que la supervivencia y el éxito de la empresa depende de la capacidad para establecer y mantener relaciones con su red de stakeholders (Clarkson, 1995)

1.5.6 Filantropía corporativa

Se basa en las contribuciones que provienen del sector empresarial, específicamente de las ganancias corporativas que se utilizan para apoyar al sector civil y sin fines de lucro. Estas donaciones pueden venir directamente de las compañías en si o de las fundaciones privadas establecidas y patrocinadas por ellas. (GrantSpace, 2009).

II CAPÍTULO MATERIAL Y PROCEDIMIENTO

2.1 Material

2.1.1 Población

La población sujeto a estudio será la población urbana del distrito de Colán; Según INEI el total de población al 30 de junio del 2015 en el distrito de Colán es de 12,429 habitantes; calculando que del total de la población de Colán el 30% se encuentra entre las edades de 20 a 39 años obtenemos un total de 3,734 habitantes a quienes tomaremos como población para el caso de estudio.

2.1.2 Marco de muestreo

Para la investigación se considerará a los pobladores que vivan en el distrito de Colán y se encuentren entre las edades de 20 a 39 años, ya que tienen más análisis para valorar si les es beneficioso o no los programas sociales que realiza la empresa.

2.1.3 Unidad de análisis

Se considerará a los pobladores que vivan en el distrito de Colán entre las edades de 20 a 39 años y que tengan conocimiento sobre el tema de RSC.

2.1.4 Muestra

Para calcular la muestra se va a utilizar la fórmula para poblaciones finitas. Con respecto los porcentajes de p y q, estos van a ser tomados tienen en cuenta el nivel de alfabetismo en el distrito. De acuerdo a SNIP (Sistema Nacional de Inversión Pública), el porcentaje de analfabetismo en el distrito de Colán es de 12%, esta cantidad va a ser “q”, ya que no es posible que ellos puedan responder la encuesta correctamente, por lo tanto, “p” será 88%.

La fórmula es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{E^2 \times (N-1) + Z^2 \times P \times Q}$$

Donde:

n: Tamaño de la muestra

Z: Estadístico de prueba al 95% de confianza

P: Proporción que no es analfabeta (0.88)

Q: Proporción que es analfabeta (0.12)

N: Tamaño de la población (3,734 pobladores)

E: Máximo error permisible (0.05)

Reemplazando los valores en la fórmula, obtenemos el siguiente resultado:

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.88 \times 0.12 \times 3734}{0.05^2 \times (3734 - 1) + 1.96^2 \times 0.88 \times 0.12} \quad n = 155$$

La muestra queda compuesta entonces por 155 pobladores del distrito de Colán.

2.1.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas a utilizar en la investigación son:

La encuesta

Para recopilar la información, lo cual se hará directamente de la variable de estudio. La encuesta tiene cierto margen de error debido a que está influenciada por la subjetividad del encuestado. Esta encuesta la aplicaremos a la población del distrito de Colán.

Análisis documental

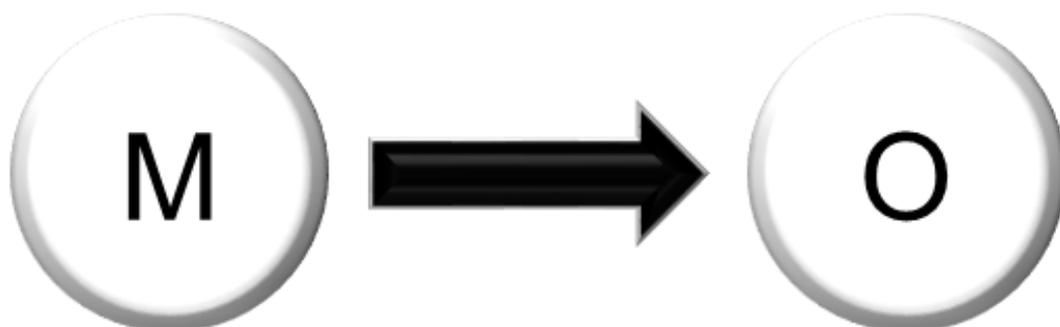
Se utilizará esta técnica para recolectar información relevante de diversos autores especializados en la materia como soporte a nuestra investigación y de las memorias anuales de la empresa.

2.2 Procedimientos

2.2.1 Diseño de contrastación

Esta investigación es no experimental por lo que, se elige que será descriptivo ya que “recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su interrelación en un momento dado” (Hernández et al., 2003).

Representación gráfica:



Dónde:

M = Representa a los pobladores del distrito de Colán que conforman la muestra.

O = Representa la información extraída de la muestra que permitirá conocer el nivel de importancia de los programas sociales.

→ Simboliza cómo la “O” va a ser extraída de la “M”

2.2.2 Análisis y operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Indicadores	Ítem	Preguntas
VARIABLE: RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA	Refleja el compromiso de hacer negocios de forma que preserve o aumente en lugar de dañar a las comunidades cercanas, trabajadores, medio ambiente así como una conducta económica justa. (Saucedo, 2007)	Conocimiento	1	¿Conoce Ud. Que es Responsabilidad Social Corporativa (RSC)?
			2	¿Con cuál de los siguientes conceptos o ideas asocia usted la RSC?
			4	¿Cuál de las siguientes limitaciones considera que Sunset Bay enfrenta para implementar un buen plan de RSC?
			10	En esta escala de 1 al 5, siendo 1 pésimo y 5 excelente ¿Qué puntaje le otorgaría a Sunset Bay como empresa socialmente responsable?
		Relación con la sociedad	6	¿Ha sido beneficiario de algún tipo de ayuda por programas sociales que haya puesto en marcha Sunset Bay?
			7	¿Siente que Sunset Bay ha apoyado en mejorar la calidad de vida de los pobladores?
		Conciencia Ambiental	5	¿Hace usted re uso de los embaces de vidrio, teniendo en cuenta que este es un material 100% reciclable, y que de no ser así al suelo le toma aproximadamente 4000 años en transformarlo?
			8	¿Sabe que es también es responsable de las inundaciones los ciudadanos que tiran los papeles a la calle, taponando las alcantarillas?
		Afluencia turística.	3	¿Sunset Bay gracias a sus acciones de protección ambiental, han generado una mejor imagen?
			9	¿Cree ud. que las empresas deben publicar sus acciones socialmente responsables?

2.2.3 Procesamiento y análisis de datos.

Para el análisis de los datos obtenidos por la encuesta, se tabularan estos resultados utilizando el programa Microsoft Excel. Los resultados serán presentados en cuadros con frecuencias absolutas, relativas, porcentuales; se emplearan algunos gráficos para resaltar algunos resultados de interés.

III CAPÍTULO PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

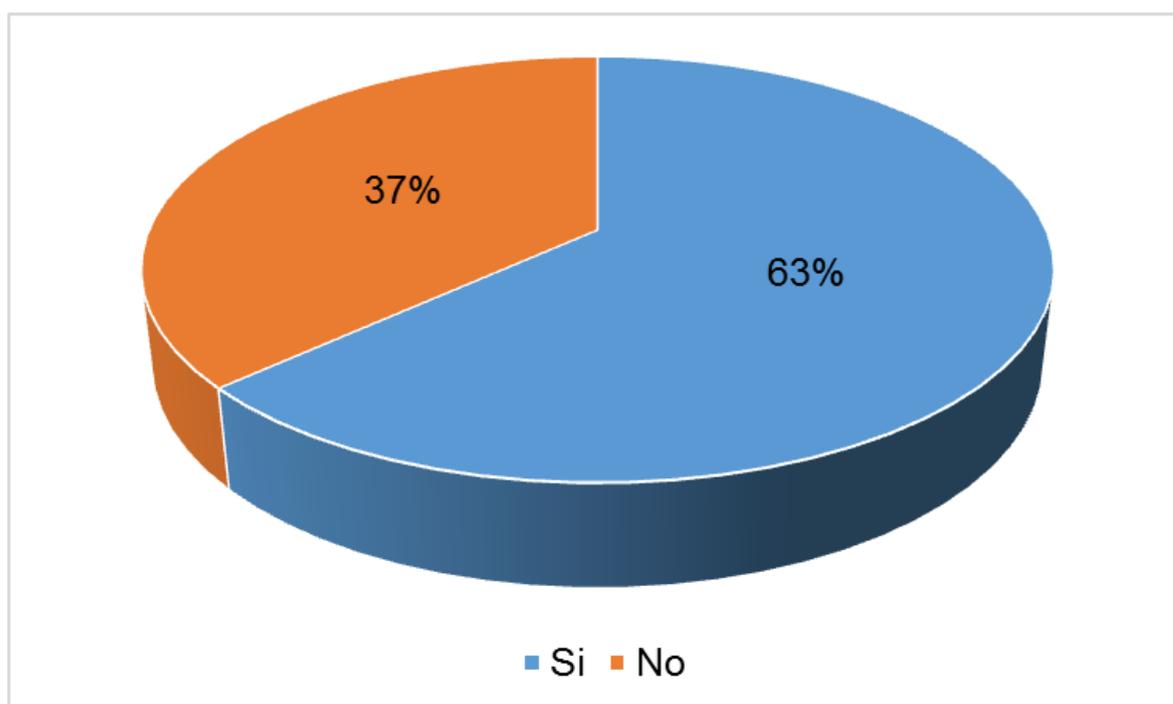
Tabla 01: ¿Conoce Ud. Que es Responsabilidad Social Corporativa (RSC)?

1	¿Conoce Ud. Que es Responsabilidad Social Corporativa (RSC)?		
a.	Si	98	63%
b.	No	57	37%
	TOTAL	155	100%

Fuente: Encuesta Abril 2016

Elaboración: Los Autores

Grafico 01: ¿Conoce Ud. Que es Responsabilidad Social Corporativa (RSC)?



Fuente: Encuesta Abril 2016

Interpretación: El 63% de los encuestados manifiesta que tiene conocimiento sobre Responsabilidad social; es por ello que en adelante sólo trabajaremos en base a los 98 que sólo tienen conociendo del tema de RSC.

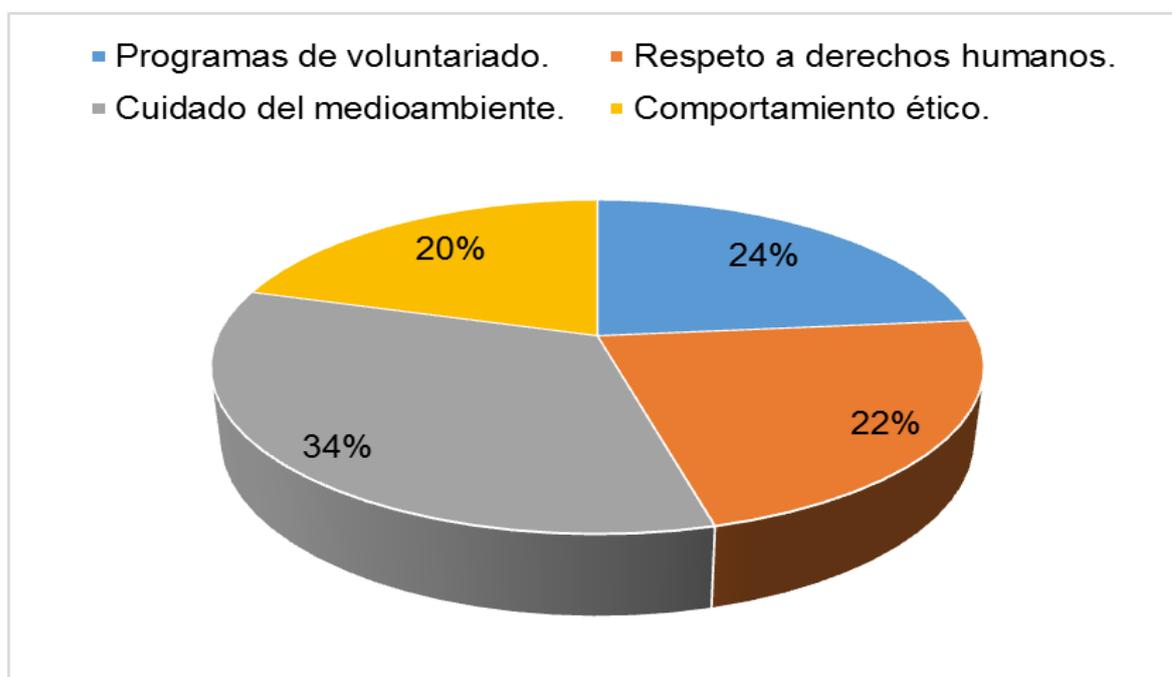
Tabla 02: ¿Con cuál de los siguientes conceptos o ideas asocia usted la RSC?

2	¿Con cuál de los siguientes conceptos o ideas asocia usted la RSC?		
a.	Programas de voluntariado.	23	23%
b.	Respeto a derechos humanos.	22	22%
c.	Cuidado del medioambiente.	33	34%
d.	Comportamiento ético.	20	20%
TOTAL		98	100%

Fuente: Encuesta Abril 2016

Elaboración: Los Autores

Grafico 02: ¿Con cuál de los siguientes conceptos o ideas asocia usted la RSC?



Fuente: Encuesta Abril 2016

Interpretación: El 34% asocia la RSC con el cuidado del medio ambiente, mientras que el 24% la asocia con los programas de voluntariado.

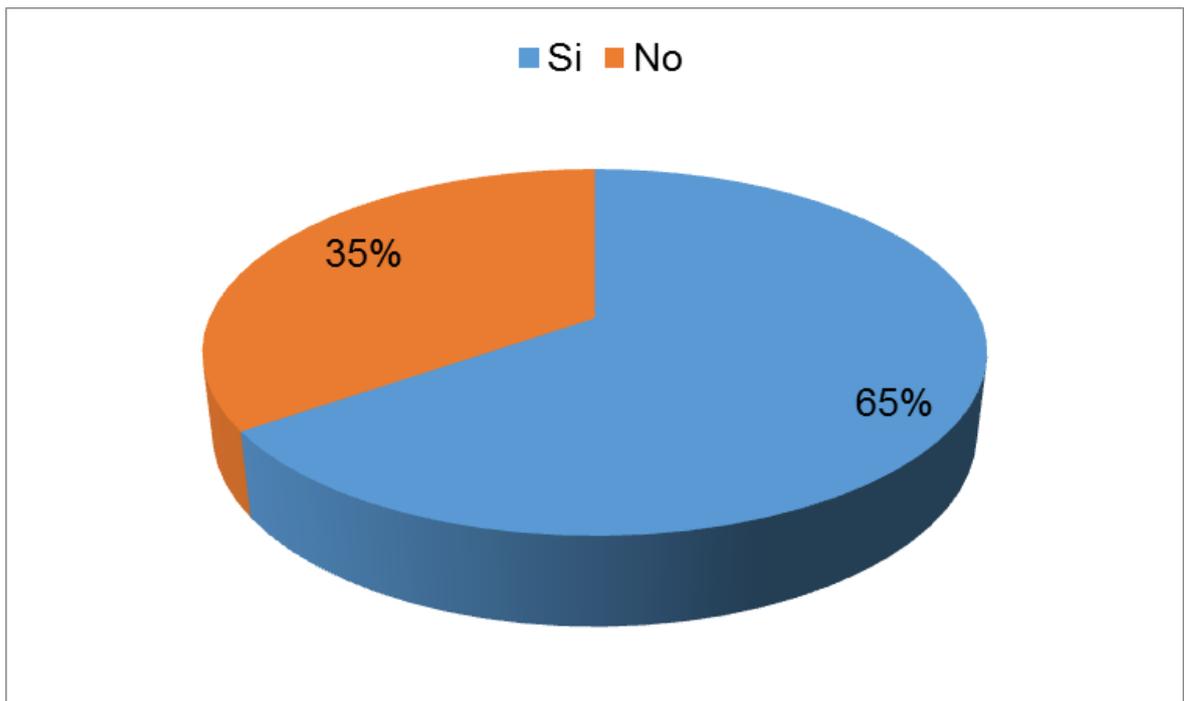
Tabla 03: ¿Sunset Bay gracias a sus acciones de protección ambiental, han generado una mejor imagen?

3	¿Sunset Bay gracias a sus acciones de protección ambiental, han generado una mejor imagen?		
a.	Si	64	65%
b.	No	34	35%
TOTAL		98	100%

Fuente: Encuesta Abril 2016

Elaboración: Los Autores

Grafico 03: ¿Sunset Bay gracias a sus acciones de protección ambiental, han generado una mejor imagen?



Fuente: Encuesta Abril 2016

Interpretación: El 65% considera que las acciones de protección ambiental ha generado una mejor imagen para Sunset Bay Colan; mientras que el 35% no considera que sus acciones haya generado una mejor imagen para Sunset Bay.

Tabla 04: ¿Cuál de las siguientes limitaciones considera que Sunset Bay enfrenta para implementar un buen plan de RSC?

4	¿Cuál de las siguientes limitaciones considera que Sunset Bay enfrenta para implementar un buen plan de RSC?		
a.	Recursos tecnológicos	45	46%
b.	Recursos económicos.	15	15%
c.	Recursos humanos.	38	39%
TOTAL		98	100%

Fuente: Encuesta Abril 2016

Elaboración: Los Autores

Grafico 04: ¿Cuál de las siguientes limitaciones considera que Sunset Bay enfrenta para implementar un buen plan de RSC?



Fuente: Encuesta Abril 2016

Interpretación: El 46% considera que los recursos tecnológicos es la mayor limitación para implementar un buen plan de RSC; mientras que el 15% considera que los recursos económicos es la menor limitación para implementar un buen plan de RSC.

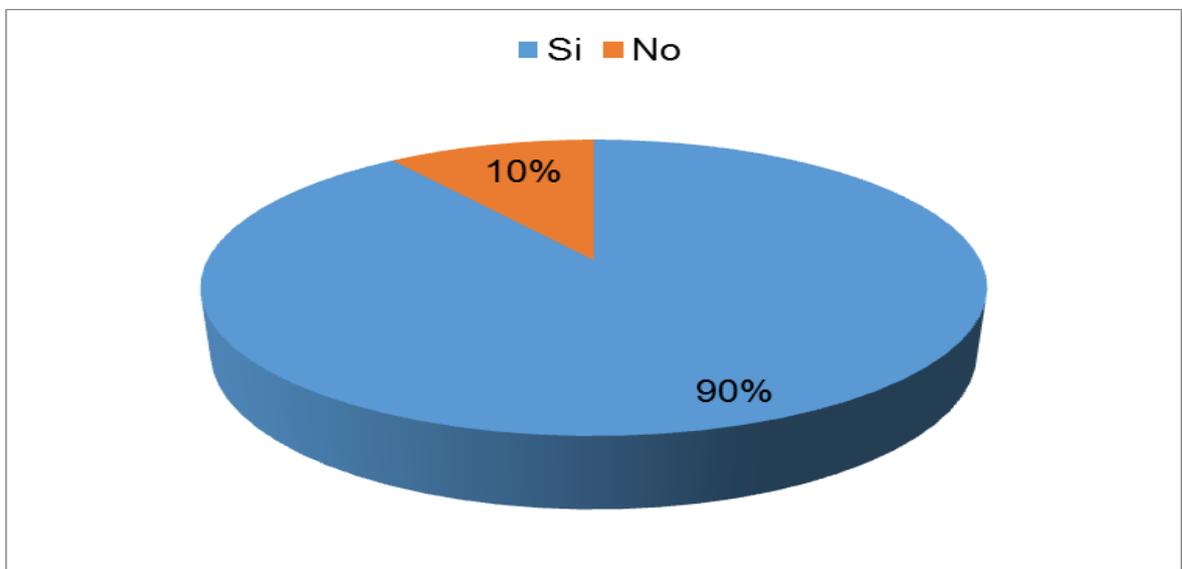
Tabla 05: ¿Hace usted re uso de los embaces de vidrio, teniendo en cuenta que este es un material 100% reciclable, y que de no ser así al suelo le toma aproximadamente 4000 años en transformarlo?

5	¿Hace usted re uso de los embaces de vidrio, teniendo en cuenta que este es un material 100% reciclable, y que de no ser así al suelo le toma aproximadamente 4000 años en transformarlo?		
a.	Si	88	90%
b.	No	10	10%
TOTAL		98	100%

Fuente: Encuesta Abril 2016

Elaboración: Los Autores

Grafico 05: ¿Hace usted re uso de los embaces de vidrio, teniendo en cuenta que este es un material 100% reciclable, y que de no ser así al suelo le toma aproximadamente 4000 años en transformarlo?



Fuente: Encuesta Abril 2016

Interpretación: El 90% hace el re uso de los embaces de vidrio; mientras que el 10% no hace el re uso de estos embaces, sabiendo que al suelo le toma aproximadamente 4000 años en transformarlo.

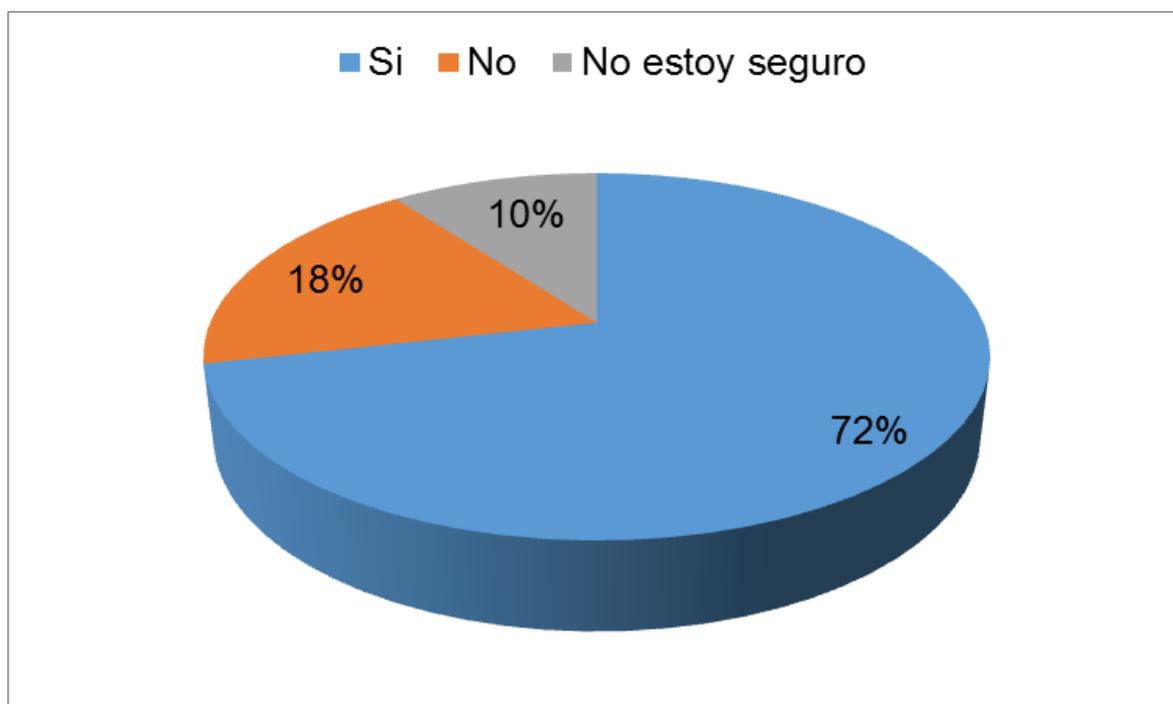
Tabla 06: ¿Ha sido beneficiario de algún tipo de ayuda por programas sociales que haya puesto en marcha Sunset Bay?

6	¿Ha sido beneficiario de algún tipo de ayuda por programas sociales que haya puesto en marcha Sunset Bay?		
a.	Si	70	71%
b.	No	18	18%
c.	No estoy seguro	10	10%
TOTAL		98	100%

Fuente: Encuesta Abril 2016

Elaboración: Los Autores

Grafico 06: ¿Ha sido beneficiario de algún tipo de ayuda por programas sociales que haya puesto en marcha Sunset Bay?



Fuente: Encuesta Abril 2016

Interpretación: El 72% Ha sido beneficiario de algún tipo de ayuda social que haya puesto en marcha Sunset Bay; mientras que el 10% no asegura nada.

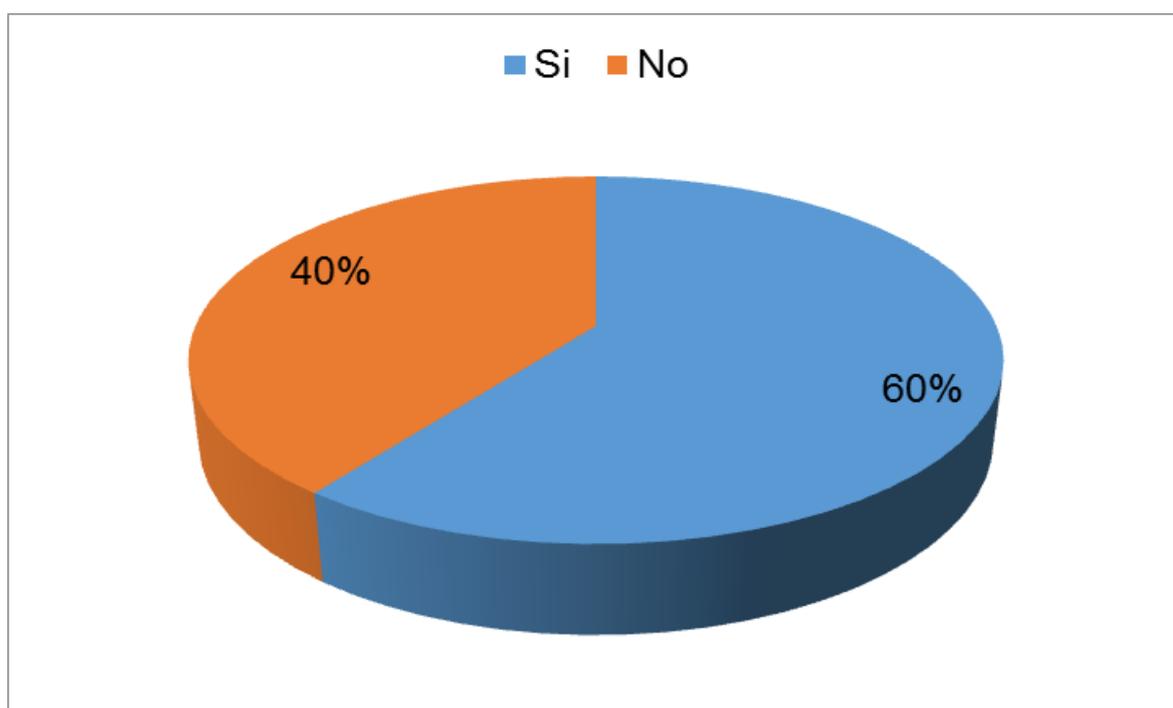
Tabla 07: ¿Siente que Sunset Bay ha apoyado en mejorar la calidad de vida de los pobladores?

7	¿Siente que Sunset Bay ha apoyado en mejorar la calidad de vida de los pobladores?		
a.	Si	59	60%
b.	No	39	40%
TOTAL		98	100%

Fuente: Encuesta Abril 2016

Elaboración: Los Autores

Grafico 07: ¿Siente que Sunset Bay ha apoyado en mejorar la calidad de vida de los pobladores?



Fuente: Encuesta Abril 2016

Interpretación: El 60% Siente que Sunset Bay ha apoyado a mejorar la calidad de vida de los pobladores; mientras que el 40% manifiesta que No.

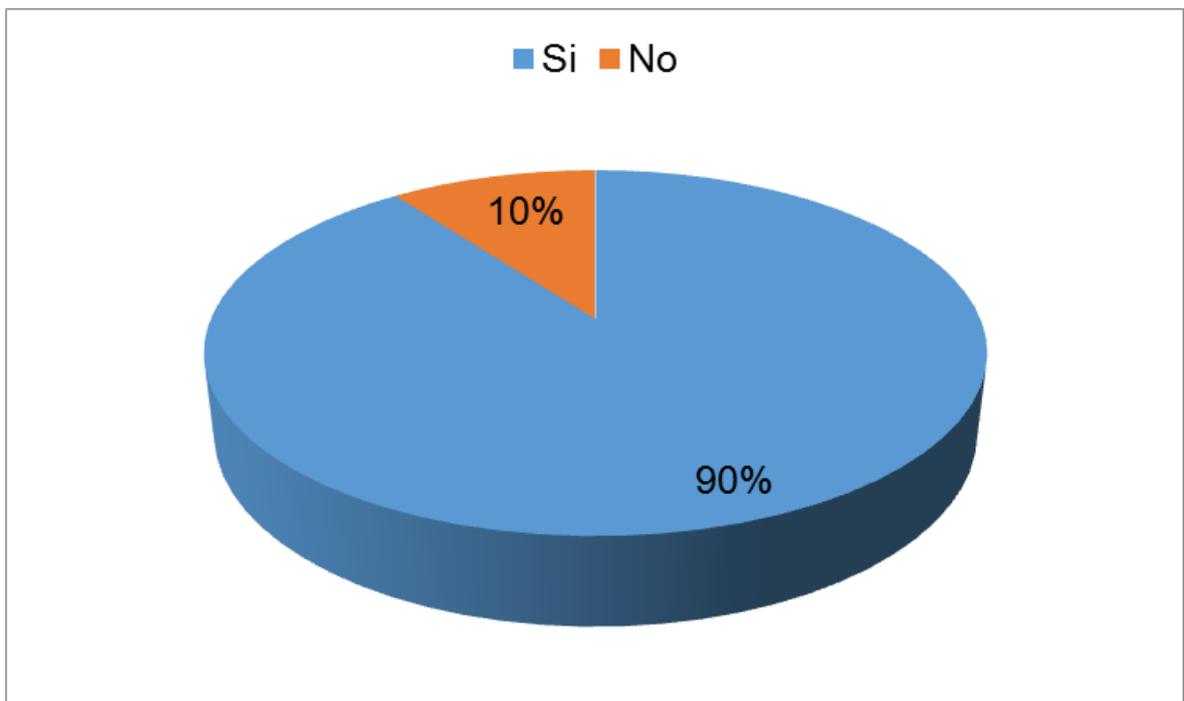
Tabla 08: ¿Sabe que es también es responsable de las inundaciones los ciudadanos que tiran los papeles a la calle, taponando las alcantarillas?

8	¿Sabe que es también es responsable de las inundaciones los ciudadanos que tiran los papeles a la calle, taponando las alcantarillas?		
a.	Si	88	90%
b.	No	10	10%
TOTAL		98	100%

Fuente: Encuesta Abril 2016

Elaboración: Los Autores

Grafico 08: ¿Sabe que es también es responsable de las inundaciones los ciudadanos que tiran los papeles a la calle, taponando las alcantarillas?



Fuente: Encuesta Abril 2016

Interpretación: El 90% Sabe que es responsable de las inundaciones los ciudadanos que tiran los papeles en la calle, taponando las alcantarillas; mientras que el 10% No sabe.

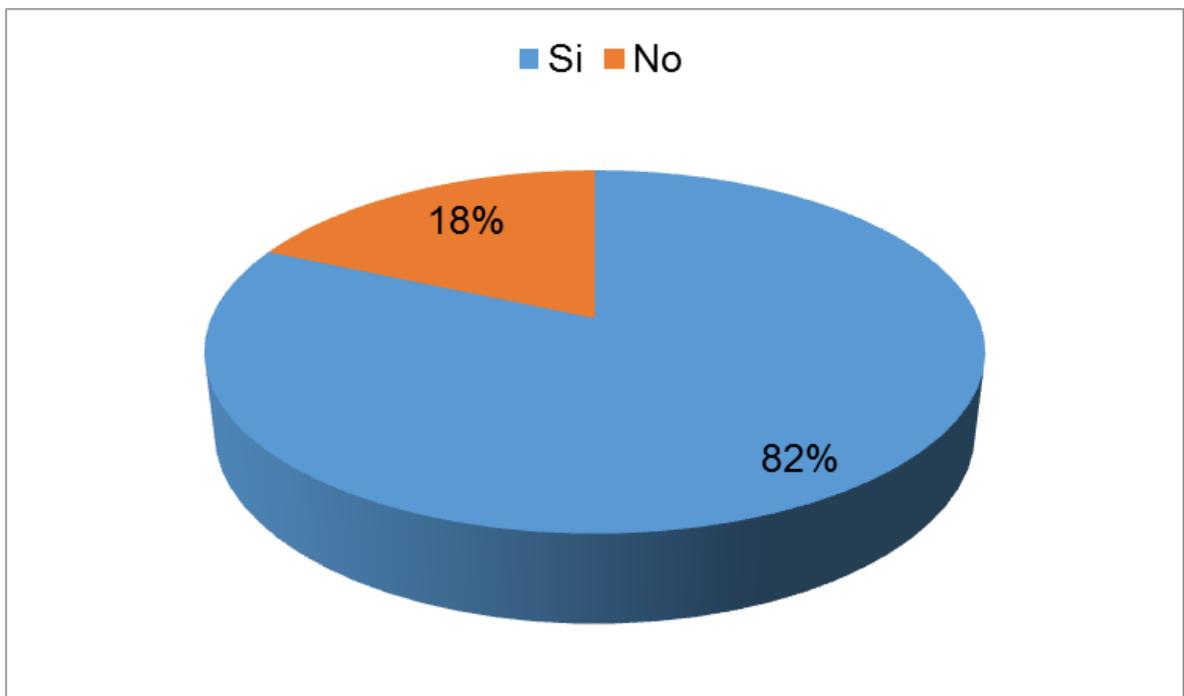
Tabla 09: ¿Cree Ud. que las empresas deben publicar sus acciones socialmente responsables?

g	¿Cree ud. que las empresas deben publicar sus acciones socialmente responsables?		
a.	Si	80	82%
b.	No	18	18%
TOTAL		98	100%

Fuente: Encuesta Abril 2016

Elaboración: Los Autores

Grafico 09: ¿Cree Ud. que las empresas deben publicar sus acciones socialmente responsables?



Fuente: Encuesta Abril 2016

Interpretación: El 82% Cree que las empresas deben hacer público sus acciones socialmente responsables; mientras que el 18% manifiesta que No.

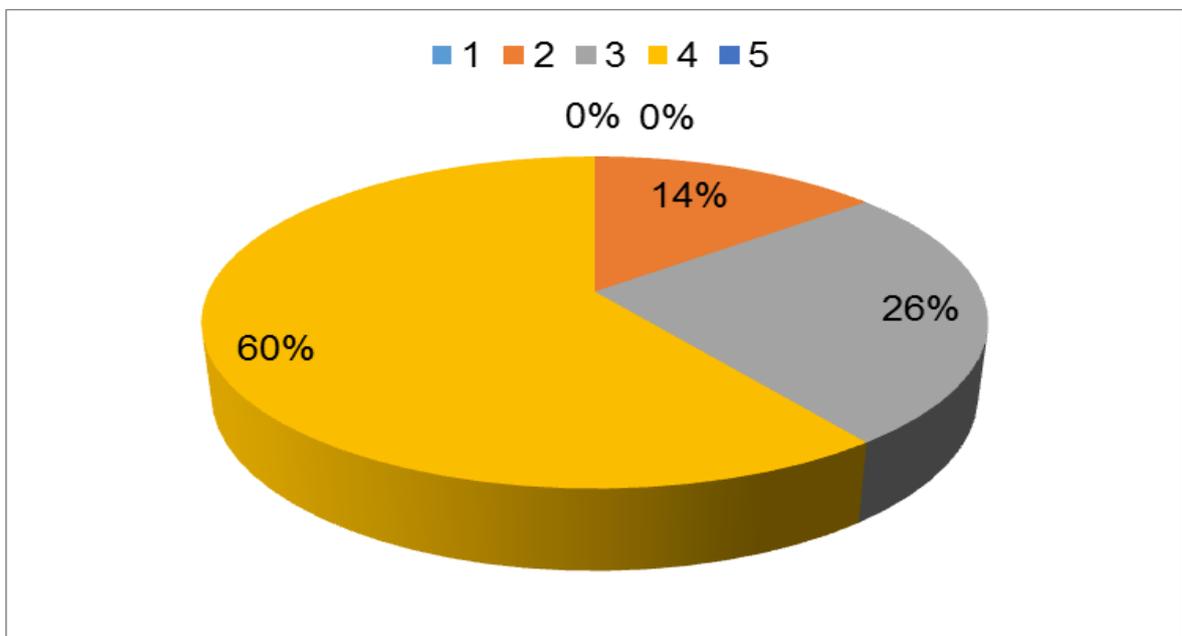
Tabla 10: En esta escala de 1 al 5, siendo 1 pésimo y 5 excelente ¿Qué puntaje le otorgaría a Sunset Bay como empresa socialmente responsable?

10	En esta escala de 1 al 5, siendo 1 pésimo y 5 excelente ¿Qué puntaje le otorgaría a Sunset Bay como empresa socialmente responsable?		
a.	1	0	0%
b.	2	14	14%
c.	3	25	26%
d.	4	59	60%
e.	5	0	0%
TOTAL		98	100%

Fuente: Encuesta Abril 2016

Elaboración: Los Autores

Grafico 10: En esta escala de 1 al 5, siendo 1 pésimo y 5 excelente ¿Qué puntaje le otorgaría a Sunset Bay como empresa socialmente responsable?



Fuente: Encuesta Abril 2016

Interpretación: El 60% le otorga 4 puntos como empresa socialmente responsable; por lo tanto el 26% la pone como una empresa promedio.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Con la información obtenida se puede afirmar que los objetivos de la investigación y la hipótesis han sido alcanzados y comprobados. Analizando la RSC y el desarrollo turístico sostenible aplicados por Sunset Bay , estos son direccionados al cumplimiento del pacto mundial sobre RSC, y así es percibido por los pobladores de Colán quienes valoran y aceptan estos programas y políticas de Responsabilidad Social Corporativa puestos en marcha por la empresa, esto se compara con la investigación de Saucedo(2007),refleja el compromiso de hacer negocios de forma que preserve o aumente en lugar de dañar a las comunidades cercanas ,trabajadores, medio ambiente así como una conducta económica justa.

Como objetivo general de la investigación fue determinar cómo la Responsabilidad Social Corporativa en la empresa hotelera Sunset Bay Colan SCRL, contribuye al desarrollo turístico sostenible en el distrito de Colán, la empresa realiza dos tipos de gestión social: interna y externa. La primera son acciones dirigidas a mejorar la calidad de vida de su personal colaborador y la externa realiza programas de acción social dirigidas a la comunidad en general.

Se observa entonces que la empresa sigue el modelo propuesto por Saucedo (2007) quien propone estas dos dimensiones para la RSC, diferenciándola así de filantropía, marketing social y marketing con causa. Al analizar las encuestas en el cuadro N°3 encontramos que un 65% considera que las acciones de protección ambiental han generado una mejor imagen del hotel. Esta mejora en las relaciones e imagen de la empresa se traduciría en un incremento de los beneficios y del rendimiento económico de la organización.

El siguiente objetivo “Identificar las políticas de RSC que aplica la empresa hotelera Sunset Bay SCRL”, muestra que la empresa mantiene en un contacto frecuente con sus distintos grupos de interés o stakeholders, ya que según Freeman (1990) si se tienen en cuenta de forma equilibrada los reclamos de los diferentes grupos de interés, los gestores pueden incrementar la eficiencia de la adaptación de su organización a las demandas externas, razón por cual la .empresa ha establecido medios de comunicación diferenciados para cada una de sus grupos de interés, como son: Accionistas, Comunidades, Proveedores, Colaboradores y familias, clientes. No obstante debemos considerar esta información para mejorar nuestra estrategia frente al 40% que nos refleja la encuesta de pobladores que no siente que la empresa apoya a mejorar la calidad de vida, ya que probablemente no estamos siendo 100% asertivos comunicándonos con la población.

El otro objetivo “Evaluar el grado de importancia de la RSC en el turismo sostenible por las diferentes empresas hoteleras de Colán.” se puede observar en el gráfico y en cuadro N° 7 nos dice que el 60% siente que Sunset Bay SCRL ha apoyado a mejorar la calidad de vida de los pobladores del distrito ,no obstante existe cierta el 40% considera que no ha apoyado en nada por lo tanto se debe reforzar esto ya que una gran parte de la población no está sintiendo y viendo el esfuerzo del hotel para contribuir con la RSC. Según la teoría de los stakeholders se obtienen mejores resultados no sólo satisfaciendo de forma separada las relaciones bilaterales con los grupos de interés sino también por la coordinación y priorización de los intereses de los stakeholders multilaterales. Por lo que debemos considerar esta información para mejorar nuestra estrategia frente al 40% que nos refleja la encuesta de pobladores que no siente que la empresa apoya a mejorar la calidad de vida.

Como se observa, los pobladores del distrito de Colán valoran a los programas que la empresa pone en marcha en beneficio de ellos, aunque se observa que no son todos a los que se dirige, en este sentido aquellos que no obtienen ningún beneficio de la empresa, empiezan a percibirla como una empresa despreocupado por las personas y el ambiente que lo rodea. Según la encuesta el 46% nos dice que es la falta de recursos Tecnológicos es una de las limitaciones que Sunset Bay Colán enfrenta para implementar un buen plan de Responsabilidad Social Corporativo, esto tiene que tomar más en cuenta la organización adquiriendo más recursos y tecnología que este a la vanguardia para un mejor manejo y control de la organización.

CONCLUSIONES

Determinamos que la Responsabilidad Social Corporativa en la empresa hotelera Sunset Bay Colan SCRL, contribuye al desarrollo turístico sostenible, mediante donaciones, campañas de promoción de la conservación del medio ambiente, programas de voluntariado para la limpieza de la playa.

Se identificaron las siguientes políticas de Responsabilidad Social Corporativa que aplica la empresa; el no emplear a menores de edad, no realizar trabajo forzado, Aseguramiento de las condiciones de salud y seguridad, Ausencia de discriminación y acoso, libertad de asociación y derecho a convenios colectivos, apropiada cantidad de horas de trabajo, Retribución justa, Implementación de Sistema de Gestión de la RSE mediante donaciones a la comunidad y campañas para la conservación del ambiente, Ausencia de castigos corporales, abusos verbales.

Determinamos el grado de importancia de la RSC en el turismo sostenible para las diferentes empresas hoteleras de Colán. Sunset Bay Colán es actualmente el único hotel que se encuentra en la promoción de la Responsabilidad Social Corporativa en Colán ya que al ser la propietaria extranjera ha traído ideas completamente nuevas de cómo no solo tener un negocio y generar utilidades con este sino también de como contribuir con el desarrollo de la comunidad. Realizándose así nuevas acciones para la mejora de la comunidad y el desarrollo del turismo. Ya que el 60% considera que las acciones de protección ambiental han generado una mejor imagen del hotel .Además un 82% de los pobladores considera que las empresas deben publicar sus acciones para que así más empresas se animen a practicar la RSC.

Se identificó que el nivel de desarrollo turístico sostenible en el balneario de Colán es muy bajo por su poca inversión cultural y turística de las autoridades esto hace que el turismo sostenible no se sienta comprometido generando así bajos ingresos y poco empleo en la población local.

RECOMENDACIONES

La RSE es una cuestión cultural, un modo de actuar en grupo que se aplica a todas las personas de la organización. Por ello, los incentivos deben estar alineados con los valores definidos por las organizaciones para promover relaciones de confianza tanto en su seno como con los grupos de interés.

Poner énfasis en el aspecto de rendimiento y como este es percibido por los demás, es decir tomar en cuenta a los empleados que cumplen sus funciones y en caso de que el trabajador no cumpla con su labor encomendada. La gerencia debe actuar de manera Responsable, brindándole mayor capacitación, ya que ellos son la imagen de la empresa.

Enfatizar más en cuanto a la calidad de servicios que brinda la organización como lo que es capacitaciones e incentivos y motivación personal, para poder lograr así los objetivos de la empresa.

Hacer prospecciones de futuro: las preocupaciones a las que se enfrenta la RSE están a medio y largo plazo, y se han desarrollado con independencia de la crisis económica. Un ejemplo sería el cambio climático, por lo que la empresa podría realizar campañas preventivas hacia una catástrofe.

Proponer a las autoridades locales que trabajen de la mano con las empresas motivándolas a que impulsen un programa de responsabilidad social corporativa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Archer, B. (1998). Sustainable tourism – Do economists really care? In: Cooper, C. P. & Wanhill, S. (eds.) *Tourism and Development: Environmental and Community Issues*. Wiley & Sons, Chichester.

Archer, B. & Cooper, C. (1998) The positive and negative impacts of tourism. In: Theobald, W. F. (ed.) *Global Tourism*. Butterworth-Heinemann, Oxford.

Argandoña, A. & Hoivik, H. (2009). Corporate Social Responsibility: one size does not fit all. Collecting Evidence from Europe. *Journal of Business Ethics*.

Ayuso, S. & Fullana (2002). *Turismo sostenible*. Rubes, Barcelona.

Bengoechea, A.; Magadán, M. & Rivas, J. (2006). *Actividad turística y medio ambiente*. Septem Ediciones, Oviedo.

Berry, S. & Ladkin, A. (1997). Sustainable tourism: a regional perspective. *Tourism Management*.

Berman, S. (1997). *Children's social consciousness and the development of social responsibility*. New York.

Bohdanowicz, P. (2006). Environmental awareness and initiatives in the Swedish and Polish hotel industries—survey results. *International Journal of Hospitality Management*.

Bohdanowicz, P. (2007). A case study of Hilton Environmental Reporting as a tool of Corporate Social Responsibility. *Tourism Review International*.

Bosselman, F. P.; Peterson, C. A. & McCarthy, C. (1999). *Managing tourism growth: issues and applications*. Island Press, Washington DC.

Branwell, B. & Lane, B. (1993). Sustainable tourism: An evolving global. *Journal of Sustainable Tourism*.

Capece, G. (1997). *Turismo sostenible y sustentable, una visión holística*. Buenos Aires.

Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*.

Carroll, A. B. (1999). Social responsibility as an objective of business: evolving toward a model of corporate social performance. New York: McGraw-Hill.

Ceballos-Lascurain, H. (1996). Tourism, ecotourism and protected areas: the state of nature based tourism around the world and guidelines for its development. World Conservation Union, Gland

Cooper, C. P. & Wanhill, S. (1998). Tourism and development: environmental and community issues. Wiley & Sons, Chichester.

Drucker, P. (1973) *La gestión en tiempos de grandes cambios*.

Erdogan, N. & Baris, E. (2007). Environmental protection programs and conservation practices of hotels in Ankara, Turkey. *Tourism Management*.

Freeman (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman.

Freeman (1990). The politics of stakeholders theory: some future directions, *Business Ethics Quarterly*.

Friedman, M. (1967). *Capitalism and Freedom*. Phoenix Books, Chicago.

Garriga & Melé (2004). Corporate social responsibility theories: Mapping the territory, *Journal of business Ethics*.

Gerde, V. W. and Wokutch, R. E. (1998). 25 years and going strong: A content analysis of the first 25 years of the social issues in management division proceedings. *Business and Society*.

Godfrey, K. & Clarke, J. (2000). *The tourism development handbook: a practical approach to planning and marketing*. Continuum, London

Grant Space (2009). *Introduction to Corporate Giving Webinar*. USA.

Hall, D. & Brown F. (2006). *Tourism and welfare: ethics, responsibility and sustained well-being*. CABI Publishing, Wallingford

Hall, M. & Higham, J. (2005). Tourism, recreation and climate change. Channel View Publications, Clevedon

Henderson, J. C. (2007). Corporate social responsibility and tourism: hotel companies in Phuket, Thailand, after the Indian Ocean tsunami. International Journal of Hospitality Management.

Hernández & Otros (2003). Metodología de la Investigación. Bogotá: Edit. McGraw Hill.

Holden A. (2003). In need of new environmental ethics for tourism?. Annals of Tourism Research.

Holcomb, J. L.; Upchurch, R. S. & Okumus, F. (2007). Corporate Social Responsibility: what are the top hotel companies reporting?. International Journal of Contemporary Hospitality Management.

Hunter, C. & Green H. (1995). Tourism and environment: a sustainable relationship?" Routledge, London.

Jafari, J. (1999). Cuaderno Resumen de su Lección Magistral con motivo de su nombramiento como Doctor Honoris Causa de la Universitat de les Illes Balears. Palma de Mallorca

Joyner, B.E.; Payne, D. (2002). Evolution and Implementation: A Study of Values, Business Ethics and Corporate Social Responsibility, Journal of Business Ethics.

Kalisch, A. (2002). Corporate futures: Social Responsibility in the tourism industry. Tourism Concern, London

Lantos (2001). The boundaries of strategic corporate social responsibility, Journal of Consumer Marketing.

Le Bienvenu (2004). Todas las voces, todas. Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial.

Lee, S. & Park, S.-Y. (2009). Do socially responsible activities help hotels and casinos achieve their financial goals?, International Journal of Hospitality Management.

Lindberg, K. & Johnson, R. L. (1997). The economic values of tourism's social impacts. *Annals of Tourism Research*.

Lluill, A. (2001). Contabilidad medioambiental y Desarrollo sostenible en el sector turístico. Tesis Doctoral Universitat de les Illes Balears, Palma de Mallorca.

Martínez, A. J. (1996). La Economía Ecológica como Ecología Humana. III Foro del Ajusco. Colegio de México.

McWilliams, A., Siegel, D. (2006). Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective. *Academy of Management Review*.

Middleton, V. T. C. & Hawkins, R. (1998). Sustainable tourism: a marketing perspective. Butterworth-Heinemann, Oxford

Mowforth, M. & Munt, I. (1998). Tourism and sustainability: new Tourism in the Third World. Routledge, London.

Murphy, E. (1878). Best Corporate Citizens have better Financial Performance. *Strategic Finance*.

Nasi, J.; Nasi, S.; Phillips, N. & Zyglidopoulos, S. (1997). The evolution of corporate social responsiveness. *Business and Society*.

Organización Mundial del Turismo – OMT. (1998). Turismo. Panorama 2020. Madrid.

Pearce, D. (1993). Economía de los Recursos Naturales y Ambientales. Colegio de Economistas de Madrid.

Peña, D. & Serra, A. (2009). Política turística para un turismo responsable y sostenible en Latinoamérica. Análisis de Colombia, Perú, México y Honduras.

Pigram, J. & Wahab, S. (1997). Sustainable tourism in a Changing World. *Tourism, development and growth*, London.

Quazi, A.M.; O'Brien, D. (2000). An empirical test of cross-national model of corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*.

Redcliffe, M. & Woodgate, G. (1997). Sustainability and social construction. The International Handbook of Environmental Sociology, Cheltenham.

Rodríguez, F. J. G. & Del Mar Armas Cruz, Y. (2007). Relation between social–environmental responsibility and performance in hotel firms. International Journal of Hospitality Management.

Roner, L. (2006). The hospitality industry: have hotels checked out on responsible tourism?, Ethical Corporation Magazine.

Saucedo (2007). Diferencias entre Marketing Social, Marketing con causa y Responsabilidad Social Empresarial. Universidad Autónoma de Coahuila, México.

Scanlon, N. L. (2007). An analysis and assessment of environmental operating practices in hotel and resort properties. International Journal of Hospitality Management.

Schwartz, P. (1981). La empresa como soporte de la visión empresarial, Madrid.

Sethi, S. P. (1995). Introduction to AMR's special topic forum on shifting paradigms. Societal expectations and corporate performance. The Academy of Management Review.

Smith, S. (1995). Tourism analysis: a handbook. Longman, Harlow.

Theobald, W. F. (1998). Global tourism, Oxford.

Sönmez, S. F. (1998). Tourism, terrorism and political instability. Annals of Tourism Research.

Tepelus, C. M. (2008). Destination unknown? The emergence of Corporate Social Responsibility for sustainable development of tourism. Tesis Doctoral. Lund University, Lund.

Van M. (2003). Concepts and definitions of Corporate Social Responsibility (CSR) and Corporate Sustainability (CS). Oxford.

Wagner, J. E. (1997). Estimating the economic impacts of tourism. Annals of Tourism Research.

Watson, M. & Mackay, J. (2003). Auditing for the environment. *Managerial Auditing Journal*.

Wartick, S. L. and Cochran, P. L. (1985). The evolution of the corporate social performance model. *Academy of Management Review*.

Welford, R.; Ytterhus, B. & Eligh J. (1999). Tourism and sustainable development: An analysis of policy for managing provision and consumption. *Sustainable Development*.

Wheeler, D.; Colbert, B. & Freeman, R. E. (2003). Focusing on value: Reconciling corporate social responsibility, sustainability and a stakeholder approach in a network world. *Journal of General Management*

WCED, (1987). *Comission Bruntland*, United Nations.

Windsor, D. (2006). The future of corporate social responsibility. *The International Journal of Organizational Analysis*.

Wood, D. (1991). Corporate social performance revisited. *Academy of Management Review*.

Zapata, A. (2007). *Cultura Organizacional*. Colombia.

Zenisek, (1979). Corporate Social Responsibility: A Conceptualization Based on Organizational Literature. *The Academy of Management Review*.

LINKOGRAFÍA

Blair (2002) La Empresa Responsable. Recuperado de: www.comunidar.org

Ecología y Desarrollo. Recuperado de: <http://www.ecodes.org/documentos>

Perú 2021 Portal de responsabilidad social del Perú
<http://www.peru2021.org/principal/categoria/modelo-de-responsabilidad-social-empresarial/8/c-8>

5 ¿Hace usted re uso de los embaces de vidrio, teniendo en cuenta que este es un material 100% reciclable, y que de no ser así al suelo le toma aproximadamente 4000 años en transformarlo?

a. Si

b. No

6 ¿Ha sido beneficiario de algún tipo de ayuda por programas sociales que haya puesto en marcha Sunset Bay?

a. Si

b. No

c. No estoy seguro

7 ¿Siente que Sunset Bay ha apoyado en mejorar la calidad de vida de los pobladores?

a. Si

b. No

8 ¿Sabe que es también es responsable de las inundaciones los ciudadanos que tiran los papeles a la calle, taponando las alcantarillas?

a. Si

b. No

9 ¿Cree ud. que las empresas deben publicar sus acciones socialmente responsables?

a. Si

b. No

10 En esta escala de 1 al 5, siendo 1 pésimo y 5 excelente ¿Qué puntaje le otorgaría a Sunset Bay como empresa socialmente responsable?

a. 1

b. 2

c. 3

d. 4

e. 5

ANEXO N° 02
IMÁGENES DE COLÁN BALNEARIO TURÍSTICO



02.1: Playa Colán.



02.2: Playa Colán.



02.3: Playa Colán.



02.4: Playa Colán.



02.5: Playa Colán..



02.6: Iglesia de San Lucas de Colán del S. XVI año 1536.



02.7: Cruz de los conquistadores.



02.8: Salineras de San Lucas de Colán.



02.9: Cristo Crucificado móvil.



02.10: Cementerio San Lucas.

ANEXO N° 03
IMÁGENES DE HOTEL RESORT SUNSET BAY



03.1: Instalaciones - Piscina del hotel Sunset Bay.



03.2: Actividades Festividad De La Marinera.



03.3: Actividades Creatividad en la Arena.



03.4: Actividades de Gastronómicas.



03.5: Actividades de Gastronómicas.



03.6: Instalaciones - del hotel Sunset Bay.



03.7: Instalaciones - del hotel Sunset Bay.



03.8: Instalaciones - del hotel Sunset Bay.



03.9: Instalaciones - del hotel Sunset Bay.



03.10: Instalaciones - del hotel Sunset Bay.