



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA
SECCIÓN DE POSGRADO

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA SOSTENIBILIDAD
EMPRESARIAL EN LOS COLABORADORES DEL CENTRO DE
ENTRETENIMIENTO Y CONVENCIONES ATLANTIC CITY DE
MIRAFLORES, LIMA AÑO 2020

PRESENTADA POR
JUAN CESAR PALOMINO GUTIERREZ

ASESORA
MARÍA DE LAS MERCEDES ELIZABETH VIGO GÁLVEZ

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN
GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

LIMA – PERÚ

2021



**Reconocimiento - No comercial - Compartir igual
CC BY-NC-SA**

El autor permite entremezclar, ajustar y construir a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
SECCIÓN DE POSGRADO DE TURISMO Y HOTELERÍA**

**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA SOSTENIBILIDAD
EMPRESARIAL EN LOS COLABORADORES DEL CENTRO DE
ENTRETENIMIENTO Y CONVENCIONES ATLANTIC CITY DE
MIRAFLORES, LIMA AÑO 2020.**

**TESIS PARA OPTAR
EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN GESTIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**PRESENTADO POR:
JUAN CESAR PALOMINO GUTIERREZ**

**ASESOR:
MBA. MARÍA DE LAS MERCEDES ELIZABETH VIGO GÁLVEZ**

LIMA, PERÚ

2021

DEDICATORIA

A mi familia y en especial a mi madre, por su presencia en todo momento en cada etapa de mi vida.

AGRADECIMIENTOS

A mi asesor por el apoyo constante y sus aportes para mejorar y culminar mi investigación.

A las autoridades y docentes de mi Casa Superior de Estudios.

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Pág.
PORTADA	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
ÍNDICE DE CONTENIDO	iv
ÍNDICE DE TABLAS	vi
ÍNDICE DE FIGURAS	viii
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
INTRODUCCIÓN	xii
CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO	18
1.1 Antecedentes de la Investigación	18
1.2 Bases Teóricas	20
1.3 Definición de Términos Básicos.....	38
CAPÍTULO II HIPÓTESIS Y VARIABLES	40
2.1 Formulación de Hipótesis Principal y Derivadas	40
2.2 Variables y Definición Operacional	40
CAPÍTULO III METODOLOGÍA	42
3.1 Diseño Metodológico	42
3.2 Técnicas de Recolección de Datos.....	44
3.3 Técnicas Estadísticas para el Procesamiento de la Información	46
3.3.1 Técnicas	46
3.3.2. Instrumentos	46
3.4. Procesamiento de la Información.....	46

3.5 Aspectos Éticos	48
CAPÍTULO IV. RESULTADOS	49
4.1 Análisis de los Resultados Cuantitativos	49
4.2 Prueba de Hipótesis.....	76
CAPÍTULO V. DISCUSIÓN.....	88
CAPÍTULO VI. PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y CORPORATIVA PARA EL CENTRO DE ENTRETENIMIENTO Y CONVENCIONES ATLANTIC CITY DE MIRAFLORES.....	90
CONCLUSIONES	97
RECOMENDACIONES	98
FUENTES DE INFORMACIÓN	99
ANEXOS	102
Anexo 1. Matriz de Consistencia	103
Anexo 2: Encuesta	104
Anexo 3. Informe De Opinión De Expertos	107

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Llegada de turistas internacionales	xiii
Tabla 2.	Operacionalización de las variables	41
Tabla 3.	Distribución de población	42
Tabla 4.	Distribución de la muestra	43
Tabla 5.	Estadístico de confiabilidad general	44
Tabla 6.	¿Sabe en qué consiste la gestión de responsabilidad social empresarial en la empresa?	49
Tabla 7.	¿En la empresa se realiza un manejo responsable de sus actividades y procesos?	50
Tabla 8.	¿Se tiene en cuenta al talento humano con que cuenta la empresa al formular sus planes y programas?.....	51
Tabla 9.	¿Se tiene en cuenta la situación de los empleados en lo que se refiere a motivación, ambiente laboral, rendimiento laboral, remuneraciones, etc.....	52
Tabla 10.	En la empresa se aplican o practican principios éticos	53
Tabla 11.	Existe un ambiente de calma y tranquilidad para los empleados de la empresa	54
Tabla 12.	¿En la diversas actividades y acciones que se desarrollan en la empresa se refleja un apropiado comportamiento ético y respeto a las personas?	55
Tabla 13.	¿Considera usted que las acciones y actividades de RSE que desarrolle la empresa le permitirán lograr la consolidación de la imagen y marca en el sector turístico?	56
Tabla 14.	¿Considera usted que se respetan las normas en la empresa?	57
Tabla 15.	Las políticas de la empresa ponen énfasis en la aplicación de buenas prácticas empresariales.....	58
Tabla 16.	Se fomenta el respeto mutuo y a la integridad moral de los empleados en la empresa	59
Tabla 17.	Los empleados de la empresa manejan el conocimiento del entorno laboral o de su cargo.....	60
Tabla 18.	Se les permite a los trabajadores demostrar sus habilidades y destrezas.....	61

Tabla 19.	La empresa cuenta con recursos financieros necesarios para el desarrollo de sus actividades	62
Tabla 20.	La empresa tiene buenas relaciones con sus stakeholders	63
Tabla 21.	Se generan oportunidades de negocio en la empresa	64
Tabla 22.	Se logran cubrir las demandas de los clientes	65
Tabla 23.	La empresa está organizada de manera eficiente.....	66
Tabla 24.	La organización de la empresa obedece a las necesidades del mercado	67
Tabla 25.	Conoce los principios de desarrollo sostenible.....	68
Tabla 26.	Se aplican en la empresa los principios de desarrollo sostenible	69
Tabla 27.	Se tiene en cuenta el bienestar del talento humano en la empresa	70
Tabla 28.	Es reconocido el talento humano de la empresa.....	71
Tabla 29.	Conoce sus stakeholders	72
Tabla 30.	Sabe cómo obtener información de sus stakeholders.....	73
Tabla 31.	La empresa ha logrado alguna ganancia en el último período	74
Tabla 32.	Con las actividades que realiza la empresa actualmente puede lograr algún tipo de rentabilidad	75
Tabla 33.	Cruzada 1.....	78
Tabla 34.	Cruzada 2.....	81
Tabla 35.	Cruzada 3.....	84
Tabla 36.	Cruzada 4.....	87

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Impacto de la crisis en planes de viaje o turismo.	xiv
Figura 2.	Evolución de la responsabilidad social.	21
Figura 3.	Evolución de la responsabilidad social en el mundo.	25
Figura 4.	Naturaleza de la responsabilidad social.	26
Figura 5.	Beneficios de la responsabilidad social empresarial.	29
Figura 6.	Ventajas de la responsabilidad social empresarial.	31
Figura 7.	Modelo de sostenibilidad empresarial.	32
Figura 8.	Sostenibilidad empresarial.	33
Figura 9.	Relación de las variables de investigación.	491
Figura 10.	La gestión de responsabilidad social empresarial en la empresa.	49
Figura 11.	En la empresa se realiza un manejo responsable de sus actividades y procesos.	50
Figura 12.	Se tiene en cuenta al talento humano con que cuenta la empresa al formular sus planes y programas.	51
Figura 13.	Se tiene en cuenta la situación de los empleados en lo que se refiere a motivación, ambiente laboral, rendimiento laboral, remuneraciones, etc.	52
Figura 14.	En la empresa se aplican o practican principios éticos.	53
Figura 15.	Existe un ambiente de calma y tranquilidad para los empleados de la empresa.	54
Figura 16.	En la diversas actividades y acciones que se desarrollan en la empresa se refleja un apropiado comportamiento ético y respeto a las personas.	55
Figura 17.	Considera usted que las acciones y actividades de RSE que desarrolle la empresa le permitirán lograr la consolidación de la imagen y marca en el sector turístico.	56
Figura 18.	Considera usted que se respetan las normas en la empresa.	57
Figura 19.	Las políticas de la empresa ponen énfasis en la aplicación de buenas prácticas empresariales.	58
Figura 20.	Se fomenta el respeto mutuo y a la integridad moral de los empleados en la empresa.	59

Figura 21.	Los empleados de la empresa manejan el conocimiento del entorno laboral o de su cargo.....	60
Figura 22.	Se les permite a los trabajadores demostrar sus habilidades y destrezas.....	61
Figura 23.	La empresa cuenta con recursos financieros necesarios para el desarrollo de sus actividades	62
Figura 24.	La empresa tiene buenas relaciones con sus stakeholders	63
Figura 25.	Se generan oportunidades de negocio en la empresa	64
Figura 26.	Se logran cubrir las demandas de los clientes	65
Figura 27.	La empresa está organizada de manera eficiente.....	66
Figura 28.	La organización de la empresa obedece a las necesidades del mercado	67
Figura 29.	Conoce los principios de desarrollo sostenible.....	68
Figura 30.	Se aplican en la empresa los principios de desarrollo sostenible	69
Figura 31.	Se tiene en cuenta el bienestar del talento humano en la empresa	70
Figura 32.	Es reconocido el talento humano de la empresa.....	71
Figura 33.	Conoce sus stakeholders	72
Figura 34.	Sabe cómo obtener información de sus stakeholders.....	73
Figura 35.	La empresa ha logrado alguna ganancia en el último período	74
Figura 36.	Con las actividades que realiza la empresa actualmente puede lograr algún tipo de rentabilidad	75

RESUMEN

El propósito del estudio fue determinar si la responsabilidad social influye en la sostenibilidad empresarial en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores-Lima. Se utilizó el diseño no experimental, el enfoque de la investigación fue el cuantitativo. Se aplicó un cuestionario de 27 preguntas a una muestra de 40 personas.

Los resultados obtenidos fueron: que el manejo responsable incide significativamente en el emprendimiento empresarial en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores- Lima; que el comportamiento ético influye significativamente en el desarrollo sostenible en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores-Lima; que las buenas prácticas empresariales influyen significativamente en el desarrollo económico en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores- Lima.

La hipótesis general determinar si la responsabilidad social influye en la sostenibilidad empresarial en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores-Lima, fue aceptada al aplicar el estadístico t-student que indican valores de significancia bilateral 0,000 que es menor que el valor de $p < 0,005$.

Palabras Clave: Responsabilidad social, Stakeholders, Sostenibilidad empresarial.

ABSTRACT

The purpose of the study was to determine if social responsibility influences business sustainability in employees of the Atlantic City Convention and Entertainment Center in Miraflores-Lima. The non-experimental design was used, the research focus was quantitative. A questionnaire of 27 questions was applied to a sample of 28 people.

The results obtained were: that responsible management has a significant impact on business entrepreneurship in the collaborators of the Atlantic City Convention and Entertainment Center in Miraflores-Lima; that ethical behavior significantly influences the sustainable development of the employees of the Atlantic City Entertainment and Convention Center in Miraflores-Lima; that good business practices significantly influence the economic development of the employees of the Atlantic City Entertainment and Convention Center in Miraflores-Lima.

The general hypothesis to determine if social responsibility influences business sustainability in the collaborators of the Atlantic City Entertainment and Convention Center of Miraflores-Lima, was accepted by applying the t-student statistic that indicates values of bilateral significance 0.000 that is less than the p value <0.005.

Key Words: Social responsibility, Stakeholders, Business sustainability.

INTRODUCCIÓN

El propósito del estudio fue determinar si la responsabilidad social influye en la sostenibilidad empresarial en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores-Lima.

A continuación, presentamos los contenidos por capítulos de la investigación:

Capítulo I. Se presentaron los antecedentes de la investigación, las bases teórico-científicas, la definición de términos básicos.

Capítulo II. Se presentaron la hipótesis de la investigación, las variables y la definición operacional.

Capítulo III. Se presentaron el diseño metodológico, el diseño muestral, las técnicas de recolección de datos, las técnicas de procesamiento de análisis de datos, los aspectos éticos.

Capítulo IV. Se presentaron los resultados.

Capítulo V. Se presentaron la discusión.

Capítulo VI. Se presentaron la propuesta.

Las conclusiones, las recomendaciones.

Se señalaron las fuentes de información y los apéndices correspondientes.

Descripción de la situación problemática

Dentro del sector turismo existen empresas que tienen un papel muy significativo en el desarrollo del país principalmente en el sector económico, pues son ellas las que a través de sus diversas operaciones comerciales y turísticas canalizan el ingreso de turistas al país, los mismos que generan divisas al país a través de sus diversas actividades y servicios que ofertan.

El dinamismo que ha generado la actividad turística ha sido muy importante para la economía de nuestro país, hasta antes de la pandemia originada por el COVID 19.

Las cifras respaldan esta afirmación pues en el año 2002 llegaron al país aproximadamente 1,3 millones de turistas extranjeros, mientras que para el año 2015 se estimó que arribaron más de 3,8 millones de turistas extranjeros. Llegando a los 4.4 millones de turistas extranjeros en el año 2019, tal como refiere Mincetur (2020), en la tabla y gráfico siguientes:

Tabla 1.

Llegada de turistas internacionales

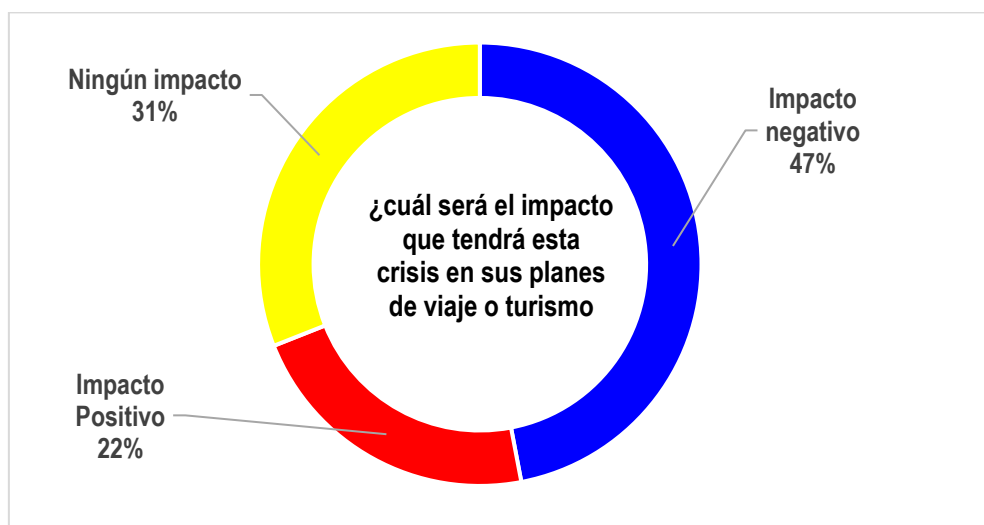
Año	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Cant. Millones	1,4	1,6	1,7	1,9	2,1	2,1	2,3	2,6	2,9	3,2	3,2	3,5	3,7	4,0	4,4	4,4

Fuente: Superintendencia Nacional de Migraciones - Mincetur (2020).

Como se puede apreciar la evolución fue muy favorable y en franco crecimiento en los últimos 15 años, hasta que lamentablemente el mundo se vio afectado por la propagación del virus COVID 19, que no solo afectó al Perú sino al mundo en general y a todos los sectores productivos. De acuerdo a un informe realizado por Promperú (2020), el impacto negativo en las actividades turísticas es del 56%, lo que significa un fuerte impacto en este sector económico que hasta la fecha no tiene una apertura muy amplia para sus actividades, recién en octubre del 2020 se han aperturado solo 8 frecuencias de vuelo para ciertos países, con lo que el estado pretende disminuir el impacto que pueda suceder en el turismo nacional que se encuentra paralizado en gran medida.

Figura 1.

Impacto de la crisis en planes de viaje o turismo.



Fuente: Promperú (2020).

En este sentido, las organizaciones empresariales de este importante sector económico, deben adaptarse a las nuevas tendencias de la globalización y a la forma actual de hacer negocios o generar valor en las empresas.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) cumple un rol importante; pues las empresas deben de orientar sus esfuerzos no solo a brindar servicios o a generar riqueza, sino que también deben tener en cuenta el desarrollo responsable y sostenible de sus negocios; es decir, que deben de adoptar decisiones preventivas para mitigar el impacto en la sociedad de sus actividades, en el talento humano, en el medio ambiente, en la sociedad, en sus productos o servicios, en sus clientes, en general ante todo su entorno.

Asimismo, se debe tener presente el desempeño social que debe tener la empresa para con la sociedad y su entorno, principalmente; es decir, que se debe establecer o formular programas de actividades que se orientan a dar una mejor la calidad de vida a personas o comunidades que pueden verse afectadas con el desarrollo de la empresa y sus actividades empresariales y cotidianas.

Otro aspecto importante es el impacto medioambiental que pudieran tener sus actividades y que pocas veces es tomado en cuenta, a pesar de que existen regulaciones o dispositivos legales establecidos para tal efecto. Entendiendo para tal efecto que la empresa no solo tiene obligaciones jurídicas, societarias o tributarias; sino que también tiene responsabilidades sociales que es nuestro tema de investigación.

Diagnóstico de la situación problemática

En el caso específico que es materia de nuestra investigación, referido a la empresa Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City, presenta actualmente algunos problemas como, por ejemplo:

- a) alto nivel rotación de personal;
- b) disconformidad o desmotivación del personal;
- c) bajo rendimiento laboral;
- d) no existe un ambiente laboral adecuado y organizacional;
- e) poca fidelidad hacia la empresa,
- f) baja consolidación de la marca e imagen de la empresa entre los empleados.

Formulación del problema

Problema general

¿De qué manera la responsabilidad social influye en la sostenibilidad empresarial en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores-Lima?

Problemas específicos

- ¿De qué manera el manejo responsable incide en el emprendimiento empresarial en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores -Lima?

- ¿Cómo el comportamiento ético influye en el desarrollo sostenible en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores-Lima?
- ¿De qué forma las buenas prácticas empresariales influyen en el desarrollo económico en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores Lima?

Objetivos de la investigación

Objetivo general

Determinar si la responsabilidad social influye significativamente en la sostenibilidad empresarial en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores, Lima.

Objetivos específicos

- Determinar si el manejo responsable incide significativamente en el emprendimiento empresarial en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores-Lima.
- Establecer si el comportamiento ético influye significativamente en el desarrollo sostenible en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores-Lima.
- Analizar si las buenas prácticas empresariales influyen significativamente en el desarrollo económico en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores-Lima.

Justificación de la investigación

Desde un punto de vista conceptual, esta investigación generó suficientes bases para un análisis y discusión sobre las variables estudiadas con la aplicabilidad de responsabilidad social empresarial y la sostenibilidad empresarial

respecto de la sociedad en los servicios que brindan las industrias hoteleras, su accionar, el cumplimiento de la normativa especializada, el trato con su personal, con clientes, proveedores, etc.; y el impacto que tiene este accionar con los resultados de la empresa.

Importancia de la investigación

Esta investigación es importante, porque permitió profundizar en un mejor conocimiento respecto de las organizaciones hoteleras en el aspecto de su RSE (responsabilidad social empresarial) y su importante rol en la sociedad para mitigar el impacto social, ético, responsable y ambiental que causan sus actividades en todo el entorno en el que se desempeñan.

Viabilidad de la investigación

El investigador cuenta con los recursos humanos, financieros, materiales, y de acceso a la información especializada necesarios para trasvasar esos datos en el desarrollo de la tesis.

Limitaciones del estudio

El investigador no tuvo ningún impedimento para desarrollar la investigación.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la investigación

Internacionales

En la investigación de Vidal, G. (2020), titulada ***Propuesta de un plan responsabilidad social empresarial en la Empresa Pública Correos del Ecuador***, el propósito del estudio fue desarrollar un plan de RSE orientado a la administración pública de manera que le permita a la empresa lograr un desarrollo sostenible alineada dentro de los parámetros de las políticas públicas.

La investigación fue de tipo descriptiva, analítica y situacional. Se aplicó un cuestionario de 50 preguntas a una muestra de 113 personas. Concluye su investigación señalando que, existe un bajo nivel de compromiso de los principales funcionarios de la empresa para solucionar los problemas de los empleados, no se han formulado planes estratégicos con objetivos reales y alcanzables y no existe indicadores para medir los logros alcanzados.

Valencia, L. (2018), titulada ***El emprendimiento empresarial en el sector artesanal y su impacto en el desarrollo sostenible en la provincia de Santa Elena-Ecuador***, el propósito del estudio fue analizar cómo el emprendimiento empresarial impacta en el desarrollo sostenible de la provincia de Ecuador. La investigación tuvo enfoque cuantitativo. Se aplicó un cuestionario a 377 artesanos.

Concluye su investigación señalando que, por la misma actividad que realizan existe espíritu de trabajo en equipo, asertividad para tomar decisiones favorables para el gremio y fomentan el apoyo económico cuando uno de sus miembros afronta dificultades.

En la investigación de Barrio, E. (2016), ***La gestión de la responsabilidad social corporativa: Caso Unilever España***, el propósito del estudio fue realizar un análisis sobre el manejo de la RSC por parte de la empresa. Se utilizó para presentar datos en la tesis el método analítico. La empresa desarrolla intensas campañas de ayuda social y humanitaria entre su personal y también para la comunidad.

Concluye su investigación señalando que, la sostenibilidad empresarial se logra realizando negocios, pero aplicando ética.

En la investigación de Bernal, A. (2016), titulada ***Responsabilidad social corporativa: Análisis de los modelos normalizados y creación de un nuevo modelo integrado de organización empresarial en empresas de ámbito tecnológico***, el propósito del estudio fue analizar la influencia de una estrategia de RSC en los resultados de las empresas tecnológicas, desde la óptica económica, medioambiental y social. Se utilizó el método deductivo.

Concluye su investigación señalando que la tecnología es un potenciador de la responsabilidad social y su contribución en los procesos de gestión, planeación y ejecución y su responsabilidad es tener visión sostenible y ética del medio ambiente, cuidando el entorno para las próximas generaciones.

Nacionales

En la investigación de Catacora, H. (2018), titulada ***Influencia del clima organizacional de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR) en la sostenibilidad empresarial de la Asociación Peruana de Agencias de Viajes y Turismo (APAVIT) -Puno 2017***, el propósito del estudio fue analizar la influencia del clima organizacional de la DIRCETUR y la manera como

afecta la sostenibilidad empresarial de la APAVIT para la Región de Puno en el año 2017. Se aplicó un cuestionario a una muestra de 78 colaboradores.

Concluye su investigación señalando que, el clima laboral es negativo porque los directivos delegan en sus subordinados el desarrollo de sus actividades bajo amenaza de despido, coerción de recorte de sueldos. Situación que ya ha sido denunciado con pruebas (videos y grabaciones) al Órgano de Control Interno.

En la investigación de López, E. (2018), ***Responsabilidad social y compromiso organizacional de los empleados públicos de la Municipalidad Provincial de Huancayo***, el propósito del estudio fue analizar la responsabilidad social y el tema del compromiso organizacional que tienen los funcionarios de la Municipalidad Provincial de Huancayo para la comunidad. La investigación fue de tipo descriptiva y correlacional. Se aplicaron los siguientes instrumentos: a un total de 186 empleados de dicha entidad pública Escala de RS Castillo y la Escala CO de Allen y Meyer.

Concluye su investigación señalando que, los funcionarios no se involucran porque desconocen los beneficios de aplicar la RSE ni tampoco se interesan en buscar quién los pueda capacitar dentro de la Municipalidad.

1.2 Bases teóricas

1.2.1 Responsabilidad Social

Significa que la empresa funciona para lograr sus objetivos financieros y también para poder servir a la comunidad donde desarrollan sus actividades. No existe ningún negocio de forma aislada (Barrio, 2019).

Todos los órganos de la sociedad contribuyen al éxito de una empresa. Por tanto, se vuelve imperativo que las empresas también hagan algo por la sociedad a cambio. Esta responsabilidad de las empresas hacia la sociedad se denomina responsabilidad social (Fernández, 2018).

Una empresa socialmente responsable no debe trabajar únicamente para maximizar las ganancias, sino que también debe buscar el bienestar de diferentes sectores de la sociedad (Gil, 2018).

Las formas como una organización pueden adoptar la responsabilidad social incluyen la promoción del voluntariado, la filantropía.

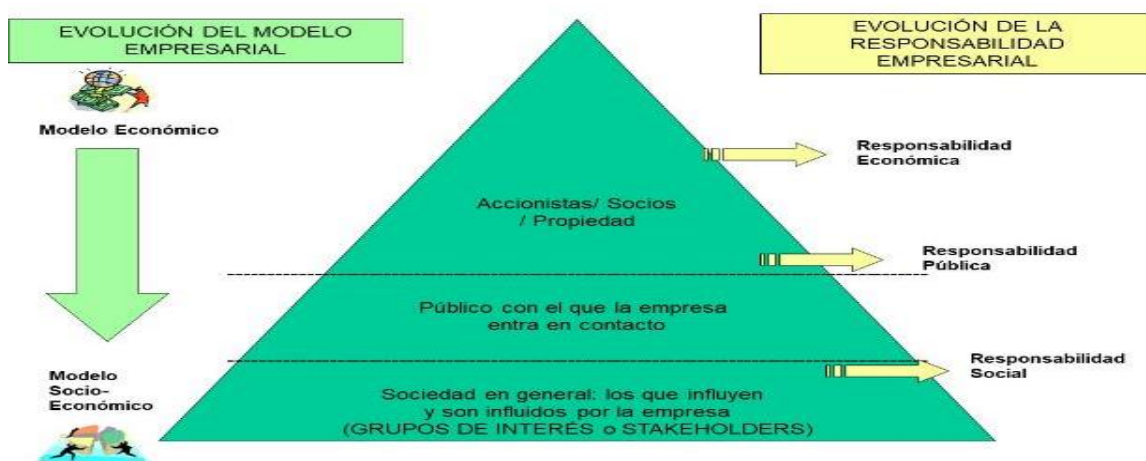
La responsabilidad social de las empresas se refiere a sus obligaciones de tomar ciertas decisiones y tomar acciones que se puedan aceptar en términos de los valores y objetivos de la sociedad.

Evolución del concepto de responsabilidad social

Los negocios comenzaron simplemente como una institución con el propósito de ganar dinero. Mientras un hombre ganara dinero y se mantuviera a flote o se sostenía a nivel empresarial, se lo consideraba exitoso. No sintió ninguna obligación particular y no reconoció ninguna responsabilidad con el público, la sociedad o el cliente. Como propietario o dueño de su negocio (empresario emprendedor), pensaba que tenía perfecto derecho a hacer con él lo que quisiera. Las normas y actitudes sociales tenían muy poca influencia en la práctica empresarial.

Figura 2.

Evolución de la responsabilidad social.



Fuente: Barrio (2019)

La toma de decisiones comerciales, no con la conveniencia en mente, sino con un esfuerzo real para juzgar- lo correcto y lo incorrecto y utilizando los mismos estándares en los negocios que. En todas las demás relaciones personales.

Según Trapp (2015), en las antiguas leyes romanas se pueden ver en entidades como asilos, hogares para pobres y ancianos, hospitales y orfanatos. Esta noción de corporaciones como empresas sociales se continuó con el Derecho inglés durante la Edad Media en instituciones académicas, municipales y religiosas.

La filosofía religiosa cristiana y el enfoque del contexto social permanente fueron vistos como una respuesta al fracaso moral de la sociedad, que fue visible en términos de pobreza de la población en general en el Imperio Inglés y algunas partes de Europa eso sucedió durante los siglos XVIII al XIX.

Durante finales de 1800 y principios de 1900, la creación de esquemas de bienestar adoptó un enfoque paternalista para ayudar a mejorar la calidad de vida de los trabajadores. En la década de 1920 y principios de la de 1930, los gerentes de empresas comenzaron a asumir la responsabilidad de equilibrar la maximización de las ganancias con la creación y mantenimiento de un equilibrio con las demandas de sus clientes, su fuerza laboral y la comunidad (Trap, 2015).

Fueron entre 1950 y 1960 los primeros días de la era moderna de la responsabilidad social. No fue hasta principios de la década de 1950 que la noción de definir específicamente cuáles eran esas responsabilidades se abordó por primera vez en la literatura y puede entenderse como el comienzo de la construcción definitoria moderna de RSC (Responsabilidad Social Corporativa). De hecho, fue durante las décadas de 1950 y 1960 cuando la investigación académica y el enfoque teórico de la RS se concentró en el nivel social de análisis dándole implicaciones prácticas.

Como resultado de su creencia, Bowen en 1953 expuso la idea de definir un conjunto específico de principios para que las corporaciones cumplan con sus responsabilidades sociales. Parece que Bowen en 1953 se adelantó a su tiempo por su nuevo enfoque de gestión que tenía como objetivo mejorar la respuesta empresarial a su impacto social y por sus aportes a la definición de responsabilidad social corporativa. (Trap, 2015)

Otros contribuyentes influyentes de la época fueron Frederick en 1960, McGuire en 1963 y Walton en 1967. Es relevante señalar que incluso cuando algunos académicos comenzaron a aplicar un alcance más amplio a las responsabilidades sociales de las corporaciones, hubo otros que se mostraron escépticos sobre la noción de Responsabilidad Social. Trap, 2015)

La década de 1970: Responsabilidad Social y gestión. El sentimiento antibélico, el contexto social en general y un creciente sentido de conciencia en la sociedad a fines de la década de 1960 se tradujo en un bajo nivel de confianza en las empresas para satisfacer los deseos del público y sus necesidades. Es importante mencionar que en el año 1970 hubo una recesión en EE. UU. que estuvo marcada por una alta inflación y un crecimiento muy bajo seguido de una larga crisis energética.

La década de 1970 vio la creación de algunas de las empresas más reconocidas de la actualidad en materia de responsabilidad social. Ya sea como respuesta a las nuevas expectativas sociales, un nuevo marco regulatorio, o por una estrategia pionera, estos son dos ejemplos notables de empresas que comenzaron a formalizar e integrar políticas que abordaron los problemas sociales y públicos de la época, y como resultado, la década de 1970 entró en una era de “gestión de la responsabilidad social empresarial (RSE)” (Tempels, Blok & Verweij. 2017).

Los años 80: la operacionalización de la RSE.- Durante la década de 1980, las administraciones de Reagan y Thatcher introdujeron una nueva línea de pensamiento en la política con un fuerte enfoque en reducir la presión sobre las corporaciones y con el objetivo de mitigar los niveles altos de inflación a los que se enfrentaban Estados Unidos y el Reino Unido .Con los gobiernos reduciendo su papel en la regulación del comportamiento corporativo, los gerentes se enfrentaron a la necesidad de responder a diferentes grupos de interés que aún esperaban que las corporaciones cumplieran las expectativas sociales de la época. En particular, el marco regulatorio reducido llevó a los académicos a analizar la ética empresarial y la operacionalización de la RSE como una respuesta a grupos como accionistas, empleados y consumidores, y el término accionista se volvió común.

Los noventa: globalización y RSE

La creación de estos organismos internacionales y la adopción de acuerdos internacionales representó esfuerzos internacionales para establecer estándares más altos con respecto a cuestiones relacionadas con el clima e, indirectamente, al comportamiento empresarial. (Tempels, et. al., 2017)

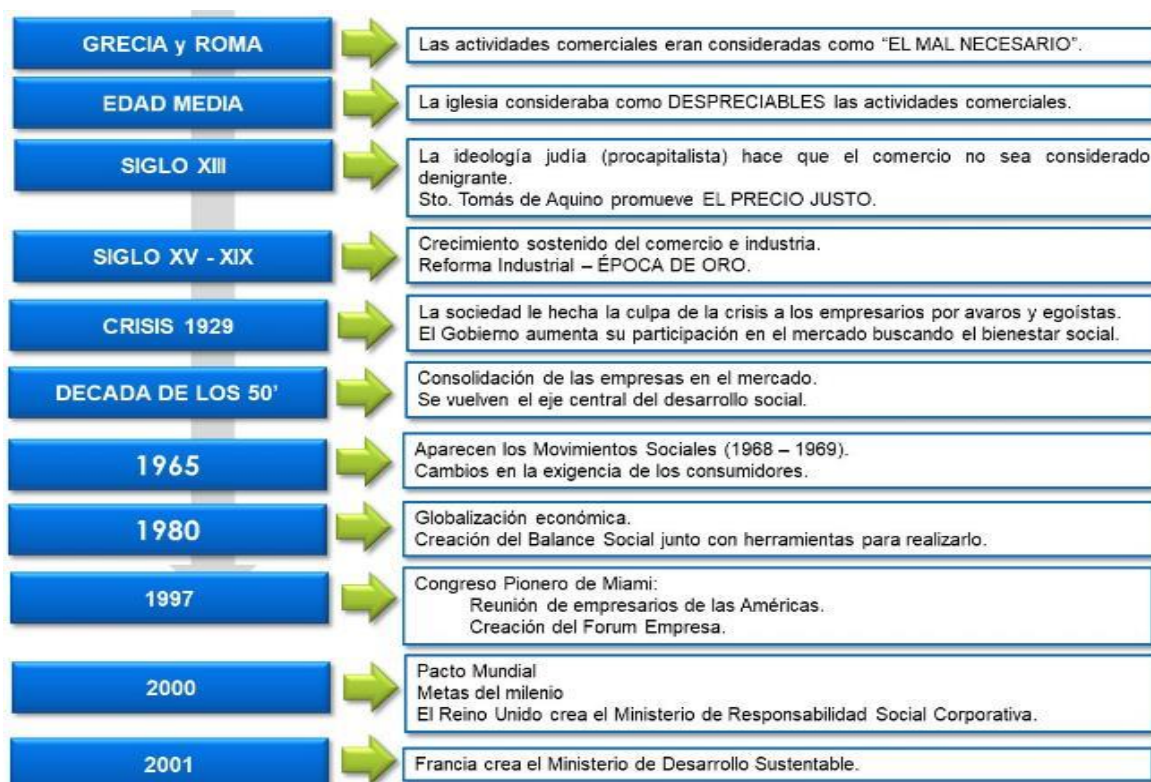
2000's: reconocimiento e implementación de la RSE. La década del 2000 se divide en dos secciones debido a la cantidad de eventos relevantes en torno a la RSE. La primera sección se centra en el reconocimiento y expansión de la RSE y su implementación, mientras que la segunda sección se centra en el enfoque estratégico de la RSE que brindan las publicaciones académicas de la época.

En 2011, la CE publicó la estrategia renovada de la Unión Europea (UE) para la RSE para los años 2011-2014 seguida de una consulta pública en 2014 con respecto a sus logros, deficiencias y desafíos futuros.

Década de 2000: enfoque estratégico de la RSE- Más allá de la influencia institucional y pública en la implementación de la RSE, la década de 2000 vio contribuciones relevantes al concepto a través de la literatura académica. En los primeros años del siglo XXI, Craig Smith explicó que las políticas corporativas habían cambiado como respuesta al interés público y, como resultado, esto a menudo tenía un impacto social positivo. (Tempels, et. al., 2017)

Figura 3.

Evolución de la responsabilidad social en el mundo.



Fuente: Latapí, Jóhannsdóttir, & Davídsdóttir, (2019)

2010's: RSE y creación de valor compartido. El concepto de creación de valor compartido fue desarrollado por Porter y Kramer en el 2011, quienes lo explicaron como un paso necesario en la evolución de los negocios y lo definieron como: prácticas y políticas operativas que mejoran la competitividad empresarial y,

a la vez, avanzan en las condiciones sociales y economía de las comunidades. La generación de valor compartido está centrada en ampliar e identificar las conexiones entre el progreso económico y social (Latapí, Jóhannsdóttir, & Davídsdóttir, 2019).

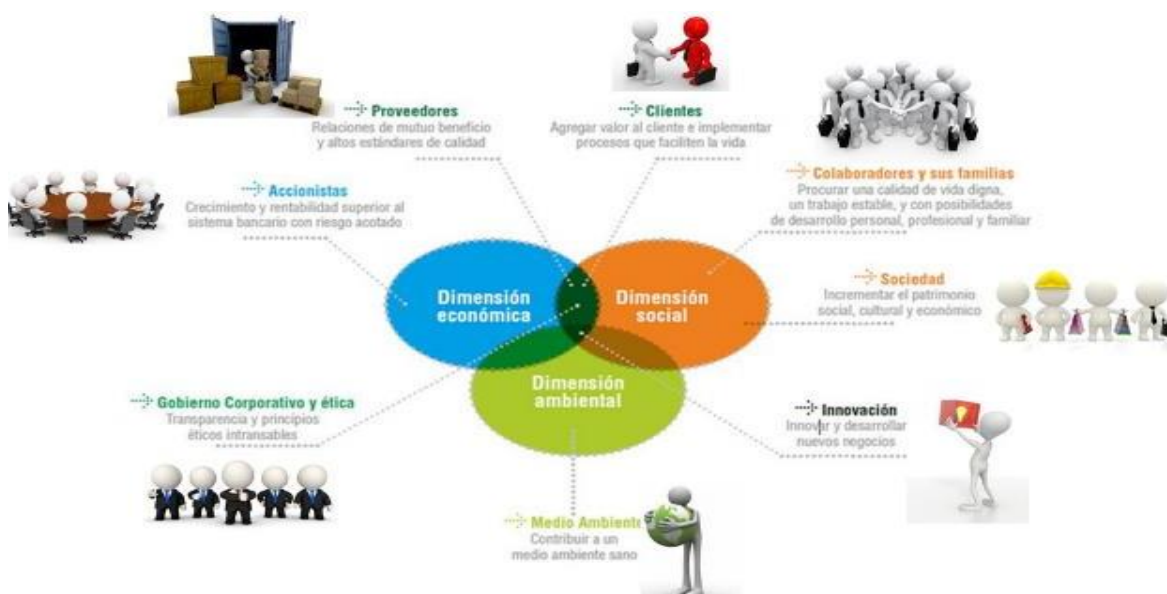
Naturaleza de la Responsabilidad social de la empresa

La Responsabilidad Social Corporativa de una empresa consiste en desarrollar sus actividades operativas normales, pero con sentido social.

El término responsabilidad social corporativa se refiere al concepto de que las empresas son responsables de cómo gestiona el impacto de sus procesos en las partes interesadas de forma voluntaria (Barrio, 2019).

Figura 4.

Naturaleza de la responsabilidad social.



Fuente: Barrio (2019). *La gestión de la responsabilidad social corporativa: Caso Unilever España*. Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona.

Dado que las empresas deben recurrir a la comunidad en la que operan para obtener todos los recursos, también tienen obligaciones para con sus múltiples partes interesadas. Las partes interesadas se definen como aquellas que se ven

afectadas por las prácticas y políticas corporativas. Es un hecho reconocido que las empresas no solo tienen una responsabilidad financiera, sino también una responsabilidad social y ambiental. Generalmente se lo conoce como el triple resultado de la buena gobernanza.

Las licencias para operar en las sociedades confían en que una organización trabajará en el mejor interés de la sociedad. La sociedad misma es cada vez más crítica con las normas operativas de la industria.

Se esperaba que las barreras de entrada, el juicio adverso de los poderes judiciales o antes, las empresas sirvieran al propósito de sus accionistas como creadores de riqueza financiera. Pero ahora el negocio está asignado para cumplir con las expectativas de diferentes partes interesadas como consumidores, empleados, accionistas, sociedad, comunidad, medio ambiente y gobierno, etc.

Beneficios de la responsabilidad social empresarial

El mundo ha sido explorado y erosionado por sus habitantes a lo largo de los años y las diferencias sociales alcanzan altos niveles en países como Brasil. Por este motivo, la Responsabilidad Social puede verse como una inversión que aporta valor a la marca, tanto para la sociedad como para los socios comerciales.

Las empresas deben apuntar no solo deben existir para asegurar ingentes ganancias y al aumento de ingresos de sus accionistas, sino también tener una preocupación por la sociedad que los rodea y que puede verse afectada por el tipo de trabajo que realiza esa empresa. Es necesario actuar responsablemente en el día a día de la empresa, en la forma de producción y disposición de materiales, así como en la realización de acciones encaminadas al bien de la población. (Gil, 2018).

Mejor relación con la sociedad

Una empresa comprometida con la Responsabilidad Social puede lograr numerosos beneficios para su imagen, que también pueden afectar directamente sus ingresos. Cuando la empresa se preocupa por producir, emplear, disponer y vender de forma responsable y social, respetando a sus empleados, la sociedad y el entorno en el que opera, deja de ser vista solo como un lugar que busca lucro.

Hoy las personas están mucho más informadas y comprometidas con las causas sociales y en defensa de las causas que son importantes para ellas. Esto hace que la forma de trabajar de una empresa sea uno de los criterios que evalúan los clientes a la hora de elegir su lugar de compra. Por tanto, tener esta preocupación social en todos los ámbitos de la producción puede traer beneficios y deleitar a los clientes.

Mejor relación con socios y proveedores

Esta Responsabilidad Social también puede ser beneficiosa en la relación con los socios y proveedores de la empresa. Con el crecimiento de la preocupación social en los últimos años, muchas empresas han adoptado estas prácticas más responsables y están buscando socios y proveedores que se preocupen por causas similares y sean empresas concienzudas.

Esto significa que la selección de nuevos socios y proveedores se realiza no solo en base al mejor precio, sino también en los valores de la empresa y en su compromiso con las causas sociales y la responsabilidad por el entorno en el que opera.

Las empresas con este tipo de inquietudes tienen una imagen diferente, más preocupadas por factores distintos al lucro. Esto puede generar una reputación positiva y asociar a esta empresa con prácticas más responsables, mejorando su

imagen en el mercado, ya que mostrará una mayor preocupación por el respeto a las leyes, el respeto a los empleados, los clientes y el bienestar colectivo. (Gil, 2018).

Figura 5.

Beneficios de la responsabilidad social empresarial.



Fuente: Gil (2018). Responsabilidad social corporativa revisión crítica de una noción empresarial. Madrid, España: Editorial: Centro de Investigaciones Sociológicas.

Ventajas de la responsabilidad social empresarial

La voluntad de la empresa de colaborar con la sociedad, interna y externamente, con el objetivo de mejorar social y ambientalmente para contribuir a un mundo mejor.

Por ello, la empresa apuesta por la colaboración social de forma espontánea, sin obligación alguna por vía legislativa ni nada por el estilo. Adoptan estas medidas para poder contribuir directamente al desarrollo de la sociedad, con retornos futuros incluso para las personas que forman parte directamente de ella, como empleados y familiares. (Espitia, 2015).

Estas son solo algunas áreas en las que se pueden aprovechar las ventajas de la responsabilidad social corporativa:

- Relaciones públicas. Cada esfuerzo de RSE puede ofrecer muchas oportunidades de relaciones públicas y medios. Ejemplo: si una empresa hace una donación a un proyecto de servicio comunitario, probablemente enviará un comunicado de prensa a los medios de comunicación relevantes. Su historia podría recogerse e incluirse en publicaciones, transmisiones y sitios de noticias en línea, difundiendo así el mensaje de su empresa en varias direcciones por un pequeño costo adicional. Las historias de seguimiento que muestran cómo la donación ha tenido un impacto pueden amplificar y extender la vida del mensaje de la empresa en los medios.
- Recursos humanos. Las empresas que pueden demostrar su compromiso con el bien social pueden resultar atractivas para los mejores talentos que comparten su conjunto de valores.
- Oportunidades de marketing de patrocinio. La empresa que realiza RSE no debe exceder en pretender que su marca aparezca ante el público objetivo, debe ser sutil. Si una audiencia se da cuenta de que una empresa comparte sus propios valores personales, es más probable que compren a esa empresa.
- Team Building. En particular, cuando los empleados comparten los valores de una empresa, los esfuerzos caritativos pueden convertirse en ejercicios de formación de equipos que mejoran la moral del personal y la satisfacción laboral.
- Costos reducidos. Si bien los proyectos de RSE tienen costos, a menudo esos costos pueden ser menores que los de los canales de marketing tradicionales. Además, los beneficios resultantes de los esfuerzos pueden reducir otros costos. Por ejemplo, como se mencionó anteriormente, los

esfuerzos de RSE pueden atraer a los mejores talentos, lo que puede reducir los costos de contratación de recursos humanos. Las iniciativas ecológicas y de sostenibilidad podrían reducir el desperdicio y sus costos asociados. Los proyectos que generan menciones positivas en los medios pueden reducir la necesidad de marketing y publicidad pagados.

- Base ampliada de clientes potenciales. Si bien la mayoría de los compradores compran por "valor", hay algunos grupos de clientes que compran por "valores". Este es particularmente el caso de las organizaciones sindicales y muchas organizaciones sin fines de lucro. Un ejemplo serían los sindicatos que tradicionalmente compran productos fabricados en los EE. UU. Y productos fabricados por sindicatos en apoyo de los miembros del sindicato (Espitia, 2015).

Figura 6.

Ventajas de la responsabilidad social empresarial.



Fuente: Espitia (2015). La responsabilidad social empresarial (RSE) como elemento estratégico en las Mpymes colombianas. Ingeniería Industrial. *Actualidad y Nuevas Tendencias*, 4(14), 75-84.

1.2.2 Sostenibilidad empresarial

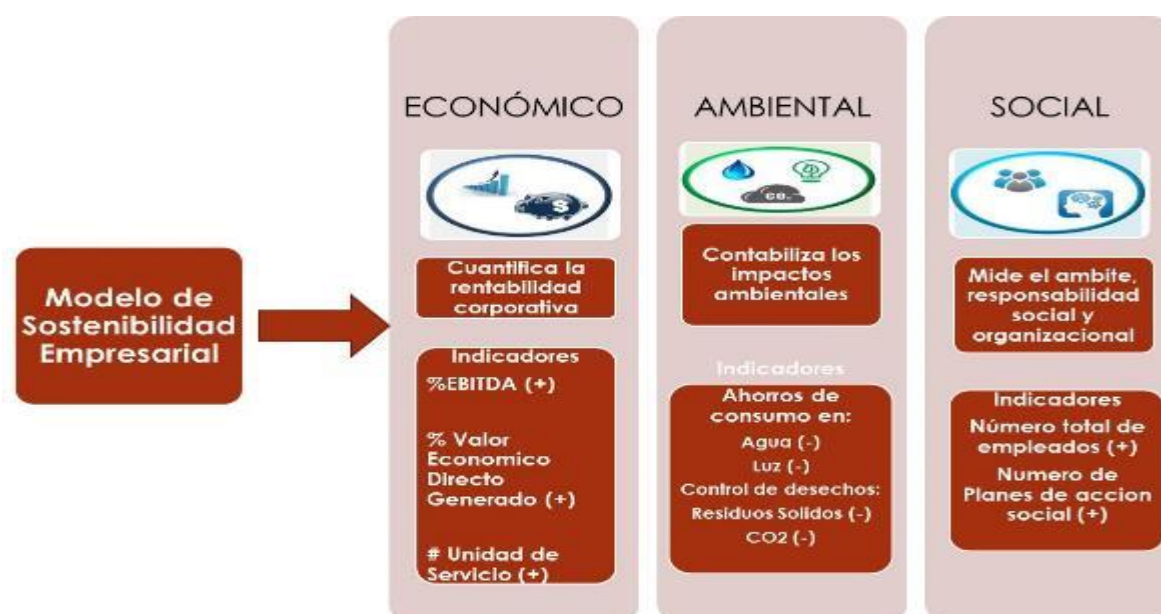
En los últimos años, las empresas han expandido la sostenibilidad empresarial al incorporar prácticas sociales y ambientales de manera interna.

Calificar una empresa como sostenible solo con pequeños esfuerzos en las oficinas o líneas de producción, incentivar a los empleados a tener sus propias tazas o realizar una amplia campaña de gestión de residuos ya no es un diferencial y se ha convertido en prerrogativas básicas.

Con la sostenibilidad empresarial, la organización tiene una mayor fidelización de los clientes, ya que se centrará más en sus necesidades. Tiene una mayor capacidad de captar y retener talento, es más flexible y adaptable a los cambios. Además, se convierte en una marca reconocida y, en consecuencia, extiende la longevidad de la empresa.

Figura 7.

Modelo de sostenibilidad empresarial



Fuente: Elaboración propia (2020)

Figura 8.

Sostenibilidad empresarial.



Fuente: Elaboración propia (2020)

Son las acciones que desarrolla una empresa aplicando criterios éticos en la preservación del medio ambiente y apoyar a su comunidad.

Para que esta institución sea considerada sostenible, es necesario adoptar actitudes éticas y prácticas que tiendan al crecimiento ambiental y económico.

La sostenibilidad es un tema cada vez más importante para muchas personas, especialmente en el mundo empresarial. El cambio climático sigue afectando nuestras vidas y el destino de todas las demás especies del planeta. Para los propietarios, líderes y administradores de empresas, las prácticas comerciales sostenibles se están convirtiendo en imperativas.

Hacer que las empresas sean más sostenibles comienza con ser consciente del problema en cuestión y comprender la importancia de realizar cambios, tanto para la empresa como para el planeta. La intención de este recurso es ayudar a los dueños de negocios, administradores y líderes a hacer que sus organizaciones

sean más conscientes e interactúen con su medio ambiente empresarial (Confino, 2015).

Clasificación

Harvard Business School (HBS) clasifica la sostenibilidad empresarial en dos categorías:

- El efecto que tiene la empresa en el medio ambiente
- El efecto que tiene el negocio en la sociedad

El objetivo de una estrategia de sostenibilidad empresarial, entonces, "es tener un impacto positivo en cualquiera de esas áreas".

El Foro Económico Mundial agrega detalles sobre lo que pueden abarcar las prácticas sostenibles.

La sostenibilidad para las empresas significa que cuando las empresas ignoran esta responsabilidad social y ambiental, según HBS, conduce a problemas como degradación ambiental, desigualdad e injusticia social. Para abordar estos desafíos, los directores ejecutivos están reconociendo que necesitan incorporar principios más amplios de sostenibilidad en sus decisiones comerciales diarias, informa el artículo del Foro Económico Mundial vinculado anteriormente. "No se trata simplemente de hacer lo correcto, es un negocio inteligente". (Confino, 2015).

Estrategias para la sostenibilidad empresarial

Las empresas de todos los sectores empresariales y productivos están creando estrategias sostenibles, entre las que tenemos:

- a) Economía circular

Una estrategia general que las empresas de muchas industrias consideran es trabajar hacia una economía circular. Según la Fundación Ellen MacArthur:

Respaldado por un cambio a fuentes renovables de energía, el modelo circular genera capital natural, económico y social. Se basa en tres principios:

- Diseño de contaminación y desechos
- Mantener los materiales y productos en uso
- Regenerar sistemas naturales. (Smith, 2020)

b) Moda Sostenible

La economía circular es de especial interés para la industria de la moda. En la Conferencia WEAR de 2019 en Toronto, Price Waterhouse (PwC) informó que el 5% de las emisiones globales provienen de la industria textil y que se requieren 2700 litros de agua para producir una camisa de algodón. Para la economía circular, el modelo de crecimiento sostenible basado en la reutilización de materiales y cero desperdicios, para lograr la adopción en la moda, deben existir sistemas para maximizar el uso de cada producto, retener su valor más alto y reutilizar continuamente sus materiales compuestos.

Para implementar una economía circular eficaz y eficiente, los productos y materiales deben identificarse a lo largo de su ciclo de vida. Esto es algo que no se hace ahora y puede aplicarse a industrias mucho más allá de la industria de la moda. (Smith, 2020)

c) Mercados secundarios de moda

Muchos aspectos de la economía circular para la industria de la moda giran en torno a los mercados secundarios, donde los productos pueden revenderse, alquilarse o reutilizarse de otras formas. Las siguientes estadísticas son de la tienda de segunda mano en línea [ThredUp](#):

- *Se espera que los productos usados se dupliquen en los próximos 10 años.*

- *Segunda mano, suscripción y alquiler son las tres categorías de moda de mayor crecimiento.*

Los mercados secundarios crean un lugar poderoso y eficiente para que las marcas extiendan la vida útil de las prendas. Pero las marcas deben educar a los consumidores sobre estos mercados y brindarles seguridad tanto a los consumidores como a los mercados de segunda mano de que los productos son auténticos. (Smith, 2020)

d) Embalaje sostenible

Hoy en día, las marcas innovadoras están recurriendo a envases sostenibles como parte integral de sus esfuerzos de sostenibilidad. Si bien esto ciertamente abarca el uso de materiales sostenibles para los envases, muchas marcas van más allá para transformar sus envases en envases inteligentes que contribuyan aún más a sus estrategias de sostenibilidad.

Por ejemplo, incorporar un código QR en su empaque puede activar una experiencia digital que, cuando es escaneada por un teléfono, instruye a los consumidores no solo sobre cómo el producto que acaban de escanear se ha creado utilizando ingredientes de origen sostenible, sino también sobre cómo pueden participar (Smith, 2020)

e) Lujo sostenible

Y a medida que ese mercado crece, la industria del lujo está bajo una inmensa presión para asegurar a los compradores de segunda mano que los productos que están comprando son auténticos.

La falsificación global tiene un valor actual de 1,2 billones de dólares y no está mejorando. Los mercados de segunda mano en línea facilitan a las marcas

garantizar que sus productos sean reutilizados por los consumidores; Estos mercados también facilitan el crecimiento de la falsificación (Smith, 2020).

Importancia de la sostenibilidad empresarial

ChladekStaff (2019) señala que la sostenibilidad no quita méritos a los objetivos comerciales, e infundir un propósito a su empresa puede ayudar a atraer una fuerza laboral motivada y capacitada que impulse el éxito financiero.

Hacer de su empresa una organización que hace el bien en el mundo, en lugar de solo un lugar que proporciona un sueldo, puede ser una ventaja competitiva a la hora de atraer al mejor talento.

Casi la mitad de los consumidores de EE. UU. estarían dispuestos a cambiar sus hábitos de consumo, según un estudio del 2018.

Los millennials en particular están más dispuestos a pagar más por los productos que contienen ingredientes o productos sostenibles que tienen reclamos de responsabilidad social. Si su organización se compromete con productos y prácticas sostenibles, podría ganar participación de mercado convirtiendo clientes con mentalidad sostenible y aumentando las ventas.

Como individuo, puede resultar abrumador, aislado o simplemente imposible efectuar un cambio de una manera significativa. Ese no es el caso cuando las empresas más innovadoras, exitosas y poderosas colaboran para resolver algunos de los problemas más urgentes del mundo. Mientras los gobiernos luchan por abordar los problemas de los bienes públicos, las empresas con un propósito específico que trabajan juntas para abordar estos problemas han tenido un gran éxito (ChladekStaff, 2019).

La sostenibilidad no significa sacrificar las ganancias o dejar el éxito en un segundo plano. En cambio, se ha convertido en un elemento crucial en la estrategia

exitosa de cualquier organización. Al integrar la sostenibilidad en su estrategia empresarial, puede lograr el éxito gracias a la sostenibilidad, más que a pesar de ella (ChladekStaff, 2019).

1.3 Definición de términos básicos

Todos los términos han sido investigados en Wikipedia de Google.

BUENAS PRÁCTICAS

Es una idea que se presenta como solución a un problema dado, en un contexto determinado. Estos deben ser participados, apropiados, útiles para un propósito y objetivo establecido.

COMPORTAMIENTO ÉTICO

Comportarse de acuerdo con los estándares morales establecidos por nuestra sociedad. Los comportamientos éticos se pueden identificar tanto en las relaciones individuales como en las relaciones laborales.

DESARROLLO ECONÓMICO

Se considera un fenómeno histórico, como resultado de la revolución capitalista y, consecuentemente, de lo comercial, industrial y, en el a través de ellos, la revolución nacional. Está intrínsecamente relacionado con el surgimiento de naciones y Estados nacionales. En el capitalismo global, en el que la competencia económica entre países es central, implica estar del lado ganador.

DESARROLLO SOSTENIBLE

Es un concepto sistémico que se traduce en un modelo de desarrollo global que incorpora aspectos de un sistema de consumo masivo en el que la preocupación por la naturaleza, a través de la extracción de materias primas, es máxima.

EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL

El emprendedor es una persona insatisfecha que transforma su inconformidad en descubrimientos y propuestas positivas para sí mismo y para los demás. Es alguien que prefiere seguir caminos no recorridos, que define desde lo indefinido, y sobre todo cree que sus acciones pueden tener consecuencias. Es protagonista y autor de sí mismo, y especialmente de la comunidad en la que vive.

MANEJO RESPONSABLE

Son las acciones que las personas y empresas realizan para gestionar o administrar sus empresas sin afectar su entorno.

CAPÍTULO II

HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1 Formulación de hipótesis principal y derivadas

Hipótesis General

La responsabilidad social influye significativamente en la sostenibilidad empresarial en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores, Lima.

Hipótesis derivadas

- El manejo responsable incide significativamente en el emprendimiento empresarial en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores-Lima.
- El comportamiento ético influye significativamente en el desarrollo sostenible en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores-Lima.
- Las buenas prácticas empresariales influyen significativamente en el desarrollo económico en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores-Lima.

2.2 Variables y definición operacional

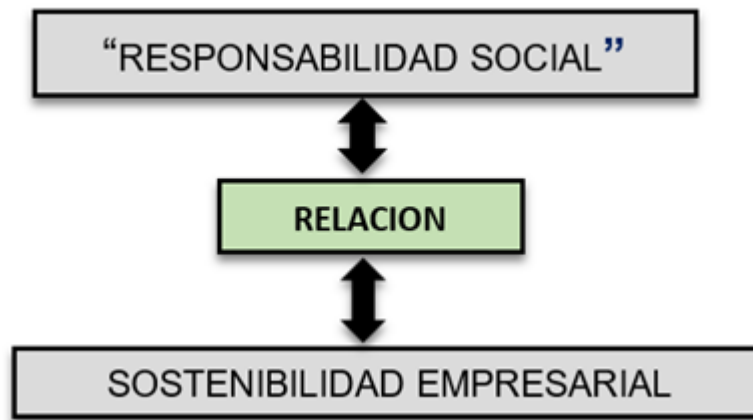
Variable 1. Responsabilidad Social

Variable 2. Sostenibilidad Empresarial

Dichas variables tienen la siguiente relación:

Figura 9.

Relación de las variables de investigación.



Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla 2.

Operacionalización de las variables

Variable(s)	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Ítems		
Variable 1 RESPONSABILIDAD SOCIAL	Viene a ser la obligación, compromiso, y deber que tienen los individuos, personas o miembros de una empresa o sociedad de contribuir en forma voluntaria con la finalidad de que la sociedad donde vive sea justa y lograr proteger el medio ambiente.	X1: Manejo responsable	Acciones empresariales relacionadas con la gestión de la organización	Actividades empresariales	1,2		
			Conjunto de acciones que realiza la empresa siguiendo principios éticos	Talento humano Principios éticos	3,4 5,6		
		X2: Comportamiento ético	Cualquier acción que produce una mejora en el servicio o producto	Actividades empresariales Principios empresariales	7,8 9,10,11		
				Experiencia	12,13		
		Variable 2 SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL	Viene a ser el proceso por el que una organización empresarial aprovecha sus recursos con la finalidad de lograr satisfacer sus necesidades empresariales sin poder comprometer sus obligaciones futuras.	Y1: Emprendimiento empresarial	Iniciativa del empresario para el desarrollo de un negocio o proyecto	Entorno Proceso	14,15 16,17
					Desarrollo que no compromete los recursos y sirve para satisfacer necesidades	Organización Principios	18,19 20,21
Y2: Desarrollo sostenible	Logro económico en términos de rentabilidad			Bienestar del talento humano Stakeholders	22,23 24,25		
				Rentabilidad	26,27		
Y3: Desarrollo económico							

Fuente: Elaboración propia (2020).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

Básico, de nivel descriptivo.

Diseño no experimental.

Población

La población la comprendieron (40) colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores-Lima.

Tabla 3.

Distribución de población

Cargo-Ocupación	Población (N)
TOTAL	40
Gerentes y subgerentes	4
Empleados	15
Personal de servicio	21

Fuente: Elaboración propia (2020).

Muestra (n)

La muestra se determinó mediante la fórmula cuya expresión matemática que se utiliza para trabajos de encuesta:

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{\varepsilon^2 * (N - 1) + z^2 * p * q}$$

Dónde:

N: Conformada por 40 colaboradores entre hombres y mujeres, del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores-Lima.

z: Valor ubicado en el gráfico de la tabla normal estándar para un nivel de confianza del 95%, para lo cual le corresponde un valor de $z = 1.96$

- p: Proporción de hombres colaboradores hombres del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores-Lima, para el caso del presente estudio se considera un valor $p = 0.60$ (obtenido por observación directa).
- q: Proporción de Proporción de mujeres colaboradores hombres del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores-Lima, para el caso del presente estudio se considera un valor $p = 0.40$ (obtenido por observación directa).
- ϵ : Margen de error que existe en todo trabajo de investigación, su rango de variación es: $1\% \leq \epsilon \leq 10\%$, para el caso del presente trabajo se considera el valor de 0.09 o del 9%

Reemplazando se tiene:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.6 * 0.4 * 40}{0.08^2 * (40 - 1) + 1.96^2 * 0.6 * 0.4}$$

$$n = 28$$

Por lo tanto, se requiere un total 28 de pacientes para realizar el estudio propuesto en el siguiente trabajo, teniendo la muestra siguiente:

Tabla 4.

Distribución de la muestra

Cargo-Ocupación	Muestra
TOTAL	28
Gerentes y subgerentes	3
Empleados	11
Personal de servicio	14

Fuente: Elaboración: Propia (2020).

3.2 Técnicas de recolección de datos

El instrumento formulado fue la encuesta, que estuvo conformada por 27 preguntas relacionadas a los objetivos de la investigación y que se aplicó en forma directa y objetiva a toda la muestra seleccionada.

Encuesta

Se aplicó al personal de la empresa Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City en un total de 38 personas.

Está basada en 27 preguntas formuladas en base a las dimensiones e indicadores correspondientes a cada variable.

Confiabilidad

El instrumento aplicado estuvo en relación directa a los objetivos de investigación propuestos. La validez y confiabilidad se obtuvo a través del cálculo del Estadístico Alfa de Cronbach, donde se logró un resultado de 0.861, aceptable para el desarrollo de la investigación.

Tabla 5.

Estadístico de confiabilidad general

Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Válido	28	100,0
Casos Excluido ^a	0	,0
Total	28	100,0

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,861	27

Estadístico de confiabilidad específico por pregunta

Elemento (Pregunta)	Alfa de Cronbach Individual
¿Sabe en qué consiste la gestión de responsabilidad social empresarial en la empresa?	,860
¿En la empresa se realiza un manejo responsable de sus actividades y procesos?	,666
¿Se tiene en cuenta al talento humano con que cuenta la empresa al formular sus planes y programas?	,847
¿Se tiene en cuenta la situación de los empleados en lo que se refiere a motivación, ambiente laboral, rendimiento laboral, remuneraciones, etc.?	,650
En la empresa se aplican o practican principios éticos	,648
Existe un ambiente de calma y tranquilidad para los empleados de la empresa.	,848
¿En la diversas actividades y acciones que se desarrollan en la empresa se refleja un apropiado comportamiento ético y respeto a las personas y empresas?	,850
¿Considera usted que las acciones y actividades de RSE que desarrolle la empresa le permitirán lograr la consolidación de la imagen y marca en el sector turístico?	,663
¿Considera usted que se respetan las normas en la empresa?	,662
Las políticas de la empresa ponen énfasis en la aplicación de buenas prácticas empresariales.	,853
Se fomenta el respeto mutuo y a la integridad moral de los empleados en la empresa	,634
¿Los empleados de la empresa manejan el conocimiento del entorno laboral o de su cargo?	,826
Se les permite a los trabajadores demostrar sus habilidades y destrezas	,628
La empresa cuenta con recursos financieros necesarios para el desarrollo de sus actividades	,694
La empresa tiene buenas relaciones con sus stakeholders	,849
Se generan oportunidades de negocio en la empresa	,631
Se logran cubrir las demandas de los clientes	,700
La empresa está organizada de manera eficiente	,650
La organización de la empresa no obedece a las necesidades del mercado	,861
Conoce los principios de desarrollo sostenible	,639
Se aplican en la empresa los principios de desarrollo sostenible	,658
Se tiene en cuenta el bienestar del talento humano en la empresa	,862
Es reconocido el talento humano de la empresa	,654
Conoce sus stakeholders	,846
Sabe cómo obtener información de sus stakeholders	,846
La empresa ha logrado alguna ganancia en el último período	,831
Con las actividades que realiza la empresa actualmente puede lograr algún tipo de rentabilidad	,639

Fuente: Elaboración propia (2020)

3.3 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

En la investigación se va a utilizar las siguientes técnicas e instrumentos

3.3.1 Técnicas

Encuesta: Es el procedimiento o técnica que se emplea para obtener información y elaborar datos que servirán para probar las hipótesis planteadas en el presente estudio.

Guía de encuestas. Son los manuales formulados que guían la recopilación de información.

3.3.2. Instrumentos

Cuestionario: Es el instrumento que tiene forma material impresa o digital, que se utilizará para el registro de la información que proviene de personas que participan en una encuesta; en esta se diseñarán un conjunto sistematizado de preguntas que pueden ser abiertas o cerradas, directas o indirectas, las mismas que permite medir una o más variables y tienen reglas establecidas según el método de investigación.

3.4. Procesamiento de la información

Las técnicas estadísticas usadas en el presente trabajo son las siguientes:

Estadística Descriptiva. Para el procesamiento de las encuestas realizadas, la cual se presenta en tablas y figuras.

Estadística Inferencial. Para el contraste de las hipótesis planteadas para tal efecto se ha utilizado la prueba no paramétrica usada en técnicas de encuesta denominada Chi Cuadrado, cuyo procedimiento es el siguiente:

a. Formulación de la hipótesis nula (H_0).

Consiste en negar la hipótesis planteada.

- b. Formulación de la hipótesis alterna (Ha).
Consiste en afirmar la hipótesis planteada.
- c. Fijar el nivel de significación (α), es la probabilidad de rechazar la hipótesis nula, siendo verdadera, su rango de variación es $1\% \leq \alpha \leq 10\%$, y está asociada al valor de la tabla Chi-Cuadrado que determina el punto crítico (X_c^2).
- d. Calcular la prueba estadística con la fórmula siguiente:

$$X_c^2 = \sum \frac{(o_i - e_i)^2}{e_i}$$

Donde:

o_i = Valor observado en las encuestas

e_i = Valor esperado calculado en base a los valores observados

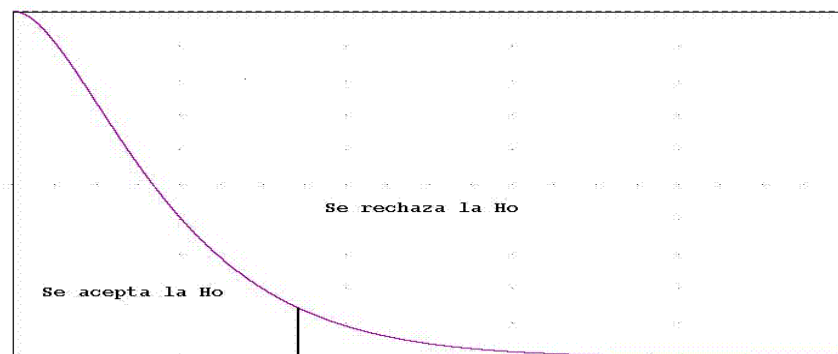
X_c^2 = Valor del estadístico calculado en base a los datos
ingresados al software

$(X_{t(f-1)(c-1)}^2)$ = Valor del estadístico obtenido en la tabla de Chi
Cuadrado.

k = filas, r = columnas, gl = grados de libertad.

- e. Toma de decisiones

Para la toma de decisiones, se debe comparar los valores de la prueba con los valores del gráfico o el resultado del software estadístico.



$$X_t^2 = 9.488$$

$$X_c^2 = 33.443$$

3.5 Aspectos éticos

Se ha garantizado la reserva y confiabilidad de los datos recogidos y en todo momento se ha respetado las normas del código de ética de la Universidad de San Martín de Porres.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Análisis de los resultados cuantitativos

A continuación, se presenta el resultado del trabajo de campo consistente en las encuestas realizadas con dicha información también se realiza el contraste de las hipótesis.

Tabla 6.

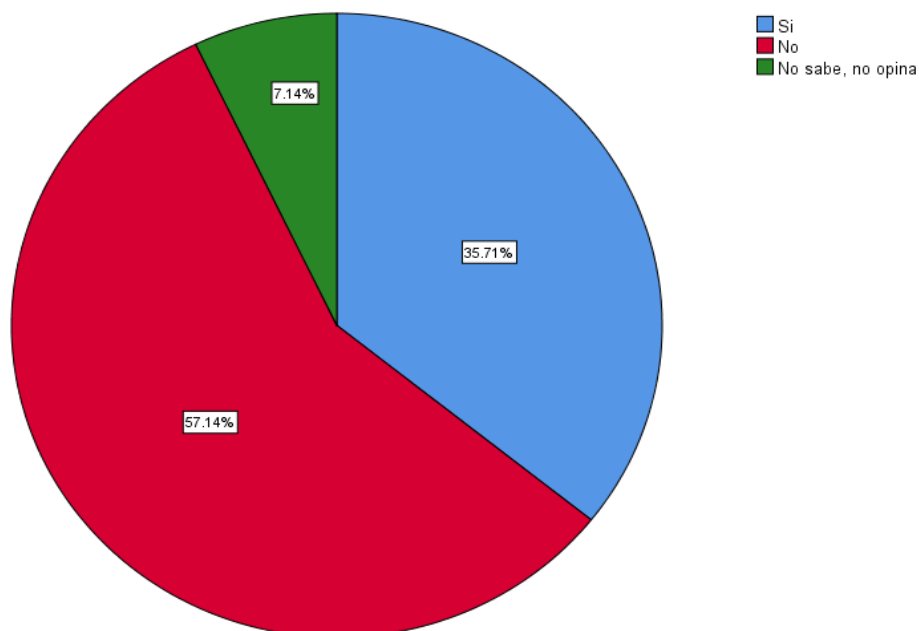
¿Sabe en qué consiste la gestión de responsabilidad social empresarial en la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	10	35.7	35.7	35.7
	No	16	57.1	57.1	92.9
	No sabe, no opina	2	7.1	7.1	100.0
Total		28	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia (2020).

Figura 10.

La gestión de responsabilidad social empresarial en la empresa



Fuente: Elaboración propia (2020).

Análisis

A la pregunta formulada si sabe en qué consiste la gestión de responsabilidad social empresarial en la empresa, apreciando la tabla y figura se tiene que el 57.14% de las personas encuestadas señaló que, si conoce, el 35.71% manifestó que no, finalmente el 7.1% de los encuestados no respondió a la interrogante.

Tabla 7.

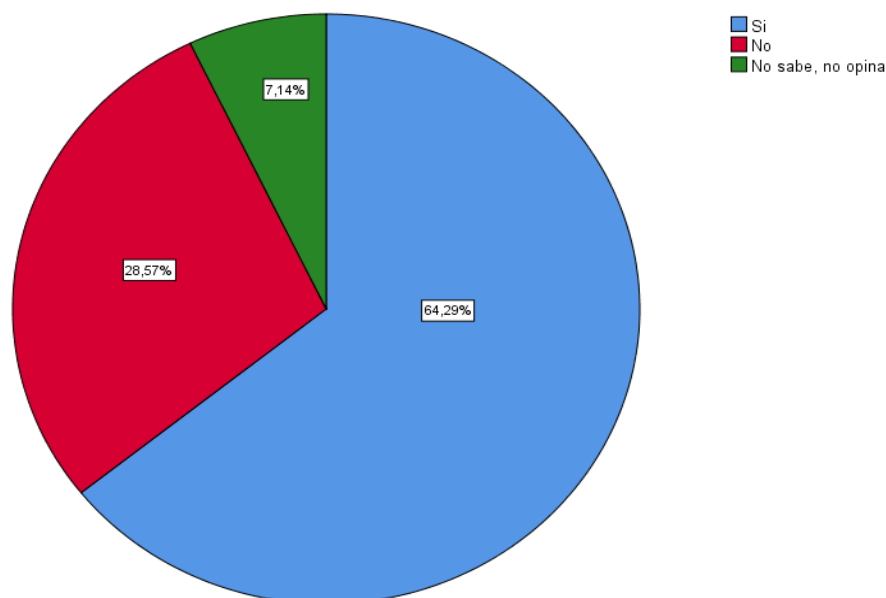
¿En la empresa se realiza un manejo responsable de sus actividades y procesos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	18	64,3	64,3	64,3
	No	8	28,6	28,6	92,9
	No sabe, no opina	2	7,1	7,1	100,0
Total		28	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia (2020).

Figura 11.

En la empresa se realiza un manejo responsable de sus actividades y procesos



Fuente: Elaboración propia (2020).

Análisis

A la pregunta formulada en la empresa se realiza un manejo responsable de sus actividades y procesos, apreciando la tabla y figura se tiene que el 64.3% de las

personas encuestadas señaló que, si, el 28.57% manifestó que no, finalmente el 7.1% de los encuestados no respondió a la interrogante.

Tabla 8.

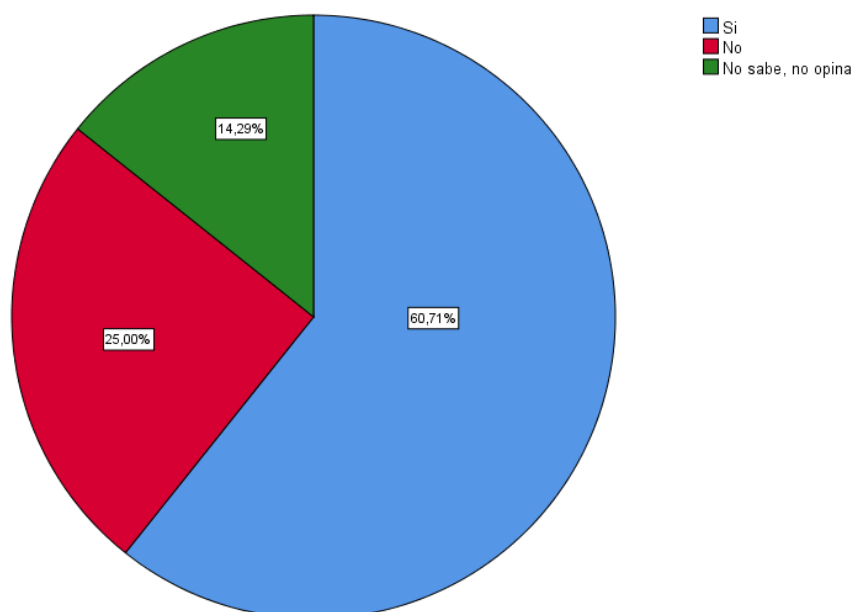
¿Se tiene en cuenta al talento humano con que cuenta la empresa al formular sus planes y programas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	17	60,7	60,7	60,7
	No	7	25,0	25,0	85,7
	No sabe, no opina	4	14,3	14,3	100,0
Total		28	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia (2020).

Figura 12.

Se tiene en cuenta al talento humano con que cuenta la empresa al formular sus planes y programas



Fuente: Elaboración propia (2020).

Análisis

A la pregunta formulada se tiene en cuenta al talento humano con que cuenta la empresa al formular sus planes y programas, apreciando la tabla y figura se tiene

que el 60.7% de las personas encuestadas señaló que, si, el 25% manifestó que no, finalmente el 14.3% de los encuestados no respondió a la interrogante.

Tabla 9.

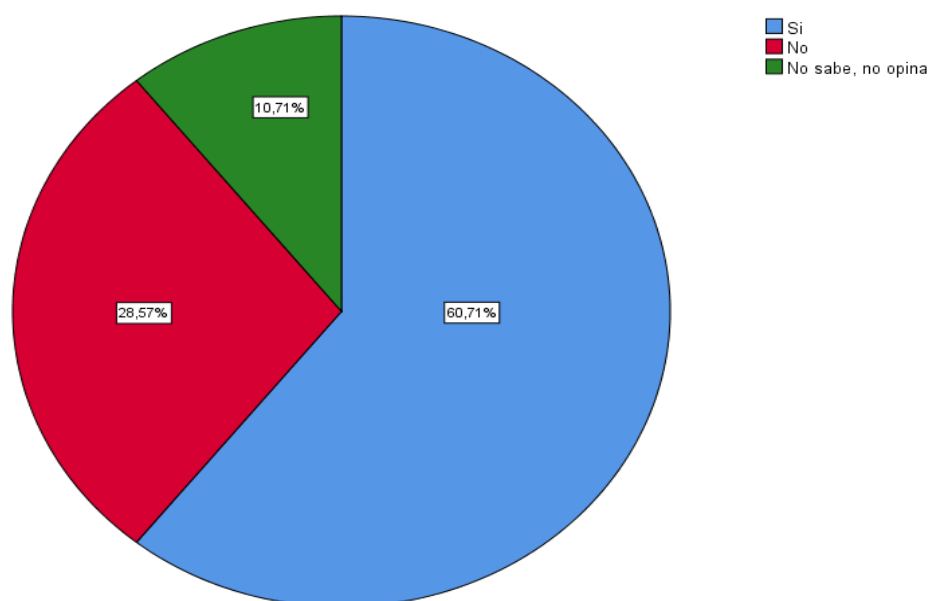
¿Se tiene en cuenta la situación de los empleados en lo que se refiere a motivación, ambiente laboral, rendimiento laboral, remuneraciones, etc.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	17	60,7	60,7	60,7
	No	8	28,6	28,6	89,3
	No sabe, no opina	3	10,7	10,7	100,0
	Total	28	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia (2020).

Figura 13.

Se tiene en cuenta la situación de los empleados en lo que se refiere a motivación, ambiente laboral, rendimiento laboral, remuneraciones, etc.



Fuente: Elaboración propia (2020).

Análisis

A la pregunta formulada se tiene en cuenta la situación de los empleados en lo que se refiere a motivación, ambiente laboral, rendimiento laboral, remuneraciones, etc., apreciando la tabla y figura se tiene que el 60.7% de las personas encuestadas

señaló que, si, el 28.6% manifestó que no, finalmente el 10.7% de los encuestados no respondió a la interrogante.

Tabla 10.

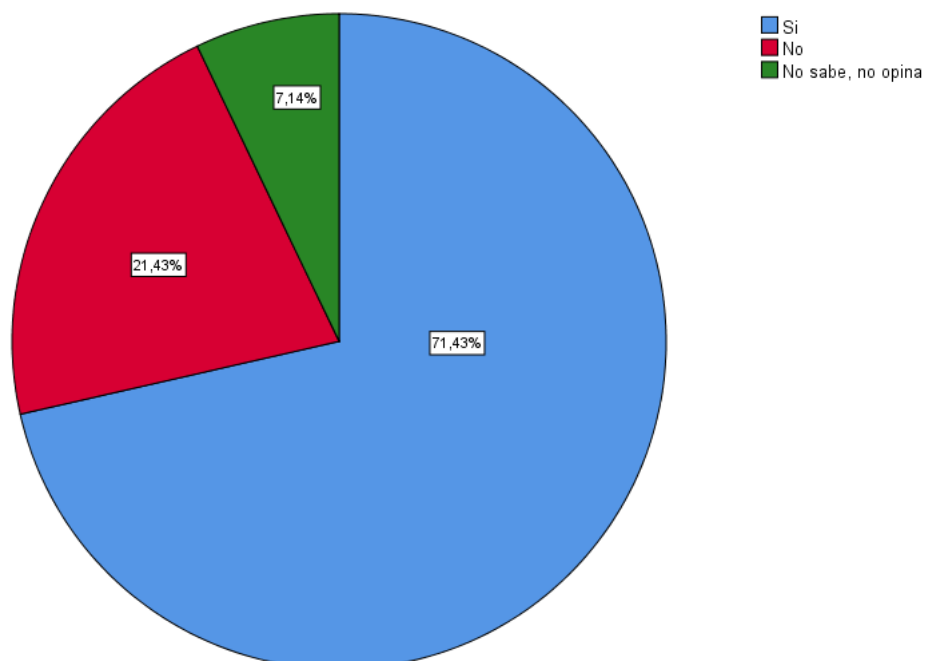
En la empresa se aplican o practican principios éticos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	20	71,4	71,4	71,4
	No	6	21,4	21,4	92,9
	No sabe, no opina	2	7,1	7,1	100,0
Total		28	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia (2020).

Figura 14.

En la empresa se aplican o practican principios éticos



Fuente: Elaboración propia (2020).

Análisis

A la pregunta formulada en la empresa se aplican o practican principios éticos, apreciando la tabla y figura se tiene que el 71.4% de las personas encuestadas

señaló que, si, el 21.4% manifestó que no, finalmente el 10.1% de los encuestados no respondió a la interrogante.

Tabla 11.

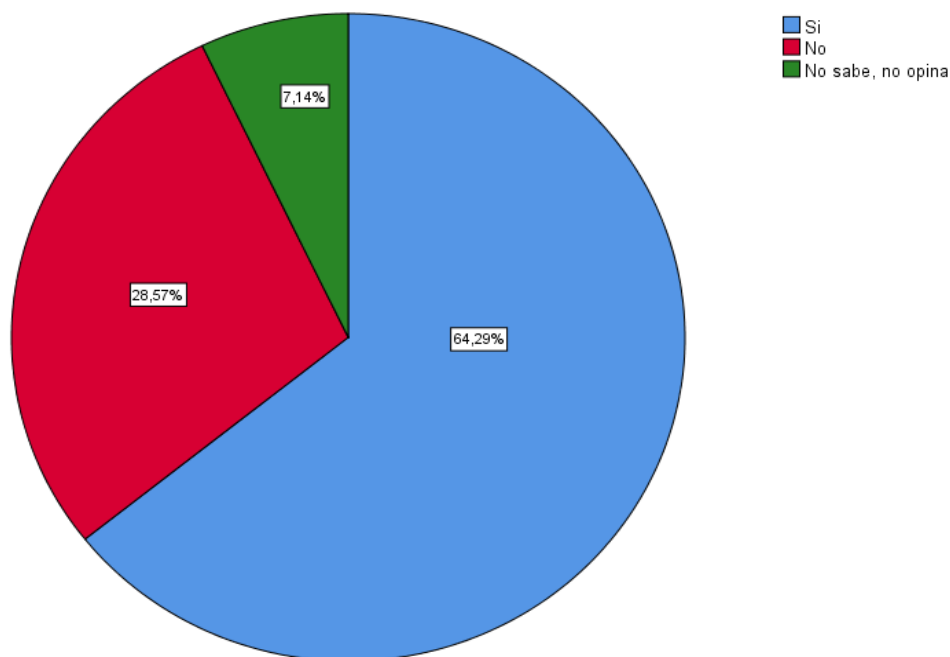
Existe un ambiente de calma y tranquilidad para los empleados de la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	18	64,3	64,3	64,3
	No	8	28,6	28,6	92,9
	No sabe, no opina	2	7,1	7,1	100,0
Total		28	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia (2020).

Figura 15.

Existe un ambiente de calma y tranquilidad para los empleados de la empresa



Fuente: Elaboración propia (2020).

Análisis

A la pregunta formulada existe un ambiente de calma y tranquilidad para los empleados de la empresa, apreciando la tabla y figura se tiene que el 64.3% de las personas encuestadas señaló que, si, el 28.6% manifestó que no, finalmente el 7.1% de los encuestados no respondió a la interrogante.

Tabla 12.

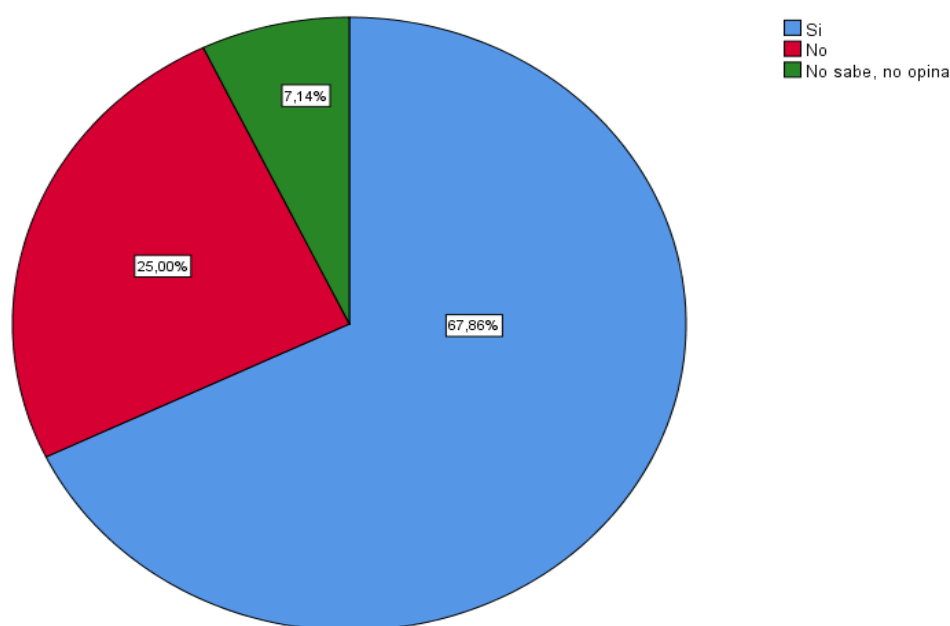
¿En la diversas actividades y acciones que se desarrollan en la empresa se refleja un apropiado comportamiento ético y respeto a las personas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	19	67,9	67,9	67,9
	No	7	25,0	25,0	92,9
	No sabe, no opina	2	7,1	7,1	100,0
	Total	28	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia (2020).

Figura 16.

En la diversas actividades y acciones que se desarrollan en la empresa se refleja un apropiado comportamiento ético y respeto a las personas



Fuente: Elaboración propia (2020).

Análisis

A la pregunta formulada en la diversas actividades y acciones que se desarrollan en la empresa se refleja un apropiado comportamiento ético y respeto a las personas, apreciando la tabla y figura se tiene que el 67.9% de las personas

encuestadas señaló que, si, el 25% manifestó que no, finalmente el 7.1% de los encuestados no respondió a la interrogante.

Tabla 13.

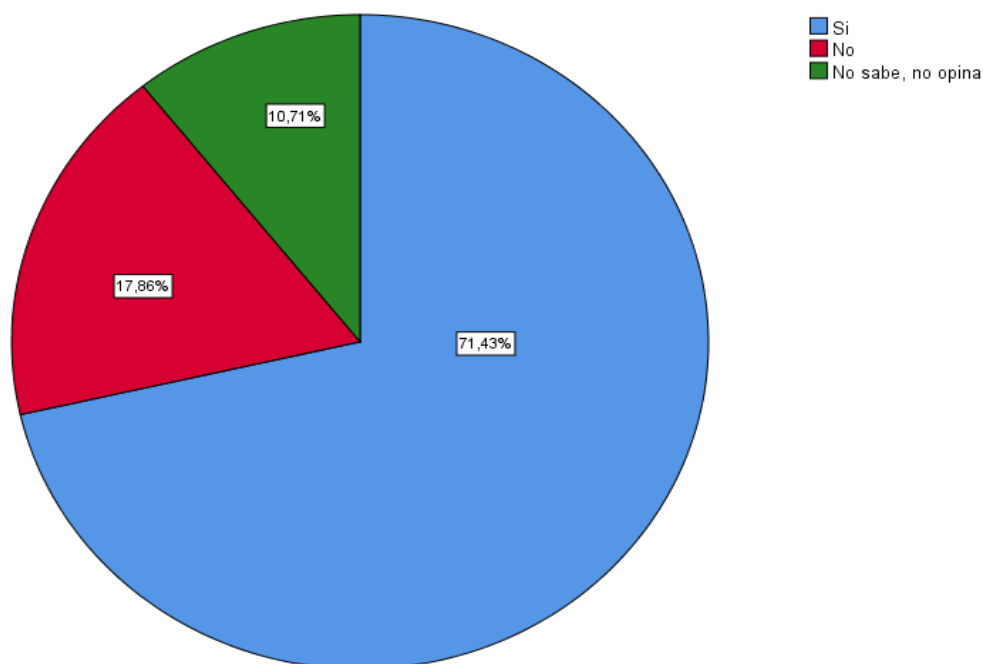
¿Considera usted que las acciones y actividades de RSE que desarrolle la empresa le permitirán lograr la consolidación de la imagen y marca en el sector turístico?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	20	71,4	71,4	71,4
	No	5	17,9	17,9	89,3
	No sabe, no opina	3	10,7	10,7	100,0
	Total	28	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia (2020).

Figura 17.

Considera usted que las acciones y actividades de RSE que desarrolle la empresa le permitirán lograr la consolidación de la imagen y marca en el sector turístico



Fuente: Elaboración propia (2020).

Análisis

A la pregunta formulada considera usted que las acciones y actividades de RSE que desarrolle la empresa le permitirán lograr la consolidación de la imagen y marca

en el sector turístico, apreciando la tabla y figura se tiene que el 71.4% de las personas encuestadas señaló que, si, el 17.91% manifestó que no, finalmente el 10.7% de los encuestados no respondió a la interrogante.

Tabla 14.

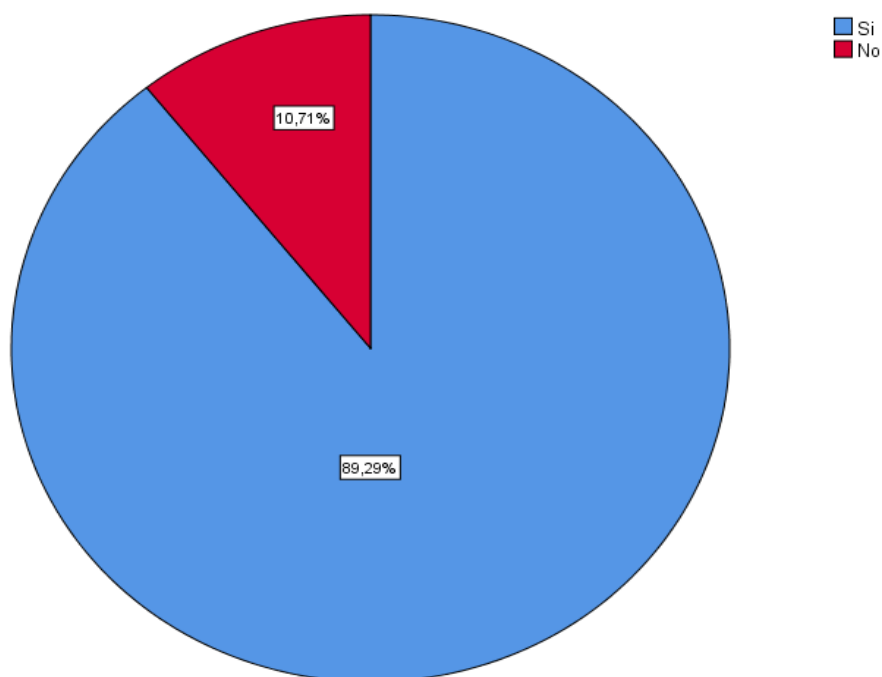
¿Considera usted que se respetan las normas en la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	25	89,3	89,3	89,3
	No	3	10,7	10,7	100,0
Total		28	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia (2020).

Figura 18.

Considera usted que se respetan las normas en la empresa



Fuente: Elaboración propia (2020).

Análisis

A la pregunta formulada considera usted que se respetan las normas en la empresa, apreciando la tabla y figura se tiene que el 89.3% de las personas encuestadas señaló que, si, el 10.7% manifestó que no considera a la interrogante.

Tabla 15.

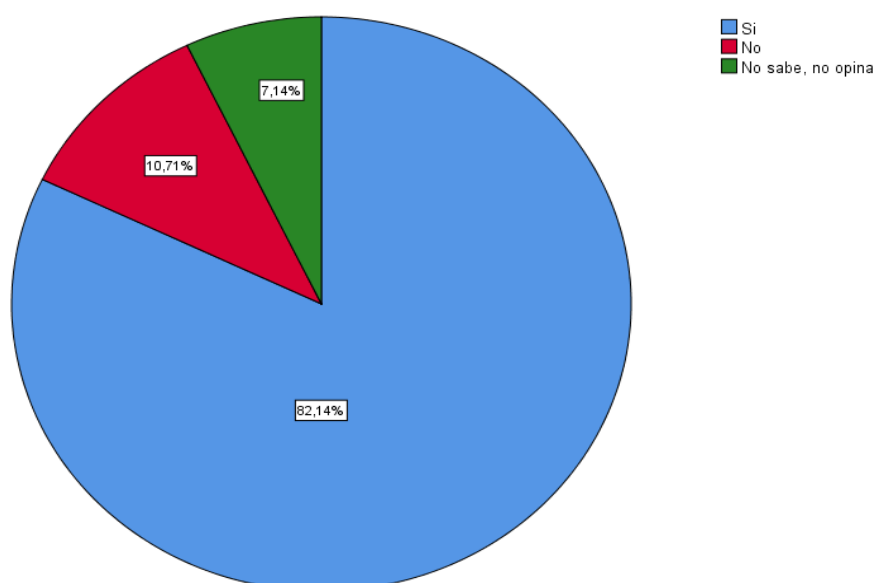
Las políticas de la empresa ponen énfasis en la aplicación de buenas prácticas empresariales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	23	82,1	82,1	82,1
	No	3	10,7	10,7	92,9
	No sabe, no opina	2	7,1	7,1	100,0
Total		28	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia (2020).

Figura 19.

Las políticas de la empresa ponen énfasis en la aplicación de buenas prácticas empresariales



Fuente: Elaboración propia (2020).

Análisis

A la pregunta formulada las políticas de la empresa ponen énfasis en la aplicación de buenas prácticas empresariales, apreciando la tabla y figura se tiene que el 82.1% de las personas encuestadas señaló que, si, el 10.7% manifestó que no, finalmente el 7.1% de los encuestados no respondió a la interrogante.

Tabla 16.

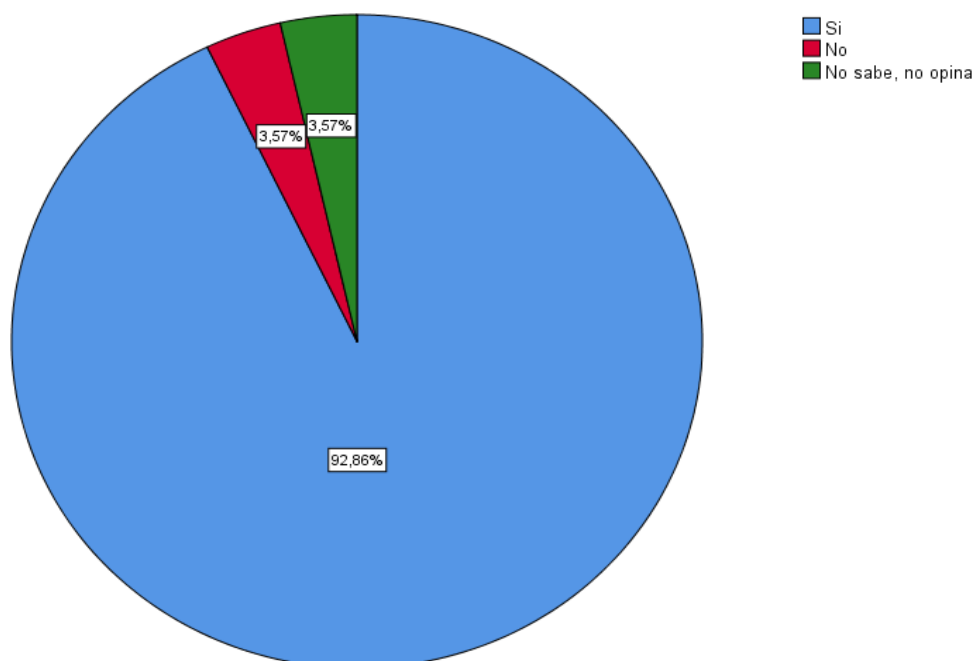
Se fomenta el respeto mutuo y a la integridad moral de los empleados en la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	26	92,9	92,9	92,9
	No	1	3,6	3,6	96,4
	No sabe, no opina	1	3,6	3,6	100,0
	Total	28	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia (2020).

Figura 20.

Se fomenta el respeto mutuo y a la integridad moral de los empleados en la empresa



Fuente: Elaboración propia (2020).

Análisis

A la pregunta formulada se fomenta el respeto mutuo y a la integridad moral de los empleados en la empresa, apreciando la tabla y figura se tiene que el 92.9% de las personas encuestadas señaló que, si, el 3.6% manifestó que no, finalmente el 3.6% de los encuestados no respondió a la interrogante.

Tabla 17.

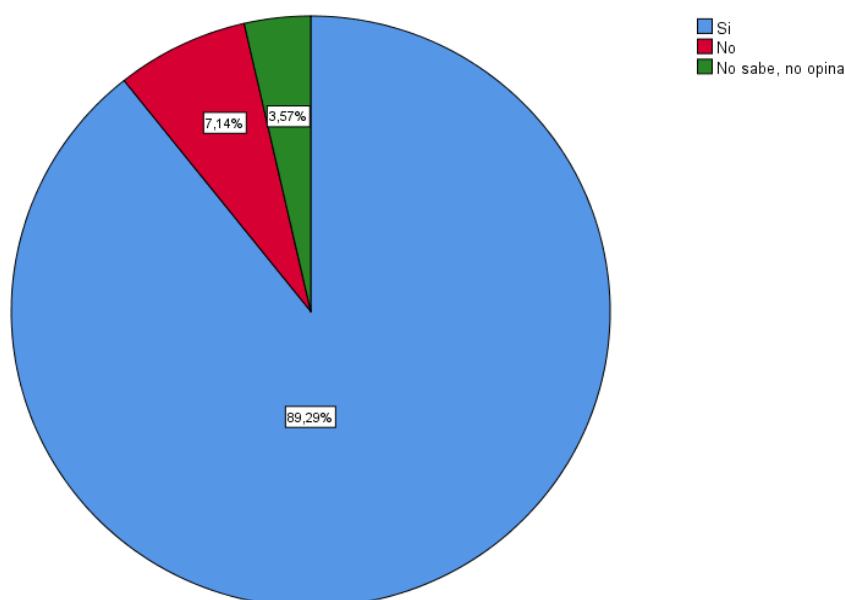
Los empleados de la empresa manejan el conocimiento del entorno laboral o de su cargo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	25	89,3	89,3	89,3
	No	2	7,1	7,1	96,4
	No sabe, no opina	1	3,6	3,6	100,0
	Total	28	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia (2020).

Figura 21.

Los empleados de la empresa manejan el conocimiento del entorno laboral o de su cargo



Fuente: Elaboración propia (2020).

Análisis

A la pregunta formulada los empleados de la empresa manejan el conocimiento del entorno laboral o de su cargo, apreciando la tabla y figura se tiene que el 89.3% de las personas encuestadas señaló que, si, el 7.1% manifestó que no, finalmente el 3.6% de los encuestados no respondió a la interrogante.

Tabla 18.

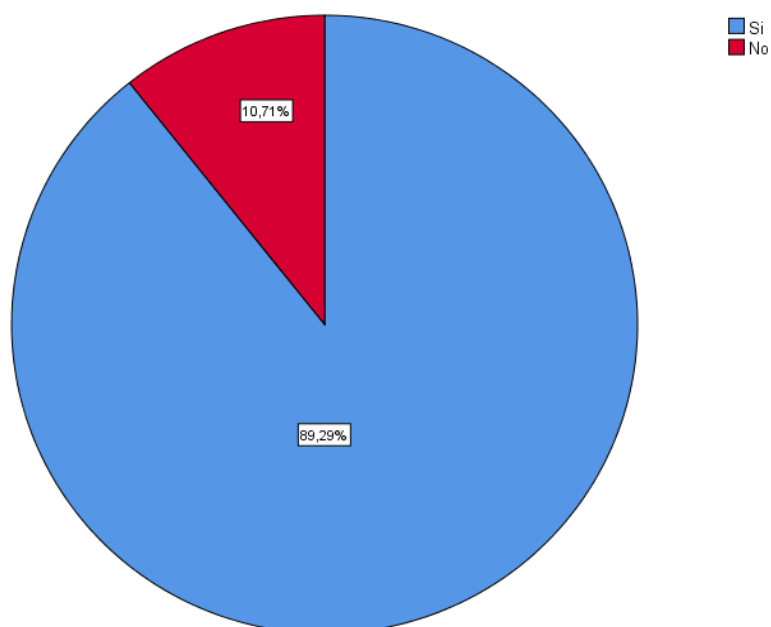
Se les permite a los trabajadores demostrar sus habilidades y destrezas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	25	89,3	89,3	89,3
	No	3	10,7	10,7	100,0
Total		28	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia (2020).

Figura 22.

Se les permite a los trabajadores demostrar sus habilidades y destrezas



Fuente: Elaboración propia (2020).

Análisis

A la pregunta formulada se les permite a los trabajadores demostrar sus habilidades y destrezas, apreciando la tabla y figura se tiene que el 89,3% de las personas encuestadas señaló que, si, el 10,7% manifestó que no conoce a la interrogante.

Tabla 19.

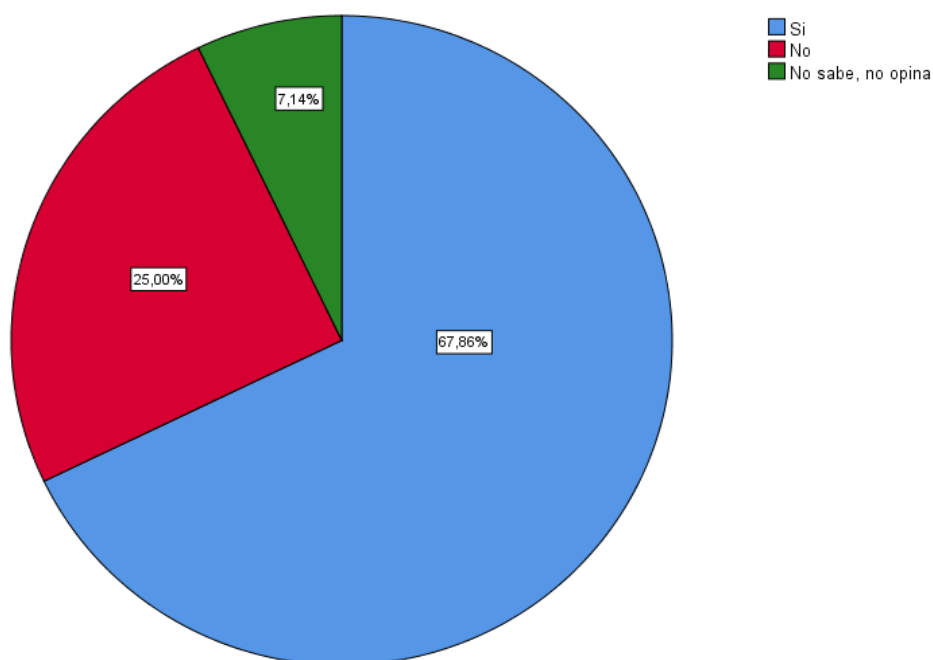
La empresa cuenta con recursos financieros necesarios para el desarrollo de sus actividades

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	19	67,9	67,9	67,9
	No	7	25,0	25,0	92,9
	No sabe, no opina	2	7,1	7,1	100,0
Total		28	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia (2020).

Figura 23.

La empresa cuenta con recursos financieros necesarios para el desarrollo de sus actividades



Fuente: Elaboración propia (2020).

Análisis

A la pregunta formulada la empresa cuenta con recursos financieros necesarios para el desarrollo de sus actividades, apreciando la tabla y figura se tiene que el 67.9% de las personas encuestadas señaló que, si, el 25.0% manifestó que no, finalmente el 7.1% de los encuestados no respondió a la interrogante.

Tabla 20.

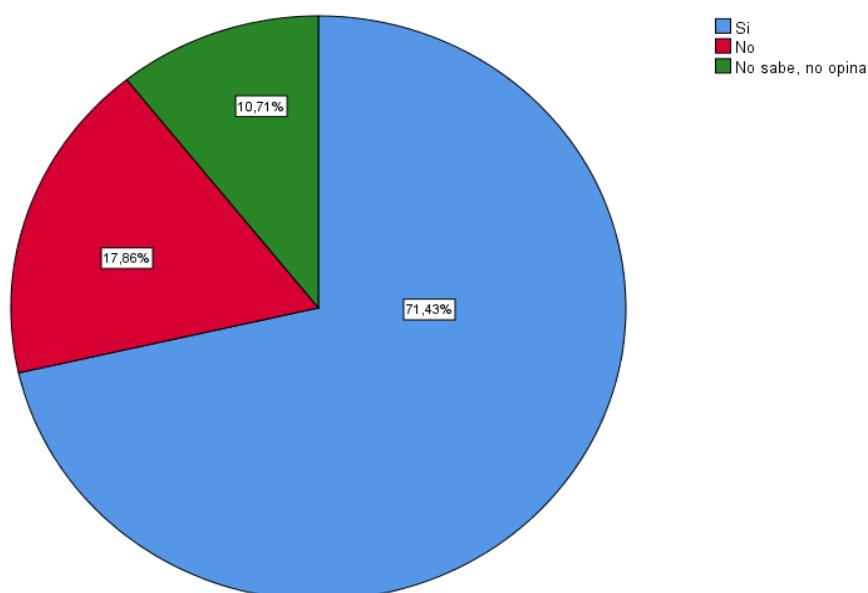
La empresa tiene buenas relaciones con sus stakeholders

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	20	71,4	71,4	71,4
	No	5	17,9	17,9	89,3
	No sabe, no opina	3	10,7	10,7	100,0
	Total	28	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia (2020).

Figura 24.

La empresa tiene buenas relaciones con sus stakeholders



Fuente: Elaboración propia (2020).

Análisis

A la pregunta formulada la empresa tiene buenas relaciones con sus stakeholders, apreciando la tabla y figura se tiene que el 71.4% de las personas encuestadas señaló que, si, el 17.9% manifestó que no, finalmente el 10.7% de los encuestados no respondió a la interrogante.

Tabla 21.

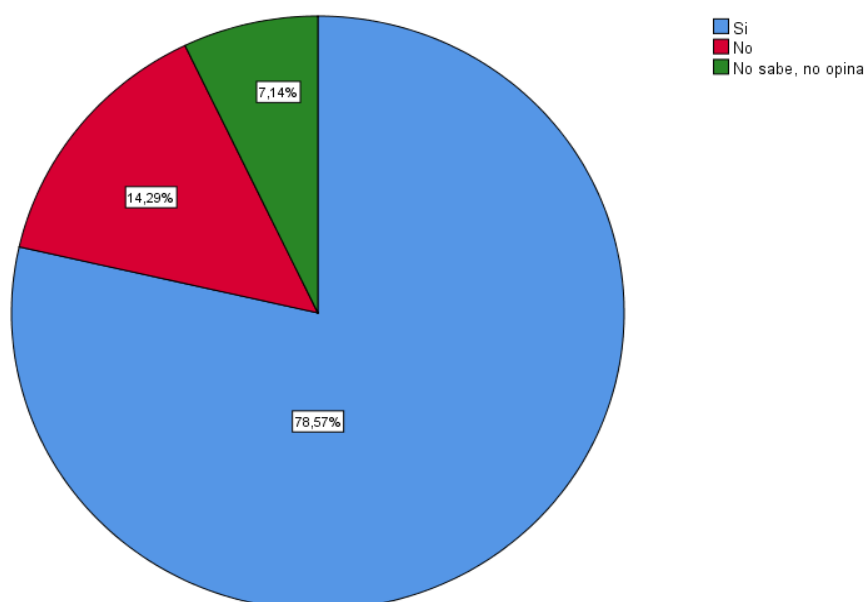
Se generan oportunidades de negocio en la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	22	78,6	78,6	78,6
	No	4	14,3	14,3	92,9
	No sabe, no opina	2	7,1	7,1	100,0
	Total	28	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia (2020).

Figura 25.

Se generan oportunidades de negocio en la empresa



Fuente: Elaboración propia (2020).

Análisis

A la pregunta formulada se generan oportunidades de negocio en la empresa, apreciando la tabla y figura se tiene que el 78.6% de las personas encuestadas señaló que, si, el 14.3% manifestó que no, finalmente el 7.1% de los encuestados no respondió a la interrogante.

Tabla 22.

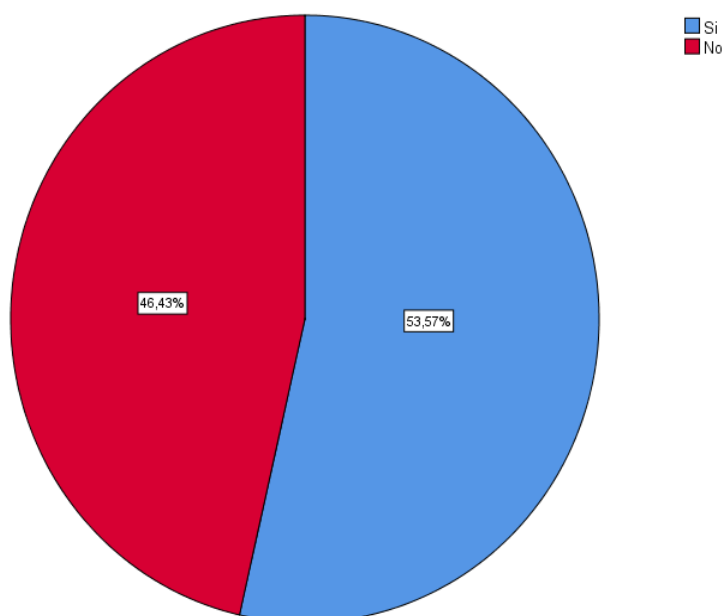
Se logran cubrir las demandas de los clientes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	15	53,6	53,6	53,6
	No	13	46,4	46,4	100,0
Total		28	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia (2020).

Figura 26.

Se logran cubrir las demandas de los clientes



Fuente: Elaboración propia (2020).

Análisis

A la pregunta formulada se logran cubrir las demandas de los clientes, apreciando la tabla y figura se tiene que el 53.6% de las personas encuestadas señaló que, si, el 46.4% manifestó que no conoce a la interrogante.

Tabla 23.

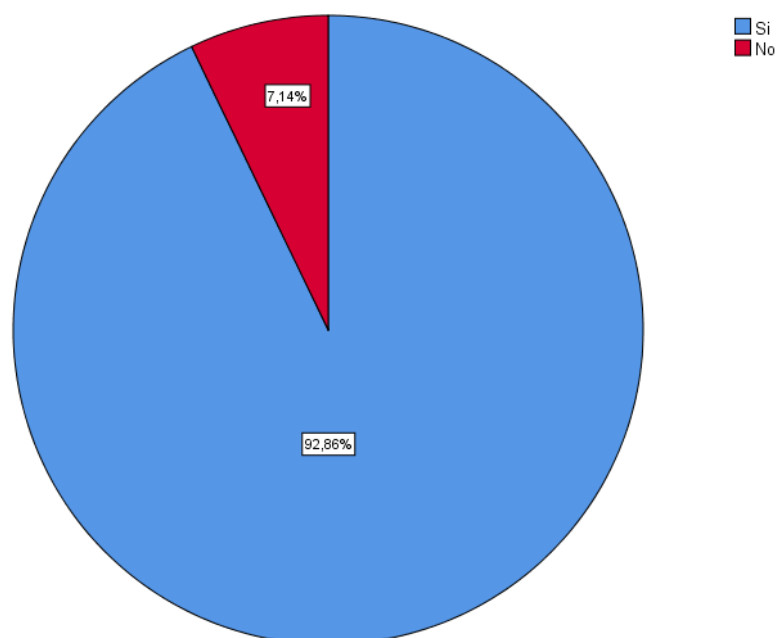
La empresa está organizada de manera eficiente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	26	92,9	92,9	92,9
	No	2	7,1	7,1	100,0
Total		28	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia (2020).

Figura 27.

La empresa está organizada de manera eficiente



Fuente: Elaboración propia (2020).

Análisis

A la pregunta formulada la empresa está organizada de manera eficiente, apreciando la tabla y figura se tiene que el 92.9% de las personas encuestadas señaló que, si, el 7.1% manifestó que no conoce a la interrogante.

Tabla 24.

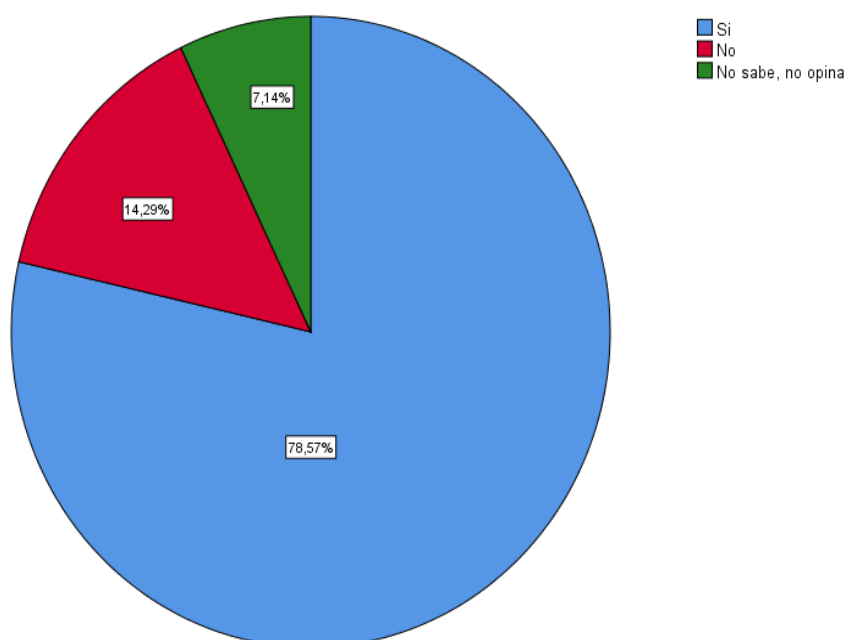
La organización de la empresa obedece a las necesidades del mercado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	22	78,6	78,6	78,6
	No	4	14,3	14,3	92,9
	No sabe, no opina	2	7,1	7,1	100,0
	Total	28	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia (2020).

Figura 28.

La organización de la empresa obedece a las necesidades del mercado



Fuente: Elaboración propia (2020).

Análisis

A la pregunta formulada la organización de la empresa obedece a las necesidades del mercado, apreciando la tabla y figura se tiene que el 78.6% de las personas encuestadas señaló que, si, el 92.9% manifestó que no, finalmente el 7.1% de los encuestados no respondió a la interrogante.

Tabla 25.

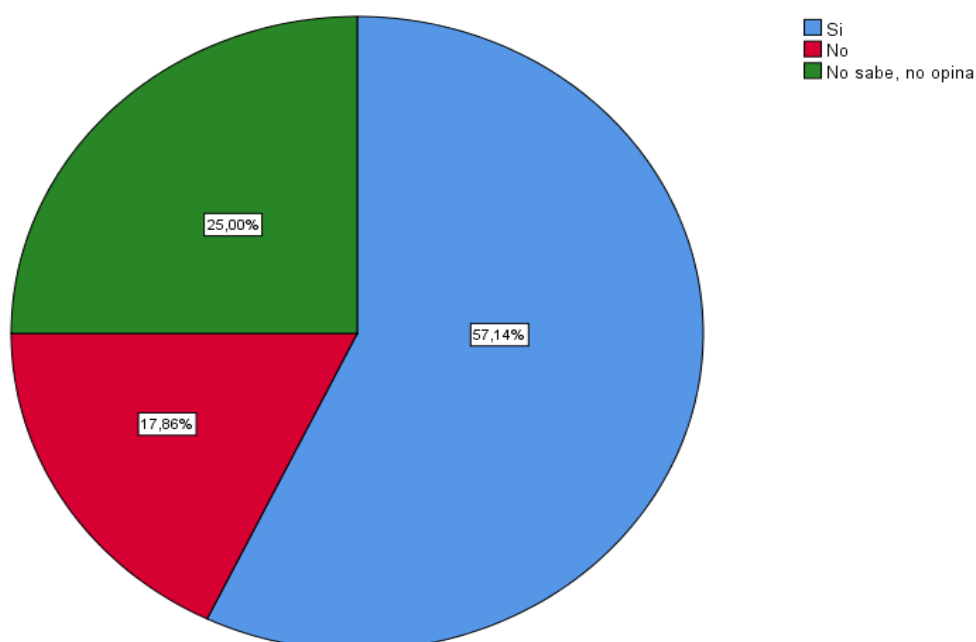
Conoce los principios de desarrollo sostenible

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	16	57,1	57,1	57,1
	No	5	17,9	17,9	75,0
	No sabe, no opina	7	25,0	25,0	100,0
	Total	28	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia (2020).

Figura 29.

Conoce los principios de desarrollo sostenible



Fuente: Elaboración propia (2020).

Análisis

A la pregunta formulada conoce los principios de desarrollo sostenible, apreciando la tabla y figura se tiene que el 57.1% de las personas encuestadas señaló que, si conoce, el 17.9% manifestó que no conoce, finalmente el 25% de los encuestados no respondió a la interrogante.

Tabla 26.

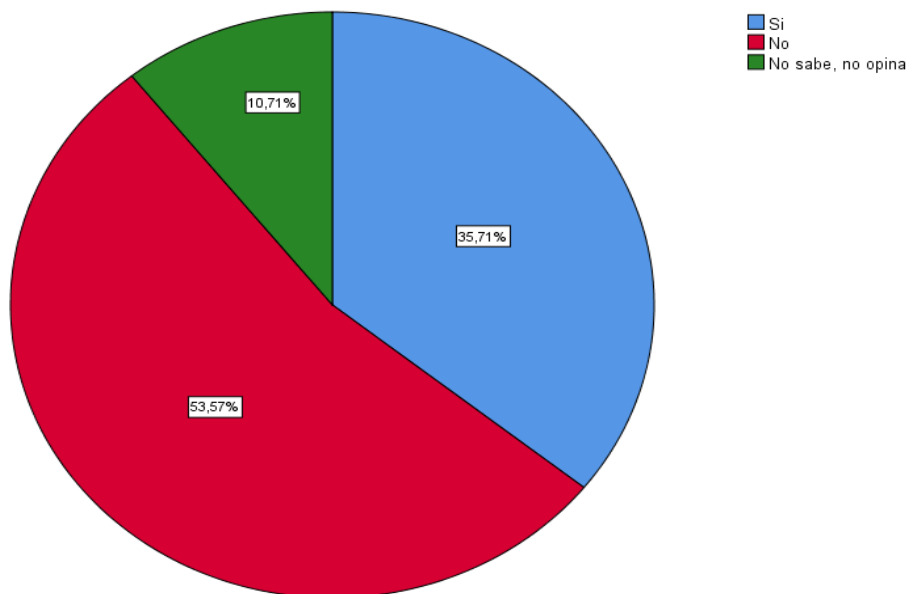
Se aplican en la empresa los principios de desarrollo sostenible

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	10	35,7	35,7	35,7
	No	15	53,6	53,6	89,3
	No sabe, no opina	3	10,7	10,7	100,0
	Total	28	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia (2020).

Figura 30.

Se aplican en la empresa los principios de desarrollo sostenible



Fuente: Elaboración propia (2020).

Análisis

A la pregunta formulada se aplican en la empresa los principios de desarrollo sostenible, apreciando la tabla y figura se tiene que el 35.7% de las personas encuestadas señaló que, si, el 53.6% manifestó que no, finalmente el 10.7% de los encuestados no respondió a la interrogante.

Tabla 27.

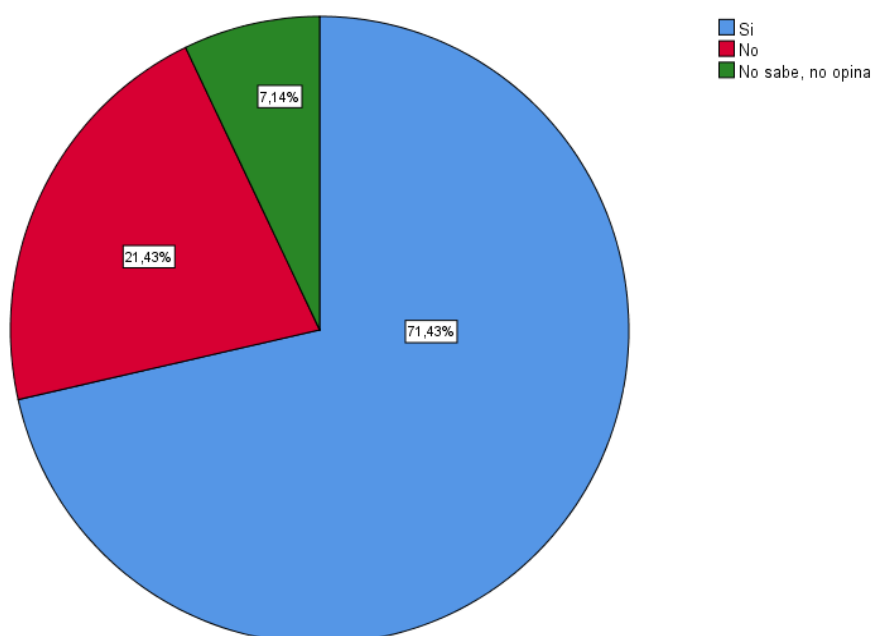
Se tiene en cuenta el bienestar del talento humano en la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	20	71,4	71,4	71,4
	No	6	21,4	21,4	92,9
	No sabe, no opina	2	7,1	7,1	100,0
	Total	28	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia (2020).

Figura 31.

Se tiene en cuenta el bienestar del talento humano en la empresa



Fuente: Elaboración propia (2020).

Análisis

A la pregunta formulada se tiene en cuenta el bienestar del talento humano en la empresa, apreciando la tabla y figura se tiene que el 71.4% de las personas encuestadas señaló que, si, el 21.4% manifestó que no, finalmente el 7.1% de los encuestados no respondió a la interrogante.

Tabla 28.

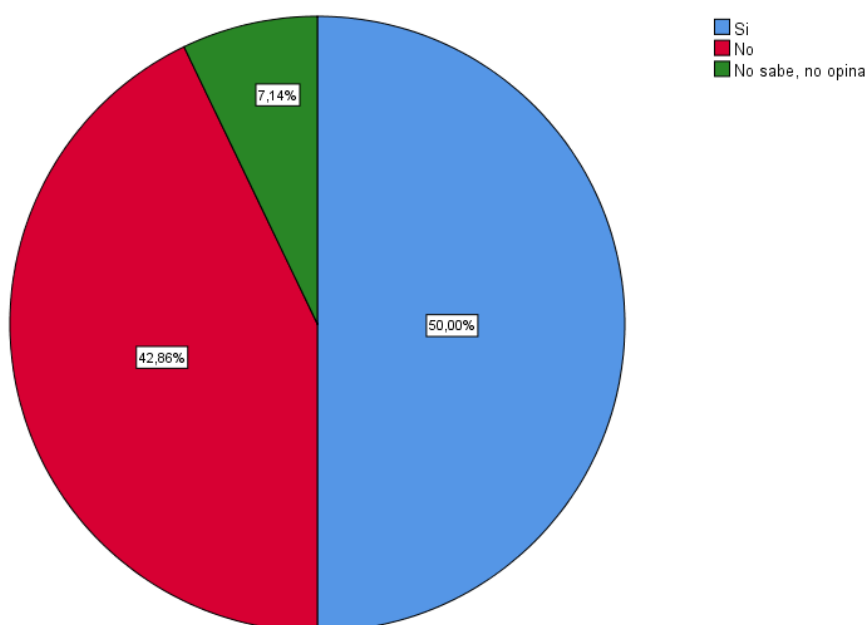
Es reconocido el talento humano de la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	14	50,0	50,0	50,0
	No	12	42,9	42,9	92,9
	No sabe, no opina	2	7,1	7,1	100,0
Total		28	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia (2020).

Figura 32.

Es reconocido el talento humano de la empresa



Fuente: Elaboración propia (2020).

Análisis

A la pregunta formulada es reconocido el talento humano de la empresa, apreciando la tabla y figura se tiene que el 50% de las personas encuestadas señaló que, si, el 42.9% manifestó que no, finalmente el 7.1% de los encuestados no respondió a la interrogante.

Tabla 29.

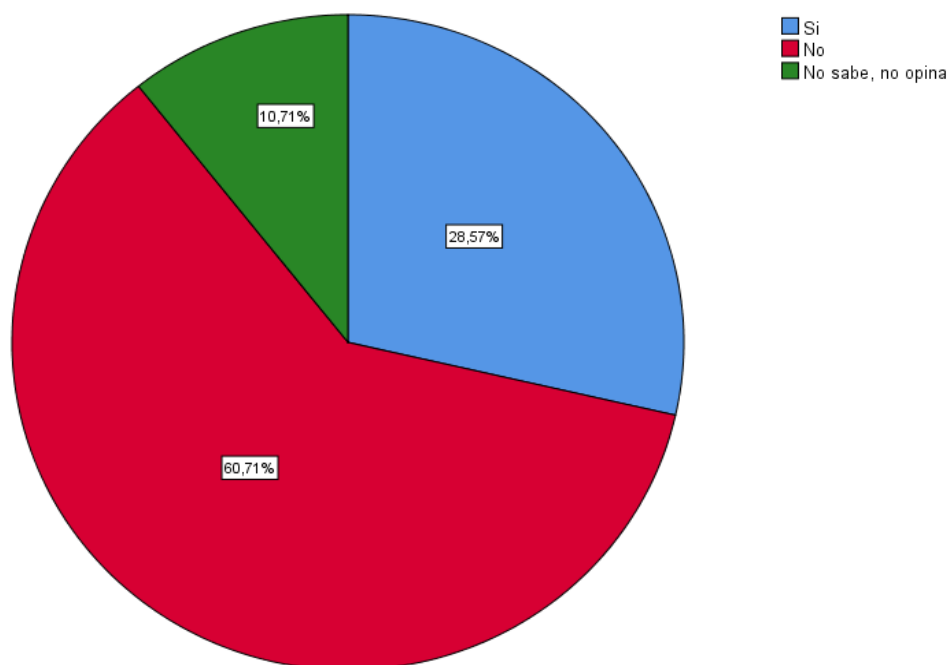
Conoce sus stakeholders

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	8	28,6	28,6	28,6
	No	17	60,7	60,7	89,3
	No sabe, no opina	3	10,7	10,7	100,0
	Total	28	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia (2020).

Figura 33.

Conoce sus stakeholders



Fuente: Elaboración propia (2020).

Análisis

A la pregunta formulada conoce sus stakeholders, apreciando la tabla y figura se tiene que el 28.6% de las personas encuestadas señaló que, si conoce, el 60.7% manifestó que no conoce, finalmente el 10.7% de los encuestados no respondió a la interrogante.

Tabla 30.

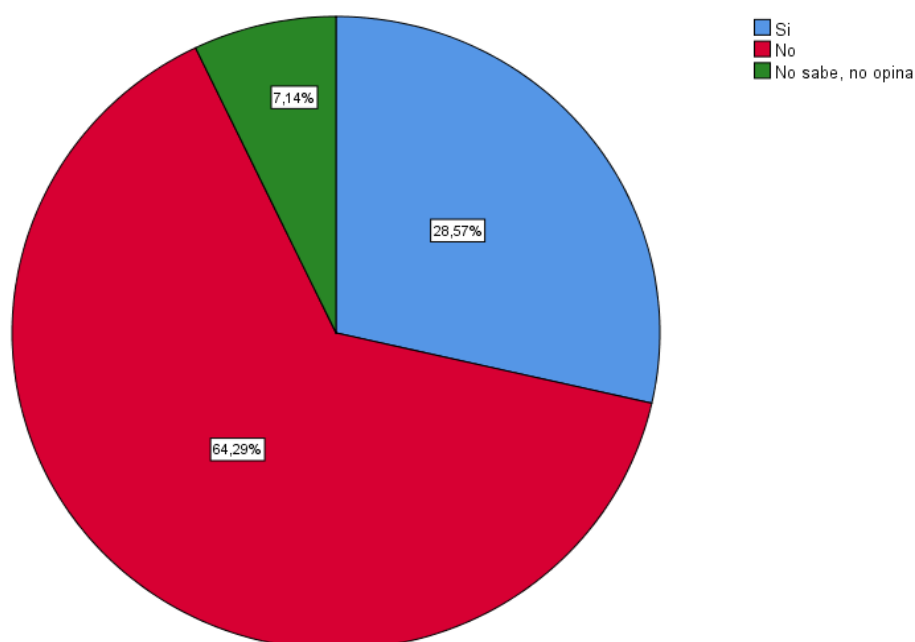
Sabe cómo obtener información de sus stakeholders

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	8	28,6	28,6	28,6
	No	18	64,3	64,3	92,9
	No sabe, no opina	2	7,1	7,1	100,0
Total		28	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia (2020).

Figura 34.

Sabe cómo obtener información de sus stakeholders



Fuente: Elaboración propia (2020).

Análisis

A la pregunta formulada sabe cómo obtener información de sus stakeholders, apreciando la tabla y figura se tiene que el 28.6% de las personas encuestadas señaló que, si sabe, el 64.3% manifestó que no sabe, finalmente el 7.1% de los encuestados no respondió a la interrogante.

Tabla 31.

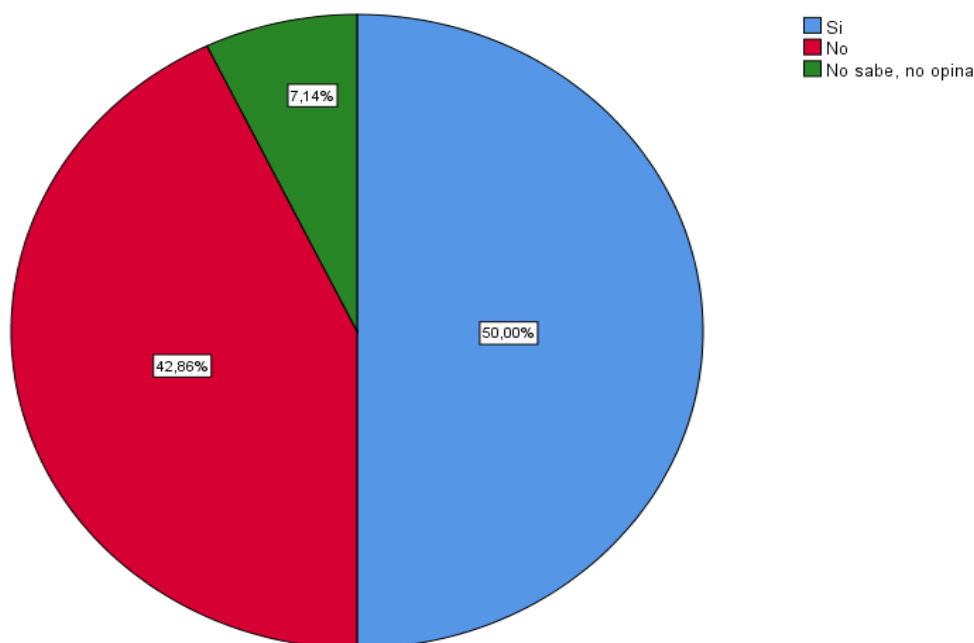
La empresa ha logrado alguna ganancia en el último período

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	14	50,0	50,0	50,0
	No	12	42,9	42,9	92,9
	No sabe, no opina	2	7,1	7,1	100,0
Total		28	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia (2020).

Figura 35.

La empresa ha logrado alguna ganancia en el último período



Fuente: Elaboración propia (2020).

Análisis

A la pregunta formulada la empresa ha logrado alguna ganancia en el último período, apreciando la tabla y figura se tiene que el 50% de las personas encuestadas señaló que, si, el 42.9% manifestó que no, finalmente el 7.1% de los encuestados no respondió a la interrogante.

Tabla 32.

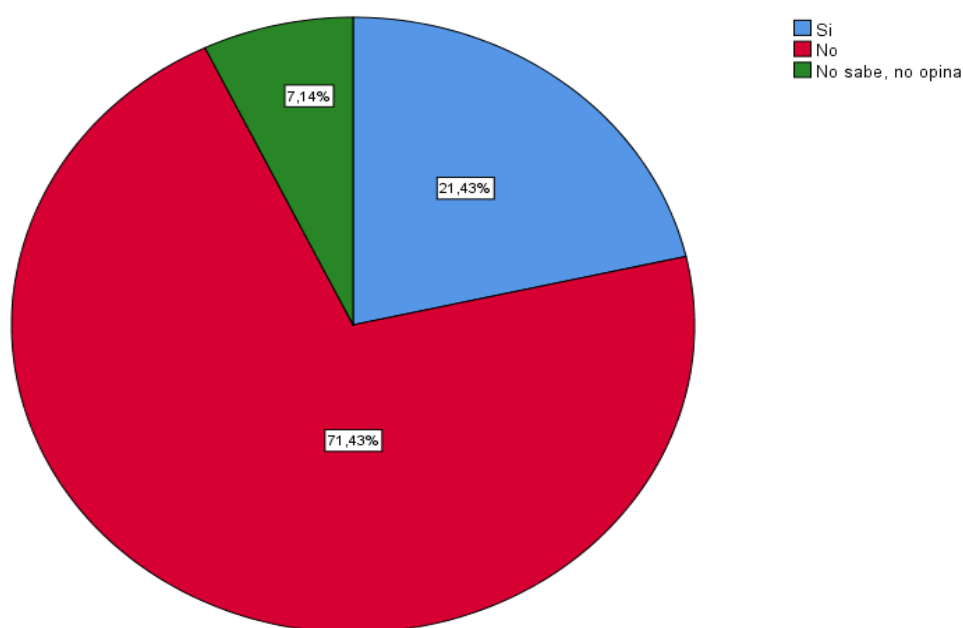
Con las actividades que realiza la empresa actualmente puede lograr algún tipo de rentabilidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	6	21,4	21,4	21,4
	No	20	71,4	71,4	92,9
	No sabe, no opina	2	7,1	7,1	100,0
Total		28	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia (2020).

Figura 36.

Con las actividades que realiza la empresa actualmente puede lograr algún tipo de rentabilidad



Fuente: Elaboración propia (2020).

Análisis

A la pregunta formulada con las actividades que realiza la empresa actualmente puede lograr algún tipo de rentabilidad, apreciando la tabla y figura se tiene que el 21.4% de las personas encuestadas señaló que, si, el 71.4% manifestó que no, finalmente el 7.1% de los encuestados no respondió a la interrogante.

4.2 Prueba de hipótesis

4.2.1 Hipótesis general

La responsabilidad social influye significativamente en la sostenibilidad empresarial en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores-Lima.

- a. Formulación de la hipótesis nula (H_0).

La responsabilidad social no influye significativamente en la sostenibilidad empresarial en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores-Lima.

- b. Formulación de la hipótesis alterna (H_a).

La responsabilidad social si influye significativamente en la sostenibilidad empresarial en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores-Lima.

- c. Fijar el nivel de significación (α), es la probabilidad de rechazar la hipótesis nula, siendo verdadera, su rango de variación es $1\% \leq \alpha \leq 10\%$, y está asociada al valor de la tabla Chi-Cuadrado que determina el punto crítico (X^2_t).

$$X^2_t = 9.488$$

- d. Calcular la prueba estadística con la fórmula siguiente:

$$X^2_c = \sum \frac{(o_i - e_i)^2}{e_i}$$

$$X^2_c = 40.174$$

Donde:

o_i = Valor observado en las encuestas

e_i = Valor esperado calculado en base a los valores observados

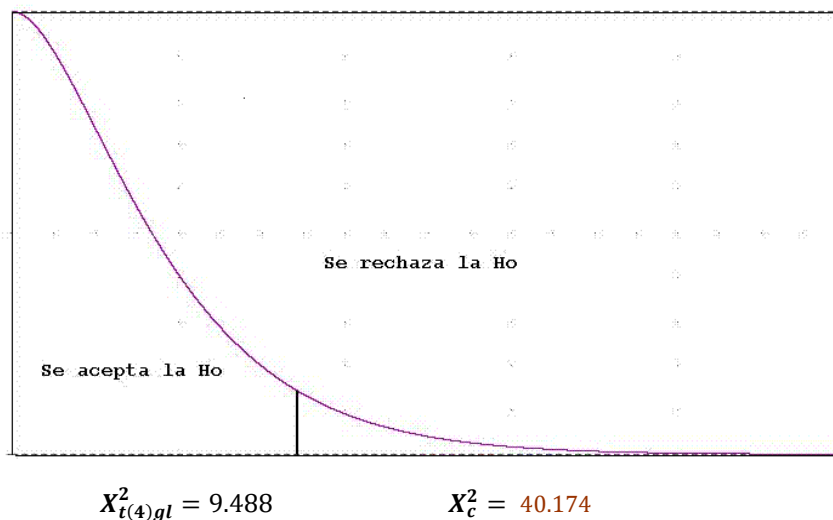
X_c^2 = Valor del estadístico calculado en base a los datos ingresados al software

$(X_{t(f-1)(c-1)}^2)$ = Valor del estadístico obtenido en la tabla de Chi Cuadrado.

k = filas, r = columnas, gl = grados de libertad.

e. Toma de decisiones

Para la toma de decisiones, se debe comparar los valores de la prueba con los valores del gráfico o el resultado del software estadístico.



Decisión:

Con un nivel de significación del 5% se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, precisando que “La responsabilidad social influye significativamente en la sostenibilidad empresarial en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores-Lima, dicha hipótesis ha sido comprobada mediante el estadístico Chi Cuadrado y procesada en el Software Estadístico SPSS, versión 25, para lo cual se adjunta las evidencias consistentes en la tabla cruzada y el resultado de la prueba Chi Cuadrado.

Tabla 33.*Cruzada 1**Responsabilidad social*sostenibilidad empresarial*

Recuento

		SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL			Total
		Si	No	No sabe, no opina	
RESPONSABILIDAD SOCIAL	Si	20	0	0	20
	No	3	3	0	6
	No sabe, no opina	0	0	2	2
Total		23	3	2	28

Pruebas de chi-cuadrado

Estadístico	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	40.174	4	0.000
Razón de verosimilitud	24.689	4	0.000
Asociación lineal por lineal	20.223	1	0.000
N de casos válidos	28		

Fuente: Resultado de procesamiento spss, elaboración propia (2020).

4.2.2 Contrastación de la hipótesis específica 1

El manejo responsable incide significativamente en el emprendimiento empresarial en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores-Lima.

- a. Formulación de la hipótesis nula (H_0).

El manejo responsable no incide significativamente en el emprendimiento empresarial en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores-Lima.

- b. Formulación de la hipótesis alterna (H_a).

El manejo responsable si incide significativamente en el emprendimiento empresarial en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores-Lima.

- c. Fijar el nivel de significación (α), es la probabilidad de rechazar la hipótesis nula, siendo verdadera, su rango de variación es $1\% \leq \alpha \leq 10\%$, y está asociada al valor de la tabla Chi-Cuadrado que determina el punto crítico (X_{α}^2).

$$X_{t(4)gl}^2 = 9.488$$

- d. Calcular la prueba estadística con la fórmula siguiente:

$$X_c^2 = \sum \frac{(o_i - e_i)^2}{e_i}$$

$$X_c^2 = 13.222$$

Donde:

o_i = Valor observado en las encuestas

e_i = Valor esperado calculado en base a los valores observados

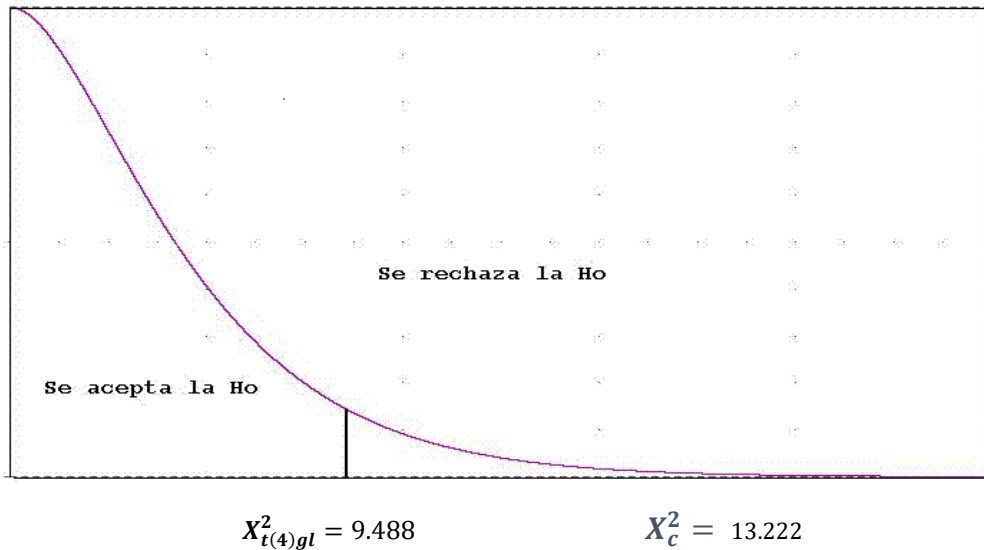
X_c^2 = Valor del estadístico calculado en base a los datos ingresados al software

$(X^2_{t(f-1)(c-1)}) =$ Valor del estadístico obtenido en la tabla de Chi Cuadrado.

k = filas, r = columnas, gl = grados de libertad.

e. Toma de decisiones

Para la toma de decisiones, se debe comparar los valores de la prueba con los valores del gráfico o el resultado del software estadístico.



Decisión:

Con un nivel de significación del 5% se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, precisando que “El manejo responsable si incide significativamente en el emprendimiento empresarial en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores-Lima, dicha hipótesis ha sido comprobada mediante el estadístico Chi Cuadrado y procesada en el Software Estadístico SPSS, versión 25, para lo cual se adjunta las evidencias consistentes en la tabla cruzada y el resultado de la prueba Chi Cuadrado.

Tabla 34.*Cruzada 2*

2.- ¿En la empresa se realiza un manejo responsable de sus actividades y procesos? *14.- La empresa cuenta con recursos financieros necesarios para el desarrollo de sus actividades

Recuento

		14.-La empresa cuenta con recursos financieros necesarios para el desarrollo de sus actividades			
		Si	No	No sabe, no opina	Total
2.-¿En la empresa se realiza un manejo responsable de sus actividades y procesos?	Si	12	2	2	16
	No	3	7	0	10
	No sabe, no opina	1	0	1	2
Total		16	9	3	28

Pruebas de chi-cuadrado

Estadístico	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	13.222	4	0.010
Razón de verosimilitud	13.209	4	0.010
Asociación lineal por lineal	2.319	1	0.128
N de casos válidos	28		

Fuente: Resultado de procesamiento spss, elaboración propia (2020).

4.3.3. Contrastación de la hipótesis específica 2

El comportamiento ético influye significativamente en el desarrollo sostenible en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores-Lima.

- a. Formulación de la hipótesis nula (H_0).

El comportamiento ético no influye significativamente en el desarrollo sostenible en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores-Lima

- b. Formulación de la hipótesis alterna (H_a).

El comportamiento ético si influye significativamente en el desarrollo sostenible en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores-Lima

- c. Fijar el nivel de significación (α), es la probabilidad de rechazar la hipótesis nula, siendo verdadera, su rango de variación es $1\% \leq \alpha \leq 10\%$, y está asociada al valor de la tabla Chi-Cuadrado que determina el punto crítico (X^2_t).

$$X^2_t = 9.488$$

- d. Calcular la prueba estadística con la fórmula siguiente:

$$X^2_c = \sum \frac{(o_i - e_i)^2}{e_i}$$

$$X^2_c = 11.263$$

Donde:

o_i = Valor observado en las encuestas

e_i = Valor esperado calculado en base a los valores observados

X^2_c = Valor del estadístico calculado en base a los datos
ingresados al software

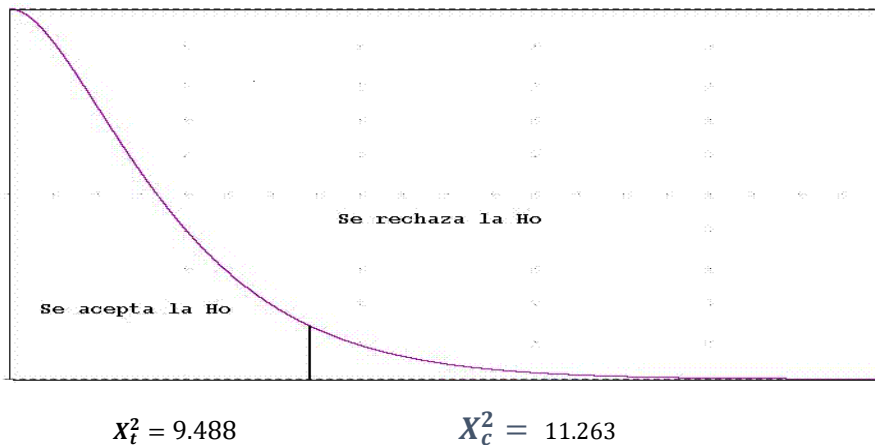
$(X_{t(f-1)(c-1)}^2)$ = Valor del estadístico obtenido en la tabla de Chi

Cuadrado.

k = filas, r = columnas, gl = grados de libertad.

e. Toma de decisiones

Para la toma de decisiones, se debe comparar los valores de la prueba con los valores del gráfico o el resultado del software estadístico.



Decisión:

Con un nivel de significación del 5% se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, precisando que “El comportamiento ético si influye significativamente en el desarrollo sostenible en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores-Lima, dicha hipótesis ha sido comprobada mediante el estadístico Chi Cuadrado y procesada en el Software Estadístico SPSS, versión 25, para lo cual se adjunta las evidencias consistentes en la tabla cruzada y el resultado de la prueba Chi Cuadrado.

Tabla 35.

Cruzada 3

*5.-En la empresa se aplican o practican principios éticos*20.-Conoce los principios de desarrollo sostenible*

Recuento

		20.-Conoce los principios de desarrollo sostenible			
			No sabe, no opina		
		Si	No		Total
5.-En la empresa se aplican o practican principios éticos	Si	12	2	4	18
	No	3	3	0	6
	No sabe, no opina	1	0	3	4
Total		16	5	7	28

Pruebas de chi-cuadrado

Estadístico	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	11.263	4	0.024
Razón de verosimilitud	11.174	4	0.025
Asociación lineal por lineal	2.708	1	0.100
N de casos válidos	28		

Fuente: Resultado de procesamiento spss, elaboración propia (2020).

4.2.4 Contrastación de la hipótesis específica 3

Las buenas prácticas empresariales influyen significativamente en el desarrollo económico en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores-Lima.

- a. Formulación de la hipótesis nula (H_0).

Las buenas prácticas empresariales no influyen significativamente en el desarrollo económico en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores-Lima.

- b. Formulación de la hipótesis alterna (H_a).

Las buenas prácticas empresariales influyen significativamente en el desarrollo económico en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores-Lima

- c. Fijar el nivel de significación (α), es la probabilidad de rechazar la hipótesis nula, siendo verdadera, su rango de variación es $1\% \leq \alpha \leq 10\%$, y está asociada al valor de la tabla Chi-Cuadrado que determina el punto crítico (X_{α}^2).

$$X_{\alpha}^2 = 12.592$$

- d. Calcular la prueba estadística con la fórmula siguiente:

$$X_c^2 = \sum \frac{(o_i - e_i)^2}{e_i}$$

$$X_c^2 = 15.334$$

Donde:

o_i = Valor observado en las encuestas

e_i = Valor esperado calculado en base a los valores observados

X_c^2 = Valor del estadístico calculado en base a los datos
ingresados al software

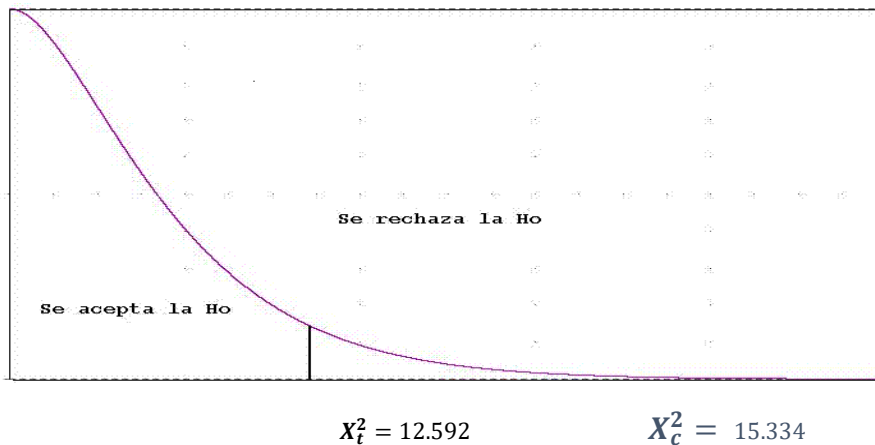
$(X_{t(f-1)(c-1)}^2) \cdot$ = Valor del estadístico obtenido en la tabla de Chi

Cuadrado.

k = filas, r = columnas, gl = grados de libertad.

e. Toma de decisiones

Para la toma de decisiones, se debe comparar los valores de la prueba con los valores del gráfico o el resultado del software estadístico.



Decisión:

Con un nivel de significación del 5% se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, precisando que “Las buenas prácticas empresariales influyen significativamente en el desarrollo económico en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores-Lima, dicha hipótesis ha sido comprobada mediante el estadístico Chi Cuadrado y procesada en el Software Estadístico SPSS, versión 25, para lo cual se adjunta las evidencias consistentes en la tabla cruzada y el resultado de la prueba Chi Cuadrado.

Tabla 36.*Cruzada 4*

10.- Las políticas de la empresa ponen énfasis en la aplicación de buenas prácticas empresariales. *20.-Conoce los principios de desarrollo sostenible

Recuento

		21. Se aplican en la empresa los principios de desarrollo sostenible			Total
		Si	No	No sabe, no opina	
10.-Las políticas de la empresa ponen énfasis en la aplicación de buenas prácticas empresariales.	Si	13	3	4	20
	No	2	3	0	5
	No sabe, no opina	0	0	3	3
Total		15	6	7	28

Pruebas de chi-cuadrado

Estadístico	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	14.967a	4	0.005
Razón de verosimilitud	14.429	4	0.006
Asociación lineal por lineal	5.511	1	0.019
N de casos válidos	28		

Fuente: Resultado de procesamiento spss, elaboración propia (2020).

CAPÍTULO V.

DISCUSIÓN

Para este punto se ha tenido en consideración los siguientes aspectos; el marco teórico empleado en la investigación, los resultados de las encuestas realizadas en el cual se analiza la relación de las variables y el resultado del contraste de las hipótesis, al respecto se tiene lo siguiente:

Referente al marco teórico se tiene que los resultados obtenidos concuerdan con la investigación de Barrio (2016) quién señaló que por una parte mejora su gestión interna, al tener empleados más felices y motivados en sus puestos de trabajo, por lo tanto, más comprometidos con los objetivos y cultura de la empresa.

Referente al contraste de las hipótesis se tiene que la hipótesis general, que a responsabilidad social influye significativamente en la sostenibilidad empresarial en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores-Lima lo cual ha sido verificado utilizando el estadístico Chi Cuadrado que es una prueba que se usa en técnicas de encuesta para lo cual se ha usado un nivel de significación del 5%.

La hipótesis específica 1, el manejo responsable incide significativamente en el emprendimiento empresarial en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores-Lima, es menor al 0.05 del valor de la prueba, por lo que es aceptada.

Los resultados obtenidos concuerdan con la investigación de López (2018) quién señaló que las organizaciones que se dedican a cumplir con las políticas de RSE deberán adoptar y ejecutar buenas prácticas empresariales con respecto al aporte del talento humano

La hipótesis específica 2, el comportamiento ético influye significativamente en el desarrollo sostenible en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores- Lima, es menor al 0.05 del valor de la prueba, por lo que es aceptada.

Los resultados obtenidos concuerdan con la investigación de Vidal (2020) quién señaló que se aplican principios como solidaridad, honestidad, colaboración, participación, entre otros; todos ellos avocados a mejorar las relaciones interempresariales y las comunicaciones entre los colaboradores de la empresa, los funcionarios o responsables y los stakeholders y los grupos sociales a los que la empresa apoya.

La hipótesis específica 3, las buenas prácticas empresariales influyen significativamente en el desarrollo económico en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores- Lima, es menor al 0.05 del valor de la prueba, por lo que es aceptada.

Los resultados obtenidos concuerdan con la investigación de Bernal (2016) quién señaló que la tecnología es un potenciador de la responsabilidad social y su contribución en los procesos de gestión, planeación y ejecución y su responsabilidad es tener visión sostenible y ética del medio ambiente, cuidando el entorno para las próximas generaciones.

Referente al resultado de las encuestas se precisa que estas cubren la expectativa de los objetivos planteados en el presente trabajo.

CAPÍTULO VI.

PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y CORPORATIVA PARA EL CENTRO DE ENTRETENIMIENTO Y CONVENCIONES ATLANTIC CITY DE MIRAFLORES

El presente Plan tiene como objetivo establecer responsabilidades compartidas entre la empresa y trabajadores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores, con la finalidad de que la empresa tenga sostenibilidad dentro de esta Pandemia que estamos viviendo no solo a nivel nacional, sino también a nivel mundial, lo que permitirá alcanzar un liderazgo dentro del rubro, para tal efecto se ha efectuado el análisis Pestel

Análisis PESTEL o PESTLE (Factores Políticos, Económicos, Socioculturales y Tecnológicos)

Actualmente por la coyuntura que se está viviendo el sector turismo (que incluye los servicios de hotelería u conexos) es un sector que a nivel mundial ha sido golpeado, siendo el Perú parte de este problema, sin embargo, las empresas han inyectado capitales entre otras en acciones que tiene que ver con el capital humano y la responsabilidad social empresarial (RSE), considerando que “las empresas no pueden esperar disfrutar de beneficios concretos de la RSE a menos que comuniquen inteligentemente sus iniciativas a las partes interesadas relevantes”, un enfoque apropiado para dirigirse a los consumidores es esencial.

Es una de las herramientas más eficaces a través de las cuales se puede realizar un análisis del entorno externo. Con este análisis, resulta plausible analizar el entorno externo de una empresa. Una herramienta analítica de este tipo permite al equipo de gestión conocer el entorno holístico en el que opera una empresa. Por lo tanto, de esta manera, el equipo de gestión puede estar seguro de su capacidad

para tener en cuenta toda la información crítica necesaria para aumentar la calidad de las prácticas sostenibles, decisiones que se emplean.

Análisis de las necesidades y expectativas de los grupos de interés de la organización.

Los intereses de las distintas partes interesadas son bastante variados. Con respecto a los consumidores, satisfacer la percepción de los servicios por parte de los huéspedes es uno de los factores más críticos para una organización. La capacidad de cumplir con esta expectativa determinará la capacidad de una empresa para mantener una participación en el mercado de consumidores. Satisfacer las expectativas establecidas de los consumidores tiende a crear un entorno que permite la lealtad del cliente.

La estrategia de RSE de la compañía alineada con las necesidades de las sociedades locales y la sinergia entre la empresa y la comunidad, son factores determinantes adicionales del éxito financiero de la organización. El desarrollo sustentable de triple resultado es un componente crítico del proceso organizacional y es el núcleo de las operaciones diarias de la empresa. Su naturaleza es tal que se requiere que todas las partes garanticen su éxito a largo plazo. Dada la existencia de variables, es fundamental garantizar que todos los interesados operen de manera que favorezca el beneficio del desempeño ambiental, social y económico. Las relaciones solo se pueden mejorar una vez que las partes constituyentes sean conscientes del enfoque en la realización de sus demandas y necesidades. Las estrategias para el entorno externo deben tener en cuenta las necesidades y demandas de cada uno de los jugadores.

Las grandes de empresas ha adoptado un marco de sostenibilidad de "triple resultado" (social, ambiental, financiero) o llamado 3P (personas, planeta,

ganancias) y ha ido más allá de las medidas convencionales, de beneficio operativo neto (NOP), retorno de la inversión (ROI) y valor para el accionista (SV), centrándose en su capital social, humano y medioambiental.

Gestión y eficiencia energética

1. La organización debe crear un comité ambiental a cargo de desarrollar un plan ecológico ambiental.
2. Se debe utilizar herramientas como el administrador de cartera de Energy Star.
3. El uso de sensores de ocupación, que encienden o apagan las unidades de calefacción, iluminación y refrigeración en función de la presencia o no de una persona o cliente, pueden reducir los costos de energía hasta en un 50%, en las salas de reuniones, en las salas de juegos y en las áreas traseras siempre que sea posible, se sugiere que se reemplace las lámparas interiores / exteriores con lámparas LED siempre que sea posible, instale un techo reflectante, lámparas solares.
4. Se recomienda desconectar computadoras, aparatos electrónicos, cafeteras, sistema POS y todos los electrodomésticos que no estén en uso, bajar el termostato 2° en invierno y subirlo 2" en verano puede ahorrar 2,000 libras de emisiones de carbono por año, (según stopglobalwarming.net).
5. Usar películas para ventanas que ahorren energía en las habitaciones, en los espacios públicos y en la parte trasera de la empresa, detener las fugas de aire acondicionado sellando y aislando alrededor de las ventanas y puertas que tienen fugas e instalando cortinas de energía en las salas de congelación.
6. Instalar techos reflectantes, usando lámparas solares, cambiar las viejas campanas de ventilación en la cocina por nuevas inteligentes.

Reducir residuos - Reutilizar - Reciclar

1. Registrar los datos de desechos sólidos de la empresa e instigar inspecciones sobre el gasto de mantenimientos, implementar auditorías de consumo de corriente, controlar la pérdida de alimentos (donaciones, compostaje), eliminar el hábito de la basura y reciclar, implementar un programa de reciclaje para las instalaciones y la parte posterior.
2. Reutilización de muebles, suelos reciclados y madera.
3. Al renovar, considerar incluir métodos que se empleen para reciclar / reutilizar los materiales retirados.

Gestión y reciclaje del agua

1. Cuando se compre equipos de lavandería, lavavajillas, se sugiere comprar electrodomésticos con la etiqueta ENERGY STAR acreditada por la EPA de los EE. UU. Con un promedio de 40% más de eficiencia energética y de agua que las versiones estándar, use boquillas rociadoras en los fregaderos de preparación de la cocina que se detienen automáticamente para enjuagar los platos, no descongele alimentos con agua corriente encima, no utilice agua potable para enfriar a través de un sistema "de un solo paso" para máquinas de hielo enfriadas por agua y conéctelas al sistema de agua enfriada, cuando reemplace compre nuevos, elija máquinas de hielo enfriadas por aire.
2. Use equipo de lavandería con controles de microprocesador e instalar un sistema de ozono, verifique las válvulas con fugas y repare los grifos, inodoros que tengan fugas, instale urinarios sin agua en los baños públicos y de empleados.

Educación - Benchmarking - Formación - Certificación

1. Implementar la metodología de Hotel Carlton San Francisco USA Measurement Initiative (HCMI) junto con 20 empresas del sector turismo y el apoyo de KPMG como consultores han desarrollado una técnica común para Comprobación de la huella de carbono.
2. Elegir e implementar un programa de certificación confiables que satisfaga sus necesidades: Audubon Green Leaf - Programa de calificación ecológica, Going Green, Programa de calificación ecológica Green Key, Earth Check, Green Globes, Green Seal, EcoRooms & EcoSuites, Sustainable Tourism Eco- Programa de certificación (STEP) y US Green Building Council.
3. Implementar un plan de compras considerando los costos del ciclo de vida y probando productos y servicios ecológicos.
4. Considerar el desarrollo y la operación de edificios ecológicos, el Consejo de Edificios Ecológicos de EE. UU. Ha establecido el LEED (Liderazgo en Diseño Ambiental y Energético) con calificaciones y estándares. Los estándares del programa de construcción ecológica aconsejan el uso de pinturas de bajo VOC (compuestos orgánicos volátiles) o sin VOC, no tóxicas, con bajo contenido de biocidas y revestimientos naturales.
5. Utilizar programas de ahorro y ecológicos para el tratamiento adecuado de los desechos para reducir el uso de agua y desechos sólidos
6. Desarrollar un programa de calidad del aire para hacer frente a los problemas de moho y hongos, y proporcionar calidad del aire interior.
7. Minimizar el uso de pesticidas químicos mediante la implementación y ejecución de un plan de manejo integrado de plagas.

Como parte de la investigación realizada a continuación planteamos algunas estrategias que la organización puede o debe implementar para poder consolidarse en este aspecto.

Estrategias de sostenibilidad y gestión empresarial

El impacto de las empresas del sector turismo en el medio ambiente es crucial y de vital importancia. Por lo tanto, un plan de Responsabilidad Social Corporativa y empresarial bien diseñado e implementado, alineado con los valores, la visión y las declaraciones de misión de la empresa.

Los planes de desarrollo sostenible eficientes definitivamente pueden mejorar la reputación de una empresa, aumentar la moral de los empleados, mejorar los resultados y pueden llevar a las organizaciones a un crecimiento y prosperidad más sostenibles. Iniciar nuevos negocios con empresas que tienen una reputación de RSE positiva puede convertirse en una preferencia para muchos clientes.

El cuidado del medio ambiente, la minimización de residuos, la conservación junto con el uso de prácticas sostenibles (reducir, reutilizar, reciclar) pueden traer importantes reducciones de costos para las organizaciones. Las estrategias de desarrollo sustentable también conciernen al medio ambiente y tienen que ver con la capacidad de la empresa para operar eficientemente en el presente sin comprometer su habilidad para operar eficientemente en el futuro.

En otras latitudes los gobiernos y empresas del sector turismo adoptado de forma significativa la filosofía de crecimiento sostenible.

Sostenibilidad corporativa

La mayoría de las veces, cuando las organizaciones no cumplen con las expectativas establecidas de las partes interesadas, existe el riesgo de que se cierren las operaciones comerciales. Entonces, el enfoque más eficaz implica

garantizar que las estrategias de gestión que se implementan estén bien informadas de las necesidades de las partes interesadas.

El entorno competitivo es una característica crítica de los factores externos de una organización y tiene el potencial de ocasionar fallas comerciales. Este impacto se realiza mediante la implementación de estrategias que impactan drásticamente la viabilidad del mercado de una organización. Dado el riesgo que plantea el entorno competitivo, es fundamental garantizar que se preste la debida atención a esta amenaza. El conocimiento del entorno competitivo permitirá al equipo de gestión implementar estrategias de contraataque.

CONCLUSIONES

Producto del trabajo realizado en donde se han considerado la base teórica, el trabajo de campo consistente en las encuestas realizadas a personal que labora en el Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores y el contraste de las hipótesis se llega a las siguientes conclusiones:

General

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.

Específicas 1

El manejo responsable es otro aspecto relevante que no se evidencia una implementación adecuada por tener incidencia favorable en el emprendimiento empresarial de los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores.

Específicas 2

El comportamiento ético es un componente importante en la empresa que influye favorablemente en el desarrollo sostenible de los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores y su implementación no está acorde con la política de la empresa.

Específicas 3

Que las buenas prácticas empresariales influyen significativamente en el desarrollo económico de los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores y deben ser consideradas en el Plan de Trabajo de la compañía.

RECOMENDACIONES

General

Se recomienda que los directivos del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores, incluyan el tema de responsabilidad social por ser es un factor de suma importancia por incidir favorablemente en la sostenibilidad empresarial de los colaboradores.

Específicas 1

Los directivos de la empresa del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores deben considerar en su Plan de Trabajo el tema de manejo responsable incide significativamente en el emprendimiento empresarial en los colaboradores.

Específicas 2

Que los directivos del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores y deben ser consideradas en el Plan de Trabajo de la compañía, las buenas prácticas empresariales por tener influencia significativamente en el desarrollo económico de los colaboradores

Específicas 3

Que en el Plan de trabajo del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores deben ser consideradas en el Plan de Trabajo de la compañía las buenas prácticas empresariales por tener influencia significativamente en el desarrollo económico de los colaboradores.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Barrio, E. (2016). *La gestión de la responsabilidad social corporativa. Caso Unilever España*. Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona.
<https://es.scribd.com/document/428888243/ebf1de1>
- Barrio, E. (2019). *Responsabilidad social corporativa de la noción a la gestión*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya. (UOC). ISBN: 9788491804093.
- Bernal, J. (2016). *Responsabilidad social corporativa: Análisis de los modelos normalizados y creación de un nuevo modelo integrado de organización empresarial en empresas de ámbito tecnológico* (Tesis de maestría). Universidad Politécnico de Cartagena, Murcia, España.
<https://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/5799/jabc.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Catacora, H. (2018). *Influencia del clima organizacional de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR) en la sostenibilidad empresarial de la Asociación Peruana de Agencias de Viajes y Turismo (APAVIT) -Puno 2017* (Tesis de maestría). Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú).
- ChladekStaff, N. (2019). Why you need sustainability in your business strategy. Harvard Business School. <https://online.hbs.edu/blog/post/business-sustainability-strategies>
- Confino, J. (2015). *Unilever's Paul Polman: Challenging the Corporate Status Quo*, Recuperado de: <http://www.theguardian.com/sustainable-business/paul-polman-unilever-sustainable-living-plan>
- Espitia, A. (2015). *La responsabilidad social empresarial (RSE) como elemento estratégico en las Mipymes colombianas*. Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias, 4(14), 75-84. Universidad de Carabobo, Venezuela.

- Fernández, R. (2018). *La responsabilidad social corporativa como modelo de gestión empresarial*. Barcelona: Bosch.
- Gil, G. (2018). *Responsabilidad social corporativa revisión crítica de una noción empresarial*. Madrid: Editorial: Centro de Investigaciones Sociológicas. CIS. ISBN: 9788474767629
- Joo, J., Eom, M. y Shin, M. (2017). *Finding the missing link between corporate social responsibility and firm competitiveness through social capital: A business ecosystem perspective*. Sustainability (Switzerland), 9(5), Article number 707. doi: 10.3390/su9050707
- Latapí, M., Jóhannsdóttir, L. & Davídsdóttir, B. (2019). A literature review of the history and evolution of corporate social responsibility. *Int J Corporate Soc Responsibility* 4, 1 <https://doi.org/10.1186/s40991-018-0039-y>
- López, E. (2018). Responsabilidad social y compromiso organizacional de los empleados públicos de la Municipalidad Provincial de Huancayo (tesis de maestría). Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo, Perú.
- Mincetur Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2020). Reportes Estadísticos de Turismo. Lima: Mincetur. Recuperado de: <https://www.mincetur.gob.pe/turismo/reportes-estadisticos-de-turismo/>
- Promperu (2020). *Análisis del turismo interno y percepción del entorno Pos-Covid 19. Estudio Exploratorio*. Lima: Promperú.
- Ruiz, M. y Vega, B. (2019). *Responsabilidad social corporativa (RSC). economía colaborativa y cumplimiento normativo*. Valencia: Editorial Tirant lo Blanch. ISBN: 9788413136660.
- Smith, R. (2020). *What is Business Sustainability?*. <https://www.bluebite.com/brand-strategy/what-is-business-sustainability>

- Tempels, T., Blok, V., & Verweij, M. (2017). *Understanding political responsibility in corporate citizenship: Towards a shared responsibility for the common good*. *Journal of Global Ethics*, 13(1), 90–108.
- Trapp, N. (2015). *Corporation as climate ambassador: Transcending business sector boundaries in a Swedish CSR campaign*. *Public Relations Review*, 38(3), 458–465.
- Valencia, L. (2018). *El emprendimiento empresarial en el sector artesanal y su impacto en el desarrollo sostenible en la provincia de Santa Elena- Ecuador* (Tesis doctoral, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú).
https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/9734/Valencia_cl.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Vidal, G. (2020). *Propuesta de un plan de responsabilidad social empresarial para la Empresa Pública Correos del Ecuador CDE EP*, (Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar, Quito, Ecuador).
<https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7172/1/T3091-MAE-Vidal-Propuesta.pdf>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

Título: La responsabilidad social y la sostenibilidad empresarial en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores, Lima 2020.

	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE
GENERAL	¿De qué manera la responsabilidad social influye en la sostenibilidad empresarial en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores, Lima?	Determinar si la responsabilidad social influye en la sostenibilidad empresarial en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores, Lima.	La responsabilidad social influye significativamente en la sostenibilidad empresarial en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores, Lima	Variable 1 RESPONSABILIDAD SOCIAL
ESPECÍFICOS	1. ¿De qué manera el manejo responsable incide en el emprendimiento empresarial en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores, Lima?	1. Determinar si el manejo responsable incide en el emprendimiento empresarial en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores, Lima.	1. El manejo responsable incide significativamente en el emprendimiento empresarial en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores, Lima.	
	2. ¿Cómo el comportamiento ético influye en el desarrollo sostenible en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores, Lima?	2. Establecer si el comportamiento ético influye en el desarrollo sostenible en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores, Lima	2. El comportamiento ético influye significativamente en el desarrollo sostenible en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores, Lima.	
	3. ¿De qué forma las buenas prácticas empresariales influyen en el desarrollo económico en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores, Lima?	3. Analizar si las buenas prácticas empresariales influyen en el desarrollo económico en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores, Lima	3. Las buenas prácticas empresariales influyen significativamente en el desarrollo económico en los colaboradores del Centro de Entretenimiento y Convenciones Atlantic City de Miraflores, Lima.	

Fuente: Elaboración propia (2020).

Anexo 2: Encuesta

La presente es una encuesta y tiene por objetivo de conocer LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL EN LOS COLABORADORES DEL CENTRO DE ENTRETENIMIENTO Y CONVENCIONES ATLANTIC CITY DE MIRAFLORES, LIMA, AÑO 2021, al respecto se solicita que las preguntas que se precisan a continuación, tengan la gentileza de elegir la alternativa que Ud. considere la más apropiada, marcando con un aspa (X). Esta técnica es anónima y la información recopilada guarda el secreto estipulado, por lo que se agradece su participación.

Edad:

18 – 20 años () 21 – 25 años ()
 26 – 35 años () 34 – 45 años ()
 Más de 45 años ()

Sexo:

Masculino () Femenino ()

Grado de instrucción

Ninguna () Primaria ()
 Secundaria () Superior ()

Ocupación en la empresa

Administrativo () Operativo ()
 Gerencial () Directivo ()

PREGUNTAS	Respuestas		
	Si	No	No sabe, no opina
Variable 1: RESPONSABILIDAD SOCIAL			
1. ¿Sabe en qué consiste la gestión de responsabilidad social empresarial en la empresa?			
2. ¿En la empresa se realiza un manejo responsable de sus actividades y procesos?			
3. ¿Se tiene en cuenta al talento humano con que cuenta la empresa al formular sus planes y programas?			
4. ¿Se tiene en cuenta la situación de los empleados en lo que se refiere a motivación, ambiente laboral, rendimiento laboral, remuneraciones, etc.?			

PREGUNTAS	Respuestas		
	Si	No	No sabe, no opina
5. En la empresa se aplican o practican principios éticos			
6. Existe un ambiente de calma y tranquilidad para los empleados de la empresa.			
7. ¿En la diversas actividades y acciones que se desarrollan en la empresa se refleja un apropiado comportamiento ético y respeto a las personas y empresas?			
8. ¿Considera usted que las acciones y actividades de RSE que desarrolle la empresa le permitirán lograr la consolidación de la imagen y marca en el sector turístico?			
9. ¿Considera usted que se respetan las normas en la empresa?			
10. Las políticas de la empresa ponen énfasis en la aplicación de buenas prácticas empresariales.			
11. Se fomenta el respeto mutuo y a la integridad moral de los empleados en la empresa			
12. ¿Los empleados de la empresa manejan el conocimiento del entorno laboral o de su cargo?			
13. Se les permite a los trabajadores demostrar sus habilidades y destrezas			
Variable 2: SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL			
14. La empresa cuenta con recursos financieros necesarios para el desarrollo de sus actividades			
15. La empresa tiene buenas relaciones con sus stakeholders			
16. Se generan oportunidades de negocio en la empresa			
17. Se logran cubrir las demandas de los clientes			
18. La empresa está organizada de manera eficiente			
19. La organización de la empresa no obedece a las necesidades del mercado			
20. Conoce los principios de desarrollo sostenible			
21. Se aplican en la empresa los principios de desarrollo sostenible			

PREGUNTAS	Respuestas		
	Si	No	No sabe, no opina
22. Se tiene en cuenta el bienestar del talento humano en la empresa			
23. Es reconocido el talento humano de la empresa			
24. Conoce sus stakeholders			
25. Sabe cómo obtener información de sus stakeholders			
26. La empresa ha logrado alguna ganancia en el último período			
27. Con las actividades que realiza la empresa actualmente puede lograr algún tipo de rentabilidad			

Anexo 3. Informe de opinión de expertos

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I.- DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del validador: **DAVID ABEL NIETO MODESTO**
- 1.2 Grado académico: **DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN**
- 1.3 Institución donde labora: **Universidad Nacional Federico Villarreal**
- 1.4 Especialidad del validador: **TEMÁTICA EN ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN EN GENERAL**
- 1.5 Título de la investigación: **"LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL EN LOS COLABORADORES DEL CENTRO DE ENTRETENIMIENTO Y CONVENCIONES ATLANTIC CITY DE MIRAFLORES, LIMA"**
- 1.6 Autor del instrumento: **JUAN CESAR PALOMINO GUTIÉRREZ**
- 1.7 Instrumento 1 (Variable 1): **RESPONSABILIDAD SOCIAL**

1.7.1. VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS Variable: RESPONSABILIDAD SOCIAL

	0-25 No pertenece	26-50 Probable- mente no pertenece	51-75 Probable- mente sí pertenece	76-100 Sí pertenece	Observaciones
Variable 1: RESPONSABILIDAD SOCIAL					
1. ¿Sabe en qué consiste la gestión de responsabilidad social empresarial en la empresa?				✓	
2. ¿En la empresa se realiza un manejo responsable de sus actividades y procesos?				✓	
3. ¿Se tiene en cuenta al talento humano con que cuenta la empresa al formular sus planes y programas?				✓	
4. ¿Se tiene en cuenta la situación de los empleados en lo que se refiere a motivación, ambiente laboral, rendimiento laboral, remuneraciones, etc.?				✓	
5. En la empresa se aplican o practican principios éticos				✓	
6. Existe un ambiente de calma y tranquilidad para los empleados de la empresa.				✓	
7. ¿En la diversas actividades y acciones que se desarrollan en la empresa se refleja un apropiado comportamiento ético y respeto a las personas y empresas?				✓	
8. ¿Considera usted que las acciones y actividades de RSE que desarrolle la empresa le permitirán lograr la consolidación de la imagen y marca en el sector turístico?				✓	
9. ¿Considera usted que se respetan las normas en la empresa?				✓	
10. Las políticas de la empresa ponen énfasis en la aplicación de buenas prácticas empresariales.				✓	
11. Se fomenta el respeto mutuo y a la integridad moral de los empleados en la empresa				✓	

	0-25 No perfe- nace	26-50 Probable- mente no perfece	51-75 Probable- mente si perfece	76-100 Si perfe- nace	Observaciones
12. ¿Los empleados de la empresa manejan el conocimiento del entorno laboral o de su cargo?				✓	
13. Se les permite a los trabajadores demostrar sus habilidades y destrezas				✓	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100%

1.7.1. ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00 - 20%	Regular 21 - 40%	Buena 41 - 60%	Muy Buena 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con un lenguaje claro.					✓
OBJETIVIDAD	No presenta sesgo ni induce respuestas					✓
ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					✓
ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica y coherente de los items.					✓
SUFICIENCIA	Comprende aspectos en calidad y cantidad.					✓
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias científicas					✓
CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos y científicos.					✓
COHERENCIA	Entre los indicadores y las dimensiones.					✓
METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					✓
PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación					✓

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100% OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- () El instrumento puede ser aplicado, tal cual como está elaborado
 () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y Fecha: Lima, 24 de noviembre de 2020


 Firma del Experto
 D.N.I N° 05.532543
 Teléfono 959977636

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I.- DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del validador: **DAVID ABEL NIETO MODESTO**
- 1.2 Grado académico: **DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN**
- 1.3 Institución donde labora: **Universidad Nacional Federico Villarreal**
- 1.4 Especialidad del validador: **TEMÁTICA EN ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN EN GENERAL**
- 1.5 Título de la investigación: **"LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL EN LOS COLABORADORES DEL CENTRO DE ENTRETENIMIENTO Y CONVENCIONES ATLANTIC CITY DE MIRAFLORES, LIMA"**
- 1.6 Autor del instrumento: **JUAN CESAR PALOMINO GUTIÉRREZ**
- 1.7 Instrumento 1 (Variable 1): **SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL**

1.7.1. VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS Variable: **SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL**

	0-25 No pertenece	26-50 Probable- mente no pertenece	51-75 Probable- mente sí pertenece	76-100 Sí pertenece	Observaciones
Variable 2: SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL					
14. La empresa cuenta con recursos financieros necesarios para el desarrollo de sus actividades				✓	
15. La empresa tiene buenas relaciones con sus stakeholders				✓	
16. Se generan oportunidades de negocio en la empresa				✓	
17. Se logran cubrir las demandas de los clientes				✓	
18. La empresa está organizada de manera eficiente				✓	
19. La organización de la empresa no obedece a las necesidades del mercado				✓	
20. Conoce los principios de desarrollo sostenible				✓	
21. Se aplican en la empresa los principios de desarrollo sostenible				✓	
22. Se tiene en cuenta el bienestar del talento humano en la empresa				✓	
23. Es reconocido el talento humano de la empresa				✓	
24. Conoce sus stakeholders				✓	
25. Sabe cómo obtener información de sus stakeholders				✓	
26. La empresa ha logrado alguna ganancia en el último período				✓	
27. Con las actividades que realiza la empresa actualmente puede lograr algún tipo de rentabilidad				✓	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100 %

1.7.1. ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00 - 20%	Regular 21 - 40%	Buena 41 - 60%	Muy Buena 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con un lenguaje claro.					✓
OBJETIVIDAD	No presenta sesgo ni induce respuestas					✓
ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					✓
ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica y coherente de los ítems.					✓
SUFICIENCIA	Comprende aspectos en calidad y cantidad.					✓
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias científicas					✓
CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos y científicos.					✓
COHERENCIA	Entre los indicadores y las dimensiones.					✓
METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					✓
PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación					✓

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100 % OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- () El instrumento puede ser aplicado, tal cual como está elaborado
 () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y Fecha: Lima, 24 de noviembre de 2020


 Firma del Experto
 D.N.I N° 69532543
 Teléfono 999379636

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I.- DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del validador: **JOSÉ DOMINGO ROJAS GARCÍA**
- 1.2 Grado académico: **DOCTOR EN CIENCIAS ECONÓMICAS, FINANCIERAS Y CONTABILIDAD**
- 1.3 Institución donde labora: **Universidad San Martín de Porres**
- 1.4 Título de la investigación: **"LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL EN LOS COLABORADORES DEL CENTRO DE ENTRETENIMIENTO Y CONVENCIONES ATLANTIC CITY DE MIRAFLORES, LIMA"**
- 1.6 Autor del instrumento: **JUAN CESAR PALOMINO GUTIÉRREZ**
- 1.7 Instrumento 1 (Variable 1): **RESPONSABILIDAD SOCIAL**

1.7.1. VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS Variable: RESPONSABILIDAD SOCIAL

	0-25 No pertinencia	26-50 Probable- mente no pertinencia	51-75 Probable- mente sí pertinencia	76-100 Sí pertinencia	Observaciones
Variable 1: RESPONSABILIDAD SOCIAL				✓	
1. ¿Sabe en qué consiste la gestión de responsabilidad social empresarial en la empresa?				✓	
2. ¿En la empresa se realiza un manejo responsable de sus actividades y procesos?				✓	
3. ¿Se tiene en cuenta al talento humano con que cuenta la empresa al formular sus planes y programas?				✓	
4. ¿Se tiene en cuenta la situación de los empleados en lo que se refiere a motivación, ambiente laboral, rendimiento laboral, remuneraciones, etc.?				✓	
5. En la empresa se aplican o practican principios éticos				✓	
6. Existe un ambiente de calma y tranquilidad para los empleados de la empresa.				✓	
7. ¿En la diversas actividades y acciones que se desarrollan en la empresa se refleja un apropiado comportamiento ético y respeto a las personas y empresas?				✓	
8. ¿Considera usted que las acciones y actividades de RSE que desarrolle la empresa le permitirán lograr la consolidación de la imagen y marca en el sector turístico?				✓	
9. ¿Considera usted que se respetan las normas en la empresa?				✓	
10. Las políticas de la empresa ponen énfasis en la aplicación de buenas prácticas empresariales.				✓	
11. Se fomenta el respeto mutuo y a la integridad moral de los empleados en la empresa				✓	

	0-25 No pertenece	26-50 Probable- mente no pertenece	51-75 Probable- mente si pertenece	76-100 Si pertenece	Observaciones
12. ¿Los empleados de la empresa manejan el conocimiento del entorno laboral o de su cargo?				✓	
13. Se les permite a los trabajadores demostrar sus habilidades y destrezas				✓	

PROMEDIO DE VALORACIÓN:%

1.7.1. ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00 - 20%	Regular 21 - 40%	Buena 41 - 60%	Muy Buena 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con un lenguaje claro.					✓
OBJETIVIDAD	No presenta sesgo ni induce respuestas					✓
ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					✓
ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica y coherente de los ítems.					✓
SUFICIENCIA	Comprende aspectos en calidad y cantidad.					✓
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias científicas					✓
CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos y científicos.					✓
COHERENCIA	Entre los indicadores y las dimensiones.					✓
METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					✓
PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación					✓

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100% OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- () El instrumento puede ser aplicado, tal cual como está elaborado
 () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y Fecha: Lima, 25 de noviembre de 2020

Firma del Experto

D.N.I. N° 20697348

Teléfono 997543296

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I.- DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del validador: **JOSÉ DOMINGO ROJAS GARCÍA**
- 1.2 Grado académico: **DOCTOR EN CIENCIAS ECONÓMICAS, FINANCIERAS Y CONTABILIDAD**
- 1.3 Institución donde labora: **Universidad San Martín de Porres**
- 1.4 Título de la investigación: **"LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL EN LOS COLABORADORES DEL CENTRO DE ENTRENAMIENTO Y CONVENCIONES ATLANTIC CITY DE MIRAFLORES, LIMA"**
- 1.6 Autor del instrumento: **JUAN CESAR PALOMINO GUTIÉRREZ**
- 1.7 Instrumento 1 (Variable 1): **SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL**

1.7.1. VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS Variable: SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL

	0-25 No pertene- ncia	26-50 Probable- mente no pertenece	51-75 Probable- mente si pertenece	76-100 Si pertenece	Observaciones
Variable 2: SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL				✓	
14. La empresa cuenta con recursos financieros necesarios para el desarrollo de sus actividades				✓	
15. La empresa tiene buenas relaciones con sus stakeholders				✓	
16. Se generan oportunidades de negocio en la empresa				✓	
17. Se logran cubrir las demandas de los clientes				✓	
18. La empresa está organizada de manera eficiente				✓	
19. La organización de la empresa no obedece a las necesidades del mercado				✓	
20. Conoce los principios de desarrollo sostenible				✓	
21. Se aplican en la empresa los principios de desarrollo sostenible				✓	
22. Se tiene en cuenta el bienestar del talento humano en la empresa				✓	
23. Es reconocido el talento humano de la empresa				✓	
24. Conoce sus stakeholders				✓	
25. Sabe cómo obtener información de sus stakeholders				✓	
26. La empresa ha logrado alguna ganancia en el último período				✓	
27. Con las actividades que realiza la empresa actualmente puede lograr algún tipo de rentabilidad				✓	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100 %

1.7.1. ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00 - 20%	Regular 21 - 40%	Buena 41 - 60%	Muy Buena 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con un lenguaje claro.					✓
OBJETIVIDAD	No presenta sesgo ni induce respuestas					✓
ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					✓
ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica y coherente de los ítems.					✓
SUFICIENCIA	Comprende aspectos en calidad y cantidad.					✓
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias científicas					✓
CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos y científicos.					✓
COHERENCIA	Entre los indicadores y las dimensiones.					✓
METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					✓
PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación					✓

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100 % OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- (✓) El instrumento puede ser aplicado, tal cual como está elaborado
 () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y Fecha: Lima, 25 de noviembre de 2020

Firma del Experto

DNI N° 10697348

Teléfono 997.543.296

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I.- DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del validador: **RICHARD H. CHISCUL RODRÍGUEZ**
- 1.2 Grado académico: **MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN**
- 1.3 Institución donde labora: **Universidad César Vallejo**
- 1.4 Especialidad del validador: **TEMÁTICA EN ADMINISTRACIÓN**
- 1.5 Título de la investigación: **"LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL EN LOS COLABORADORES DEL CENTRO DE ENTRETENIMIENTO Y CONVENCIONES ATLANTIC CITY DE MIRAFLORES, LIMA"**
- 1.6 Autor del instrumento: **JUAN CESAR PALOMINO GUTIÉRREZ**
- 1.7 Instrumento 1 (Variable 1): **RESPONSABILIDAD SOCIAL**

1.7.1. VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS Variable: RESPONSABILIDAD SOCIAL

	0-25 No pertinencia	26-50 Probable- mente no pertinencia	51-75 Probable- mente si pertinencia	76-100 si pertinencia	Observaciones
Variable 1: RESPONSABILIDAD SOCIAL					
1. ¿Sabe en qué consiste la gestión de responsabilidad social empresarial en la empresa?				X	
2. ¿En la empresa se realiza un manejo responsable de sus actividades y procesos?				X	
3. ¿Se tiene en cuenta al talento humano con que cuenta la empresa al formular sus planes y programas?				X	
4. ¿Se tiene en cuenta la situación de los empleados en lo que se refiere a motivación, ambiente laboral, rendimiento laboral, remuneraciones, etc.?				X	
5. En la empresa se aplican o practican principios éticos				X	
6. Existe un ambiente de calma y tranquilidad para los empleados de la empresa.				X	
7. ¿En la diversas actividades y acciones que se desarrollan en la empresa se refleja un apropiado comportamiento ético y respeto a las personas y empresas?				X	
8. ¿Considera usted que las acciones y actividades de RSE que desarrolle la empresa le permitirán lograr la consolidación de la imagen y marca en el sector turístico?				X	
9. ¿Considera usted que se respetan las normas en la empresa?				X	
10. Las políticas de la empresa ponen énfasis en la aplicación de buenas prácticas empresariales.				X	
11. Se fomenta el respeto mutuo y a la integridad moral de los empleados en la empresa				X	

	0-25 No perfo- rancia	26-50 Probabi- mente no perforancia	51-75 Probabi- mente si perforancia	76-100 Si perforancia	Observaciones
12. ¿Los empleados de la empresa manejan el conocimiento del entorno laboral o de su cargo?				X	
13. Se les permite a los trabajadores demostrar sus habilidades y destrezas				X	

PROMEDIO DE VALORACIÓN:%

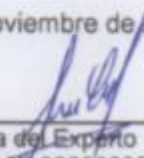
1.7.1. ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00 - 20%	Regular 21 - 40%	Buena 41 - 60%	Muy Buena 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con un lenguaje claro.					X
OBJETIVIDAD	No presenta sesgo ni induce respuestas					X
ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					X
ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica y coherente de los items.					X
SUFICIENCIA	Comprende aspectos en calidad y cantidad.					X
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias científicas					X
CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos y científicos.					X
COHERENCIA	Entre los indicadores y las dimensiones.					X
METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					X
PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación					X

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100% OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- (X) El instrumento puede ser aplicado, tal cual como está elaborado
 () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y Fecha: 24 de noviembre de 2020


 Firma del Experto
 D.N.I. Nº 09600605
 Teléfono 953504007

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I.- DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del validador: **RICHARD H. CHISCUL RODRÍGUEZ**
- 1.2 Grado académico: **MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN**
- 1.3 Institución donde labora: **Universidad César Vallejo**
- 1.4 Especialidad del validador: **TEMÁTICA EN ADMINISTRACIÓN**
- 1.5 Título de la investigación: **"LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL EN LOS COLABORADORES DEL CENTRO DE ENTRETENIMIENTO Y CONVENCIONES ATLANTIC CITY DE MIRAFLORES, LIMA"**
- 1.6 Autor del instrumento: **JUAN CESAR PALOMINO GUTIÉRREZ**
- 1.7 Instrumento 1 (Variable 1): **SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL**

1.7.1. VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS
Variable: **SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL**

	0-25 No pertenece	26-50 Probable- mente no pertenece	51-75 Probable- mente si pertenece	76-100 Si pertenece	Observaciones
Variable 2: SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL				X	
14. La empresa cuenta con recursos financieros necesarios para el desarrollo de sus actividades				X	
15. La empresa tiene buenas relaciones con sus stakeholders				X	
16. Se generan oportunidades de negocio en la empresa				X	
17. Se logran cubrir las demandas de los clientes				X	
18. La empresa está organizada de manera eficiente				X	
19. La organización de la empresa no obedece a las necesidades del mercado				X	
20. Conoce los principios de desarrollo sostenible				X	
21. Se aplican en la empresa los principios de desarrollo sostenible				X	
22. Se tiene en cuenta el bienestar del talento humano en la empresa				X	
23. Es reconocido el talento humano de la empresa				X	
24. Conoce sus stakeholders				X	
25. Sabe cómo obtener información de sus stakeholders				X	
26. La empresa ha logrado alguna ganancia en el último período				X	
27. Con las actividades que realiza la empresa actualmente puede lograr algún tipo de rentabilidad				X	

PROMEDIO DE VALORACIÓN:%

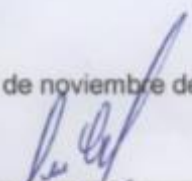
1.7.1. ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00 - 20%	Regular 21 - 40%	Buena 41 - 60%	Muy Buena 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con un lenguaje claro.					X
OBJETIVIDAD	No presenta sesgo ni induce respuestas					X
ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					X
ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica y coherente de los ítems.					X
SUFICIENCIA	Comprende aspectos en calidad y cantidad.					X
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias científicas					X
CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos y científicos.					X
COHERENCIA	Entre los indicadores y las dimensiones.					X
METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					X
PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación					X

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100% OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- (X) El instrumento puede ser aplicado, tal cual como está elaborado
 () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y Fecha: Lima, 24 de noviembre de 2020



 Firma del Experto
 D.N. N° 09600605
 Teléfono 953504007