



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

**Contribución de la responsabilidad social en la rentabilidad de  
una agencia de viajes del distrito de Wanchaq, Cusco, 2022**

**AUTOR:**

Allauca Cahuana, Fabrizio Angel ([orcid.org/0000-0002-1428-2091](https://orcid.org/0000-0002-1428-2091))

**ASESOR:**

Dr. Granados Maguiño, Mauro Amaru ([orcid.org/0000-0002-5668-0557](https://orcid.org/0000-0002-5668-0557))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Modelos y Herramientas gerenciales

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2022

## DEDICATORIA

A mi madre Inocencia por su inspiración, fortaleza, ejemplo de vida, a mi esposa Zoila y a mis hijos Juan José y Keren, por su gran amor y soporte diario.

## AGRADECIMIENTO

A Dios por su favor y gracia a diario, a mi familia por su apoyo y a todos aquellas personas que ayudaron y contribuyeron para la realización de la presente investigación.

## Índice de contenido

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de Contenido	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	13
3.1. Tipo y diseño de investigación	13
3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización.	13
3.3. Escenario de estudio	14
3.4. Participantes	15
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	16
3.6. Procedimiento	16
3.7. Rigor científico	16
3.8. Método de análisis de datos	17
3.9. Aspectos éticos	18
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	19
V. CONCLUSIONES	30
VI. RECOMENDACIONES	31
REFERENCIAS	32
ANEXOS	

## Índice de gráficos y figuras

Figura 1 Organigrama de la agencia de viajes	14
Figura 2 Triangulación de resultados	18

## **RESUMEN**

El objetivo de la presente investigación fue describir la contribución de la responsabilidad social en la rentabilidad de una agencia de viajes del distrito de Wanchaq, Cusco, 2022-. El tipo de investigación fue un estudio de caso, el enfoque cualitativo, de alcance descriptivo. Los participantes del estudio fueron 5 jefes de área de la agencia de viajes y 5 presidentes comunales del ámbito de influencia, la técnica considerada fue la entrevista y una guía de entrevista semi estructurada como instrumento. La validez del instrumento fue realizada por juicio de 3 expertos. Los resultados evidencian que las acciones de Responsabilidad Social que la empresa realizó, beneficiaron de manera positiva a sus stakeholders en lo económico, social y ambiental, del mismo modo se observó que la rentabilidad de la empresa fue positiva como resultado de dichas acciones. Por lo tanto se concluye que la RSE contribuye de manera positiva en la rentabilidad de la agencia de viajes.

Palabras clave: Responsabilidad social, rentabilidad, desarrollo sustentable

## **ABSTRACT**

The main objective of this study was to describe the contribution of Corporate Social Responsibility to the profitability of a travel agency in Wanchaq, Cusco, Peru, 2022. It considered the corresponding theories of each category within the study. This type of research is a case study with a qualitative framework approach, including a descriptive scope. The research participants were five area managers from the travel agency and five rural community presidents within the sphere of influence. The technique used was the interview and a semi-structured interview guide as a research tool. Three experts judged the validity of the techniques and tool. These results provide evidence that actions related to Corporate Social Responsibility lead by the travel agency benefit to the stakeholders in economic, social & environmental ways, similarly the travel agency's profitability was positive while practicing Corporate Social Responsibility. It concludes that Corporate Social Responsibility contributes positively to the travel agency's profitability.

Keywords: Social corporate responsibility, profitability, sustainable development

## I. INTRODUCCION

Desde 1953, cuando Bowen acuñó el concepto de Responsabilidad Social hasta nuestros días, en diversas partes del mundo, sobretodo en Europa se ha llevado a cabo su implementación y desarrollo, permitiendo a la mayor parte de dicho continente alcanzar actualmente un compromiso efectivo creciente con el medio ambiente, la sociedad y la economía lo cual ha sido un modelo para el resto del mundo (Visser, 2017).

Para el resto del mundo, la implementación de responsabilidad social ha sido paulatina, sobre todo para el Perú, Untiveros (2010), postulaba que la responsabilidad social en el país no era considerada de manera holística, sino de modo mecanicista y que en la economía peruana no se podía concebir una relación favorable entre la responsabilidad social empresarial y la empresa. En las 2 últimas décadas, el sector minero en Perú tomó el liderazgo en la introducción de estas prácticas en sus operaciones así como el sector financiero, telecomunicaciones, sin embargo, poco se han extendido en los demás rubros de nuestra economía, tal como en el sector turismo, debido a una comprensión bajo el concepto que sostenía Friedman (1970) quien señalaba que la responsabilidad social consistía solamente en el incremento de la rentabilidad empresarial, lo cual por supuesto ha cambiado con el tiempo.

El Banco Central de Reserva del Perú (2020) consigna 1113 millones de dólares de ingreso del año 2019 en los principales indicadores del sector turismo pre-pandemia en el Perú lo cual es una clara realidad de la rentabilidad del sector Turismo, sin embargo al dejar de lado la categoría social de la responsabilidad social empresarial en muchos casos se ha manifestado con el rechazo a la actividad turística en algunas comunidades involucradas en los ejes turísticos nacionales y regionales.

Dentro del sector turismo en Perú, las agencias de viaje han intentado replicar las prácticas de responsabilidad social realizadas en el sector turístico europeo y centro americano sobre todo en México, utilizándolas más como una ventaja comparativa en sus propuestas de marketing, que una real implementación dentro de su cultura empresarial. Además mucho de lo realizado se ha enfocado



sólo en la categoría ambiental debiendo también abordarse las otras dos categorías de la RSE económica y sociocultural (González-Rodríguez et al., 2015).

La agencia de viajes en estudio está realizando acciones de responsabilidad social empresarial, sin embargo la preocupación de la alta dirección es analizar dichas acciones para identificar las prácticas que contribuyen de manera real en su rentabilidad y cuáles deben ser consideradas como las mejores, por lo cual investigar el binomio responsabilidad social y rentabilidad dentro de la agencia de viajes en el distrito de Wanchaq, Cusco, así como sus dinámicas serán determinantes para la toma de decisiones gerenciales de cara a las aspiraciones empresariales sus colaboradores, proveedores, clientes y las poblaciones locales.

Se ha formulado la siguiente interrogante como problema general ¿Cómo es la contribución de la responsabilidad social en la rentabilidad de una agencia de viajes del distrito de Wanchaq, Cusco, 2022? Del mismo modo se plantearon las siguientes interrogantes como problemas específicos.

¿Cómo es la contribución de la categoría social de la RSE en la rentabilidad de una Agencia de Viajes del distrito de de Wanchaq, Cusco, 2022?

¿Cómo es la contribución de la categoría económica de la RSE en la rentabilidad de una Agencia de Viajes del distrito de de Wanchaq, Cusco, 2022?

¿Cómo es la contribución de la categoría ambiental de la RSE en la rentabilidad de una Agencia de Viajes del distrito de de Wanchaq, Cusco, 2022?

El presente trabajo de investigación se ha justificado de manera teórica considerando que en el ámbito de investigación se ha encontrado abundante información sobre responsabilidad social empresarial destinadas a diversos rubros, pero en menor cantidad en el rubro turístico; Sin embargo la presente investigación permitirá tener un punto de partida para futuras investigaciones relacionadas a la Responsabilidad social empresarial y como esta contribuye en la rentabilidad de una agencia de viajes.

Así mismo, el trabajo se justifica de manera práctica considerando que la información que se obtuvo en la presente investigación permitirá brindar alcances

sobre la contribución de la puesta en marcha de prácticas de responsabilidad social en la rentabilidad de una agencia de turismo, como adecuarlas de manera efectiva, conocer la dinámica existente, sus beneficios al igual que los efectos colaterales, lo cual permitirá tener un panorama amplio a la hora de la toma de decisiones gerenciales.

El objetivo primordial de esta investigación fue describir la contribución de la responsabilidad social en la rentabilidad de una agencia de viajes del distrito de Wanchaq, Cusco, 2022. Del mismo modo se tuvo 3 objetivos específicos planteados:

Describir las acciones de RSE en la categoría social que coadyuven en la rentabilidad de una Agencia de Viajes del distrito de de Wanchaq, Cusco, 2022.

Describir cómo contribuyen las prácticas RSE en la categoría económica y la rentabilidad de una Agencia de Viajes del distrito de Wanchaq, Cusco, 2022.

Describir las prácticas de mayor impacto de RSE en la categoría ambiental que contribuyen a la rentabilidad de una Agencia de Viajes del distrito de Wanchaq, Cusco, 2022.

## II. MARCO TEÓRICO

Para la categoría responsabilidad social empresarial se tuvo los siguientes antecedentes:

Ruiz et al. (2020) desarrollaron un trabajo sobre 57 investigaciones que permite determinar la influencia entre responsabilidad social empresarial y la rentabilidad, esta investigación es sustancial ya que nos permite conocer las relaciones positivas, neutras y negativas que pueden darse en el binomio RSE y rentabilidad, teniendo como resultado preponderantemente positivo. Los resultados obtenidos son que el 62% de los artículos encuentran una relación positiva entre RSE y rentabilidad, el 33% una relación neutra y el 5% una relación negativa. (Ruiz et al., 2020). Partiendo de estos hallazgos se pudiera inferir que la relación entre RSE y la rentabilidad en cualquier ámbito de estudio pudiera ser positiva, sin embargo cada país y sociedad presenta distintos razgos y características que deben ser tomados en cuenta al realizar un estudio de esta magnitud.

Por otro lado, Pacherras et al. (2019) realizaron un estudio que relaciona la responsabilidad social corporativa y el turismo sostenible evaluando 3 ámbitos de responsabilidad: económica, social y ambiental. El estudio se realizó principalmente con un enfoque en la industria hotelera, pudiendo conocer cuales son las mejores prácticas de RSE que pueden ser aplicables sin discriminar el tamaño de la empresa y en cualquier lugar del mundo. Este estudio permite conocer los diferentes sistemas de certificación en sostenibilidad y cuidado ambientales utilizados por las empresas hoteleras en Ecuador, sin embargo no abarca la categoría sociocultural y económica de la RSE las cuales deben también ser materia de estudio, puesto que la RSE deberá propender a un equilibrio en todas sus categorías.

Acosta et al. (2018) realizaron una investigación en la cual tuvieron como objetivo definir la aplicación la RSE en las empresas ecuatorianas, pudiendo conocer que su aplicación es limitada y principalmente enfocada a las dimensiones filantrópica y ambiental sin embargo concluyen que la aplicación de la RSE está ganando mayor participación en diferentes rubros. La metodología utilizada fue cuali-cuantitativa. Se debe considerar que existe gran similitud a nivel cultural,

socioeconómico y ambiental entre Ecuador y Perú, por lo cual los alcances obtenidos por son de gran importancia para la presente investigación para poder conocer la similitud que pudiera existir en el ámbito de investigación.

Bracamonte (2020) realizó una publicación que describe con bastante detalle “El Panorama de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú” la cual brinda información importante acerca de la implementación de las prácticas de RSE en el Perú y que sólo el 5% de empresas han realizado algún tipo de implementación en este sentido, lo cual nos describe que la RSE en el Perú es incipiente y aún hay un largo recorrido en este ámbito. Esta información es relevante ya que las empresas muchas veces han centrado sus esfuerzos con respecto a la RSE en la dimensión ambiental, dejando de lado en muchos casos las poblaciones locales y las dimensiones económicas y socioculturales, sobre todo cuando se habla de la realidad turística. Muchas comunidades en el Perú profundo o algunas no muy lejanas de los centros arqueológicos han visto por años que los turistas llegan a sus tierras pero que no representan ningún beneficio real para sus familias, por lo cual en muchos casos se observa oposición a la actividad turística.

Garay (2020) en su tesis Responsabilidad social en la prevención del conflicto social minero. Cusco, 2020, utilizando metodología hipotético deductiva, con un enfoque cuantitativo, concluyó que dicha influencia existe. Si bien la actividad minera en Perú ha tenido un avance importante en cuando a la dimensión ambiental de la RSE, se debe enfatizar en el aspecto social y económico de las comunidades involucradas. Existe una similitud con la actividades de los operadores turísticos en las áreas de influencia de los atractivos turísticos, si bien no se realizan actividades extractivas, en su mayoría tampoco contribuyen al desarrollo económico - social dichos pueblos. El tema puede y debe ser aplicable para una actividad turística sostenible.

Untiveros (2010) en su artículo relacionado a la responsabilidad social en Perú, sostuvo que el único modelo de RSE a su entender en nuestro país es el Friedmaniano, es decir sólo la búsqueda de rentabilidad para la empresa sin considerar las diversas categorías que de acuerdo a las diversas teorías de RSE

se deben considerar, la investigación es interesante sobretodo porque considera aspectos como la corrupción como una limitante para el desarrollo de la responsabilidad social en las empresas peruanas. Si bien esta investigación ha sido publicada hace poco más de una década puede ser considerada vigente al encontrar aspectos similares en la actualidad.

Para la presente investigación se ha considerado también la categoría rentabilidad, en este sentido se han realizado diversas investigaciones con respecto a la rentabilidad empresarial, de las cuales partiendo de las que más se asemejan a la presente investigación se tiene las siguientes:

Granell (2020) realizó el análisis y valoración de la rentabilidad del turismo rural en la provincia de Ávila, utilizando encuestas extrapolando datos de ingresos, egresos y declaraciones presentadas por las entidades en estudio señala que la crisis económica ha afectado al 14% de establecimientos influyendo directamente en su salida del mercado lo cual a su vez representa un 40% del personal contratado, por otro lado se señala que la rentabilidad de las empresas en dicho sector responde directamente al tipo de amortización del inmueble donde realizan sus actividades. Granell, permite conocer una realidad que se debe tener en cuenta al momento de analizar la rentabilidad en actividades turísticas rurales en las cuales muchas veces se observan negocios familiares.

Sanchez y Lazo (2017) al realizar la investigación sobre las determinantes de la rentabilidad empresarial en Ecuador utilizando un análisis transversal identificaron que las microempresas que tienen personal calificado y activos fijos tienen acceso al financiamiento en instituciones públicas y privadas sin embargo las empresas consideradas como medianas o grandes deberán contar con materias primas y productos terminados para mejorar su desempeño económico. Por otro lado la variable tecnología de acuerdo a la investigación no representa una real contribución al mejoramiento de la rentabilidad de las empresas, lo cual esta ligado a la baja inversión en ese rubro. A partir de las conclusiones obtenidas en dicha investigación será necesario tomar en cuenta la magnitud de las empresas para poder determinar mejores resultados con respecto a la rentabilidad.

Aguirre et al. (2020) realizaron la publicación del artículo la rentabilidad como herramienta para la toma de decisiones en la cual se determina el nivel de rentabilidad de una empresa cementera en Perú, utilizando metodología descriptiva, con un diseño experimental y transversal, concluyeron que se tiene una desviación estándar suficiente para ser una elección de inversión con respecto a la rentabilidad sobre el patrimonio, sin embargo se observó valores bajos en cuanto al rendimiento sobre los activos. En cuanto a la información resultante es importante recalcar que uno de los factores que incidió en el bajo rendimiento del activo fue el fenómeno del niño, también se señala que otro factor relevante fue la corrupción agobiante en la región. También se señala que la empresa debió elaborar un plan de acción que permitiera enfrentar de manera positiva o al menos con mejores resultados frente a las circunstancias presentadas.

Según Loaiza et al. (2020) en su tesis de maestría realizaron una propuesta para incrementar la rentabilidad en una agencia de turismo no convencional en Lima Metropolitana utilizando mejora continua. Dicha investigación de diseño no experimental y corte transversal, concluye que existe un binomio importante: el guía turístico y el sitio turístico a visitar. Partiendo de esta información, se observó que el factor humano debe estar bien calificado para brindar un servicio de calidad, sin embargo cabe resaltar que en este caso el guía turístico debe ser el catalizador para mejorar la experiencia de los turistas y al mismo tiempo accionar la interrelación con las poblaciones locales dentro del ámbito de influencia.

Es importante en este punto señalar que existe una diferencia entre los conceptos de responsabilidad social (RS), responsabilidad social empresarial (RSE) y responsabilidad social corporativa (RSC) tal como lo describe Navarro et al. (2017), partiendo de esta referencia se tiene que la Responsabilidad Social (RS) es el compromiso que todo ciudadano, institución sea esta pública o privada u organización social cual sea que fuere realiza para lograr una mejora en el bienestar de la sociedad local y global. Mientras que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) corresponde a una incorporación voluntaria en su visión, misión, valores y gestión de las preocupaciones y expectativas de los stakeholders. En resumen una empresa con responsabilidad social buscará el punto óptimo entre la rentabilidad económica, el bienestar social de la comunidad y la preservación del medio

ambiente. Por otro lado la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), toma la RSE e incorpora agencias gubernamentales y otras organizaciones que voluntariamente tengan un interés de modelar sus prácticas en beneficio empresarial y social. Sin embargo para algunos autores la RSE y la RSC se utiliza indistintamente como fue el caso de la presente investigación.

En este sentido, la presente investigación se enfocó en la contribución de la responsabilidad social empresarial en la rentabilidad de una agencia de viajes en el distrito de Wanchac - Cusco, para lo cual se identificaron como stakeholders a los colaboradores, los proveedores, las comunidades, quienes son partes interesadas y pueden ser afectadas directa o indirectamente por las operaciones de la empresa en estudio.

Para el libro verde de la comunidad europea (2002) la RSE es un concepto en el cual las empresas de manera voluntaria deciden contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio, dicho concepto aún es válido para muchos especialistas, sin embargo Cardona (2009) tuvo una perspectiva interesante sobre la RSC y señaló que esta no debería ser considerada como una opción voluntaria sino como una obligación ineludible que según sostiene en el futuro será exigible jurídicamente ante las diferentes organizaciones jurisdiccionales, lo cual en la actualidad ya es una realidad cuando se observa la legislación en la comunidad europea. Esta perspectiva es interesante y probablemente mucho más cercana a los países del primer mundo que para los países en desarrollo, sin embargo los organismos internacionales, nacionales y regionales, han realizado algunos avances, en la actualidad por lo que se observa en Perú se ha avanzado sobre todo en el aspecto ambiental con la creación del Ministerio del Ambiente (MINAM), sin embargo aún se descuidan las otras 2 categorías que conforman la conocida three bottom line.

Por otro lado, de Regil (2003) sostiene que la RSC es una obligación inherente que tiene cada empresa para responder por el impacto que su actividad ocasiona en las dimensiones social, económica y ambiental en su entorno, garantizando que dicho impacto pueda generar beneficios equitativos y sustentables sin ningún daño a todas las partes comprometidas. Se considera esta

definición como ideal, por la cual se debe realizar los esfuerzos necesarios a todo nivel, partiendo de los organismos competentes internacionales, nacionales y locales; sin embargo nuestro país afronta internamente un problema mucho más grande que la crisis económica, ambiental o social: la corrupción.

López et al. (2012) señalan que la RSE es un compromiso consciente y congruente para cumplir totalmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes.

González et al. (2015) señalan que la RSE se caracteriza de manera indiscutible por su contribución a la prosperidad económica, calidad ambiental y capital social; dichos aspectos son también conocidos como triple bottom line, lo cual de acuerdo a su análisis está relacionada con los stakeholders tanto internos como externos. Freeman (1984) señaló que los stakeholders no sólo son los grupos de interés internos de la empresa sino todos aquellos agentes que pueden influenciar o ser afectados por la toma de decisiones de la empresa. Esta definición es importante por que permite apreciar que se debe tener en cuenta un ámbito de influencia interno de RSE así como el externo, es decir no solamente los grupos de interés directamente relacionados con la empresa sino también aquellos que pueden ser beneficiados, afectados o pueden influenciar en el desenvolvimiento de las actividades empresariales.

Kliksberg (s.f.) en su publicación RSE: ¿Moda o demanda social? Señala que lo que se requiere y demanda de las empresas consiste en buen gobierno corporativo, buena relación con su personal, juego limpio con el consumidor, preservación del medio ambiente pero, junto a ello, compromiso social efectivo. Además, de acuerdo a su artículo *La Nueva Agenda de la RSC en 2021*, señala que RSC está abarcando nuevos aspectos en la actualidad tales como: Reformulación de la misión de la empresa, los nuevos consumidores, las prioridades, el combate contra el racismo, genero y diversidad, sustentabilidad y voluntariado virtual. En este sentido uno de los aspectos que ha sido importantes para plantear esta nueva agenda es la pandemia COVID 19, la cual ha forzado a las empresas a redefinirse, adaptarse y restablecer sus prioridades todo ello



sumado a los cambios tecnológicos y su impacto en la sociedad actual, sin embargo, muchas empresas sobre todo las agencias de viajes en la ciudad de Cusco están empezando a realizar sus actividades sin considerar los cambios sociales que la pandemia ha provocado, las únicas consideraciones que se han tenido son primordialmente las que están relacionadas con los protocolos de bio seguridad establecidos por el MINSA.

A partir de las diferentes apreciaciones sobre la RSE se considera que existen diversas categorías propuestas por los autores señalados para la responsabilidad social empresarial. Entre ellas los autores consideran las siguientes:

Three Bottom Line (TBL): es decir la categoría social, económica y ambiental (Walker et al., 2020).

Categoría Interna y categoría externa (Libro Verde, 2002).

Buen gobierno corporativo, buena relación con su personal, juego limpio con el consumidor, preservación del medio ambiente, compromiso social efectivo (Kliksberg, s.f.).

Para la investigación presente se utilizó la three bottom line como categorías principales para la responsabilidad social empresarial, es decir se considera las categorías: social, económica y ambiental.

Para Castelo y Lima (2008), la categoría social de la RSE, se considera como todos los grupos de personas frente a los cuales la empresa debe tomar responsabilidad por sus operaciones, ya que puede influir directa o indirectamente, sea positiva o negativamente en el desarrollo de las actividades de los mismos.

En cuanto a la categoría económica de la RSE, Pardo (2019) señala que es el impacto que las operaciones empresariales generan en la prosperidad económica sea esta positiva o negativa, la cual se verá reflejada no solamente en las poblaciones dentro del ámbito de influencia de las actividades sino en todos los stakeholders.

Para Cervantes et al. (2021) la categoría ambiental engloba toda interacción entre las operaciones empresariales, sociedad y la naturaleza, la cual debe

propender al buen uso y cuidado de los recursos naturales teniendo como resultado una buena calidad de vida.

Por otro lado para la variable rentabilidad, Pérez (2017) la considera como la capacidad de una empresa para generar utilidades en un tiempo determinado, para lo cual utiliza diversos medios materiales, financieros y recursos humanos. Las empresas entonces serán rentables o no en función de la capacidad que tengan para generar ingresos que superen su punto de equilibrio, todo ello medido en un tiempo determinado por lo general de manera trimestral, semestral o anual.

De la Hoz et al. (2008) en su publicación indicadores de rentabilidad señalan que la rentabilidad es uno de los objetivos principales de las empresas, la cual permite determinar el rendimiento de la inversión al realizar diversas actividades todo ello en un determinado lapso. También señalan que se puede definir como el resultado de la toma de decisiones de la administración de una empresa. Partiendo de esta definición se entiende que la rentabilidad está directamente relacionada con la toma de decisiones de la gerencia las cuales se reflejarán en la ejecución de los planes estratégicos delineados por la empresa materializando así los objetivos, metas acordes a la visión, valores, principios y filosofía de la misma. Se entiende además que el deseo innato de cada empresario es que su empresa sea rentable.

Para Ccaccya (2015) la categoría rentabilidad financiera esta más relacionada a los accionistas o dueños del negocio, la cual se obtiene correspondiendo al financiamiento propio en un tiempo definido. Para esta categoría se considera como indicador el ROA (Return on assets).

El ROA permite conocer el porcentaje de rentabilidad con respecto a la inversión en activos. Es decir por cada sol invertido en activo cual es el porcentaje de rentabilidad.

Otro indicador para la variable rentabilidad es el ROI (Return of investment), el cual nos permite dimensionar la rentabilidad de una empresa con respecto a la inversión realizada. El ROI, es la relación entre la ganancia obtenida y la inversión, el resultado se brinda en porcentaje.

Según Ccajya (2015) la rentabilidad económica permite verificar los activos que posee la empresa, en su rendimiento en relación a la inversión, la cual estará reflejada en porcentajes los mismos que reflejan los activos y su capacidad para generar beneficios para la empresa sin considerar cual es el financiamiento, utilizando ratios para su medición, se consideran cuatro variantes de gestión vitales para el empresario como son ventas, activos, capital y resultados (utilidades). En este sentido la rentabilidad de una empresa nunca será abstracta sino siempre está representada en algunas de las 4 variantes que se señaló anteriormente.

Uno de los indicadores de la rentabilidad económica es, el ROE (Return on equity) rendimiento o rentabilidad sobre el capital. Este ratio, permite conocer la rentabilidad de la empresa sobre sus fondos propios.

A partir de las teorías y conceptos presentados se consideró que el binomio RSE y rentabilidad son inherentes a las empresas, si bien es cierto el concepto que mejor se ha comprendido e implementado en nuestro país es el de rentabilidad, el cual ha sido por mucho tiempo la piedra angular de la toma de decisiones empresariales, teniendo en consideración principalmente la categoría interna a nivel de los stakeholders.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1 Tipo y diseño de investigación.**

El enfoque de la presente investigación fue de tipo cualitativo de alcance descriptivo. En este sentido se señala que los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

El tipo de investigación para el presente trabajo, utilizó el diseño de estudio de caso, Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) nuevamente señalan que los estudios de caso, utilizan procesos de investigación cuantitativa, cualitativa o mixta y permiten analizar de manera profunda y holística la unidad de estudio que deberá responder el planteamiento de problemas además de probar las hipótesis o inclusive desarrollar alguna teoría a partir de los conocimientos obtenidos.

#### **3.2 Categorías, Subcategorías y matriz de categorización**

Para la presente investigación se tuvo de manera apriorística las siguientes categorías y sub categorías las cuales son:

##### **Responsabilidad social empresarial**

Para Chacón (2001) la responsabilidad social empresarial es una obligación inherente que tiene cada empresa para responder por el impacto que su actividad ocasiona en las categorías social, económica y ambiental en su entorno, garantizando que dicho impacto pueda generar beneficios equitativos y sustentables sin ningún daño a todas las partes comprometidas.

Para la presente investigación se ha considerado las siguientes categorías planteadas como la Three Bottom Line (TBL) es decir las categorías social, económica y ambiental teniendo en cuenta su influencia interna y externa, además se establecen las subcategorías Buen Gobierno corporativo, buena relación personal, juego limpio con el consumidor, preservación del medio ambiente, compromiso social efectivo.

## **Rentabilidad**

Peréz (2016) sostuvo que la rentabilidad es la capacidad de una empresa para generar utilidades en un tiempo determinado, para lo cual utiliza diversos medios materiales, financieros y recursos humanos.

Para las subcategorías de la rentabilidad para la presente investigación se consideró la categoría rentabilidad financiera, y rentabilidad económica.

### **3.3 Escenario de Estudio.**

La presente investigación se desarrolló en una agencia de viajes operadora de turismo receptivo cuyas oficinas se ubican en el distrito de Wanchaq de la ciudad del Cusco, la cual comercializa sus productos y servicios primordialmente a través de su página web. La agencia de viajes se caracteriza por proveer diversos servicios a sus clientes, tales como: Turismo tradicional, Turismo de Aventura, Turismo Rural dentro de los cuales se caracteriza por realizar propuestas innovadoras, adaptarse a la necesidad o preferencias de sus clientes, lo que permite tener productos únicos a la medida.

Los mercados europeo y norte americano son los más importantes y mejor consolidados para la agencia de viajes, enfocándose primordialmente en Francia, Alemania y Estados Unidos, sin embargo en estos últimos años debido a la pandemia se ha experimentado una demanda creciente en el mercado peruano y brasileño.

La agencia de viajes ha iniciado a realizar diversas actividades de RSE en las comunidades donde opera, en las cuales se ha generado una dinámica con los pobladores, los clientes, proveedores y sus colaboradores, por lo tanto es importante analizar cual es la contribución de la RSE en la rentabilidad de la misma.

Para una mejor comprensión sobre la agencia de viajes para el presente caso se tiene el siguiente organigrama en la figura 1:

**Figura 1**

*Organigrama de la Agencia de Viajes*



La toma de decisiones se realiza en la gerencia general contando con la información proporcionada por el administrador el cual interactúa con las diversas áreas quienes proveen informes orales y escritos referentes a sus operaciones. Cada área tiene un responsable que debe interactuar con sus pares para solicitar, brindar, cooperar con los servicios, productos, etc. que se requieren en el tiempo y lugar que corresponda.

Los responsables se reúnen una vez por semana con la administración y una vez por mes con la gerencia, también los colaboradores tienen reuniones de camaradería propiciadas por la gerencia, además se convoca a los líderes comunales a una reunión anual con proveedores y colaboradores de la agencia para coordinación, capacitación en aspectos relacionados a sus actividades.

### **3.4 Participantes del Estudio**

Los participantes de estudio son un subgrupo de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que, debe ser representativo de la población, señala Hernández-Sampieri y Mendoza (2018). Además indica que, una muestra probabilística depende del proceso de toma de decisiones del investigador y, desde luego, las muestras seleccionadas obedecen a los criterios propios de la investigación.

Los participantes del presente estudio son 5 jefes de áreas de la la agencia de viajes en estudio que tienen una larga experiencia en el sector y gran

conocimiento de las comunidades donde opera la agencia, y 5 presidentes de comunidades que conocen de primera mano la problemática de sus comunidades en las cuales la agencia de viajes opera, lo cual corresponde a una muestra no probabilística por conveniencia.

### **3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos:**

Para la categoría RSE se ha utilizado la técnica de entrevista, con una guía de entrevista semi estructurada como instrumento para la recolección de datos en las siguientes subcategorías: social, económica y ambiental, la cual fue aplicada a los colaboradores de la empresa y los presidentes comunales donde la agencia de viajes realiza sus operaciones.

Para la categoría Rentabilidad se utilizó como técnica el análisis documental de los estados financieros.

### **3.6 Procedimiento.**

Para recolectar los datos se utilizó la guía de entrevista semiestructurada, la cual fue validada por tres expertos en el ámbito de estudio en la cual se establece las categorías, subcategorías y los tópicos relacionados. Las entrevistas se realizaron de manera virtual utilizando la plataforma zoom, de manera presencial y en algunos casos por la dificultad de acceso de manera telefónica, las cuales tuvieron una duración de 15 minutos aproximadamente por participante, se utilizó también una grabadora para registrar las entrevistas completas.

Para procesar la información obtenida, se procedió a seleccionar la información considerando los siguientes criterios (Morán, 2017).

Pertinencia, este criterio permite enfocarse en la información que realmente se relaciona con el tema de investigación, desechando aquella que no lo hace. También permitirá si fuera el caso añadir elementos emergentes no considerados en la categorización apriorística.

Relevancia, a través de este criterio, la información que pudiera ser recurrente o asertiva fue tomada en cuenta para su análisis.

### **3.7 Rigor científico**

## **Dependencia**

Para demostrar la dependencia se ha utilizado la propuesta de Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), tomando en cuenta los siguientes aspectos:

- a) Se ha proporcionado con claridad la perspectiva teórica que se utilizará en la presente investigación, así como el diseño utilizado.
- b) Se ha establecido con claridad las herramientas de recolección de datos validadas por tres especialistas en el tema, así como los participantes en la presente investigación.
- c) Se ha desarrollado una matriz de categorías apriorística, la cual se ha utilizado como base para la formulación de herramientas de recolección de datos.
- e) El investigador se limitó a la recolección, análisis de datos, de manera objetiva sin ningún sesgo que pueda alterar los resultados.

## **Credibilidad**

Utilizando el planteamiento de Rojas y Osorio (2017), seguido a la recolección de la información, se procedió a realizar la triangulación de información interestamentaria, y luego entre las diversas fuentes de información para poder obtener un corpus coherente. Además la información obtenida se trianguló con el marco teórico de la presente investigación.

## **Transferencia**

Si bien no se puede generalizar la información obtenida en la presente investigación, esta puede ser utilizada para tener una idea general de la problemática materia de este estudio, así como utilizar o aplicar los resultados en situaciones o contextos similares (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018)

### **3.8 Método de análisis de datos**

Para la presente investigación, se ha utilizado el análisis cualitativo de contenido (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018), partiendo de la información obtenida por las herramientas propuestas en base a la categorización apriorística. Los datos fueron transcritos, categorizados, triangulados entre las diversas categorías y estamentos de estudio para luego ser interpretados y discutir los hallazgos con la teoría y antecedentes de investigación.



### **3.9 Aspectos éticos**

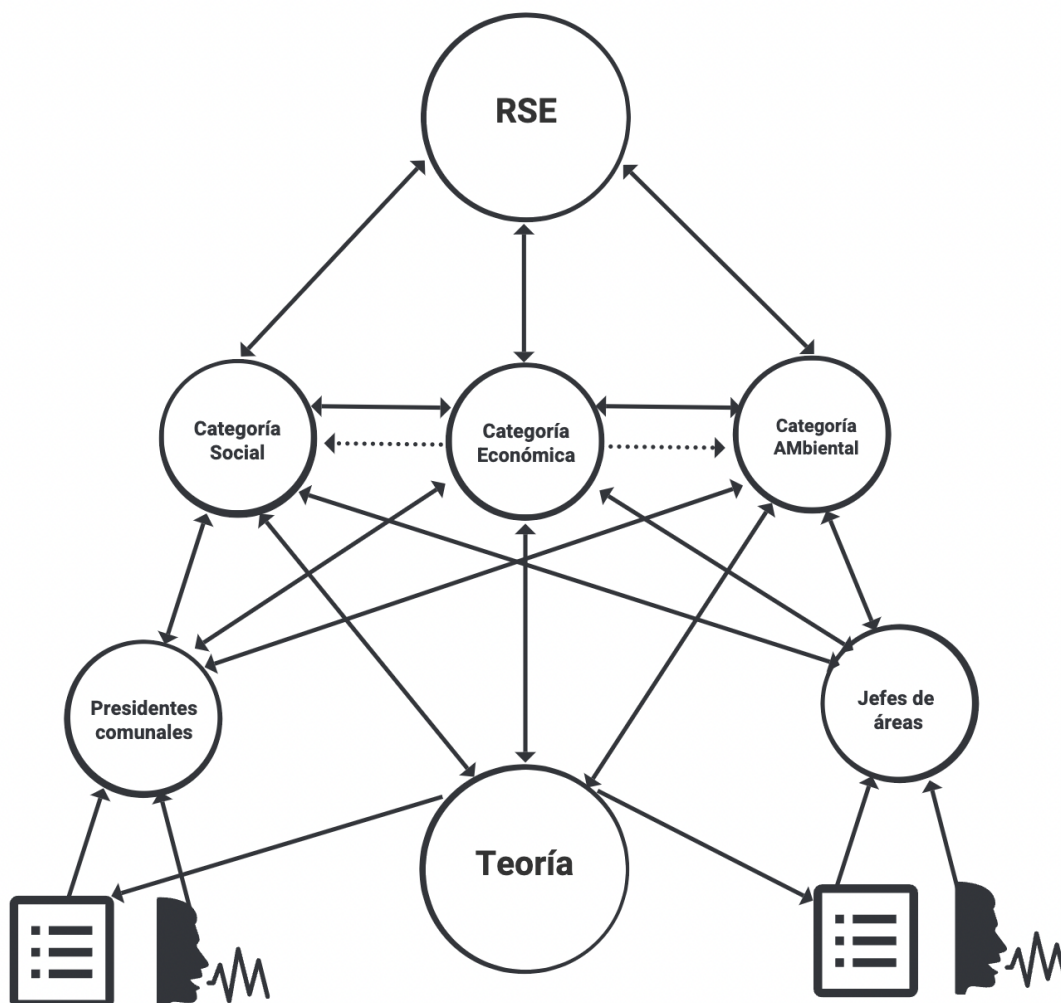
El consejo universitario de la Universidad “César Vallejo” (2017), aprobó mediante resolución N° 0126/2017-UCV el código de ética de la investigación universitaria, sobre el cual se ha basado la investigación. La presente investigación se realizó basada en el respeto irrestricto a la persona humana cuando al aplicar los instrumentos de recopilación de datos, el rigor científico como se describió en el punto 3.7, el trabajo se realizó además de manera original basado en la buena fe del autor sin mediar dolo o algún otro motivo subalterno.

#### IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En la figura 2 se aprecia las relaciones resultantes para la triangulación de los resultados a partir de las cuales se realizó primeramente el análisis y su discusión posterior.

**Figura 2**

***Triangulación de resultados, categorías, teorías y entrevistados***



Es importante señalar que a partir de las categorías social, económica y ambiental de la RSE, durante el proceso de análisis, nuevas categorías surgieron de los hallazgos, las cuales fueron las siguientes: clima organizacional, satisfacción del cliente interno, comunicación efectiva y branding; las cuales por su naturaleza deberán estudiarse en el contexto de la categoría responsabilidad social de empresas en el sector turístico en el Perú, así como su rentabilidad en futuras

investigaciones, que permitan establecer, analizar o describir su contribución, sus relaciones o la influencia que pueda existir entre ellas..

### **Análisis de los resultados para la categoría Social de la RSE**

Castelo y Lima (2008) consideran dentro de la categoría social a todos los grupos de interés sobre los cuales la empresa debe asumir responsabilidad por sus operaciones ya que pueden ser afectadas por las mismas.

Los hallazgos señalaron que la empresa no tiene una manera formal para medir el clima organizacional así como la satisfacción de sus colaboradores aunque se señala que se realizan esfuerzos por parte de la misma, es evidente que la empresa no puede socializar los criterios que utiliza porque posiblemente estos no existan.

Se supo de acuerdo a los resultados que la empresa cumple con los beneficios de ley para todos sus colaboradores que trabajan en planilla, por otro lado se señala que existen colaboradores que son contratados de manera puntual a los cuales se les remunera utilizando recibos por honorarios por lo que de acuerdo a ley la empresa no está obligada a pagar los beneficios sociales como compensación por tiempo de servicios CTS, seguro de salud, entre otros.

Se halló que la empresa realiza diversos esfuerzos para reconocer a sus mejores talentos, de este modo intenta fidelizar a su cliente interno a través de incentivos monetarios, becas de estudio, viajes al extranjero, entre otros, sin embargo los criterios para la elección no son claros.

Se evidencia por los hallazgos que, la empresa tiene dificultad para comunicar con claridad sus procedimientos a sus colaboradores lo cual a la larga puede ir en detrimento de la buena relación laboral y probablemente en la rotación de su personal.

Se tiene que, la información brindada por la empresa a los clientes es clara, lo cual ha permitido fortalecer su marca frente a los mismos, además se supo que existe un protocolo utilizado por los guías para informar al cliente sobre el impacto

del turismo en el ámbito de influencia de actividades así como las acciones que realiza la empresa para mitigar y/o prevenir los posibles impactos, sean estos medioambientales, culturales o sociales.

Se supo que la empresa coopera con las comunidades desarrollando proyectos sociales, sin embargo no se conoce el monto o porcentaje que destina de manera formal lo cual no permite que se considere dentro del presupuesto anual de la empresa, ni dentro del plan estratégico de la misma.

Con respecto a las comunidades, la empresa realiza acciones como charlas y jornadas de capacitación para los involucrados en las casas-hospedaje, gastronomía, se otorgan becas a jóvenes comuneros, préstamos monetarios para mejoramiento de infraestructura, construcción e implementación de bibliotecas además la empresa brinda oportunidades laborales en las comunidades donde opera, diversificando las actividades económicas tradicionales como la agricultura y ganadería

De acuerdo a los hallazgos, la empresa tiene un compromiso real con las comunidades existiendo una dinámica que permite el diálogo directo, y la realización de diversas actividades en beneficio de las mismas, tales, como: la construcción de baños, bibliotecas, restaurantes de uso comunal, mejoramiento de sus casas, becas de estudio en institutos para jóvenes estudiantes, asesoría, préstamos sin interés, cursos relacionados a higiene, cocina, y la posibilidad de la venta de artesanía, tejido, hospedaje en casas de los comuneros, realización de actividades como caminatas, paseos en bote, preparación de alimentos.

Es importante señalar que todas las actividades realizadas por la empresa les permite operar sin dificultades en dichas comunidades lo cual fortalece su marca frente a este grupo de interés, de modo que cuando los clientes llegan pueden interactuar de una manera positiva con la población local añadiendo valor a la experiencia de viaje, los cuales se convierten en impulsores de la marca en sus entornos sociales lo que se traduce en más clientes para la empresa.

También se señala que los entrevistados consideraron que la mejor manera como la empresa puede apoyar a los jóvenes comuneros es a través de

oportunidades de estudios, becas, capacitación para emprender negocios así como otorgar capital para desarrollar dichos emprendimientos para lo cual se requiere definir un plan estratégico que considere estos aspectos y también definir el presupuesto destinado para tales fines, además de realizar el seguimiento correspondiente al mismo.

Se supo que la empresa de manera práctica no realiza discriminación alguna, lo cual permite una interrelación en beneficio de todos los grupos de interés permitiendo oportunidades para el desarrollo social de todos los involucrados, sin embargo no existe un documento formal que señale que dentro de la empresa se combate la misma sea esta por raza, género o diversidad.

### **Análisis de los resultados para la categoría económica de la RSE**

Pardo (2019) sostiene que la categoría económica de la RSE, es el impacto positivo o negativo que las operaciones empresariales generan en la prosperidad económica, la cual se ve reflejada en todos los stakeholders.

Para la categoría económica de la RSE, los hallazgos señalan que la empresa brinda información clara a sus colaboradores con respecto a las condiciones laborales, tareas asignadas, y metas propuestas en acuerdo con la misma.

Se supo además que existe una dinámica de diálogo con los stakeholders, lo cual permite encontrar puntos comunes de desarrollo y cooperación económica, sin embargo también se manifiesta que si existe alguna situación que no favorezca a la empresa, la alta dirección no tendría dificultad de cambiar a los proveedores y/o comunidades locales si fuera el caso.

Se ha señalado que la alta gerencia permite propuestas realizadas por los stakeholders en beneficio de sus grupos de interés, la cual se ha traducido en la inversión de infraestructura tales como baños, salas comedor, bibliotecas, becas de estudio, capacitación, préstamos, las cuales han sido capitalizadas por la misma al presentarlas a los clientes y publicarlas en sus diversas plataformas, así como en presentaciones directas a los clientes cuando estos llegan, sin embargo si no

existe un seguimiento eficiente, un plan de responsabilidad social y un adecuado plan de marketing estratégico, los esfuerzos se pueden desvanecer rápidamente quedando solamente buenas intenciones.

Los proveedores de servicios son beneficiados directamente con las operaciones de la empresa ya que con la llegada de los clientes se utilizan servicios de transporte, hospedaje, alimentación, entre otros; lo cual dinamiza su economía y contribuye a la creación de puestos de trabajo.

También es necesario señalar que las comunidades son beneficiadas económicamente de manera directa por el trabajo que se genera con la llegada de los turistas a sus comunidades pudiendo ofrecer servicios de hospedaje, alimentación, venta de artesanía, tejido, así como la realización de actividades in situ como caminatas, paseos en bote, lo cual permite diversificar las actividades económicas tradicionales como son la agricultura y ganadería.

Por otro lado la empresa no ha logrado comunicar con claridad su misión a sus propios colaboradores, siendo este un punto fundamental para el desarrollo de su planificación estratégica, además dificulta establecer indicadores que permitan conocer si la misión empresarial se logra o no, por otro lado no existe un código de ética escrito de la empresa aunque de acuerdo a lo señalado por los entrevistados no ha sido necesario hasta el momento.

También es importante mencionar que no existen aspectos prioritarios de RSE que hayan sido comunicados con efectividad a su cliente interno así como los diversos grupos de interés, por lo que, los entrevistados señalan que la prioridad de la empresa es poder generar tantos ingresos sean posibles, lo cual como resultado le permite destinar recursos para el desarrollo económico en las comunidades, colaboradores y proveedores.

### **Análisis de los resultados para la categoría ambiental de la RSE**

La empresa realiza diversas acciones relacionadas a la categoría ambiental, las cuales incluyen la preservación del medio ambiente y sustentabilidad en sus operaciones.

Actividades como forestación y reforestación son llevadas a cabo por la empresa, en las cuales se convoca a los colaboradores, proveedores, comunidades a participar con mano de obra, ya que la empresa proporciona las plantas e insumos necesarios.

Se realizan convocatorias también para la limpieza de las comunidades en las cuales la empresa opera, recuperando los materiales no biodegradables para llevarlos a lugares en los cuales estos se reciclan.

Las charlas de sensibilización para la protección del medio ambiente son realizadas para todos los grupos de interés, en las cuales participan expertos sobre ponencias especiales, las cuales son luego replicadas por los colaboradores en su área de trabajo y en las comunidades.

Durante las operaciones de la empresa en las comunidades, existen colaboradores cuya labor es recuperar todos los desechos en función de su naturaleza para llevarlos a los lugares de acopio establecidos por la empresa

En diversos puntos de operación de la empresa se practica el reuso y reciclaje y se transforman los desechos biodegradables en pozas donde se produce humus.

La empresa ha solicitado a sus proveedores evitar el uso de botellas de plástico e instalar en su lugar filtros de agua para los clientes y colaboradores lo cual ayuda a su implementación en la conciencia de cuidado ambiental.

En cuanto a los proveedores de transporte se prefiere el uso de unidades vehiculares no mayores a 2 años de fabricación, sin embargo no se tiene un control formal para controlar las emisiones producidas por los mismos.

Es importante señalar que dichas acciones en beneficio ambiental son realizadas como iniciativa de la gerencia, sin existir objetivos ni estándares ambientales escritos por la empresa.

También se supo que la empresa no cuenta con ninguna certificación internacional o nacional sobre impacto ambiental o sostenibilidad, lo cual deja en

evidencia la falta de medición. Esto es importante sobretodo para que la empresa pueda organizar de manera estratégica sus actividades, pudiendo medirlas, publicar sus resultados y sostener dichas acciones en el tiempo para beneficio de la comunidad.

Los proveedores consideran que las actividades realizadas por la empresa pueden sostenerse en el tiempo ya que no degradan de manera significativa el medio ambiente; del mismo modo los presidentes comunales señalan que la presencia de la empresa ha favorecido el cuidado del medio ambiente en su ámbito de influencia y consideran que las operaciones empresariales deben seguir llevándose a cabo ya que los beneficia social, ambiental y económicamente, además manifiestan que su deseo es que las actividades de la agencia tengan un crecimiento, sobre todo después de la conyuntura producida por la pandemia mundial ligada al COVID19.

### **Análisis documental para la categoría rentabilidad**

La presente investigación es de enfoque cualitativo por lo cual se utilizó la técnica análisis documental desde dicha perspectiva a partir de los estados financieros de la empresa, la cual se enfocó en el primer semestre del ejercicio 2022, pudiendo llegar a la conclusión que la rentabilidad de la empresa es positiva. Sin embargo es importante resaltar que el período presente de estudio corresponde a una fase de reactivación económica después de la pandemia producida por el COVID19, la cual ha producido una caída enorme en el sector turismo principalmente.

### **Discusión de los resultados**

Se han analizado los resultados de las las acciones de responsabilidad social de la empresa en estudio, las cuales han cubierto las categorías social, económica y ambiental como señaló Chacón (2021), quién sostuvo además que las operaciones de la empresa deben generar beneficios para todos los grupos de interés y no sólo para la empresa.



El objetivo principal de la investigación fue describir la contribución de la responsabilidad social en la rentabilidad de una agencia de viajes del distrito de Wanchaq, Cusco, 2022, lo cual, de acuerdo a los hallazgos, se puede evidenciar con claridad, ya que todas las acciones en las categorías y subcategorías se revierten en la rentabilidad de la empresa como se explica más adelante, concordando con la investigación de Acosta et al. (2020) en la cual se determinó una contribución preponderantemente positiva entre la responsabilidad social empresarial y la rentabilidad de las empresas.

En este sentido se puede señalar que todos los grupos de interés involucrados directa o indirectamente con la empresa como lo señalan Castelo y Lima (2008) son tomados en cuenta y las actividades empresariales realizadas en la three bottom line, influyen de manera positiva en cada uno de los grupos de interés lo cual repercute en las oportunidades de desarrollo, una mejora en su calidad de vida así como en su economía, todo ello permite que las operaciones de la empresa puedan consideradas como beneficiosas para el ámbito de su influencia.

También es importante señalar que el análisis documental que se realizó a los estados financieros de la empresa en presencia de la responsable del área de contabilidad y el gerente, muestran que desde que la empresa ha comenzado a realizar las diversas acciones de RSE, se ha observado que la empresa fue rentable, de acuerdo con Pérez (2017) las empresas son o no rentables en función de la generación de ingresos que superen su punto de equilibrio.

Para el primer objetivo específico propuesto se identificó las siguientes acciones en la categoría social de la RSE que coadyuvan a la rentabilidad de la empresa:

El cumplimiento de la ley laboral correspondiente le permite a la empresa evitar multas o infracciones que puedan afectar su rentabilidad, por lo cual el área contable realiza todos los procesos de control y supervisión en este aspecto, lo cual no genera ningún costo adicional y es apreciado por los colaboradores, proveedores según sea el caso.

Las acciones para fidelizar a su cliente interno tales como incentivos monetarios, becas de estudio, viajes al extranjero, entre otros, permite que la empresa tenga personal capacitado y motivado, lo cual se manifiesta en su interrelación con el cliente quien aprecia la calidad del servicio y la preparación de los colaboradores.

Brindar información clara a los clientes no genera un costo adicional a la empresa y permite que el cliente pueda evaluar con facilidad el servicio de la misma en función de lo ofrecido.

La cooperación con las comunidades desarrollando proyectos de infraestructura, permite que la empresa pueda ofrecer servicios de calidad en lugares donde normalmente no han existido emprendimientos en turismo, brindando un valor agregado al cliente, lo cual genera una sensación de trato individual que el cliente aprecia.

Las charlas de sensibilización social, emprendimiento, y asesorías diversas realizadas por la empresa no son costosas sin embargo tienen un impacto muy positivo en las comunidades, colaboradores, proveedores y clientes así como en la rentabilidad de la empresa.

La práctica de no discriminación por raza, género o diversidad, permite a la empresa contar talento humano diverso lo cual no le genera costos adicionales y puede beneficiar la experiencia del cliente.

Para el segundo objetivo específico se describieron cómo las siguientes prácticas de RSE en la categoría económica contribuyen a la rentabilidad de la empresa:

El diálogo con los colaboradores, proveedores, comunidades, permite encontrar puntos comunes de desarrollo y cooperación económica, evitando conflictos y buscando soluciones prontas cuando estos aparecen, lo cual permite asegurar una continuidad en los servicios ofrecidos por la empresa, lo cual se traduce en una experiencia positiva para el cliente.

La inversión de la empresa para infraestructura en las comunidades, como baños, salas comedor, bibliotecas, becas de estudio, capacitación, préstamos, permiten a la agencia operar en lugares únicos y lejos de la competencia lo cual genera un valor agregado y sentido único a la experiencia del cliente.

Dichas acciones permiten a la empresa realizar inversiones que son de beneficio para todos los stakeholders pero que al final fortalecen la marca y mejoran la experiencia del cliente.

Para el tercer objetivo específico se identificaron las acciones de mayor impacto de RSE en la categoría ambiental que contribuyen a la rentabilidad de la empresa:

La forestación y reforestación son prácticas de impacto ambiental y visual, la empresa realiza acuerdos de cooperación con entidades estatales o privadas cuyos fines son pro ambientales, las cuales muchas veces brindan los suministros de manera gratuita.

Las jornadas de limpieza en las comunidades generan un impacto visual y positivo en en la mejora del nivel vida de los comuneros así como en la experiencia de los clientes cuando la agencia opera en dichos espacios.

Las charlas de sensibilización para la protección del medio ambiente realizadas para los stakeholders no son muy costosas y generan un gran impacto en la conducta de los participantes y la rentabilidad de la empresa.

El uso de unidades vehiculares no mayores a 2 años de fabricación, protege el medio ambiente por la baja contaminación producida en comparación a vehículos con más uso y mejora la experiencia del cliente así como asegura la operación correcta de los servicios de la empresa.

La práctica de reutilización y reciclaje así como la transformación de desechos biodegradables en humus realizada por la empresa tiene un impacto conveniente y visual en los clientes quienes consideran que la actividad que realizan puede ser sostenible en el tiempo.

Estas acciones de responsabilidad social son relevantes y de alto impacto en los clientes, los cuales a su vez se vuelven embajadores de la marca gracias a la experiencia vivida la cual no está solamente relacionada a la categoría ambiental, sino pueden ver de primera mano el impacto en lo social y económico en los grupos de interés, y una vez en sus países comparten, sus experiencias con amigos, familiares, compañeros de trabajo, entre otros, permitiendo que potenciales clientes se contacten con la empresa para planificar sus futuros viajes.

El análisis de acuerdo a los hallazgos permite considerar que los resultados son válidos para las categorías establecidas y pueden ser transferibles para las acciones primarias de responsabilidad social de una agencia de viajes en la ciudad de Cusco, que opera en un ámbito similar a la empresa que ha sido estudiada, las prácticas ampliamente señaladas en los resultados y el análisis, pueden ser como señalaron Pacherres et al (2019) aplicables sin discriminar el tamaño de la empresa y en cualquier parte del mundo.

## V. CONCLUSIONES

Después de haber procesado los datos y analizarlos se consideró las siguientes conclusiones, las cuales están directamente relacionadas a los objetivos de estudio que se han propuesto en la presente investigación:

Primera, se concluye que las diversas actividades de responsabilidad social en las categorías social, económica y ambiental realizadas por la empresa contribuyen positivamente en su rentabilidad.

Segunda, las actividades de mayor impacto de RSE realizadas por la empresa son las siguientes: reforestación, limpieza de comunidades, charlas de sensibilización para todos los grupos de interés, reutilización, reciclaje y transformación de los desechos en lugares establecidos por la misma.

Tercera, del mismo modo se concluye que la empresa al realizar acciones de RSE como la construcción de infraestructura tipo baños, salas comedor, bibliotecas, becas de estudio, capacitación, préstamos, oportunidades laborales, servicio de hospedaje, alimentación, venta de artesanía, actividades como caminatas, paseos en bote, entre otros, genera un impacto positivo en la economía de los colaboradores, proveedores y comunidades.

Cuarta, las acciones de RSE en la categoría social, tales como charlas, becas de estudio, becas de aprendizaje de idiomas, viajes al extranjero, permite que los grupos de interés relacionados directamente puedan tener mejores oportunidades y mejorar su nivel de vida, todo ello contribuye a la rentabilidad de la empresa.

## **VI. RECOMENDACIONES**

Primera, se recomienda de manera fundamental la implementación de una jefatura de responsabilidad social ambiental en la empresa, la cual deberá realizar planes de acción, programas, establecer protocolos diversos para la medición del impacto en las diferentes categorías de la RSE, realizar convenios, el seguimiento y desarrollo de políticas de responsabilidad social empresarial, así como establecer un presupuesto adecuado para todas las actividades relacionadas a la RSE en las diversas categorías.

Segunda, la empresa debe mejorar la comunicación con todos sus grupos de interés para que conozcan con claridad su misión, las prioridades a nivel social, ambiental y económico así como los procesos para la elección de los mejores colaboradores y proveedores.

Tercera, se recomienda a la empresa comenzar un proceso para la obtención de algún certificado de responsabilidad social empresarial internacional, el cual pueda ordenar y certificar los procesos en las diversas categorías, así como establecer los parametros diversos a medir periódicamente y las publicaciones requeridas.

Cuarta, considerando las categorías que surgieron a partir del análisis de datos tal como: clima organizacional, satisfacción del cliente interno, comunicación efectiva y branding se recomienda investigarlas en el contexto de la categoría responsabilidad social y rentabilidad de empresas en el sector turístico en el Perú, que permitan establecer, analizar o describir su contribución, sus relaciones o la influencia que pueda existir entre ellas, para brindar nuevas herramientas, consideraciones que coadyuven en la toma de decisiones gerenciales.

## REFERENCIAS

- Acosta, Lovato, S., y Buñay , J. (2018). *La responsabilidad social corporativa y su rol en las empresas ecuatorianas*. Revista Lasallista de Investigacion, 15(2), 105–117. <https://doi.org/10.22507/rli.v15n2a8>
- Aguirre, C., Barona, C., y Dávila, G (2020) *La rentabilidad como herramienta para la toma de decisiones: análisis empírico en una empresa industrial*. Revista Valor contable 7 (1) ISSN 2413-5860
- Bernardo Kliksberg. (2021). *Apostando por la sostenibilidad*. Cinco dias.
- Bhardwaj, P., Chatterjee, P., Demir, K., & Turuk, O. (2018). *When and how is corporate social responsibility profitable?* Journal of Business Research.
- Biswas, R., & Michaelides, M. (2019). *Essays in financial economics* (R. Biswas & M. Michaelides, Eds.). Bingley, England: Emerald Publishing.
- Boutillier, R. (2017). *Stakeholder Politics: Social Capital, Sustainable Development, and the Corporation*. (First edition.). London: Taylor and Francis.
- Bowen, H. (2013) *Social responsibilities of the businessman*. University of Iowa Press.
- Cardona, D. (s.f.) *Una aproximación sobre lo que es responsabilidad social empresarial*. Saber ciencia y Libertad.
- Castelo, M., y Lima, L. (2008). *Social Responsibility Disclosure: A Study of Proxies for the Public Visibility of Portuguese Banks*. The British Accounting Review, 40, 161-181.
- CCaccya, D. (2015). *Fuentes de Financiamiento Empresarial. Informe Financiero, VII-1*. <https://xdoc.mx/documents/vii-fuentes-de-financiamiento-empresarial-5e77ceed2647a>
- Cervantes, M., De Anda, R., Rojas, D., y Muñoz, V. (2021). *La dimensión medioambiental de la responsabilidad social empresarial: revisión de*

*literatura*. Revista de Desarrollo Sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación RILCO DS, n. 17: 80-93. <https://www.eumed.net/es/revistas/rilcoDS/17-marzo21/responsabilidad-social-empresarial>

- Chacón, C. (24-25 de octubre 2001) *La empresa social: la responsabilidad y la acción social de la empresa*.
- Chicaiza, T. (2018). *Corporate social responsibility: a tool to combat poverty? Critical analysis of the thought of Bernardo Kliksberg*. Gestión y Estrategia, 53, 33–42. <https://doi.org/10.24275/uam/azc/dcsh/gye/2018n53/Chicaiza>
- Chilufya, A., Hughes, E., & Scheyvens, R. (2019). *Tourists and community development: corporate social responsibility or tourist social responsibility?* Journal of Sustainable Tourism, 27(10), 1513–1529. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1643871>
- Coello, N., & Cabello, M. (2016). *¿Es rentable el gasto en responsabilidad social empresarial?*. Grado en Administración y Dirección de Empresas. Universidad de Laguna.
- Comunidad Europea (Noviembre, 2002) *Libro Verde de la Comisión Europea*. Ed. Estudio -Barcelona.
- Crowther, D., & Rayman-Bacchus, L. (2016). *Perspectives on corporate social responsibility*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/978131547007>
- Crowther, D., & Seifi, S. (2018). *Redefining corporate social responsibility* (First edition.; D. Crowther & S. Seifi, Eds.). Bingley: Emerald Publishing.
- De la Hoz, B., Ferrer, M., De la Hoz, A. (2008) *Indicadores de rentabilidad: herramientas para la toma decisiones financieras en hoteles de categoría media ubicados en Maracaibo*. Revista de Ciencias Sociales [online]. vol.14, n.1, pp.88-109. ISSN 1315-9518.
- Del Brío, J., & Lizarzaburu, E. (2017). *Corporate Reputation and Corporate Social Responsibility and its impact in the financial sector*. Journal of Customer



Behaviour, 16(1), 91–105.

<https://doi.org/10.1362/147539217X14909732699516>

Díaz, L. (2021). *Gestión de la responsabilidad social para la rentabilidad del cultivo de camarón en la empresa Aquafood Perú – Tumbes*. (Tesis de maestría) Universidad César Vallejo, Tumbes, Perú.

Escobar, E. (2015). *La responsabilidad social empresarial como medio de rentabilidad y competitividad*. [Tesis Magister en derecho de la empresa con especialidad en gestión empresarial. Pontificia Universidad Católica de Perú] Lima, Perú.

Font, X., & Lynes, J. (2018). *Corporate social responsibility in tourism and hospitality*. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(7), 1027–1042. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1488856>

Freeman, E. (1984) *Strategic management, A stakeholder approach*. Boston MA: Pitman

Friedman, M. (1970) *The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits*. New York Times Magazine, 13 September 1970, 122-126.

Goel, S. (2016). *Financial ratios* (First edition.). New York, New York (222 East 46th Street, New York, NY 10017): Business Expert Press.

González-Rodríguez, M., Díaz-Fernández, M., & Simonetti, B. (2015), *The social, economic and environmental dimensions of corporate social responsibility: the role played by consumers and potential entrepreneurs*. *International Business Review*, Vol. 24 No. 5, pp. 836-848, DOI 10.1016/j.ibusrev.2015.03.002

Granell, J. (2020). *Análisis y valoración de la rentabilidad del turismo rural en la provincia de Ávila*. *Investigaciones turísticas* <https://doi.org/10.14198/INTURI2020.19.06>

Hatipoglu, B., Ertuna, B., & Salman, D. (2019). *Corporate social responsibility in tourism as a tool for sustainable development: An evaluation from a*

*community perspective*. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 31(6), 2358–2375. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2018-0448>

Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*, Ciudad de México, México: Mc Graw Hill Education,

Herrera, L., Soto, E., Cáceres, J., y Quezada, G. (2017). *La responsabilidad social empresarial (RSE) y su influencia en los resultados económicos de las empresas industriales de la ciudad de Tacna, periodo 2010-2011*. Ciencia & Desarrollo

Kallmuenzer, A., Nikolakis, W., Peters, M., & Zanon, J. (2018). *Trade-offs between dimensions of sustainability: exploratory evidence from family firms in rural tourism regions*. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(7), 1204–1221. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1374962>

Kliksberg, B. (10 mayo, 2021) *La nueva agenda de la RSC en el 2021*. *Cinco Dias, El Pais*  
[https://cincodias.elpais.com/cincodias/2021/05/10/opinion/1620636179\\_478708.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2021/05/10/opinion/1620636179_478708.html)

Kliksberg. B. (s.f.) *RSE: ¿Moda o demanda social?* Fundación Carolina España.

Loaiza, K., Pairazamán, Y., y Huamaní, A. (2020) *Propuesta para incrementar la rentabilidad de una agencia de turismo no convencional en Lima Metropolitana utilizando mejora continua*. [Tesis Maestría, Universidad Tecnológica del Perú]. Lima, Perú.

Morán, H. (2017) *Una reflexión acerca de la pertinencia y la relevancia de la investigación*. PAIDEIA XXI, Vol. 6, N 7 Lima, enero 2018, pp 13-32

Navarro, G., Rubio, V., Lavado, S., Minnicelli, A., y Acuña, J. (2017). *Razones y Propósitos para Incorporar la Responsabilidad Social en la Formación de Personas y en Organizaciones de Latinoamérica*. *Revista latinoamericana*

*de educación inclusiva*, 11(2), 51-72. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-73782017000200005>

- Negro, A., & Mesia, R. (2019). *Organization and Society: Understanding Corporate Social Responsibility and The Inclusive Business in The Peruvian Business Environment*. *The Journal of Applied Business and Economics*, 21(5), 154–164. <https://doi.org/10.33423/jabe.v21i5.2275>
- Pacherri, S., Vergara, A., y Sorhegui, R. (2020) *Responsabilidad social corporativa y el turismo sostenible*. <https://doi.org/10.21855/ecociencia.72.340>
- Pardo, E. (2019) *La dimensión económica de la responsabilidad social corporativa. Una aproximación desde la fiscalidad*. [Tesis de doctorado, UNED Universidad nacional de Educación a distancia, España] [http://espacio.uned.es/fez/eserv/tesisuned:ED-Pg-EcoyEmp-Epardo/PARDO\\_HERRASTI\\_Eva\\_Tesis.pdf](http://espacio.uned.es/fez/eserv/tesisuned:ED-Pg-EcoyEmp-Epardo/PARDO_HERRASTI_Eva_Tesis.pdf)
- Paskova, M., & Zelenka, J. (2019). How crucial is the social responsibility for tourism sustainability? *Social Responsibility Journal*, 15(4), 534–552. <https://doi.org/10.1108/SRJ-03-2018-0057>
- Pérez, A. (2017). Fuentes de financiación: Curso Esic de emprendimiento y gestión empresarial. ESIC
- Puell, J. (2018). *Reflections on Social Responsibility in the Peruvian Company*. *Gestión en el tercer milenio*, 21(42), 23–.
- Regil, A. (2003), *Responsabilidad Social Corporativa, Disciplina Todavía en Estado de Inocencia*. La alianza Global Jus Semper. <https://jussemper.org/Inicio/Resources/RSC%20estado%20inocencia.pdf>
- Rojas, X., y Osorio, B. (2017) *Criterios de Calidad y Rigor en la Metodología Cualitativa*. N 36, Año 2017 ISSN: 0435 - 026X
- Ruiz, L., Camargo, D., y Muñoz, N. (2020). *Relación entre responsabilidad social empresarial y rentabilidad: una revisión de literatura*. *Encuentros*

(Barranquilla, Colombia), 18(2), 128–141.  
<https://doi.org/10.15665/encuen.v18i02.2406>

Sotomayor, S., Ventas, N., & Gronau, W. (2021). *Corporate social responsibility in luxury hotels in Cusco (Peru) to benefit indigenous communities*. *Hospitality & Society*, 11(2), 137–157. [https://doi.org/10.1386/HOSP\\_00036\\_1](https://doi.org/10.1386/HOSP_00036_1)

Stakeholders Sostenibilidad, (12 noviembre, 2020) *Panorama de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú*  
<https://stakeholders.com.pe/noticias-sh/panorama-de-la-responsabilidad-social-empresarial-en-el-peru/>

United Nations. (December, 2007) *Indicators of Sustainable Development: Guidelines and Methodologies. Third edition*. ISBN 978-92-1-104577-2  
United Nations, New York.  
<https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/guidelines.pdf>

Visser, W., & Tolhurst, N. (2017). *The World Guide to CSR: a Country-by-Country Analysis of Corporate Sustainability and Responsibility* (First edition.). Taylor and Francis.

Walker, K., Yu, X., & Zhang, Z. (2020). All for one or all for three: Empirical evidence of paradox theory in the triple-bottom-line. *Journal of Cleaner Production*, 275, 122881–. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122881>

Wang, C., Li, G., & Xu, H. (2019). *Impact of Lifestyle-Oriented Motivation on Small Tourism Enterprises' Social Responsibility and Performance*. *Journal of Travel Research*, 58(7), 1146–1160.  
<https://doi.org/10.1177/0047287518800389>

Weber, J., & Wasieleski, D. M. (2018). *Corporate social responsibility* (First edition.; J. Weber & D. M. Wasieleski, Eds.). Bingley: Emerald Publishing.

Zegarra, R., & Cortegana, J. (2021). *Corporate social responsibility and the perception of the company: a review of the scientific literature*. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(14), 2818–2834.

### III. ANEXOS

#### Anexo 1

##### Matriz de consistencia

Ambito Temático	Problema de Investigación	Preguntas de Investigación	Objetivo general	Metodología	
Responsabilidad social empresarial	La contribución de la responsabilidad social en la rentabilidad de una agencia de viajes del distrito de Wanchaq, Cusco, 2022	¿Cuál es la contribución de la RSE en la rentabilidad de una agencia de viajes del distrito de Wanchaq, Cusco, 2022?	Analizar la contribución de la responsabilidad social en la rentabilidad de una agencia de viajes del distrito de Wanchaq, Cusco, 2022.	<b>Enfoque</b> Cualitativo.	<b>Diseño:</b> Estudio de caso.
	<b>Problemas específicos</b>	<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Categorías</b>  <b>Lineamientos de RSE categoría social</b>	<b>Sub Categorías</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Buena relación con su personal.</li> <li>- Juego Limpio con el consumidor</li> <li>- Compromiso social efectivo con la comunidad</li> <li>- Combate contra el racismo, género y diversidad.</li> </ul>
	¿Cómo es la contribución de la categoría económica de la RSE en la rentabilidad de una Agencia de Viajes del distrito de de Wanchaq, Cusco, 2022?	Describir cómo contribuyen las prácticas RSE en la categoría económica y la rentabilidad de una Agencia de Viajes del distrito de Wanchaq, Cusco, 2022.	<b>Prácticas de RSE Categoría Económica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Buen Gobierno corporativo</li> <li>- Formulación de la Misión</li> <li>- Formulación de prioridades</li> </ul>	
	¿Cómo es la contribución de la categoría ambiental de la RSE en la rentabilidad de una Agencia de Viajes del distrito de de Wanchaq, Cusco, 2022?	Describir las prácticas de mayor impacto de RSE en la categoría ambiental que contribuyen a la rentabilidad de una Agencia de Viajes del distrito de Wanchaq, Cusco, 2022.	<b>Prácticas de RSE Categoría ambiental</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Preservación del Medio ambiente</li> <li>- Sustentabilidad</li> </ul>	

## Anexo 2

### Matriz de categorización apriorística

Problema de Investigación	Objetivo general	Categorías	Sub Categorías	Códigos
¿Cuál es la contribución de la RSE en la rentabilidad de una agencia de viajes del distrito de Wanchaq, Cusco, 2022?	Analizar la contribución de la responsabilidad social en la rentabilidad de una agencia de viajes del distrito de Wanchaq, Cusco, 2022.			
<b>Problemas específicos</b>	<b>Objetivos Específicos</b>			
¿Cuál es la contribución de la categoría social de la RSE en la rentabilidad de una Agencia de Viajes del distrito de de Wanchaq, Cusco, 2022?	Identificar acciones de RSE en la categoría social que coadyuven en la rentabilidad de una Agencia de Viajes del distrito de de Wanchaq, Cusco, 2022.	<b>categoría social</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Buena relación con su personal.</li> <li>- Juego Limpio con el consumidor</li> <li>- Compromiso social efectivo con la comunidad</li> <li>- Combate contra el racismo, género y diversidad.</li> </ul>	BRP JL CSE CR
¿Cuál es la contribución de la categoría económica de la RSE en la rentabilidad de una Agencia de Viajes del distrito de de Wanchaq, Cusco, 2022?	Describir cómo contribuyen las prácticas RSE en la categoría económica y la rentabilidad de una Agencia de Viajes del distrito de Wanchaq, Cusco, 2022.	<b>Categoría Económica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Buen Gobierno corporativo</li> <li>- Formulación de la Misión</li> <li>- Formulación de prioridades</li> </ul>	BG FM FP
¿Cuál es la contribución de la categoría ambiental de la RSE en la rentabilidad de una Agencia de Viajes del distrito de de Wanchaq, Cusco, 2022?	Identificar las prácticas de mayor impacto de RSE en la categoría ambiental que contribuyen a la rentabilidad de una Agencia de Viajes del distrito de Wanchaq, Cusco, 2022.	<b>Categoría ambiental</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Preservación del Medio ambiente</li> <li>- Sustantibilidad</li> </ul>	PrM SUS

## **Anexo 3 Instrumentos**

### ***Guía de entrevista para Jefes de áreas / Presidentes comunales***

**1. Nombre:** *Guía de entrevista para describir la contribución de la responsabilidad social en la rentabilidad de una agencia de viajes del distrito de Wanchaq, Cusco, 2022.*

**2. Autor:** Fabrizio Allauca Cahuana

**3. Objetivo:**

Describir la contribución de la responsabilidad social en la rentabilidad de una agencia de viajes del distrito de Wanchaq, Cusco, 2022.

**4. Normas:**

Las respuestas de los jefes de áreas de la agencia de viajes deben de ser claras, concisas, objetivas, honestas y sinceras. Se puede aplicar una pregunta sobre la pregunta planteada con la finalidad de obtener información útil para la investigación.

**5. Participantes (muestra):**

Luego de haber aplicado los criterios de inclusión y exclusión, la muestra seleccionada para aplicar la entrevista es 5 jefes de áreas de la agencia de viajes y 5 presidentes comunales.

**6. Unidad de análisis:**

Las unidades de análisis consideradas son los 5 responsables de las áreas de la agencia de viajes y los 5 presidentes de las comunidades donde opera la empresa, de los cuales se recolectará información necesaria en cuanto al cumplimiento de las normas, teorías, conceptos y referencias de los temas de responsabilidad social empresarial y rentabilidad.

**7. Modo de aplicación:**

El instrumento agrupa tres categorías: social, económica y ambiental. Se recolectará la información necesaria y se clasificará por categorías, de tal manera que se pueda realizar el análisis de la información. La entrevista será personal, el entrevistado deberá de responder las preguntas de una manera precisa, brindando información adecuada, de tal manera que permita conocer la realidad de la materia de estudio.

Para la entrevista se considera un tiempo aproximado de 20-30 minutos, la cual será grabada y luego transcrita para su análisis.

**8. Estructura:** El cuestionario referido involucra las categorías de Responsabilidad Social Empresarial y Rentabilidad, con 9 sub categorías y 37 items para los colaboradores y 18 items para los presidentes comunales.

**9. Validación y confiabilidad:** La validez de contenido se realizará por juicio de tres expertos.

<b>Sub Categorías</b>	<b>Preguntas a los colaboradores</b>	<b>Preguntas a los presidentes comunales</b>
<b>Buena relación con su personal.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Basado en su experiencia ¿Usted considera que la empresa mide el clima organizacional?</li> <li>• ¿Cuál es el nivel de satisfacción que tienen los colaboradores con su lugar de trabajo?</li> <li>• En su opinión, ¿La remuneración ofrecida por la empresa es igual o superior al promedio del rubro?</li> <li>• ¿La empresa asegura todos los beneficios de ley para todos su colaboradores?</li> <li>• ¿Considera que la empresa cuenta con presupuesto formal para capacitación de los colaboradores? (programa de becas, financiamiento ó co-financiamiento de estudios para colaboradores)</li> <li>• ¿Existe algún tipo de reconocimiento formal dentro de la empresa para los colaboradores con alto desempeño?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• De acuerdo a su experiencia, ¿La empresa trata de manera respetuosa a sus colaboradores?</li> <li>• ¿Considera que los colaboradores de la agencia de viajes están satisfechos con la empresa a nivel salarial?</li> <li>• ¿Sabe usted si la empresa capacita a sus colaboradores?</li> </ul>
<b>Juego Limpio con el consumidor</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cómo considera la información que la empresa brinda a los clientes sobre los productos y servicios?</li> <li>• ¿Cómo se informa a los clientes sobre el impacto ambiental que se produce al realizar sus actividades en el ámbito de influencia?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Considera que la empresa brinda información clara a sus clientes sobre sus productos y servicios?</li> </ul>
<b>Compromiso social efectivo con la comunidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desde su perspectiva ¿Existe un presupuesto anual de la empresa para realizar proyectos sociales?</li> <li>• ¿La empresa coopera directamente con las comunidad, municipalidad dentro del ámbito de influencia de sus actividades?</li> <li>• ¿Cómo coopera la empresa con las comunidades locales?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuál es su percepción con respecto al compromiso de la empresa con las comunidades locales?</li> <li>• ¿Algún representante de la empresa se ha reunido con usted para explicarle sus actividades?</li> <li>• ¿Conoce cómo las actividades podrían beneficiar a su comunidad?</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Sabe si la empresa genera algún tipo de beneficio directo a las comunidades en el ámbito de su influencia?</li> <li>• ¿Cómo considera sería la mejor manera en que la empresa apoye los jóvenes de la comunidad de su ámbito de influencia?</li> <li>• ¿Sabe cuál es la percepción de las comunidades acerca de la empresa?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿La empresa ha realizado algún trabajo, obra, labor para su comunidad fuera de las actividades que tienen con sus clientes?</li> <li>• En su opinión ¿Cómo la empresa puede apoyar a su comunidad?</li> </ul>
<b>Combate contra el racismo, género y diversidad.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Existe en la empresa una política para evitar la discriminación en todas sus formas? (Ej. Sexo, género, religión, etc.)</li> <li>• ¿La empresa contrata personal sin distingo de raza, género, sexo, religión, etc?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Considera que la empresa permite la participación de toda la comunidad independientemente de su sexo, género, religión, etc?</li> <li>• ¿Ha experimentado alguna vez discriminación por parte de los colaboradores de la empresa?</li> </ul>
<b>Buen Gobierno corporativo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿ Considera que la información que la empresa brinda a sus colaboradores es transparente en todos sus sentidos?</li> <li>• ¿La empresa alienta la participación de las comunidades locales para la toma de decisiones empresariales?</li> <li>• ¿Las comunidades, colaboradores, proveedores son tomados en cuenta en la toma de decisiones de la directiva de la empresa?</li> <li>• ¿El estilo de trabajo del consejo directivo es abierto a propuestas nuevas o innovadoras?</li> <li>• ¿Qué acciones realizadas por la empresa cree usted que han impulsado su rentabilidad económica y financiera?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Alguna vez la empresa le ha consultado con la comunidad sobre las operaciones que están planificando realizar?</li> <li>• ¿Considera que la gerencia de la empresa está abierta a sus opiniones o sugerencias para las operaciones que realiza?</li> </ul>
<b>Formulación de la Misión</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Conoce con claridad la misión de la empresa?</li> <li>• ¿Sabe si la misión de la empresa se reformula periódicamente?</li> <li>• ¿La misión de la empresa es clara y es comprendida por todos los colaboradores?</li> <li>• ¿La misión de la empresa incluye valores de responsabilidad social?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desde su punto de vista, ¿Conoce cuál es la misión de la empresa?</li> <li>• ¿Cree que la empresa tiene cuidado o se hace responsable por el impacto que genera en las comunidades locales?</li> </ul>
<b>Formulación de prioridades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desde su perspectiva ¿Existe un código de ética que rige la conducta y proceder de la empresa y su personal?</li> </ul>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿La estrategia de la empresa incluye aspectos prioritarios de responsabilidad social?</li> <li>• ¿La estrategia de la empresa incluye aspectos prioritarios de responsabilidad social económica?</li> <li>• ¿La empresa realiza aportes económicos directos para el desarrollo de las comunidades?</li> </ul>	
<b>Preservación del Medio ambiente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿La estrategia de la empresa incluye aspectos prioritarios de responsabilidad social ambiental?</li> <li>• ¿Cuál es el manejo en que la empresa realiza tratamiento de los desechos generados por su operación?</li> <li>• ¿Se controla y evita la contaminación producida por vehículos que utiliza la empresa para sus operaciones?</li> <li>• ¿La empresa cuenta con políticas internas que fijan objetivos o estándares ambientales para la empresa?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cree que la empresa tiene cuidado o se hace responsable por el impacto que genera en el medio ambiente?</li> <li>• ¿La empresa tiene cuidado con los desechos que generan sus operaciones?</li> </ul>
<b>Sustentabilidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿La empresa tiene algún tipo de certificación: ej. ISO 14001 u otro estándar ambiental equivalente?</li> <li>• ¿Cuenta la empresa con algún tipo de programa o certificación de calidad de productos i/o servicios?</li> <li>• ¿La empresa promueve activamente prácticas que ayuden a la sustentabilidad de la actividad? Ej. Limpieza de rivera de ríos, reciclado, reutilización de materiales, etc.</li> <li>• ¿La empresa promueve la adopción de prácticas de RSE entre sus proveedores?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Considera que las actividades de la empresa son sostenibles hacia el futuro?</li> </ul>

Elaboración Propia.

# ANEXO 4.

## Validación 1 de instrumento aplicable a colaboradores



### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA INFLUENCIA DE LA RSE EN LA RENTABILIDAD DE UNA AGENCIA DE VIAJES, CUSCO.(COLABORADORES)

Nº	Categorías / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSIÓN SOCIAL</b>								
1	Basado en su experiencia ¿Usted considera que la empresa mide el clima organizacional o el nivel de satisfacción que tienen los colaboradores con su lugar de trabajo?	X		X		X		
2	En su opinión, ¿La remuneración ofrecida por la empresa es igual o superior al promedio del rubro? ¿La empresa asegura todos los beneficios de ley para todos sus colaboradores?	X		X		X		
3	¿Considera que la empresa cuenta con presupuesto formal para capacitación de los colaboradores? (programa de becas, financiamiento ó co-financiamiento de estudios para colaboradores)	X		X		X		
4	¿Existe algún tipo de reconocimiento formal dentro de la empresa para los colaboradores con alto desempeño?	X		X		X		
5	¿Cómo considera la información que la empresa brinda a los clientes sobre los productos y servicios?	X				X		
6	¿Cómo se informa a los clientes sobre el impacto ambiental que se produce al realizar sus actividades en el ámbito de influencia?	X		X		X		
7	Desde su perspectiva ¿Existe un presupuesto anual de la empresa para realizar proyectos sociales?	X		X		X		
8	¿La empresa coopera directamente con la comunidad, municipalidad dentro del ámbito de influencia de sus actividades? ¿Cuál es la dinámica?	X		X		X		
9	¿Sabe si la empresa genera algún tipo de beneficio directo a las comunidades en el ámbito de su influencia?	X		X		X		
10	¿Cuál considera sería la mejor manera en que la empresa apoye los jóvenes de la comunidad de su ámbito de influencia?	X		X		X		
11	¿Sabe cuál es la percepción de las comunidades acerca de la empresa?	X		X		X		
12	¿Existe en la empresa una política para evitar la discriminación en todas sus formas? (Ej. Sexo, género, religión, etc.)	X		X		X		
13	¿Considera que la empresa permite la contratación de personal sin distinción de raza, género, sexo, religión, etc.?	X		X		X		
<b>DIMENSIÓN ECONOMICA</b>								
14	¿Considera que la información que la empresa brinda a sus colaboradores es transparente en todos sus sentidos?	X		X		X		
15	¿La empresa alienta la participación de las comunidades locales para la toma de decisiones empresariales?	X		X		X		
16	¿Las comunidades, colaboradores, proveedores son tomados en cuenta en la toma de decisiones de la directiva de la empresa?	X		X		X		
17	¿El estilo de trabajo del consejo directivo es abierto a propuestas nuevas o innovadoras?	X		X		X		



18	¿Qué prácticas adoptadas por la empresa cree usted que han impulsado su rentabilidad económica y financiera?	X		X		X		
19	¿Conoce con claridad la misión de la empresa? ¿Sabe si se reformula periódicamente?	X		X		X		
20	¿La misión de la empresa es clara y es comprendida por todos los colaboradores?	X		X		X		
21	¿La misión de la empresa incluye valores de responsabilidad social?	X		X		X		
22	Desde su perspectiva ¿Existe un código de ética que rige la conducta y proceder de la empresa?	X		X		X		
23	¿La estrategia de la empresa incluye aspectos prioritarios de responsabilidad social?	X		X		X		
24	¿La estrategia de la empresa incluye aspectos prioritarios de responsabilidad social económica?	X		X		X		
<b>DIMENSION AMBIENTAL</b>								
25	¿La estrategia de la empresa incluye aspectos prioritarios de responsabilidad social ambiental?			X		X		
26	¿Cuál es el manejo en que la empresa realiza tratamiento de los desechos generados por su operación?			X		X		
27	¿Se controla y evita la contaminación producida por vehículos que utiliza la empresa para sus operaciones?			X		X		
28	¿La empresa cuenta con una política interna que fije objetivos o estándares ambientales para la empresa?			X		X		
29	¿La empresa tiene algún tipo de certificación: ej. ISO 14001 u otro estándar ambiental equivalente?			X		X		
30	¿Cuenta la empresa con algún tipo de programa o certificación de calidad de productos /o servicios?			X		X		
31	¿La empresa promueve activamente prácticas que ayuden a la sustentabilidad de la actividad? <b>Se recomienda emplear el termino ambiental en la pregunta</b>			X		X		
32	¿La empresa promueve la adopción de prácticas de RSE entre sus proveedores?			X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [ x ]**    **Aplicable después de corregir [ ]**    **No aplicable [ ]**

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Sergio Gustavo Puelles    DNI: 46957123

Especialidad del validador: **Administración de negocios**

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

28 de mayo del 2022

Firma del Experto Informante.

## ANEXO 5.

Validación 1 de instrumento aplicable a presidentes comunales.



### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA INFLUENCIA DE LA RSE EN LA RENTABILIDAD DE UNA AGENCIA DE VIAJES, CUSCO. (PRESIDENTES COMUNALES)

Nº	Categorías / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	De acuerdo con su experiencia, ¿La empresa trata de manera respetuosa a sus colaboradores?	X		x		X		
2	¿Considera que los colaboradores de la agencia de viajes están satisfechos con la empresa a nivel salarial?	X		X		X		
3	¿Sabe usted si la empresa capacita de algún modo a sus colaboradores?	x		X		X		
4	¿Considera que la empresa brinda información clara a sus clientes sobre sus productos y servicios?	Si	No	Si	No	Si	No	
5	¿Cuál es su percepción de la empresa?	X		x		X		
6	¿Algún representante de la empresa se ha reunido con usted para explicarle sus actividades y como podría beneficiar a su comunidad?	X		X		X		
7	¿La empresa ha realizado algún trabajo, obra, labor para su comunidad fuera de las actividades que tienen con sus clientes?	X		X		X		
8	¿Cómo considera que la empresa puede apoyar efectivamente con su comunidad?	X		X		X		
9	¿Considera que la empresa permite la participación de toda la comunidad independientemente de su sexo, género, religión, etc?	X		X		X		
10	¿Ha experimentado alguna vez discriminación por parte de los colaboradores de la empresa?	X		X		X		
<b>DIMENSIÓN ECONOMICA</b>								
11	¿Alguna vez la empresa le ha consultado sobre las operaciones que están planificando realizar?	X		X		X		
12	¿Considera que la gerencia de la empresa está abierta a sus opiniones o sugerencias para las operaciones que realiza?	X		X		X		
13	Desde su punto de vista, ¿Cuál es la misión de la empresa?	X		X		X		
14	¿Cree que la empresa tiene cuidado o se hace responsable por el impacto que genera en las comunidades locales?	X		X		X		
15	¿Cuál considera que es la prioridad de la empresa?	X		X		X		
<b>DIMENSIÓN AMBIENTAL</b>								
16	¿Cree que la empresa tiene cuidado o se hace responsable por el impacto que genera en el medio ambiente?	X		X		X		
17	¿Ha observado si los colaboradores de la empresa tienen cuidado con los desechos que generan sus operaciones?	X		X		X		
18	¿Considera que las actividades de la empresa son sostenibles hacia el futuro?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [ x ]    Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Sergio Gustavo Puelles    DNI:46957123

Especialidad del validador: Administración de negocios

28 de mayo del 2022

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante.

## ANEXO 6

Registro SUNEDU Validador 1

28/5/22, 18:32



PERÚ

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria

Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos

### REGISTRO NACIONAL DE GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES

Graduado	Grado o Título	Institución
PUELLES PUELLES, SERGIO GUSTAVO DNI 46957123	BACHILLER EN ADMINISTRACION Fecha de diploma: 06/12/2012 Modalidad de estudios: -  Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO PERU
PUELLES PUELLES, SERGIO GUSTAVO DNI 46957123	LICENCIADO EN ADMINISTRACION Fecha de diploma: 07/06/2013 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO PERU
PUELLES PUELLES, SERGIO GUSTAVO DNI 46957123	MAESTRO EN CIENCIAS EMPRESARIALES CON MENCIÓN EN GESTIÓN DEL CAPITAL HUMANO Fecha de diploma: 12/06/20 Modalidad de estudios: PRESENCIAL  Fecha matrícula: 11/03/2016 Fecha egreso: 10/12/2017	UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA S.A. PERU

## ANEXO 7.

### Validación 2 de instrumento aplicable a colaboradores



#### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA INFLUENCIA DE LA RSE EN LA RENTABILIDAD DE UNA AGENCIA DE VIAJES, CUSCO.(COLABORADORES)

Nº	Categorías / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	Basado en su experiencia ¿Usted considera que la empresa mide el clima organizacional o el nivel de satisfacción que tienen los colaboradores con su lugar de trabajo?	X		X			X	En la medición incluye dos aspectos diferentes
2	En su opinión, ¿La remuneración ofrecida por la empresa es igual o superior al promedio del rubro? ¿La empresa asegura todos los beneficios de ley para todos sus colaboradores?							Falta claridad. Debe referirse a no más de una característica
3	¿Considera que la empresa cuenta con presupuesto formal para capacitación de los colaboradores? (programa de becas, financiamiento o co-financiamiento de estudios para colaboradores)	X		X		X		
4	¿Existe algún tipo de reconocimiento formal dentro de la empresa para los colaboradores con alto desempeño?	X		X		X		
5	¿Cómo considera la información que la empresa brinda a los clientes sobre los productos y servicios?	X		X		X		
6	¿Cómo se informa a los clientes sobre el impacto ambiental que se produce al realizar sus actividades en el ámbito de influencia?	X		X			X	
7	Desde su perspectiva ¿Existe un presupuesto anual de la empresa para realizar proyectos sociales?	X		X		X		
8	¿La empresa coopera directamente con la comunidad, municipalidad dentro del ámbito de influencia de sus actividades? ¿Cuál es la dinámica?							Referirse a una sola pregunta sustentada
9	¿Sabe si la empresa genera algún tipo de beneficio directo a las comunidades en el ámbito de su influencia?	X		X		X		
10	¿Cuál considera sería la mejor manera en que la empresa apoye los jóvenes de la comunidad de su ámbito de influencia?							Cuando se refiere a cual, es importante las alternativas
11	¿Sabe cuál es la percepción de las comunidades acerca de la empresa?	X		X		X		
12	¿Existe en la empresa una política para evitar la discriminación en todas sus formas? (Ej. Sexo, género, religión, etc.)	X		X		X		
13	¿Considera que la empresa permite la contratación de personal sin distinción de raza, género, sexo, religión, etc.?	X		X		X		
<b>DIMENSION ECONOMICA</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
14	¿Considera que la información que la empresa brinda a sus colaboradores es transparente en todos sus sentidos?		X	X		X		
15	¿La empresa alienta la participación de las comunidades locales para la toma de decisiones empresariales?		X	X		X		
16	¿Las comunidades, colaboradores, proveedores son tomados en cuenta en la toma de decisiones de la directiva de la empresa?		X	X		X		
17	¿El estilo de trabajo del consejo directivo es abierto a propuestas nuevas o innovadoras?	X		X			X	

18	¿Qué prácticas adoptadas por la empresa cree usted que han impulsado su rentabilidad económica y financiera?							No se entiende a qué prácticas se refiere
19	¿Conoce con claridad la misión de la empresa? ¿Sabe si se reformula periódicamente?	X		X			X	
20	¿La misión de la empresa es clara y es comprendida por todos los colaboradores?	X		X		X		
21	¿La misión de la empresa incluye valores de responsabilidad social?	X		X		X		
22	Desde su perspectiva ¿Existe un código de ética que rige la conducta y proceder de la empresa?						X	¿No sería conducta del personal?
23	¿La estrategia de la empresa incluye aspectos prioritarios de responsabilidad social?	X		X		X		
24	¿La estrategia de la empresa incluye aspectos prioritarios de responsabilidad social económica?	X		X		X		
<b>DIMENSION AMBIENTAL</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
25	¿La estrategia de la empresa incluye aspectos prioritarios de responsabilidad social ambiental?	X		X		X		
26	¿Cuál es el manejo en que la empresa realiza tratamiento de los desechos generados por su operación?	X		X		X		
27	¿Se controla y evita la contaminación producida por vehículos que utiliza la empresa para sus operaciones?	X		X			X	
28	¿La empresa cuenta con una política interna que fije objetivos o estándares ambientales para la empresa?	X		X		X		Sería mejor referirse a políticas
29	¿La empresa tiene algún tipo de certificación: ej. ISO 14001 u otro estándar ambiental equivalente?	X		X		X		
30	¿Cuenta la empresa con algún tipo de programa o certificación de calidad de productos /o servicios?						X	Se sugiere especificar que programa
31	¿La empresa promueve activamente prácticas que ayuden a la sustentabilidad de la actividad?						X	A que actividad o actividades se refiere
32	¿La empresa promueve la adopción de prácticas de RSE entre sus proveedores?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Mejorar la sintaxis, para que comprendan lo informantes.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [ ] Aplicable después de corregir [ X ] No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Miranda Carrión Próspero Narciso. DNI: 23813239

Especialidad del validador: Licenciado en Administración

14 de junio del 2022..

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

## ANEXO 8.

Validación 2 de instrumento aplicable a presidentes comunales.



ESCUELA DE POSTGRADO

### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE

LA INFLUENCIA DE LA RSE EN LA RENTABILIDAD DE UNA AGENCIA DE VIAJES, CUSCO. (PRESIDENTES COMUNALES)

Nº	Categorías / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSIÓN SOCIAL</b>								
1	De acuerdo con su experiencia, ¿La empresa trata de manera respetuosa a sus colaboradores?	X		X		X		
2	¿Considera que los colaboradores de la agencia de viajes están satisfechos con la empresa a nivel salarial?		X	X			X	
3	¿Sabe usted si la empresa capacita de algún modo a sus colaboradores?	X		X		X		
4	¿Considera que la empresa brinda información clara a sus clientes sobre sus productos y servicios?	Si	No	Si	No	Si	No	
5	¿Cuál es su percepción de la empresa?	X		X			X	Respecto a que
6	¿Algún representante de la empresa se ha reunido con usted para explicarle sus actividades y como podría beneficiar a su comunidad?	X		X		X		
7	¿La empresa ha realizado algún trabajo, obra, labor para su comunidad fuera de las actividades que tienen con sus clientes?	X		X		X		
8	¿Cómo considera que la empresa puede apoyar efectivamente con su comunidad?					X		Cuáles alternativas se tiene
9	¿Considera que la empresa permite la participación de toda la comunidad independientemente de su sexo, género, religión, etc?					X		Se requiere mayor especificación
10	¿Ha experimentado alguna vez discriminación por parte de los colaboradores de la empresa?	X		X		X		
<b>DIMENSIÓN ECONOMICA</b>								
11	¿Alguna vez la empresa le ha consultado sobre las operaciones que están planificando realizar?	X		X		X		Es ambiguo
12	¿Considera que la gerencia de la empresa está abierta a sus opiniones o sugerencias para las operaciones que realiza?	X		X		X		
13	Desde su punto de vista, ¿Cuál es la misión de la empresa?	X		X		X		
14	¿Cree que la empresa tiene cuidado o se hace responsable por el impacto que genera en las comunidades locales?	X		X		X		
15	¿Cuál considera que es la prioridad de la empresa?						X	
<b>DIMENSIÓN AMBIENTAL</b>								
16	¿Cree que la empresa tiene cuidado o se hace responsable por el impacto que genera en el medio ambiente?	X		X		X		
17	¿Ha observado si los colaboradores de la empresa tienen cuidado con los desechos que generan sus operaciones?X	X		X		X		
18	¿Considera que las actividades de la empresa son sostenibles hacia el futuro?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia; Mejorar la redacción y especificidad

Opinión de aplicabilidad:   Aplicable [ ]   Aplicable después de corregir [X]   No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Miranda Carrión Próspero Narciso.   DNI: 23813239

Especialidad del validador: Lic. en Administración

14 de junio del 2022

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante.

## ANEXO 9.

### Registro SUNEDU Validador 2

15/6/22, 21:03



PERÚ

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria

Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos

#### REGISTRO NACIONAL DE GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES

Graduado	Grado o Título	Institución
MIRANDA CARRION, PROSPERO NARCISO DNI 23813239	LICENCIADO EN ADMINISTRACION Fecha de diploma: Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO PERU
MIRANDA CARRION, PROSPERO NARCISO DNI 23813239	MAGISTER EN ADMINISTRACION Fecha de diploma: 07/03/2006 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO PERU
MIRANDA CARRION, PROSPERO NARCISO DNI 23813239	BACHILLER EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS Fecha de diploma: 08/03/1984 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO PERU
MIRANDA CARRION, PROSPERO NARCISO DNI 23813239	DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN Fecha de diploma: 09/12/19 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: 24/04/2012 Fecha egreso: 02/09/2014	UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO PERU

## ANEXO 10.

### Validación 3 de instrumento aplicable a colaboradores



#### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA INFLUENCIA DE LA RSE EN LA RENTABILIDAD DE UNA AGENCIA DE VIAJES, CUSCO.(COLABORADORES)

N°	Categorías / Ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>DIMENSIÓN SOCIAL</b>							
1	Basado en su experiencia ¿Usted considera que la empresa mide el clima organizacional o el nivel de satisfacción que tienen los colaboradores con su lugar de trabajo?							(ESTE ÍTEM SE DEBE DISGREGAR POR SER DE DOBLE INTENCIÓN)
2	En su opinión, ¿La remuneración ofrecida por la empresa es igual o superior al promedio del rubro? ¿La empresa asegura todos los beneficios de ley para todos sus colaboradores?							(ESTE ÍTEM SE DEBE DISGREGAR POR SER DE DOBLE INTENCIÓN)
3	¿Considera que la empresa cuenta con presupuesto formal para capacitación de los colaboradores? (programa de becas, financiamiento ó co-financiamiento de estudios para colaboradores)	X		X		X		
4	¿Existe algún tipo de reconocimiento formal dentro de la empresa para los colaboradores con alto desempeño?	X		X		X		
5	¿Cómo considera la información que la empresa brinda a los clientes sobre los productos y servicios?	X		X		X		
6	¿Cómo se informa a los clientes sobre el impacto ambiental que se produce al realizar sus actividades en el ámbito de influencia?	X		X		X		
7	Desde su perspectiva ¿Existe un presupuesto anual de la empresa para realizar proyectos sociales?	X		X		X		
8	¿La empresa coopera directamente con la comunidad, municipalidad dentro del ámbito de influencia de sus actividades? ¿Cuál es la dinámica?							(ESTE ÍTEM SE DEBE DISGREGAR POR SER DE DOBLE INTENCIÓN)
9	¿Sabe si la empresa genera algún tipo de beneficio directo a las comunidades en el ámbito de su influencia?	X		X		X		
10	¿Cuál considera sería la mejor manera en que la empresa apoye los jóvenes de la comunidad de su ámbito de influencia?							NO SE ENTIENDE, POR TANTO REFORMULAR.
11	¿Sabe cuál es la percepción de las comunidades acerca de la empresa?	X		X		X		
12	¿Existe en la empresa una política para evitar la discriminación en todas sus formas? (Ej. Sexo, género, religión, etc.)	X		X		X		
13	¿Considera que la empresa permite la contratación de personal sin distinción de raza, género, sexo, religión, etc.?							MEJORAR LA REDACCIÓN
	<b>DIMENSIÓN ECONOMICA</b>							
14	¿Considera que la información que la empresa brinda a sus colaboradores es transparente en todos sus sentidos?	X		X		X		
15	¿La empresa alienta la participación de las comunidades locales para la toma de decisiones empresariales?	X		X		X		
16	¿Las comunidades, colaboradores, proveedores son tomados en cuenta en la toma de decisiones de la directiva de la empresa?	X		X		X		
17	¿El estilo de trabajo del consejo directivo es abierto a propuestas nuevas o innovadoras?	X		X		X		

18	¿Qué ¿Las prácticas adoptadas por la empresa cree usted que han impulsado su rentabilidad económica y financiera?	X		X		X		
19	¿Conoce con claridad la misión de la empresa? ¿Sabe si se reformula periódicamente?							(ESTE ÍTEM SE DEBE DISGREGAR POR SER DE DOBLE INTENCIÓN)
20	¿La misión de la empresa es clara y es comprendida por todos los colaboradores?	X		X		X		
21	¿La misión de la empresa incluye valores de responsabilidad social?	X		X		X		
22	Desde su perspectiva ¿Existe un código de ética que rige la conducta y proceder de la empresa?	X		X		X		
23	¿La estrategia de la empresa incluye aspectos prioritarios de responsabilidad social?	X		X		X		
24	¿La estrategia de la empresa incluye aspectos prioritarios de responsabilidad social económica?	X		X		X		(INCREMENTAR ÍTEM RELACIONADO SI LA EMPRESA BRINDA UN APOORTE ECONÓMICO PARA EL DESARROLLO DE LA COMUNIDAD)
	<b>DIMENSION AMBIENTAL</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
25	¿La estrategia de la empresa incluye aspectos prioritarios de responsabilidad social ambiental?	X		X		X		
26	¿Cuál es el manejo en que ¿La empresa realiza tratamiento de los desechos generados por su operación?	X		X		X		
27	¿Se controla y evita la contaminación producida por vehículos que utiliza la empresa para sus operaciones?							
28	¿La empresa cuenta con una política interna que fije objetivos o estándares ambientales para la empresa?	X		X		X		
29	¿La empresa tiene algún tipo de certificación: ej. ISO 14001 u otro estándar ambiental equivalente?	X		X		X		
30	¿La empresa cuenta con algún tipo de programa o certificación de calidad de productos /o servicios?	X		X		X		
31	¿La empresa promueve activamente prácticas que ayuden a la sustentabilidad de la actividad?	X		X		X		
32	¿La empresa promueve la adopción de prácticas de RSE entre sus proveedores?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:    **Aplicable** [  ]    **Aplicable después de corregir** [  ]    **No aplicable** [  ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dra. Nelly Aydí Cavero Torre    DNI: 23829555

Especialidad del validador: Doctorado en Ciencias de la Salud y Mgt. En Docencia Universitaria.

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

14 de junio del 2022

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



-----  
Firma del Experto Informante.



## ANEXO 11

### Validación 3 de instrumento aplicable a presidentes comunales



#### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA INFLUENCIA DE LA RSE EN LA RENTABILIDAD DE UNA AGENCIA DE VIAJES, CUSCO. (PRESIDENTES COMUNALES)

N°	Categorías / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	De acuerdo con su experiencia, ¿La empresa trata de manera respetuosa a sus colaboradores?	X		X		X		
2	¿Considera que los colaboradores de la agencia de viajes están satisfechos con la empresa a nivel salarial?	X		X		X		
3	¿Sabe usted si la empresa capacita <b>de algún modo</b> a sus colaboradores?	X		X		X		DEBE SER: ¿Sabe usted si la empresa capacita a sus colaboradores?
4	¿Considera que la empresa brinda información clara a sus clientes sobre sus productos y servicios?	Si	No	Si	No	Si	No	
5	¿Cuál es su percepción de la empresa?	X		X		X		
6	¿Algún representante de la empresa se ha reunido con usted para explicarle sus actividades y como podría beneficiar a su comunidad?							(ESTE ÍTEM SE DEBE DISGREGAR POR SER DE DOBLE INTENCIÓN)
7	¿La empresa ha realizado algún trabajo, obra, labor para su comunidad fuera de las actividades que tienen con sus clientes?	X		X		X		
8	¿Cómo considera que la empresa puede apoyar efectivamente con su comunidad?							DEBE DECIR: ¿Para su opinión la empresa puede apoyar con el desarrollo de obras en su comunidad?
9	¿Considera que la empresa permite la participación de toda la comunidad independientemente de su sexo, género, religión, etc?	X		X		X		
10	¿Ha experimentado alguna vez discriminación por parte de los colaboradores de la empresa?	X		X		X		
<b>DIMENSIÓN ECONOMICA</b>								
11	¿Alguna vez la empresa le ha consultado sobre las operaciones que están planificando realizar?	X		X		X		
12	¿Considera que la gerencia de la empresa está abierta a sus opiniones o sugerencias para las operaciones que realiza?	X		X		X		
13	Desde su punto de vista, ¿Cuál es la misión de la empresa?							DEBE DECIR: ¿Conoce la misión de la empresa?
14	¿Cree Ud. que la empresa tiene cuidado o se hace responsable por el impacto que genera en las comunidades locales?	X		X		X		
15	¿Cuál considera que es la prioridad de la empresa?							ESTA PREGUNTA NO SE ENTIENDE, POR TANTO REFORMULAR
<b>DIMENSIÓN AMBIENTAL</b>		Si	No	Si	No	Si	No	
16	¿Cree que la empresa tiene cuidado o se hace responsable por el impacto que genera en el medio ambiente?	X		X		X		
17	¿Ha observado si los colaboradores de la empresa tienen cuidado con los desechos que generan sus operaciones?							DEBE DECIR: ¿La empresa tiene cuidado con los desechos que generan sus operaciones?
18	¿Considera que las actividades de la empresa son sostenibles hacia el futuro?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:    **Aplicable** [  ]    **Aplicable después de corregir** [  ]    **No aplicable** [  ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dra: Nelly Aydé Cavero Torre.    DNI: 23829555

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo



Especialidad del validador: Doctorado en Ciencias de la Salud y Mgt. en Docencia Universitaria.

14 de junio del 2022

Firma del Experto Informante.

## ANEXO 12

### Registro SUNEDU Validador 3

15/6/22, 21:10



#### REGISTRO NACIONAL DE GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES

Graduado	Grado o Título	Institución
CAVERO TORRE, NELLY AYDE --	<b>MAESTRA EN DOCENCIA UNIVERSITARIA</b> Fecha de diploma: 04/04/1995 Modalidad de estudios: -  Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO <i>PERU</i>
CAVERO TORRE, NELLY AYDEE --	<b>MAESTRIA EN DOCENCIA UNIVERSITARIA</b> Fecha de diploma: 04/04/1995 Modalidad de estudios: -  Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO <i>PERU</i>
CAVERO TORRE, NELLY AYDEE --	<b>MAGISTER EN DOCENCIA UNIVERSITARIA</b> Fecha de diploma: 04/04/1995 Modalidad de estudios: -  Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO <i>PERU</i>
CAVERO TORRE, NELLY AYDE DNI 23829555	<b>DOCTORA EN CIENCIAS DE LA SALUD</b> Fecha de diploma: 28/05/2009 Modalidad de estudios: -  Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA <i>PERU</i>
CAVERO TORRE, NELLY AYDE DNI 23829555	<b>BACHILLER EN ENFERMERIA</b> Fecha de diploma: 05/12/77 Modalidad de estudios: PRESENCIAL  Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO <i>PERU</i>
CAVERO TORRE, NELLY AYDE DNI 23829555	<b>LICENCIADO EN ENFERMERIA</b> Fecha de diploma: 03/01/78 Modalidad de estudios: PRESENCIAL	UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO <i>PERU</i>
CAVERO TORRE, NELLY AYDE DNI 23829555	<b>MAESTRA EN DOCENCIA UNIVERSITARIA</b> <b>MENCION EN ENFERMERIA</b> Fecha de diploma: 04/04/95 Modalidad de estudios: PRESENCIAL  Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO <i>PERU</i>