



FACULTAD DE NEGOCIOS

TESIS

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LA GESTIÓN
DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS EN BENEFICIO DE LAS
COMUNIDADES RURALES DE IQUITOS, 2022

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO
EN TURISMO Y HOTELERÍA

AUTORAS: ESTEFANNY AQUINO RIVERA

EVELYN ADRIANA SUÁREZ TELLO

ASESORA: LIC. TYH MAGALY GARCÍA VÍLCHEZ, Mgr.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: DESARROLLO SOSTENIBLE DE
LAS ORGANIZACIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS

Iquitos - Perú
2022

DEDICATORIA

Quiero dedicar esta tesis a mi yo de hace 5 años atrás, el camino que recorriste no fue fácil pero te permitieron aprender diversos temas, conocer a personas excelentes y formar una mejor versión de ti, espero que te sientas muy orgullosa de este objetivo logrado, aún hay mucho más por recorrer, solo debes seguir y estar firme a tus objetivos que quieres alcanzar para ser una gran profesional.

Estefanny Aquino Rivera

Dedico la presente tesis a Dios por haberme guiado, acompañado y por estar siempre para mí en los momentos difíciles. Y hoy, por permitirme vivir y disfrutar este momento tan importante.

A mi familia, por apoyarme en cada decisión y proyecto, alentándome siempre a nunca desistir y siempre persistir en cada momento de mi vida.

Evelyn Adriana Suárez Tello

AGRADECIMIENTO

Brindo este agradecimiento a Dios, por interceder en mi vida y ayudar a alcanzar este gran objetivo a pesar de las dificultades que tuve que atravesar, también agradezco a mis padres por brindarme su apoyo económico, el camino no fue nada fácil, pero sé que ustedes están muy orgullosos y por tanto esta también es su victoria. Por último, agradezco a mi compañera Evelyn, siendo pieza clave para culminar esta tesis, gracias porque con tu apoyo y paciencia alcanzamos esta meta.

Estefanny Aquino Rivera

Agradezco a Dios por darme vida y salud.

A mi familia, porque gracias a su apoyo incondicional y confianza pude concluir mi carrera.

Gracias por ayudarme e impulsarme a cumplir mis objetivos como persona y profesional.

A mi asesora por su orientación, atención a las consultas y apoyo que ha brindado durante todo este tiempo.

A nuestro querido profesor Genaro, que sé que desde donde esté, está feliz y orgulloso de habernos dejado sus enseñanzas. Gracias por todos los momentos que nos regalaste, harán de mí una mejor profesional.

A la Universidad Científica del Perú por haberme abierto las puertas de este prestigioso templo del saber, cuna de buenos profesionales.

Evelyn Adriana Suárez Tello

ACTA DE SUSTENTACIÓN

FACULTAD DE
NEGOCIOS



ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Decanal N° 261-2022-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 23 de mayo de 2022, se autorizó la sustentación para el día jueves 26 de mayo de 2022.

Siendo las 11.30 horas del día 26 de mayo se constituyó de modo presencial el Jurado para escuchar la presentación y defensa del informe Final de Tesis RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LA GESTIÓN DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS EN BENEFICIO DE LAS COMUNIDADES RURALES DE IQUITOS, 2022.

Presentado por:

AQUINO RIVERA ESTEFANNY

Para optar el título profesional de Licenciada en Turismo y Hotelería

SUAREZ TELLO EVELYN ADRIANA

Para optar el título profesional de Licenciada en Turismo y Hotelería

Asesor: Lic. TyH, Magaly García Vilchez, Mgr.

Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas, el Jurado pasó a la deliberación en privado, llegando a la siguiente conclusión:

La sustentación es: Aprobado por Unanimidad

A las 12.30 horas culminó el acto público.

En fe de lo cual los miembros del Jurado firman el acta.

Lic. RR.II. Salvador Calderón Ferreira, Mgr.
Presidente del Jurado

Dra. Olga Mireya Pinedo Flores
Miembro del Jurado

Lic. NIT. Lourdes Victoria Sánchez García, Mgr.
Miembro del Jurado

Iquitos – Perú
Av. Abelardo Quiñones Km. 2.5

Sede Tarapoto – Perú
Leoncio Prado 1070 / Martines de Compagnon 933

Universidad Científica del Perú
www.ucp.edu.pe

CONSTANCIA DE ANTIPLAGIO



"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ - UCP

El presidente del Comité de Ética de la Universidad Científica del Perú - UCP

Hace constar que:

La Tesis titulada:

**"RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y LA GESTIÓN DE LAS EMPRESAS
TURÍSTICAS EN BENEFICIO DE LAS COMUNIDADES RURALES DE IQUITOS,
2022"**

De los alumnos: **AQUINO RIVERA ESTEFANNY Y SUÁREZ TELLO EVELYN
ADRIANA**, de la Facultad de Ciencias e Ingeniería, pasó satisfactoriamente la
revisión por el Software Antiplagio, con un porcentaje de **5% de plagio**.

Se expide la presente, a solicitud de la parte interesada para los fines que
estime conveniente.

San Juan, 29 de Marzo del 2022.

Dr. César J. Ramal Abayag
Presidente del Comité de Ética - UCP

CIRA/ta
151-2022

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Pág.
Dedicatoria.....	II
Agradecimiento.....	III
Acta de sustentación.....	IV
Constancia de Antiplagio.....	V
Índice de contenido.....	VI
Índice de tablas.....	VII
Índice de gráficos.....	VIII
Resumen.....	IX
Abstrat.....	X
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO	
1.1 Antecedentes del estudio.....	1
1.2 Bases teóricas.....	6
1.2.1 Comunidades rurales.....	6
1.2.2 Teoría del desarrollo humano.....	7
1.2.3 Responsabilidad social empresarial.....	8
1.2.4 ISO 26000 Guía de Responsabilidad Social.....	8
1.3 Definición de términos básicos.....	9
CAPÍTULO II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	
2.1 Descripción del problema.....	14
2.2 Formulación del problema.....	16
2.2.1. Problema general.....	16
2.2.2. Problemas específicos.....	16
2.3 Objetivos.....	17
2.3.1. Objetivo general.....	17
2.3.2. Objetivos específicos.....	17
2.4 Hipótesis.....	17
2.5 Variables.....	18

2.6.1. Identificación de las variables.....	18
2.6.2. Definición conceptual y operacional de las variables.....	18
2.6.3. Operacionalización de las variables.....	18
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA	
3.1 Tipo y diseño de la investigación.....	19
3.2 Población y muestra.....	19
3.3 Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos.....	21
3.4 Procesamiento y análisis de datos. El procesamiento de los datos se puede realizar en forma manual y computarizada sobre el plan de tabulación.....	22
CAPÍTULO IV. RESULTADOS.....	
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	
Conclusiones.....	37
Recomendaciones.....	38
Referencias bibliográficas.....	39
Anexo 01: Instrumentos de recolección de datos.....	42
Anexo 02: Matriz de consistencia.....	45

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
Cuadro N° 01: Variables, indicadores e índices del tema de estudio.....	18
Cuadro N° 02: Lista de lodges.....	20
Cuadro N° 03: Validez de Constructo.....	23

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico N° 01: Tiempo en el mercado turístico.....	24
Gráfico N° 02: Las acciones a favor de la comunidad que realiza la empresa.....	25
Gráfico N° 03: Proyectos que tiene implementado la empresa en beneficio de las comunidades rurales.....	26
Gráfico N° 04: Políticas ambientales implementadas en la empresa.....	27
Gráfico N° 05: Gestión interna que realiza la empresa involucrando al personal en las políticas ambientales.....	28
Gráfico N° 06: Enfoque a la relación empresa y clientes turistas.....	29
Gráfico N° 07: Políticas de sostenibilidad implementados en la empresa a favor de la conservación del medio ambiente.....	30
Gráfico N° 08: Empoderar a la población local para impulsar cambios positivos en sus comunidades.....	31
Gráfico N° 09: La empresa ayuda a conservar los recursos naturales y culturales.....	32
Gráfico N° 10: Estrategias de marketing que utiliza la empresa para promocionar un destino turístico sostenible.....	33
Gráfico N° 11: Apoyan a la conservación de recursos naturales y culturales.....	34
Gráfico N° 12: Buscan involucrar a los locales en la planificación turística.....	35

RESUMEN

Responsabilidad social empresarial y la gestión de las empresas turísticas en beneficio de las comunidades rurales de Iquitos, 2022.

Estefanny Aquino Rivera

Evelyn Adriana Suárez Tello

El objetivo fue explicar la relación entre la responsabilidad social empresarial y la gestión de las empresas turísticas. El tipo de investigación fue descriptivo, la población conformada por 76 lodges y su muestra, 15.

Concluye que, la mayoría de los lodges tienen implementados más de 3 proyectos en beneficio de las comunidades rurales para contribuir al fortalecimiento de la identidad local, revaloración del territorio y sus activos.

Una de las empresas que mayor impacto obtuvo fue Explorama, tiene alrededor de 50 años en el mercado turístico y cuenta con 30 proyectos donde aplican el desarrollo sostenible. Su enfoque hacia las comunidades es brindar herramientas y estrategias, busca unir pequeños esfuerzos para contribuir con grandes metas. Crean alianzas para impulsar la sostenibilidad, por una mejora continua de todos los elementos que forman el medio ambiente: la naturaleza, los animales y las personas que habitan en el mismo. De esta manera ofrecer un turismo responsable para los turistas, brindando nuevas experiencias con nuestra cultura y naturaleza.

Palabras claves: responsabilidad social empresarial, gestión de las empresas turísticas.

ABSTRACT

Corporate social responsibility and the management of tourism companies for the benefit of rural communities in Iquitos, 2022.

Estefanny Aquino Rivera

Evelyn Adriana Suarez Tello

The objective was to explain the relationship between corporate social responsibility and the management of tourism companies. The type of research was descriptive, the population made up of 76 lodges and its sample, 15.

It concludes that most of the lodges have implemented more than 3 projects for the benefit of rural communities to contribute to the strengthening of local identity, revaluation of the territory and its assets.

One of the companies that had the greatest impact was Explorama, which has been in the tourism market for around 50 years and has 30 projects where they apply sustainable development. Its approach to communities is to provide tools and strategies, it seeks to unite small efforts to contribute to great goals. They create alliances to promote sustainability, for a continuous improvement of all the elements that make up the environment: nature, animals and the people who inhabit it. In this way, we offer responsible tourism for tourists, providing new experiences with our culture and nature.

Keywords: corporate social responsibility, management of tourism companies.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes del estudio.

En su tesis *Propuesta para la creación de una fundación observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas en Cuenca*, su metodología fue descriptiva; la población conformada por 4 sectores: vínculos de soporte, vínculos normativos, vínculos institucionales y vínculos operacionales; y su instrumento fue ficha de observación.

Concluye que, las políticas de la RSE fomentan la creatividad y el desempeño de las empresas con la sociedad promoviendo la proyección social, el diálogo y la participación ciudadana, acudiendo a resolver problemas, implementando estrategias de negocio para todos sus stakeholders. (Alvarez, 2018).

En su tesis *Análisis de la responsabilidad social empresarial en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Arequipa, 2018*, su metodología fue descriptiva; la población estuvo constituida por 238 trabajadores de los hoteles seleccionados y la muestra fue por 148 empleados de ellos; y su instrumento de recolección de datos fue el cuestionario.

Concluye que, la responsabilidad ético-institucional en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Arequipa según los resultados de medias y promedios, es alta. Los resultados arrojan una media considerable en cuanto la información detallada de los productos y servicios, a los clientes. Así mismo, señalan que existe canales de comunicación. (Uyen, 2018).

En su tesis *Responsabilidad social empresarial en las empresas privadas*, su metodología fue descriptiva; la muestra estuvo constituida por 5% de las empresas privadas de la ciudad de Lima; y su instrumento utilizado fue la revisión bibliográfica, páginas webs, redes sociales.

Concluye que, la responsabilidad social empresarial se presenta de la siguiente manera, las empresas privadas optan por desarrollar acciones que perduren en el tiempo y respondan a los requerimientos sociales y ambientales de la comunidad, por lo que se considera importante la implementación de la responsabilidad social empresarial en las empresas privadas obteniendo un mutuo beneficio, para los públicos externos y de la misma manera para mejorar la imagen de la empresa, debido a que se convierte en una entidad socialmente responsable y comprometida. (Quispe, 2020)

En su tesis *Análisis de la gestión hotelera y el impacto de las nuevas tendencias sostenibles en el distrito de Tambopata, Madre de Dios, 2019*, su metodología fue observación; la población estuvo conformada por 179 empresas hoteleras del distrito de Tambopata y su muestra 10 empresas; y su instrumento de recolección de datos fue guía de entrevista, guía de observación y ficha de análisis documental.

Concluye que, la aplicación de una gestión hotelera sostenible en el distrito de Tambopata trae como consecuencia impactos significativos, cuyos análisis son descritos y mencionados en las guías de observación y entrevista, además de la ficha de análisis documental. Dichas prácticas tienen un solo objetivo: disminuir el impacto ambiental y sociocultural de los efectos de la operación hotelera contribuyendo al cuidado de su principal atractivo. (Urbina, 2019).

En su tesis *Responsabilidad social empresarial en Ecuador*, su metodología fue cualitativa; la población estuvo conformada por la comunidad, proveedores, clientes, medio ambiente, accionistas, empleadores; y su instrumento fue revisión documental de diferentes autores y revistas.

Concluye que, al implementar estas estrategias las empresas aumentarán sus ingresos económicos, podrán continuar con los programas o actividades en beneficio de la comunidad o grupos de interés de esta manera encaminado al desarrollo. Hoy en día las empresas con mayores posibilidades de crecer en la parte empresarial son aquellas que practiquen y demuestren con el RSE o normas internacionales establecidas con el fin de guiar o certificar. También podemos concluir al momento de trabajar con la RSE se beneficia la sociedad como teniendo un trabajo digno, mejor ambiente laboral, oportunidades de crecer en el ámbito laboral, tener vida más digna, justa y con calidad. Y la parte ambiental conservando y mejorando de manera continua para prevenir el deterioro, además de implementar nuevas tecnologías para una producción más limpia y sostenible. (Fajardo, 2018).

En su tesis *Nivel de responsabilidad social de la empresa de turismo Sulluscocha - Lodge, Cajamarca, 2019*, su metodología fue cuantitativa; muestra de ochenta (80) clientes de la empresa, de ambos sexos, mayores de 18 años, que acudieron como clientes en el mes de octubre 2019; y su instrumento fue la encuesta y específicamente, un inventario para evaluar las cuatro dimensiones de la responsabilidad social.

Concluyen que, con relación al nivel de responsabilidad social en el ámbito económico, social y medio ambiente, los resultados permiten una prevalencia del nivel “alto” de responsabilidad social de la empresa de turismo. (Calderon & Izquierdo Gonzales de Cabellos, 2019).

En su tesis *Responsabilidad social empresarial de Xima Hotels de la ciudad del Cusco 2019*, su metodología fue no experimental; su población estuvo conformada por 100 trabajadores; y sus instrumentos fueron: observación, encuesta, entrevistas y cuestionario.

Concluye que, el grado de responsabilidad social empresarial de la empresa se encuentra en una etapa inicial, ya que el gerente residente indica que se encuentra en el inicio de implementación y de acuerdo a las entrevistas de los jefes de área no están muy involucrados en referencia al cuidado del medio ambiente, acciones en favor de la sociedad y solo cumplen con sus funciones de manera correcta. (Castilla, 2019).

En su tesis *La responsabilidad social y la sostenibilidad empresarial en los colaboradores del centro de entretenimiento y convenciones Atlantic City de Miraflores, Lima año 2020*, su metodología fue descriptivo y no experimental; su población comprendió 40 colaboradores del Centro; y su instrumento fue la encuesta, conformada por 27 preguntas.

Concluye que, la responsabilidad social es un factor de suma importancia y a la fecha se encuentra implementada en todas sus dimensiones por tener influencia en la sostenibilidad empresarial de los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores. (GUTIERREZ, 2020).

En su tesis *La práctica de la responsabilidad social empresarial en el sector turístico. Estudio de casos en empresas turísticas hoteleras de la ciudad de Santa Marta, Colombia*, su metodología fue cualitativa; su población estuvo conformada por 8 directores/a hoteleros/as, durante los meses de octubre, noviembre y diciembre de 2015; y sus instrumentos fueron la observación y la aplicación de cuestionarios.

Concluye que, los resultados obtenidos han contribuido a enriquecer el constante debate académico que se viene dando durante las últimas décadas en el mundo, entre aquellos pensadores que defienden el clásico modelo de gestión empresarial (maximización de beneficios como único objetivo empresarial) y aquellos otros que argumentan que, además de los aspectos económicos propios de la naturaleza utilitarista de la

empresa, se deben tener en cuenta las cuestiones sociales y ambientales del entorno, hasta el punto de integrarlas en la gestión organizacional. Dicho debate, además de despertar el interés en las escuelas de negocios, ha llamado la atención del propio sector empresarial, inversores, gobiernos e inclusive, de la sociedad en general. (Miranda, 2018).

En su tesis *La percepción de la responsabilidad social empresarial influye en la satisfacción laboral de los trabajadores de Southern Perú, 2019*, su metodología fue de tipo básica o pura; su población estuvo conformada por 1079 trabajadores; y su instrumento fue la encuesta.

Concluye que, existe una influencia positiva entre la variable responsabilidad social empresarial con la satisfacción laboral de los trabajadores de Southern Perú 2019. (HUANACUNE, 2019).

1.2 Bases teóricas.

1.2.1 Comunidades rurales

Ley Nª 29408 General de Turismo

Artículo 17º.- Diversificación de la oferta turística

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, en coordinación intersectorial, promueve el desarrollo e innovación de productos turísticos sostenibles, propiciando la responsable e idónea diversificación de la oferta turística nacional, integrándolos a través de corredores y circuitos de acuerdo con las exigencias del mercado nacional e internacional. (MINCETUR, 2009).

LEY N° 27790 Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Artículo 4.- De los Objetivos.

Promover el uso racional y sostenible con fines turísticos del Patrimonio Cultural y Natural de la Nación, procurando la conservación de las formas de vida, costumbres e identidad cultural de las comunidades involucradas en el desarrollo de la actividad turística y la mejora de su calidad de vida; contribuir al proceso de descentralización nacional, promoviendo la actividad turística a través de los gobiernos regionales y locales, la comunidad organizada y el sector privado. (República, Ley N° 27790 Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2002)

Las comunidades campesinas son organizaciones de interés público, con existencia legal y personería jurídica, integrados por familias que habitan y controlan determinados territorios, ligadas por vínculos ancestrales, sociales, económicos y culturales, expresados en la propiedad comunal de la tierra, el trabajo comunal, la ayuda mutua, el gobierno democrático y el desarrollo de actividades multisectoriales,

cuyos fines se orientan a la realización plena de sus miembros y del país. (República, Ley General de Comunidades Campesinas N° 24656, 1992)

1.2.2 Teoría del desarrollo humano

El desarrollo es un proceso multidimensional que implica aquellos cambios de conductas y actitudes individuales que impactan las estructuras institucionales de los sistemas económicos, sociales y políticos cuya finalidad es el crecimiento económico y el desarrollo social mediante la reducción de la desigualdad y la reducción de la pobreza. (Vargas, 2008).

En este sentido se comprende que el desarrollo busca brindar un cambio social, teniendo como enfoque mejorar las condiciones de vida de cada individuo, y así mismo modernizar una sociedad. Como se ha afirmado es un proceso multidimensional, dado que cuenta con aquellos elementos como la economía, educación, política y salud, donde resalta la importancia del rol que las instituciones aplican en el desarrollo y bienestar humano y por ende disminuir la desigualdad y pobreza de una sociedad.

Sin embargo, para que una sociedad logre alcanzar un desarrollo objetivo tiene que comprender que no solo son cambios en las instituciones sino también es la participación del desarrollo sustentable siendo esta la satisfacción de las necesidades de una determinada nación, a través del correcto uso y sustentable de los recursos naturales, teniendo como condición, administrarlos de una forma más racional, así se pueda preservar para las futuras generaciones; cabe destacar que esto requiere de acción y cambio en todos los conjuntos de niveles de dicha nación.

Podemos adicionar que el desarrollo “es un proceso de expansión de las libertades reales de las que disfrutaban los individuos”, donde “la libertad real está representada por la capacidad de la persona para

conseguir varias combinaciones alternativas de funcionamientos (Picazzo, Gutiérrez , Infante, & Cantú, 2009).

Con relación a lo planteado el desarrollo es la libertad real de aquella capacidad del individuo en la decisión y superación de las dificultades, para lograr alcanzar un mejor estilo de vida, siendo ellos agentes vigorosamente implicados en la edificación de su propio destino, es necesario resaltar que los sistemas políticos, económicos y sociales cumplen una contribución importante. Al mismo tiempo comprender que la libertad es aquel indicador que mide el crecimiento de una sociedad.

1.2.3 La Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Es una visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medioambiente con la gestión misma de la empresa, independientemente de los productos o servicios que ésta ofrece, del sector al que pertenece, de su tamaño o nacionalidad. (Cajiga, 2019)

La RSE es una forma de gestión y responsabilidad que tienen las personas, instituciones y empresas para contribuir al aumento del bienestar de la sociedad. En ese mismo concepto, cumplir integralmente en todos los ámbitos y dimensiones, ya sea, económico, social y ambiental.

Tomando la posición de diversos autores, se puede concluir que la teoría instrumental de la RSE se basa en la obtención del beneficio propio y económico, el posicionamiento y la credibilidad en el mercado gracias a las actividades sociales que se generan para beneficiar a la empresa y a la comunidad.

Se hace necesario resaltar que, el actuar de una forma responsablemente social no debe ser con presión sino voluntariamente, mediante la aplicabilidad de valores, principios y éticas que afectarán de manera positiva la ejecución de proyectos que se tengan a futuro.

1.2.4 ISO 26000 Guía de Responsabilidad Social

Es una guía que proporciona orientación sobre los principios que subyacen en la responsabilidad social, el reconocimiento, el involucramiento con las partes interesadas, las materias fundamentales y los asuntos que constituyen. (ISO, 2010).

Surge por la demanda de presión que provenía de los clientes, consumidores, gobiernos, asociaciones y el público en general respecto a que las entidades promuevan la responsabilidad social.

Se centra a contribuir orientación a todas las organizaciones tanto privadas, públicas y sin fines de lucro (ONG), independientemente en el territorio que se desarrolle, focalizándose en la importancia y el desempeño que puede ofrecer la responsabilidad social, trabajando juntamente con aquellas leyes diseñadas a garantizar resultados positivos. Enfocada en empresas novatas en el sector y empresas experimentadas que ya ejercen la responsabilidad social, incitando a todas las organizaciones a ser cada vez más sostenibles.

1.3 Definición de términos básicos.

a. Acciones en favor de la comunidad

Se define como el movimiento que promueve el cambio en la sociedad por medio de las buenas acciones comunes para aumentar el bienestar general. Éste se dirige a grupos concretos de personas y a sus necesidades particulares. Su objetivo es ayudar a que las personas desarrollen plenamente sus potenciales, enriqueciendo sus vidas y convirtiéndose en agentes promotores de cambio. (Rojas, 2018).

Es la construcción de la comunidad mediante la mejora del proceso por el que se realizan las cosas. Esto puede ser un fin en sí mismo, pero también puede entenderse como el comienzo de un proceso más grande. (Rabinowitz, 2020).

b. Implementación de proyectos de conservación

La protección, preservación, manejo o restauración de ambientes naturales y las comunidades ecológicas que los habitan. Conservación generalmente incluye el manejo del uso humano de recursos naturales para el beneficio del público y utilización sostenible, social y económica. (Stay, 2019).

La conservación del medio ambiente y todos sus recursos naturales, debe ser más profunda y verdadera para tratar de minimizar el daño causado por el hombre y buscar despertar esa conciencia humanista que permita poner en prácticas medidas de conservación ambiental por un desarrollo sostenible que satisfaga las necesidades presentes sin comprometer las de las generaciones futuras. (Carton, 2020).

c. Implementación de políticas ambientales

Se refiere a las acciones que el gobierno toma para cuidar o proteger el medio ambiente, como resultado de la interacción de los intereses políticos económicos y sociales, para conservar las bases naturales de la vida humana y conseguir un desarrollo sostenible. (Corrales, 2019)

Para conseguir un equilibrio adecuado para el desarrollo económico, crecimiento de la población, uso racional de los recursos y conservación del entorno, debe incluir un conjunto de medidas y acciones encaminadas a lograr la máxima racionalización en el proceso de la conservación y mejora del medio ambiente, basándose en una coordinada información multidisciplinar y en la participación ciudadana. (Rivera, 2019).

d. Gestión interna de las empresas

La gestión interna de la empresa nos permite desarrollar de forma inteligente la visión de la organización a través del desarrollo de equipos de trabajo de alto rendimiento, con una plataforma de comunicación interna asertiva y la construcción de un liderazgo que gestione los

cambios necesarios para la sostenibilidad y crecimiento de la empresa. (Elegano, 2020)

Toda función que se realice dentro de la empresa debe estar fundamentalmente orientada hacia el beneficio, teniendo esa orientación una perspectiva básicamente de largo plazo, a la vez que debe ser respetuosa con la consecución de la misión y con la responsabilidad social que pueda tener la compañía. (Digman, 2019).

e. Relación empresa y clientes turistas

Es primordial entender e interiorizar las expectativas y objetivos de los viajeros así ayudará a las empresas turísticas a vender más, con esta información se podrán seleccionar los formatos adecuados para llegar a cada uno ellos y las empresas turísticas lograrán una mayor transparencia y confianza; se adaptarán a los canales más empleados por sus usuarios, confeccionando servicios totalmente personalizados. (Barut, 2019).

Su objetivo es identificar a los clientes más rentables para establecer una estrecha relación con ellos, que permita conocer sus necesidades y mantener una evolución del producto de acuerdo con ellas a lo largo del tiempo, se sostiene en dos pilares fundamentales: La información del cliente lo más precisa, fidedigna y adecuada posible y la comunicación bidireccional, frecuente, continuada, e interactiva. (Sacerio, 2018).

f. Políticas de sostenibilidad

(Gutiérrez, 2007) sostiene que la idea de un desarrollo orgánico sostenible inspira la definición de un proyecto de transformación de la organización económica y social actual, es decir, la intervención del Estado y las empresas, de manera que permita concretar en pasos sucesivos las instituciones y nuevas regulaciones (políticas) necesarias para establecer una sustentabilidad más fuerte e integrada.

(Caro, Acosta, Francisco, & Castellanos, 2015) proponen que debe tener como fin el óptimo uso y aprovechamiento de los recursos naturales propios del lugar, en tanto se respeten sus aspectos socioculturales; así

como también se deben tener en cuenta y vincular las expectativas del turista.

g. Empoderamiento de la población local

Según (CONSUDE, 2004) el empoderamiento es un proceso que contribuye a que las personas y sus organizaciones puedan ser, hacer y decidir por sí mismas.

(Ferguson, 1998) afirma que el empoderamiento es un proceso político y material que aumenta el poder del individuo y del grupo, su resistencia y su capacidad de actuar por sí mismos.

h. Conservación y promoción de un destino turístico

Según las aclaraciones de (García & Restrepo, 2015) la comunidad debe sistematizar un conjunto de buenas prácticas ambientales para lograr cambios positivos con el fin de cuidar, conservar y obtener beneficios de los recursos naturales que será de gran utilidad para las actividades diarias que realizan y también servirá como punto de atracción para los turistas, por consiguiente, esto conlleva una mayor demanda turista, generación de recursos económicos y mejor desarrollo turístico.

(Múñoz & Torres, 2015) expresan que un manejo adecuado de recursos naturales causa un bajo impacto ambiental ayudando a generar plazas de trabajo para la población local, convirtiéndose así en un punto a favor para el desarrollo turístico local.

i. Apoyo de la conservación de los recursos naturales y culturales

Según (Mendieta, 2012) si todas las empresas desarrollaran sus actividades dentro de un patrón de comportamiento compatible con la preservación y conservación del medio ambiente, los problemas graves ambientales encontrados en la actualidad no existirían, las empresas son parte fundamental de este cambio.

(Andrés & Torre) indican que la basura que queda en los atractivos o zonas de desarrollo turístico, deterioran la calidad del paisaje. De esta manera el correcto manejo de desechos sólidos ayudará a la conservación del área y una buena percepción del turista, pues un ambiente tranquilo y bien cuidado es fácilmente captado por las personas para su posible estadía.

j. Involucrar a las locales en la planificación turística

Según (Santo, 2011) la planificación turística es la piedra angular del desarrollo sostenible del turismo. No es posible pensar el turismo respetuoso del medio ambiente, de la cultura y que genere beneficios económicos a los inversionistas y a las comunidades si este no se desarrolla de manera planificada. La planificación turística es un proceso continuo y flexible.

La planificación y el desarrollo turístico de los destinos deben ser abordados desde una perspectiva integral, teniendo en cuenta los múltiples factores que intervienen y, en especial, el papel que cada una de las partes interesadas desempeña en la configuración de un sector que cada día toma mayor relevancia en el desarrollo económico de las regiones, especialmente en aquellos países con altas potencialidades turísticas que han encontrado en él un motor para impulsar sus economías, permitiendo la generación de ingresos, el avance de las comunidades locales y, por ende, el mejoramiento de la calidad de vida de la población. (Toro, Pico, Galán, Rozo, & Suescún, 2015)

CAPÍTULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1. Descripción del problema

El término de responsabilidad social se origina como base de desarrollo para las organizaciones a principios del 1970. Con una visión de transformar a las entidades; sustentables con el medio ambiente y sociedad en la cual especialmente se encarguen de integrar una dimensión social y ambiental en la toma de sus decisiones, rindiendo cuentas por su impacto que generan en ambas áreas.

En la actualidad, la responsabilidad social cumple un rol importante en la sociedad, siendo esta, la responsabilidad que disponen los miembros de un grupo social, planteado a preservar las buenas condiciones o términos, teniendo una principal relación con la ética y moral de cada miembro ya que las decisiones que estos toman, tanto a nivel individual como a nivel de grupo, pueden conducir a consecuencias (positivas o negativas) sobre el resto.

Una vez que una organización decida aplicarlo como pilar para su expansión, su índice de medición será a través de su desempeño integral y su habilidad para seguir gestionando de manera eficaz y eficiente y así asegurando ecosistemas saludables, equidad social y la correcta dirección de la organización puesto que a largo plazo todas las actividades de las entidades dependen de la salud de los ecosistemas mundiales. Por ello las partes interesadas (stakeholders) deben estar involucradas a profundidad con este aspecto, para ayudar a aquellas decisiones y acciones que aborden una mejora continua en el medio ambiente y sociedad.

En Sudamérica, México, propone haber logrado el consenso de los principales organismos empresariales y de responsabilidad social sobre un concepto y un marco ideológico común, lo que, sin duda, facilita su difusión y comprensión. De esta forma se da por entendido que la responsabilidad empresarial no es algo ajeno o añadido a la función original de la empresa. Por el contrario, implica cumplir con ella con la

conciencia de que esto impactará de forma positiva o negativa, directa o indirectamente, interna o externamente, a grupos y comunidades vinculadas con su operación. (Calderón, 2002)

A nivel nacional, en nuestro país aún nos sigue afectando el problema de la informalidad, es por ello, que eso desalienta un poco a la práctica importante de la responsabilidad social empresarial. Ello, trae consigo que no se pueda provocar que la empresa y la sociedad ganen equitativamente, y mucho menos, que se planteen proyectos a favor del desarrollo del país.

En estos tiempos la responsabilidad social ha pasado a ser elemento de la estrategia de los negocios, ya que sin duda la responsabilidad social, es parte de un cambio de paradigma gerencial, en el cual la forma y manera de pensar sobre la acción social. sin duda es un cambio necesario en el valor económico tiene una relación estrecha con el valor social, comprendiendo que el valor social contribuye hoy en día a la sostenibilidad económico de la empresa.

Actualmente en la ciudad de Iquitos las empresas turísticas tratan de implementar la responsabilidad social en su plan de trabajo, pero son pocas las que continúan con ese plan, debido a diversas dificultades que se les presenta. Este trabajo de investigación se centró en aquellos lodges que practican la responsabilidad social, que cuentan con varios proyectos de beneficio mutuo, también con varios años de experiencia que les permitió adquirir y formar una adecuada organización basada en la responsabilidad social, entre las conocidas tenemos Explorama y Avatar Amazon Lodge. Estas son un claro ejemplo de aplicar la responsabilidad social como un programa de trabajo, haciendo que los resultados sean eficientes y eficaces para la organización y todas las partes involucradas.

El turismo es una alternativa de desarrollo local, sin embargo, no promueve de manera constante la práctica de responsabilidad social en sus empresas turísticas. Haciendo que, tanto las comunidades rurales

como el medio ambiente no salgan favorecidos. En la ciudad de Iquitos existen 76 lodges, la gran mayoría tiene implementados proyectos en beneficio de las comunidades rurales e incluso algunos se comprometen con la conservación y preservación del medio ambiente, no es considerado suficiente, pues la gestión interna que realizan estas empresas debe construir un liderazgo que gestione los cambios necesarios para que también sus pobladores locales, de una u otra manera, puedan incrementar y mejorar su calidad de vida gozando de servicios básicos que tanto necesitan y a la vez fortaleciendo su protagonismo.

Figura 1

Localización del área de estudio



Fuente: Google Imágenes

2.2. Formulación del problema

2.2.1 Problema general

¿Cuál es la relación entre la responsabilidad social empresarial y la gestión de las empresas turísticas para el beneficio de las comunidades rurales Iquitos, 2022?

2.2.2 Problemas específicos

¿Cómo es la relación entre la responsabilidad social y la gestión de las empresas turísticas en la ciudad de Iquitos, 2022?

¿Por qué explicar la importancia de la responsabilidad social empresarial y la gestión de las empresas turísticas en beneficio de las comunidades rurales, 2022?

¿Cuáles son los beneficios de las empresas turísticas al implementar un área de responsabilidad social empresarial?

2.3. Objetivos

2.3.1 Objetivo general

Explicar la relación entre la responsabilidad social empresarial y la gestión de las empresas turísticas en beneficio de las comunidades rurales de Iquitos, 2022.

2.3.2 Objetivos específicos

- a. Analizar la relación entre la responsabilidad social y la gestión de las empresas turísticas en la ciudad de Iquitos, 2022.
- b. Explicar la importancia de la responsabilidad social empresarial y la gestión de las empresas turísticas en beneficio de las comunidades rurales, 2022.
- c. Explicar cuáles son los beneficios de las empresas turísticas al implementar un área de responsabilidad social empresarial.

2.4. Hipótesis

2.4.1 Hipótesis general

Si existe relación entre la responsabilidad social empresarial y la gestión de las empresas turísticas en beneficio de las comunidades rurales de Iquitos, 2022.

2.4.2 Hipótesis específicas

Si existe relación entre la responsabilidad social y la gestión de las empresas turísticas en la ciudad de Iquitos, 2022.

La responsabilidad social empresarial y la gestión de las empresas turísticas si existe beneficio en las comunidades rurales.

Si existen beneficios de las empresas turísticas al implementar un área de responsabilidad social empresarial.

2.5. Variables

2.5.1 Identificación de las variables

Variable: Responsabilidad social empresarial(x)

2.5.2. Definición conceptual y operacional de las variables

2.5.3. Operacionalización de las variables

Cuadro N° 01: Variables, indicadores e índices del tema de estudio

Variable	Indicadores	Índices	
Responsabilidad social empresarial	1. Acciones en favor de la comunidad	1.1 Integrar las comunidades en los proyectos	
	2. Implementación de proyectos	2.1 Número de proyectos	
	3. Implementación de políticas ambientales	3.1 Identificar las políticas ambientales	
	4. Gestión interna de las empresas	4.1 Involucrar al personal en políticas ambientales	
	5. Relación empresa y clientes turistas	5.1 Competitividad turística	
	6. Políticas de sostenibilidad	6.1 Acciones a favor de la conservación del medio ambiente	
	7. Empoderamiento de la población local	7.1 Generar ingresos económicos directos e indirectos	
	8. Conservación y promoción de un destino turístico		8.1 Conservación de los recursos en peligro de extinción
			8.2 Promocionar un destino turístico sostenible
	9. Apoyo de la conservación de los recursos naturales y culturales	9.1 Capacitación en temas de conservación	
	10. Involucrar a las locales en la planificación turística	10.1 Trabajo articulado empresa - comunidad	

Fuente: propia.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de Investigación

La investigación es de tipo descriptivo.

3.1.2. Diseño de Investigación

El diseño corresponde a un estudio no experimental que determina gráficamente el diseño correspondió al descriptivo de la siguiente manera:

M: meta poblacional de investigación.

PO: población observada anteriormente.

PI: población actual de investigación.

Los pasos que se seguirá en la aplicación del diseño son:

1. Realizar la observación a la variable (recojo de información sobre el objeto de estudio.
2. Procesar o sistematizar la información o datos.
3. Clasificar la información o datos, organizándolos en cuadros o tablas y representarlos en gráficos.
4. Analizar e interpretar la información o datos.

3.2 Población y muestra

La población estuvo conformada por 76 lodges de la ciudad de Iquitos año 2022.

Muestra

Se utilizó el muestreo no probabilístico. La muestra estuvo conformada por 15 logdes que son el 20% de la población de estudio.

Cuadro N° 02:

Lista de Lodges

Razón social	Dirección
Muyuna Lodge	Putumayo N° 163
My Amazon Lodge	Jr. Putumayo N° 138
Explorama Lodge	Av. La Marina N° 340
Explornapo Lodge	Av. La Marina N° 340
Ceiba Tops	Av. La Marina N° 340
Amazon Camp	Arica N° 136
Amazon Yanayacu Lodge	Cahuide N° 824
Tropical Expeditions	Condamine N° 156
Charapa Tours & Expedition	Calle Nauta N° 298
Amazon Ventures Lodge	Jr. Fitzcarrald N° 138
Heliconia Amazon River Lodge	Ricardo Palma N° 252
Saraya Lodge & Camping	Calle Los Ángeles N° 200
Amazon Green Lodge	Arica N° 363
Amazon Lodges & Safaris	Av. La Marina N° 592 - A
Avatar Amazon Lodge	Jr. Putumayo N° 138

Fuente: DIRCETURA 2021

3.3 Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos.

La técnica estuvo conformada por una serie de preguntas que nos permitirá analizar la responsabilidad social empresarial y la gestión de las empresas turísticas en beneficio de las comunidades rurales de Iquitos, 2022.

El instrumento de recolección de datos que se utilizó en la presente investigación fue la encuesta.

La encuesta es un documento básico para obtener la información en la gran mayoría de las investigaciones y estudios, está formado por una serie de preguntas que deben estar redactadas de una forma organizada coherente, secuencial y estructurada de acuerdo con una determinada planificación, con el fin en el que se precise. El procedimiento para la recolección de datos se realizó de la siguiente manera:

3.3.1 Técnica de recolección de datos

La técnica que se empleó en la recolección de datos será la encuesta porque se observará el hecho en forma indirecta.

3.3.2 Instrumentos de recolección de datos

El instrumento que se empleó en la recolección de datos fue el cuestionario el que fue sometido a prueba de validez y confiabilidad antes de su aplicación.

3.3.3 Procedimientos de recolección de datos

- a. Elaboración y aprobación del proyecto de tesis.
- b. Elaboración del instrumento de recolección de datos.
- c. Prueba de validez y confiabilidad al instrumento de recolección de datos.
- d. Recojo de la información.

- e. Procesamiento de la información.
- f. Organización de la información en cuadros.
- g. Análisis de la información.
- h. Interpretación de datos.
- i. Elaboración de discusión y presentación del informe.
- j. Sustentación del informe.

3.4 Procesamiento y análisis de la información

3.4.1 Procesamiento de la información

El procesamiento de los datos se efectuó en forma mecánica sobre la base de los datos.

3.4.2 Análisis de la información

El análisis e interpretación de los datos se efectuó empleando la estadística descriptiva.

Cuadro N° 03: Validez de Constructo

Indicador	Índice	Preguntas
Acciones en favor de la comunidad	Integrar las comunidades en los proyectos	1. ¿Cuáles son las acciones a favor de la comunidad que realiza la empresa?
Implementación de proyectos	Número de proyectos	2. ¿Cuántos proyectos tiene implementado la empresa en beneficio de las comunidades rurales?
Implementación de Políticas ambientales	Identificar las políticas ambientales	3. ¿Cuáles son las políticas ambientales implementadas en la empresa?
Gestión interna de las empresas	Involucrar al personal en políticas ambientales	4. ¿Cómo describe la gestión interna que realiza la empresa involucrando al personal en las políticas ambientales?
Relación empresa y clientes turistas	Competitividad turística	5. ¿Cuál es el enfoque a la relación empresa y clientes turísticos?
Políticas de sostenibilidad	Acciones en favor de conservación del medio ambiente	6. ¿Cuáles son las políticas de sostenibilidad implementadas en la empresa a favor de la conservación del medio ambiente?
Empoderamiento de la población local	Generar ingresos económicos directos e indirectos	7. ¿Cómo buscan empoderar a la población local para impulsar cambios positivos en sus comunidades?
Conservación y promoción de un destino turístico	Conservación de los recursos en peligro de extinción	8. ¿Cómo la empresa ayuda a conservar los recursos naturales y culturales?
	Promocionar un destino turístico sostenible	9. ¿Qué estrategias de marketing utiliza la empresa para promover un destino turístico sostenible?
Apoyo de la conservación de los recursos naturales y culturales	Capacitación en temas de conservación	10. ¿Cómo apoyan a la conservación de los recursos naturales y culturales?
Involucrar a las locales en la planificación turística	Trabajo articulado empresa – comunidad	11. ¿Cómo buscan involucrar a los locales en la planificación turística?

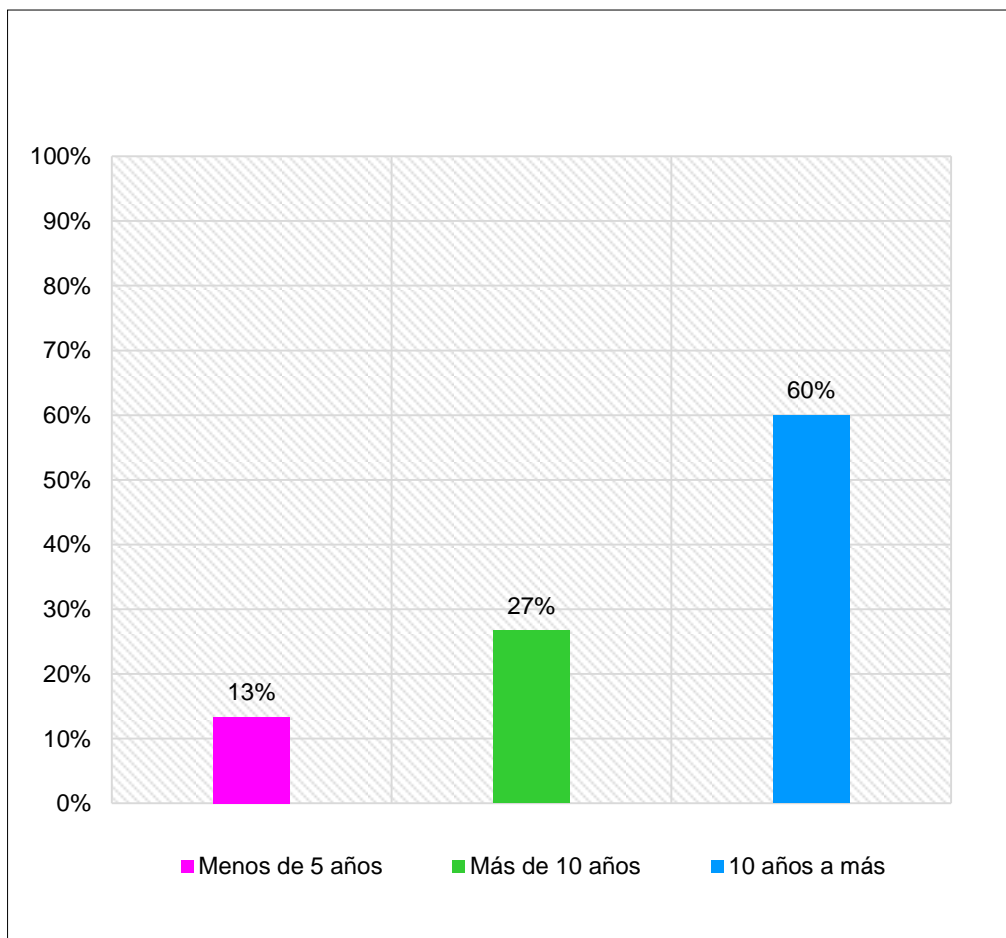
Fuente: propia

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

Un alto porcentaje de las empresas viene trabajando en el mercado turístico por mucho tiempo lo cual señala que tiene experiencia y conocimiento en el mercado. Pero se ha identificado un pequeño grupo de empresas nuevas, que recién están iniciando en el negocio.

Gráfico N° 1

Tiempo en el mercado turístico

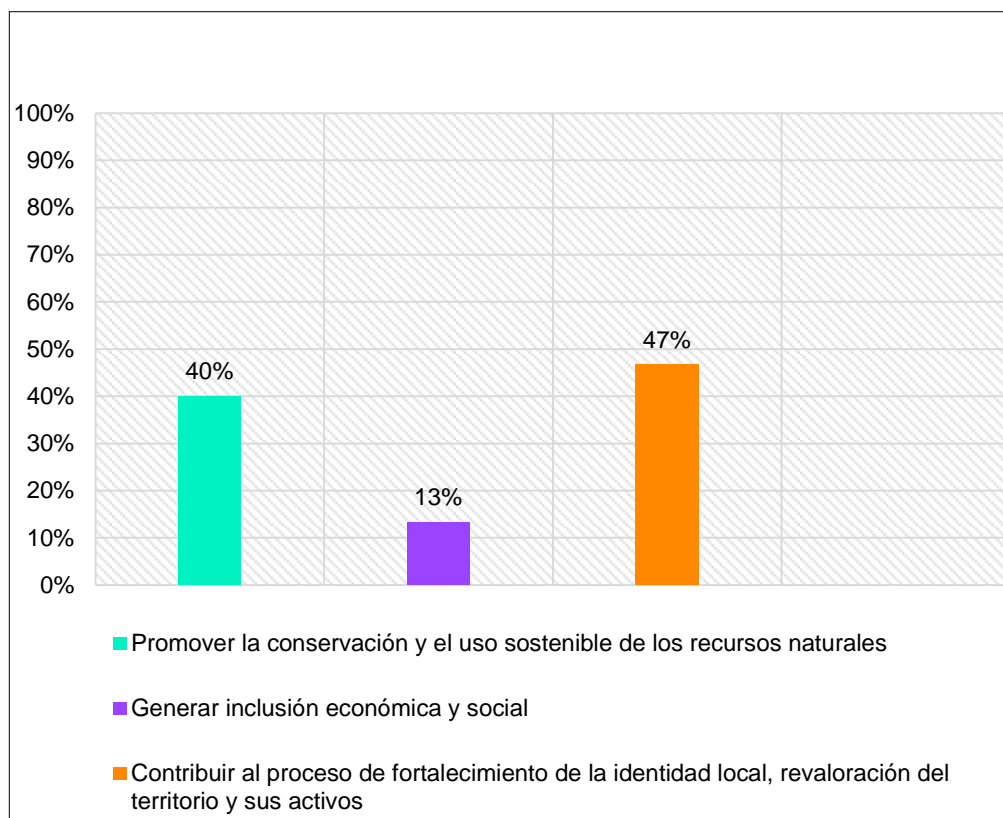


Fuente: propia.

El gráfico nos muestra que el 47% de los Lodges contribuyen en el proceso de fortalecimiento de la identidad local, revalorización del territorio y sus activos, el 40% promueven la conservación y el uso sostenible de los recursos naturales, y el 13% genera inclusión económica y social.

Gráfico N° 2

Las acciones a favor de la comunidad que realizan las empresas

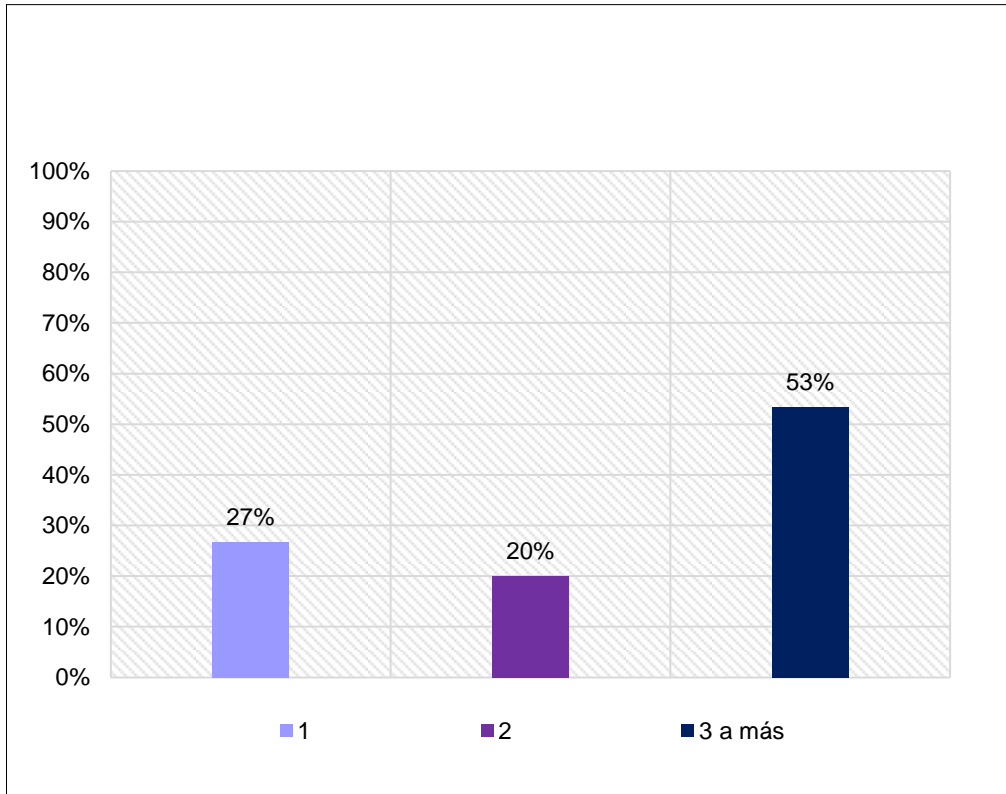


Fuente: propia.

El gráfico nos muestra que el 53% de los Lodges tienen implementados de 3 a más proyectos en beneficio de las comunidades rurales, el 27% solo tiene 1, y el 20% tienen 2 proyectos.

Gráfico N° 3

Proyectos que tienen implementados las empresas en beneficio de las comunidades rurales

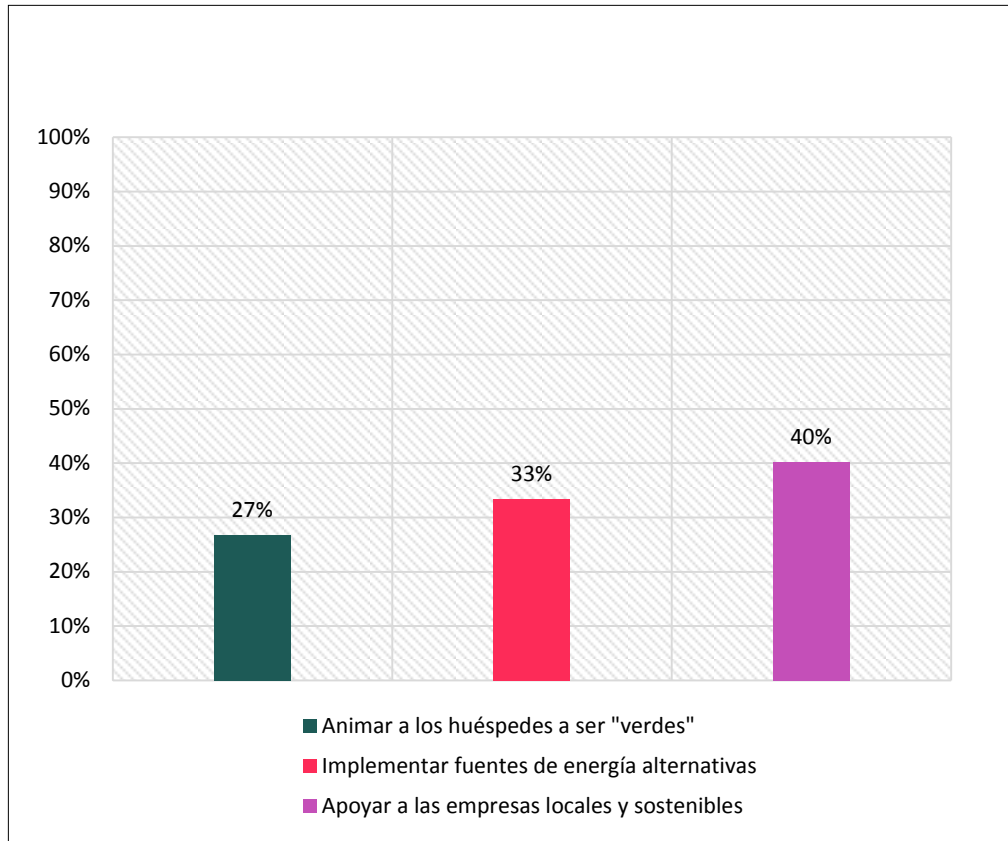


Fuente: propia.

El gráfico nos muestra que el 40% de los Lodges tienen como política ambiental apoyar a las empresas locales y sostenibles, el 33% implementan fuentes de energía alternativas, y el 27% se enfoca en animar a los huéspedes a ser "verdes".

Gráfico N° 4

Las políticas ambientales implementadas en las empresas

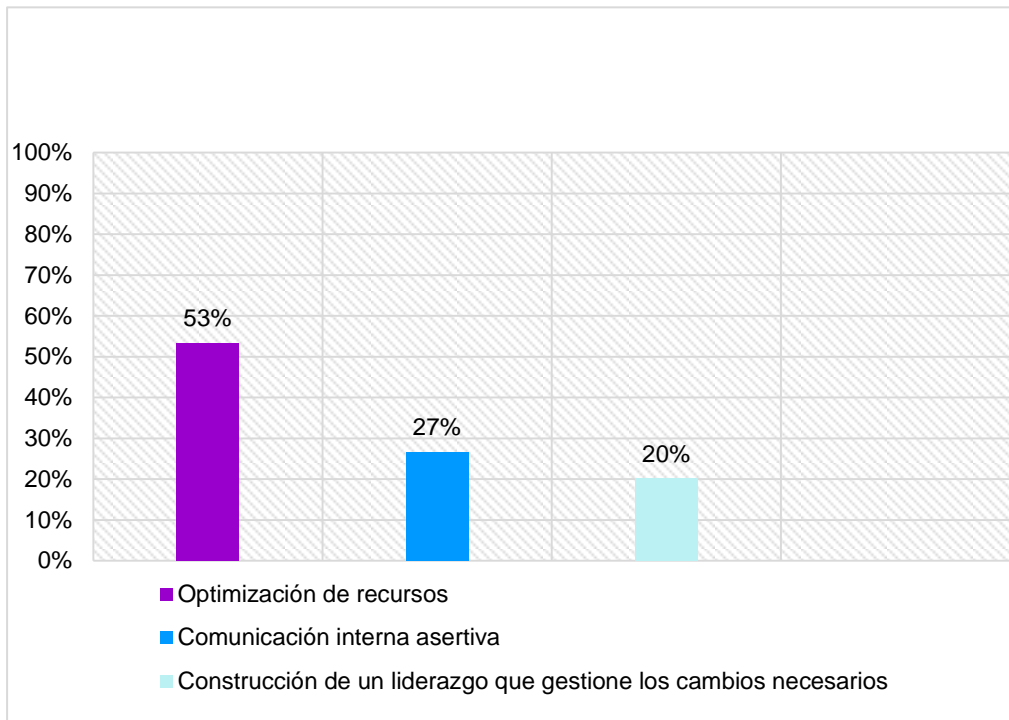


Fuente: propia.

El gráfico nos muestra que el 53% de los Lodges describen la gestión interna mediante la optimización de recursos, el 27% utiliza la comunicación interna asertiva, y el 20% construyen un liderazgo que gestione los cambios necesarios.

Gráfico N° 5

Gestión interna que realiza la empresa involucrando al personal en las políticas ambientales

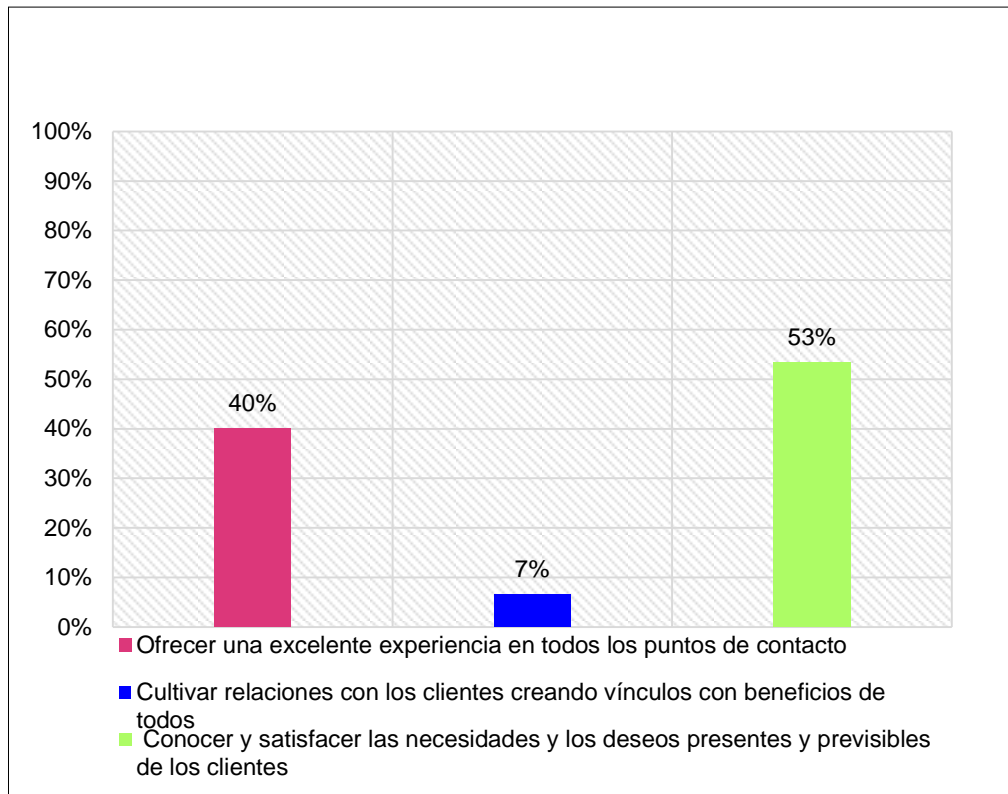


Fuente: propia.

El gráfico nos muestra que el 53% de los Lodges conocen y satisfacen las necesidades y los deseos presentes y previsible de los clientes, el 40% ofrecen una excelente experiencia en todos los puntos de contacto, y el 7% cultivan relaciones con los clientes creando vínculos con beneficios de todos.

Gráfico N° 6

Enfoque a la relación empresa y clientes turistas

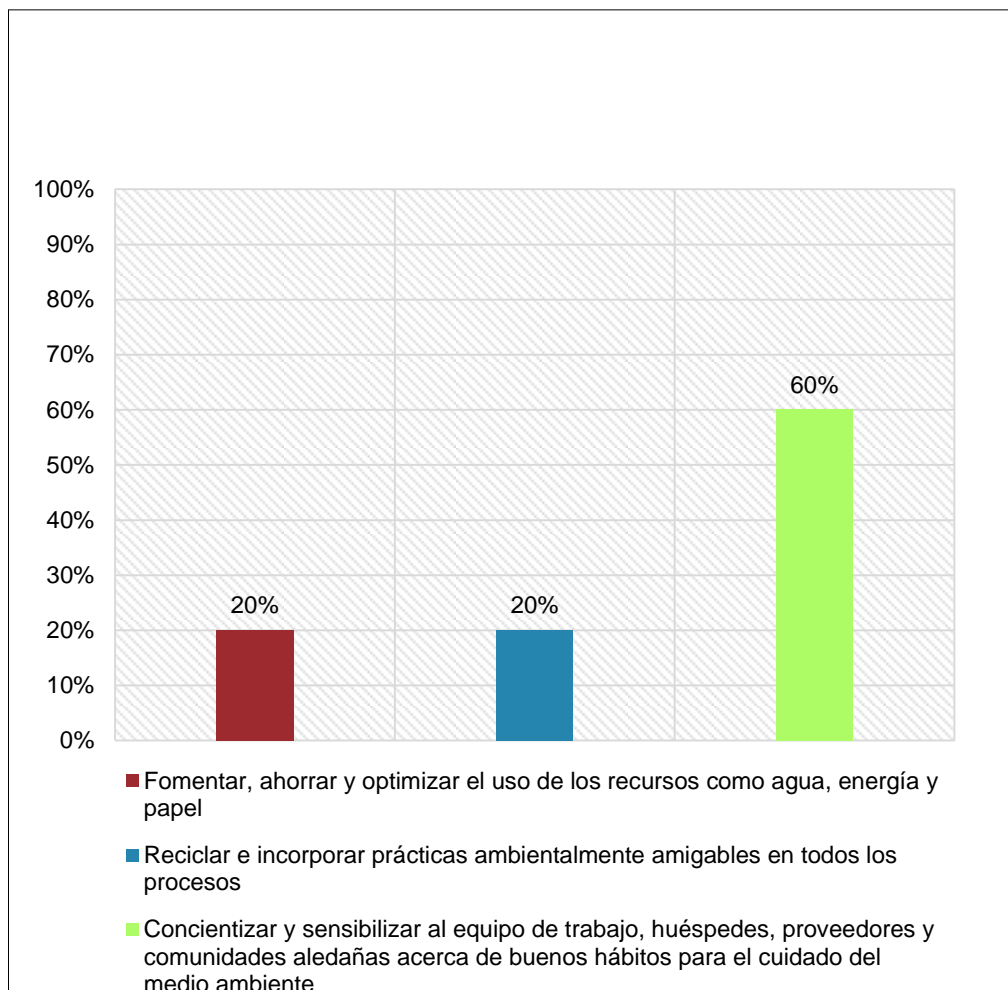


Fuente: propia.

El gráfico nos muestra que el 60% de los Lodges concientizan y sensibilizan al equipo de trabajo, huéspedes, proveedores y comunidades aledañas acerca de buenos hábitos para el cuidado del medio ambiente, el 20% fomentan, ahorran y optimizan el uso de los recursos como agua, energía y papel, y el 20% reciclan e incorporan prácticas ambientalmente amigables en todos los procesos.

Gráfico N° 7

Las políticas de sostenibilidad implementados en la empresa a favor de la conservación del medio ambiente

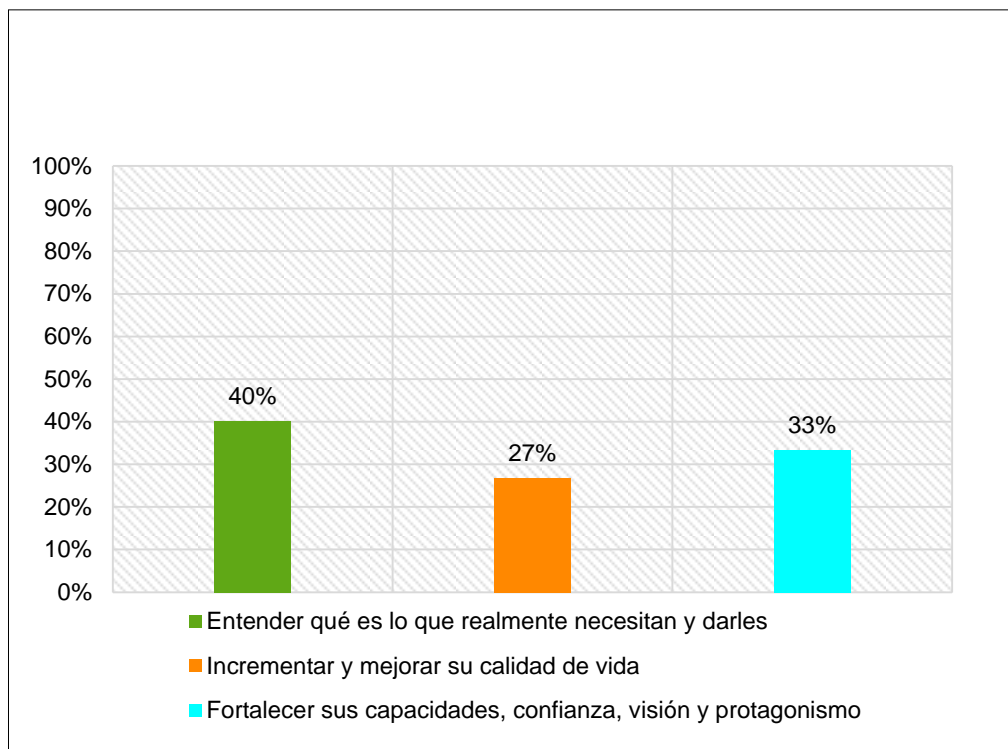


Fuente: propia.

El gráfico nos muestra que el 40% de los Lodges buscan empoderar a la población para impulsar cambios positivos en sus comunidades entendiendo qué es lo que realmente necesitan para poder darles estrategias y así logren sus metas y objetivos, el 33% buscan fortalecer sus capacidades, confianza, visión y protagonismo, y 27% buscan incrementar y mejorar su calidad de vida.

Gráfico N° 8

Empoderamiento de la población local para impulsar cambios positivos en sus comunidades

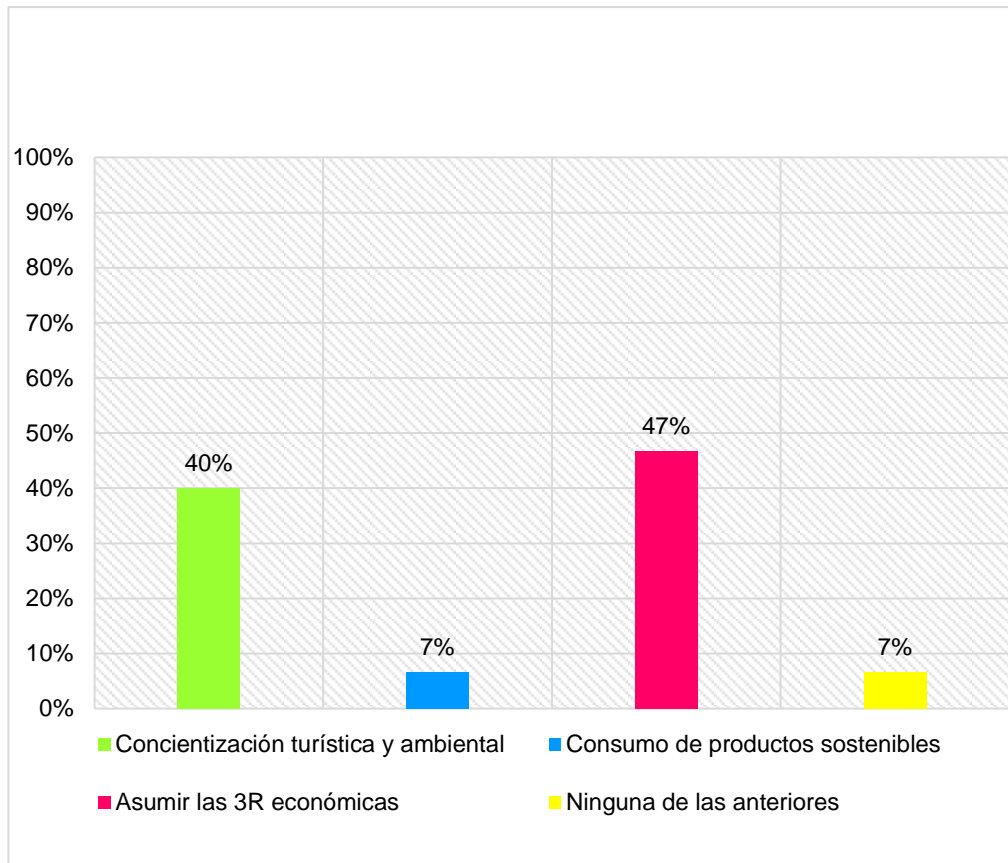


Fuente: propia.

El gráfico nos muestra que el 47% de los Lodges ayudan a conservar los recursos naturales y culturales asumiendo las 3R ecológicas, el 40% mediante la concientización turística y ambiental, el 7% consumiendo productos sostenibles, y el 7% ninguna de las anteriores.

Gráfico N° 9

La empresa ayuda a conservar los recursos naturales y culturales

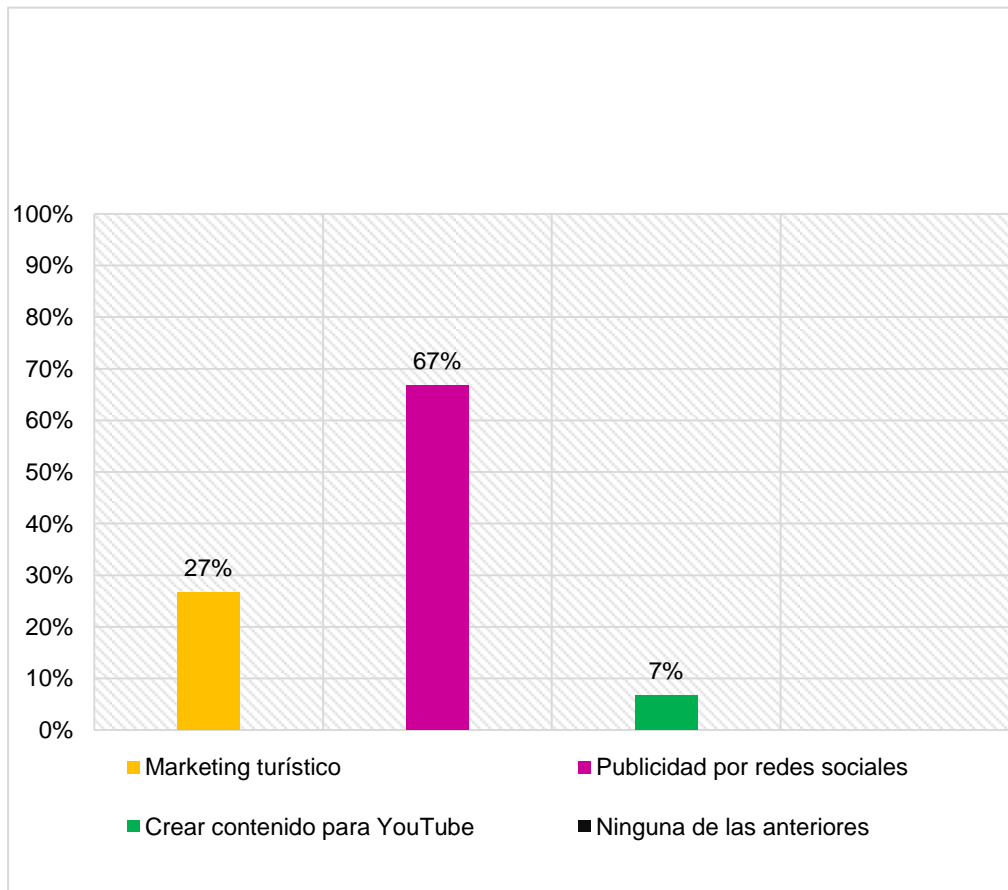


Fuente: propia.

El gráfico nos muestra que el 67% de los Lodges utiliza publicidad por redes sociales para promocionar un destino turístico sostenible, el 27% marketing turístico, y el 7% crea contenido para Youtube.

Gráfico N° 10

Estrategias de marketing que utiliza la empresa para promocionar un destino turístico sostenible

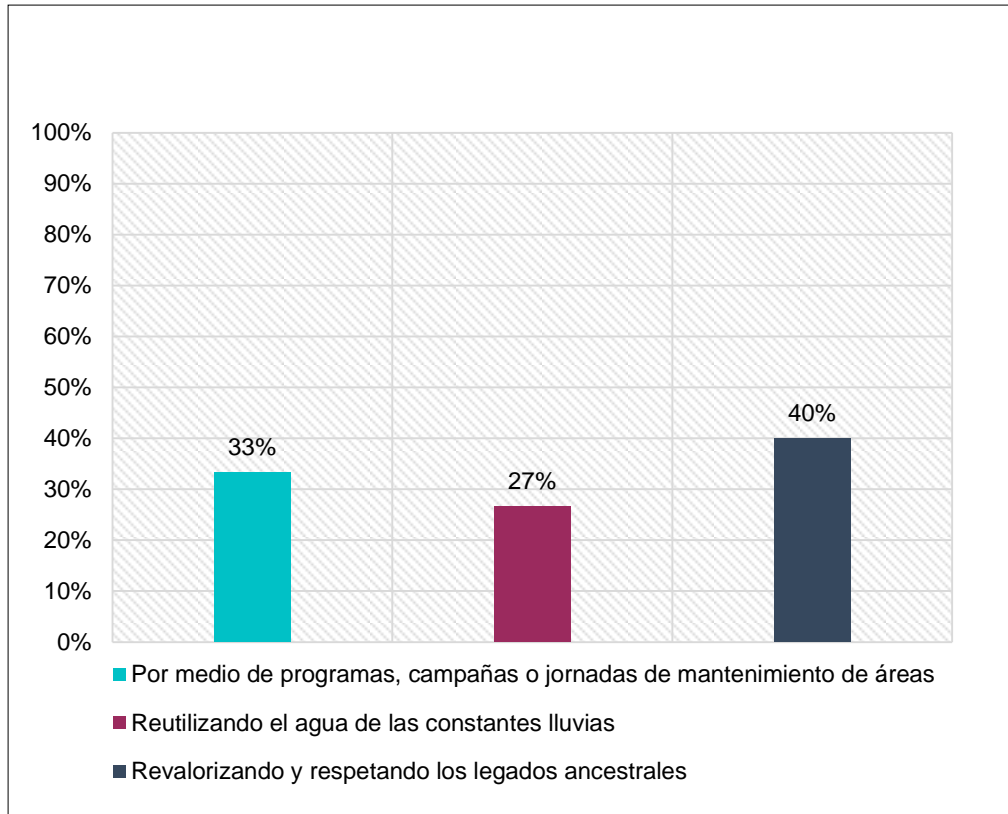


Fuente: propia.

El gráfico nos muestra que el 40% de los Lodges apoyan a la conservación de los recursos naturales y culturales revalorizando y respetando los legados ancestrales, el 33% por medio de programas, campañas o jornadas de mantenimiento de áreas, y el 27% reutilizando el agua de las constantes lluvias.

Gráfico N° 11

Apoyan a la conservación de los recursos naturales y culturales

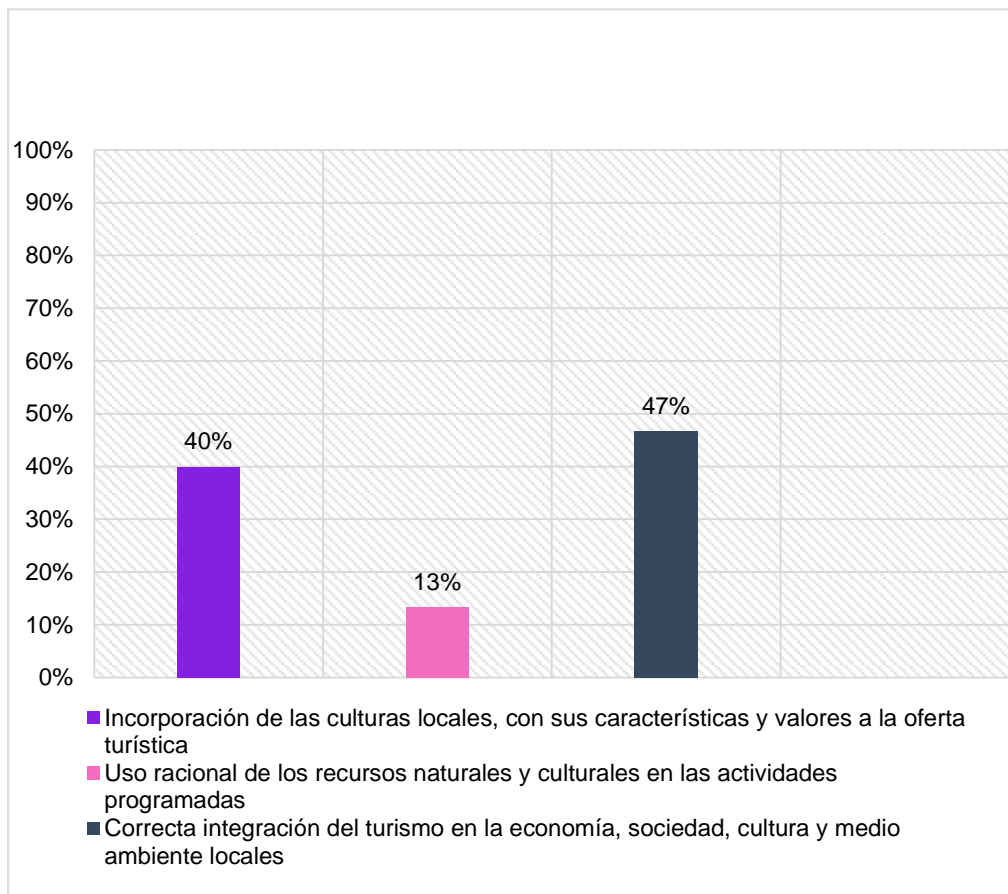


Fuente: propia.

El gráfico nos muestra que el 47% de los Lodges buscan involucrar a los locales en la planificación turística con la correcta integración del turismo en la economía, sociedad, cultura y medio ambiente locales, el 40% incorporando a las culturas locales, con sus características y valores a la oferta turística, y el 13% haciendo el uso racional de los recursos naturales y culturales en las actividades programadas.

Gráfico N° 12

Involucramiento de las comunidades locales en la planificación turística



Fuente: propia.

CAPITULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En su tesis *Propuesta para la creación de una fundación observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas en Cuenca*. Concluye que, las políticas de la RSE fomentan la creatividad y el desempeño de las empresas con la sociedad promoviendo la proyección social, el diálogo y la participación ciudadana, acudiendo a resolver problemas, implementando estrategias de negocio para todos sus stakeholders. (Alvarez, 2018).

En su tesis *Análisis de la responsabilidad social empresarial en los Hoteles de tres estrellas de la ciudad de Arequipa, 2018*. Concluye que, la responsabilidad ético-institucional en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Arequipa según los resultados de medias y promedios, es alta. Los resultados arrojan una media considerable en cuanto la información detallada de los productos y servicios, a los clientes. Así mismo, señalan que existe canales de comunicación. (Uyen, 2018).

La tesis concluye que, el propósito es poner en práctica el desarrollo sostenible en las comunidades, es definir proyectos viables que permitan aprovechar estos aspectos: económico, social, y ambiental; es decir, "tres pilares" que deben ser tenidos en cuenta tanto por las empresas, como por las comunidades y las demás personas.

Se demuestra la importancia de trabajar con la sostenibilidad, el plan estratégico que utilizan para cooperar en equipo con todos los involucrados, con el objetivo de beneficiarse positivamente dentro de los tres pilares. Por ende, debemos entender que el desarrollo sostenible requiere un enfoque multidisciplinario y multisectorial, busca asegurar que la generación presente y las generaciones futuras puedan satisfacer sus necesidades más básicas.

CONCLUSIONES

La presente investigación tuvo como objetivo explicar la relación entre la responsabilidad social empresarial y la gestión de las empresas turísticas en beneficio de las comunidades rurales de Iquitos, 2022:

- a. El propósito de poner en práctica el desarrollo sostenible en las comunidades, es definir proyectos viables que permitan aprovechar estos aspectos: económico, social, y ambiental; es decir, tres pilares que deben ser tenidos en cuenta tanto por las empresas, como por las comunidades y las demás personas.
- b. Al realizar las encuestas a los lodges correspondientes, nos demuestran la importancia de trabajar con la sostenibilidad, el plan estratégico que utilizan para cooperar en equipo con todos los involucrados, con el objetivo de beneficiarse positivamente dentro de los tres pilares. Por ende, debemos entender que el desarrollo sostenible requiere un enfoque multidisciplinario y multisectorial, busca asegurar que la generación presente y las generaciones futuras puedan satisfacer sus necesidades más básicas.
- c. En el sector turismo es importante realizar prácticas, la rentabilidad que brinda como desarrollo, por tanto, es fundamental realizar una estructura adecuada que nos permita seguir y así lograr los objetivos plasmados. Y una gran guía es el ISO 26000, que tiene como objetivo asesorar a las organizaciones y fomentar el desarrollo sostenible, lograr que las empresas conozcan y establezcan correctamente la Responsabilidad Social, al igual que esta adaptación no sea de exigencia, sino de forma natural y así se integre en la estructura de la organización, adaptándose a las necesidades de esta y progresando continuamente.
- d. Una de las empresas que mayor impacto obtuvo fue Explorama, teniendo en cuenta que tiene alrededor de 50 años en el mercado turístico, construyendo así 30 proyectos donde aplican el desarrollo sostenible. Su enfoque hacia las comunidades es brindar herramientas y estrategias, busca unir pequeños esfuerzos para contribuir con grandes metas. Crean alianzas para impulsar la sostenibilidad, por una mejora continua de todos los elementos que forman el medio ambiente: la naturaleza, los animales y las personas que habitan en el mismo. De esta manera ofrecer un turismo responsable para los turistas, brindando nuevas experiencias con nuestra cultura y naturaleza.

RECOMENDACIONES

Antes de finalizar con esta investigación, en base a los resultados y conclusiones que obtuvimos, hemos de sugerir algunas recomendaciones:

- a. Incentivar a las empresas turísticas (Lodges) a seguir considerando el desarrollo sostenible como una estrategia política aplicable para seguir educando por un mejor futuro sustentable, fortalecer, mejorar la calidad de vida y el desenvolvimiento de las comunidades rurales que son pieza clave y fundamental para el producto turístico en nuestra ciudad.
- b. Definir políticas para el desarrollo sostenible en conjunto y en todo momento con las comunidades cercanas para prevenir y erradicar los problemas ambientales que afectan nuestros recursos, tanto culturales como ambientales, de tal manera que se logren soluciones eficaces para que las próximas generaciones no se vean afectadas.
- c. Seguir poniendo en práctica las normas del ISO 26000 para que de una u otra manera sigan orientándose en el camino hacia la sostenibilidad, interviniendo activamente en la aplicación de aquellas normas de protección de los intereses que representamos, entre ellos el medio ambiente, que se está viendo afectado con el pasar de los años y que es uno que hay que proteger.
- d. Comprometer a las demás empresas turísticas a revalorizar nuestros legados ancestrales y trabajar arduamente para lograr una mejor conciencia turística y ambiental no solo con los turistas que nos vienen a visitar, sino también con la población local que es parte de la oferta turística.

BIBLIOGRAFÍA

- Alvarez, P. (2018). *Prouesta para la creación de una fundación observatorio de responsabilidad social con empresas turísticas en Cuenca*. Cuenca, Ecuador.
- Andrés, J. M., & Torre, M. G. (s.f.). *Las Buenas Prácticas Ambientales en Turismo*.
- Barut, J. (19 de 09 de 2019). *Braintrust*. Obtenido de Braintrust:
<https://www.braintrust-cs.com/empresa-turistica-conocer-clientes/>
- Boatright, J. (2000). *Ethics and the Conduct of Business*,. 3rd Edition. Prentice Hall, Upper .
- Cajiga, J. (2019). *El Concepto de Responsabilidad Social*. Mexico: Camefi-Editorial Mexico.
- Calderon, C. E., & Izquierdo Gonzales de Cabellos, M. d. (2019). *Nivel de Responsabilidad Social de la Empresa de Turismo Sulluscocha-Lodge, Cajamarca, 2019*. Cajamarca, Perú.
- Calderón, J. F. (2002). *El Concepto de Responsabilidad Empresarial*. México.
- Caro, F., Acosta, J. A., Francisco, O., & Castellanos, M. (2015). *Turismo, Desarrollo Sostenible y Percepción de los Stakeholders*.
- Carton, M. (11 de 2020). *Ambconservation*. Obtenido de Ambconservation:
https://Org/Conservaci%C3%B3n_ambiental
- Castilla, C. M. (2019). *Responsabilidad social empresarial de Xima Hotels de la ciudad del Cusco 2019*. Cusco, Perú.
- CONSUDE. (2004).
- Corrales, M. (15 de 04 de 2019). *AmbientaPo*. Obtenido de AmbientalPo:
https://Po%C3%ADtica_ambiental#cite_note-1
- Digman, L. (2019). *Strategic Managemet, Concepts, Decisions and Cases*. En J. Rossier, *El control de gestión en la empresa*. Obtenido de
<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/6759/09CAP3V3.pdf>
- Elegano, D. (13 de 06 de 2020). *Entrenamiento y Gestión*. Obtenido de Entrenamiento y Gestión:
<https://www.entrenamientoygestion.com/capacitacion-gestion-empresarial/gestion-interna/>
- Fajardo, C. (2018). *Responsabilidad Social empresarial en Ecuador*. Ecuador.
- Ferguson, A. (1998). *¿Puede el desarrollo propiciar el empoderamiento y la liberación de las mujeres?*
- FRIEDMAN, M. (1970). *The social responsibility of business is to increase its profits*.

- García, L. E., & Restrepo, A. C. (2015). *Desarrollo Humano y Social en las Prácticas Ambientales de los graduados de la maestría en Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente*.
- Gracia, A. (07 de 04 de 2014). *Escuela de Organización Industrial* . Obtenido de Escuela de Organización Industrial : <https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2014/04/07/la-responsabilidad-social-empresarial-rse/>
- Gustavo, Y., & Peña , F. (2007). *Responsabilidad Social Empresarial Fundamentos y Aplicaciones en las organizaciones de hoy*.
- Gutiérrez, E. (2007). *De las Teorías del Desarrollo al Desarrollo Sustentable*.
- GUTIERREZ, J. C. (2020). *La responsabilidad Social y la sostenibilidad empresarial en los colaboradores del centro de entretenimiento y convenciones Atlantic City de Miraflores, Lima año 2020*. Lima, Perú.
- HUANACUNE, E. R. (2019). *La Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial Influye en la Satisfacción Laboral de los Trabajadores de Southern Perú, 2019*. Tacna, Perú.
- ISO, 2. (2010). *Guía de Responsabilidad Social*.
- J, C., & Morales, M. (2008). *Responsabilidad Social Empresarial. Santiago: departamento Control de gestión y Sistemas de información de la Facultad de Economía y negocios de la universidad de Chile*.
- Mendieta, J. (2012). *Economía ambiental*.
- MINCETUR. (2009). *Ley General del Turismo N° 29408*. Lima, Perú.
- Miranda, D. D. (2018). *La Práctica de la Responsabilidad Social Empresarial en el Sector Turístico. Estudio de casos en Empresas Turística Hoteleras de la Ciudad de Santa Marta, Colombia*. Santa Marta, Colombia.
- Múñoz, E., & Torres, G. (2015). *Potencial Turístico de la Microcuenca*.
- Picazzo, E., Gutiérrez , E., Infante, J., & Cantú, P. (2009). *La teoría del Desarrollo Humano y sustentable: Hacia el reforzamiento de la salud como un derecho y libertad Universal*. Nuevo León.
- Porter, M., & M. Kramer. (2018). *Enfoque de la Responsabilidad Social*. En K. Jáuregui, *Responsabilidad Social y Sostenibilidad Empresarial*.
- Quispe, G. (2020). *Responsabilidad social empresarial en las empresas privadas*. Lima.
- Rabinowitz, P. (20 de 08 de 2020). *Caja de Herramientas Comunitarias* . Obtenido de Caja de Herramientas Comunitarias : <https://ctb.ku.edu/es/tabla-de-contenidos/valoracion/promocion-estrategias/desarrollo-comunitario/principal>
- República, C. d. (1992). *Ley General de Comunidades Campesinas N° 24656*. Lima, Perú.

- República, C. d. (2002). *Ley N° 27790 Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo*. Lima, Perú.
- Rivera, A. (2019). *Guía de buenas prácticas para asociaciones juveniles implantación del sistema de gestión ambiental*. Madrid. Recuperado el 03 de 10 de 2021, de https://redambientalinteruniversitaria.files.wordpress.com/2018/02/9experiencia_unalm.pdf
- Rojas, C. (23 de 04 de 2018). *La Opinión* . Obtenido de La Opinión: <https://laopinion.com/2014/04/15/buenas-acciones-en-tu-comunidad/>
- Sacerio, E. (10 de 09 de 2018). *La comunicación Promocional*. Obtenido de La comunicación Promocional: <https://www.clientes-empresa-turistica/clientes-empresa-turistica2.shtml>
- Santo, D. D. (2011). La planificación estratégica en espacios turísticos de interior.
- Stay, J. (23 de 05 de 2019). *Natural Recurso Conservación*. Obtenido de Natural Recurso Conservación: <https://www.nrcs.usda.gov/wps/portal/nrcs/detailfull/pa/about/outreach/?cid=nrcseprd1205208>
- Toro, G., Pico, L., Galán, M., Rozo, E., & Suescún, H. (2015). La planificación turística desde el enfoque de la competitividad: Caso Colombia.
- Urbina, D. (2019). *Análisis de la gestión hotelera y el impacto de las nuevas tendencias sostenibles en el distrito de Tambopata, Madre de Dios, 2019*. Tambopata.
- Uyen, E. (2018). *Análisis de la responsabilidad social empresarial en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Arequipa, 2018*. Arequipa.
- Vargas, J. (2008). *Análisis Crítico de las teorías del desarrollo económico*. México.

ANEXO 01: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Buenos días/Buenas tardes, me encuentro realizando una encuesta de “Responsabilidad social empresarial y la gestión de las empresas turísticas en beneficio de las comunidades rurales de Iquitos, 2022” para lo cual solicito su colaboración a usted responder las siguientes preguntas:

Datos generales:

1. Tiempo en el mercado turístico.
 - a. Menos de 5 años ()
 - b. Más de 10 años ()
 - c. De 10 años a más ()

2. ¿Cuáles son las acciones a favor de la comunidad que realiza la empresa? ()
 - a. Promover la conservación y el uso sostenible de los recursos naturales ()
 - b. Generar inclusión económica y social ()
 - c. Contribuir al proceso de fortalecimiento de la identidad local, la revaloración del territorio y sus activos ()

3. ¿Cuántos proyectos tiene implementado la empresa en beneficio de las comunidades rurales?
 - a. 1 ()
 - b. 2 ()
 - c. 3 a más ()

4. ¿Cuáles son las políticas ambientales implementadas en la empresa?
 - a. Animar a los huéspedes a ser “verdes” ()
 - b. Implementar fuentes de energía alternativas ()
 - c. Apoyar a las empresas locales y sostenibles ()

5. ¿Cómo describe la gestión interna que realiza la empresa involucrando al personal en las políticas ambientales?

- a. Optimización de recursos ()
 - b. Comunicación interna asertiva ()
 - c. Construcción de un liderazgo que gestione los cambios necesarios ()
6. ¿Cuál es el enfoque a la relación empresa y clientes turistas?
- a. Ofrecer una excelente experiencia en todos los puntos de contacto ()
 - b. Cultivar relaciones con los clientes creando vínculos con beneficios de todos ()
 - c. Conocer y satisfacer las necesidades y los deseos presentes y previsibles de los clientes ()
7. ¿Cuáles son las políticas de sostenibilidad implementadas en la empresa a favor de la conservación del medio ambiente?
- a. Fomentar, ahorrar y optimizar el uso de los recursos como agua, energía y papel ()
 - b. Reciclar e incorporar prácticas ambientalmente amigables en todos los procesos ()
 - c. Concientizar y sensibilizar al equipo de trabajo, huéspedes, proveedores y comunidades aledañas acerca de buenos hábitos para el cuidado del medio ambiente ()
8. ¿Cómo buscan empoderar a la población local para impulsar cambios positivos en sus comunidades?
- a. Entender qué es lo que realmente necesitan y darles estrategias para lograr sus metas y objetivos ()
 - b. Incrementar y mejorar su calidad de vida ()
 - c. Fortalecer sus capacidades, confianza, visión y protagonismo ()
9. ¿Cómo la empresa ayuda a conservar los recursos naturales y culturales?
- a. Concientización turística y ambiental ()
 - b. Consumo de productos sostenibles ()

- c. Asumir las 3R ecológicas ()
10. ¿Qué estrategias de marketing utiliza la empresa para promocionar un destino turístico sostenible?
- a. Marketing turístico ()
 - b. Publicidad por redes sociales ()
 - c. Crear contenido para YouTube ()
11. ¿Cómo apoyan a la conservación de los recursos naturales y culturales?
- a. Por medio de programas, campañas o jornadas de mantenimiento de áreas ()
 - b. Reutilizando el agua de las constantes lluvias ()
 - c. Revalorizando y respetando los legados ancestrales ()
1. ¿Cómo buscan involucrar a los locales en la planificación turística?
- a. Incorporación de las culturas locales, con sus características y valores a la oferta turística ()
 - b. Uso racional de los recursos naturales y culturales en las actividades programadas ()
 - c. Correcta integración del turismo en la economía, sociedad, cultura y medio ambiente locales ()
 - d. Adecuada satisfacción de la demanda turística ()

Anexo N° 02: Matriz de Consistencia

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variable	Indicador	Índice
<p>General:</p> <p>¿Cuál es la relación entre la Responsabilidad social empresarial y la gestión de las empresas turísticas para el beneficio de las comunidades rurales Iquitos, año 2022?</p> <p>Específicos:</p> <p>a) ¿Cómo es la relación entre la responsabilidad social y la gestión de las empresas turísticas en la ciudad de Iquitos año 2022?</p> <p>b) ¿Por qué explicar la importancia de la Responsabilidad Social empresarial y la gestión de las empresas turísticas en beneficio de las comunidades rurales año 2022?</p> <p>c) ¿Cuáles son los beneficios de las empresas turísticas al implementar un área de responsabilidad social empresarial?</p>	<p>General:</p> <p>Explicar la relación entre la Responsabilidad social empresarial y la gestión de las empresas turísticas en beneficio de las comunidades rurales de Iquitos, 2022.</p> <p>Específicos:</p> <p>a) Analizar la relación entre la responsabilidad social y la gestión de las empresas turísticas en la ciudad de Iquitos año 2022.</p> <p>b) Explicar la importancia de la Responsabilidad Social empresarial y la gestión de las empresas turísticas en beneficio de las comunidades rurales año 2022.</p> <p>c) Explicar cuáles son los beneficios de las empresas turísticas al implementar un área de responsabilidad social empresarial.</p>	<p>General</p> <p>Si existe relación entre la Responsabilidad social empresarial y la gestión de las empresas turísticas en beneficio de las comunidades rurales de Iquitos, 2022.</p> <p>Específicos</p> <p>a) Si existe relación entre la responsabilidad social y la gestión de las empresas turísticas en la ciudad de Iquitos año 2022.</p> <p>b) La Responsabilidad social empresarial y la gestión de las empresas turísticas si existe beneficio en las comunidades rurales.</p> <p>c) Si existen beneficios de las empresas turísticas al implementar un área de responsabilidad social empresarial.</p>	<p>Responsabilidad</p> <p>Social</p> <p>Empresarial</p>	Acciones en favor de la comunidad	Integrar las comunidades en los proyectos
				Implementación de proyectos	Número de proyectos
				Implementación de políticas ambientales	Identificar las políticas ambientales
				Gestión interna de las empresas	Involucrar al personal en políticas ambientales
				Relación empresa y clientes turistas	Competitividad turística
				Políticas de sostenibilidad	Acciones en favor de conservación del medio ambiente
				Empoderamiento de la población local	Generar ingresos económicos directos e indirectos
				Conservación y promoción de un destino turístico	Conservación de los recursos en peligro de extinción
					Promocionar un destino turístico sostenible
				Apoyo de la conservación de los recursos naturales y culturales	Capacitación en temas de conservación
Involucrar a las locales en la planificación turística	Trabajo articulado empresa - comunidad				

Fuente: propia.