

**UNIVERSIDAD MAYOR DE “SAN ANDRES”**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y  
FINANCIERAS**

**CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**



**“IMPACTO DE UN PLAN DE RESPONSABILIDAD  
SOCIAL EMPRESARIAL EN EL SECTOR HOTELERO DE  
LA CIUDAD DE LA PAZ”**

Artículo Científico presentado para la obtención del grado de Licenciatura

**POR: UNIV. BEBY RAYSSA GAMBOA VARGAS**

**TUTOR ACADEMICO: M.SC. JORGE RICARDO RIVEROS  
SALAZAR**

**LA PAZ – BOLIVIA**

**2024**

**“IMPACTO DE UN PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL  
EN EL SECTOR HOTELERO DE LA CIUDAD DE LA PAZ”**

Beby Rayssa Gamboa Vargas

Universidad Mayor de “San Andrés”

Facultad de Ciencias Económicas y Financieras

Carrera de Administración de Empresas

[bebyrayssagamboavargas@gmail.com](mailto:bebyrayssagamboavargas@gmail.com)

**RESUMEN**

La presente investigación tiene el propósito de conocer el impacto que representa el aplicar un Plan de Responsabilidad Social Empresarial en el Sector Hotelero de la Ciudad de La Paz, a través de la realización de escuetas a 368 personas naturales o jurídicas, entrevista a la gerente de la Cámara Hotelera de La Paz y una revisión bibliográfica referente a temas concernientes a aplicaciones de prácticas socialmente responsables en Latinoamérica. A través de la investigación se logró conocer que la población objetivo si bien no cuenta con un conocimiento extenso en el tema de Responsabilidad Social Empresarial (RSE en adelante), se muestran porcentajes favorables evidenciando que, efectivamente, existe un alto grado de interés de informarse qué más puede hacer la RSE por el medio que les rodea.

Para el desarrollo, previamente, se obtuvo las características de la población objetivo que fue de interés para la presente investigación, seguidamente se tiene un análisis del nivel socioeconómico que tiene la población objetivo, por consiguiente, se considera el grado de importancia que le da la población a los hoteles que son socialmente responsables y para finalizar se analiza la percepción y aceptación que tiene la población ante aplicaciones y/o prácticas de responsabilidad social empresarial en el sector hotelero a través de un análisis de relación entre variables con la ayuda de instrumentos de investigación.

**Palabras claves:** Responsabilidad Social Empresarial (RSE), Conocimiento, importancia, percepción y aceptación.

### **ABSTRACT**

*The purpose of this research is to determine the impact of implementing a Corporate Social Responsibility Plan in the Hotel Sector of the City of La Paz, through the implementation of brief surveys with 368 individuals or legal entities, an interview with the manager of the Hotel Chamber of La Paz and a bibliographic review regarding topics concerning the application of socially responsible practices in Latin America. Through the research, it was possible to learn that the target population, although it does not have extensive knowledge on the subject of Corporate Social Responsibility (CSR from now on), shows favorable percentages, evidencing that, indeed, there is a high degree of interest in finding out what more CSR can do for the environment that surrounds them. For the development, previously, the characteristics of the target population that was of interest for the present investigation were obtained, then there is an analysis of the socioeconomic level that the target population has, consequently, the degree of importance that the population gives to hotels that are socially responsible is considered and finally, the perception and acceptance that the population has before applications and/or practices of corporate social responsibility in the hotel sector is analyzed through an analysis of the relationship between variables with the help of research instruments.*

**Keywords:** *Corporate Social Responsibility (CSR), Knowledge, importance, perception and acceptance.*

### **INTRODUCCION**

La responsabilidad Social Empresarial<sup>1</sup> (Raufflet et al., 2012), (RSE en adelante) se ha convertido en una actividad central en el contexto de la industria hotelera. Tanto fuera como dentro del país las empresas avanzan hacia la RSE lo que hace determinante la

---

<sup>1</sup>En Bolivia: En algún momento de la década del 2000 se comenzó a hablar por primera vez de la Responsabilidad Social de las Empresas en Bolivia.

garantía no solo de su competitividad, sino también de su propia sostenibilidad, sin embargo, la deficiente claridad que tiene la población acerca del concepto mismo de RSE y la importancia de prácticas socialmente responsables hace difícil que el sector hotelero presente un plan a las partes interesadas, que genere impacto seguro durante su estancia y/o permanencia en la sociedad, además de crear una visión estratégica beneficiosa para el medio ambiente a largo plazo.

Hacer conocer a la población de la Ciudad de La Paz la importancia que a largo plazo supone aplicar prácticas socialmente responsables es crucial para el sector hotelero, por que este se constituye en un componente esencial para el crecimiento económico de un determinado país.

Citando a (Tierra Tierra et al., 2022) donde se ha realizado un estudio de caso en la cadena GH Hoteles en la ciudad de Raobamba-Ecuador en el 2019; se presenta como una adaptación para la post pandemia, en donde nos indica que, si bien el coronavirus ha sido uno de los eventos más fúnebres para el turismo a nivel mundial, fue uno de los ápices más determinantes para llevar a cabo un plan de negocio sostenible en los hoteles, partiendo de una guía de planificación estratégica en acciones que deben establecer los hoteles para innovar. En consecuencia, este plan de negocios con enfoque de sostenibilidad sirve como guía metodológica replicable en otros hoteles.

El propósito de la investigación es coadyuvar a incentivar a que más y más hoteles avancen hacia la RSE, sabiendo que este no es un tema solo de las grandes empresas en los países de primer mundo, sino que incluye a toda la sociedad. Todos contribuimos con nuestro actuar a influir en el medio ambiente y es responsabilidad de todos actuar de manera responsable, tanto las empresas como la población en general deben ser respetuosas con el medio ambiente y no solo tener presente las condiciones económicas y financieras, sino tomar en consideración aspectos que a largo plazo afectarían de manera positiva a la nueva generación.

Como afirma la Fundación Corporación Boliviana de Responsabilidad Social Empresarial (COBORSE), para las empresas bolivianas este cambio puede implicar un

esfuerzo realmente destacable de reorientación a sus prioridades y recursos. Por tanto, podría decirse que al situarse dentro la RSE, aunque todavía en un nivel básico, es el paso mas difícil de dar, pues exige un doloroso replanteamiento de sus intereses. Es el caso particular de los hoteles que operan en la ciudad de La Paz en donde comenzó a darse y es crucial que la población sepa de este cometido.

Determinar el impacto de un plan de RSE en el Sector Hotelero de la Ciudad de La Paz, coadyuvará a, previamente, conocer las características de la población, analizar el nivel socioeconómico de la población; posteriormente, considerar el nivel de conocimiento de la población con respecto a la RSE, analizar el grado de importancia que le da la población a los hoteles que son socialmente responsables y finalmente tomar en cuenta la percepción y aceptación de la población ante aplicaciones de RSE en el sector hotelero. A través de la realización de encuestas, entrevistas y revisión bibliográfica se pretende incentivar a que más y más hoteles empiecen a trabajar bajo RSE, sabiendo que estas prácticas representan una espléndida oportunidad para ser un motor de cambio para con todo lo que les rodea.

Analizar cuál es el nivel de conocimiento e interés que tiene la población en cuanto a la aplicación de un Plan de Responsabilidad Social Empresarial en el Sector Hotelero de la Ciudad de La Paz, es sin duda un tema de investigación bastante importante y que vale la pena ser tomado en cuenta para el proseguir.

### **Objetivo General**

Determinar el impacto de un Plan de Responsabilidad Social Empresarial en el Sector Hotelero de la Ciudad de La Paz

### **Objetivos Específicos**

1. Conocer las características de la población objetivo que será de interés para la presente investigación.
2. Analizar el nivel socioeconómico de la población en el Macro distrito Sur, distrito 18 de la Ciudad de La Paz.

3. Considerar el nivel de conocimiento de la población acerca de la responsabilidad social empresarial.
4. Analizar el grado de importancia que le da la población a los hoteles que son socialmente responsables.
5. Analizar el nivel de percepción y aceptación de la población ante aplicaciones de responsabilidad social empresarial en el sector hotelero.

## **METODOLOGIA**

### **Tipo de investigación**

En la presente investigación se consideró un enfoque mixto (cualitativo-cuantitativo), de tipo no experimental, dado que los datos medidos por la encuesta se obtienen de la manera en que se presentan.

### **Población de estudio**

La población objeto de estudio estuvo comprendida por personas que viven en el Macrodistrito Sur, Distrito 18 de la Ciudad de La Paz, tomando en cuenta las siguientes características:

- Personas de entre 30 a más años de edad.
- Población ocupada

Según datos obtenidos de las cartillas Macro distritales de la Ciudad de La Paz, la población objeto de estudio de entre 30 años a más años de edad abarca aproximadamente 8748 personas ocupadas en el Macrodistrito Sur, distrito 18 de la Ciudad de La Paz.

#### **Reporte de población en el Macro distrito sur, distrito 18 de la Ciudad de La Paz**

Edad	Población total	% de población ocupada	Numero aprox. de población ocupada
30-34	4182		

35-39	4346	42.30%	8748
40-44	3547		
45-49	3303		
50-54	2680		
55-59	2711		
Total	20766		

Fuente: Elaboración Propia en base a los datos obtenidos en las cartillas macro distritales de la Ciudad de La Paz

### **Muestra**

Para efectuar la selección de la muestra se investigó, primeramente, el número de habitantes que se denominó población ocupada, gracias a las cartillas Macro distritales. Para este estudio se utilizó el tipo de muestra probabilística con el objetivo de que ayuden al análisis de los resultados que se obtengan.

El cálculo del tamaño de la muestra, conociendo el total de la población, se lo obtuvo de la siguiente manera:

Formula para sacar el tamaño de muestra para una población finita

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{e^2(N-1) + Z^2 \times p \times q}$$

Donde:

<b>N = Tamaño de la población</b>	<b>8748</b>
Z = Intervalo de confianza 95%	1.96
p = Probabilidad de éxito	0.50
q = Probabilidad de fracaso	0.50
e = Error muestral permitido	0.05

Determinación de la muestra:

$$n = \frac{8748 * 1.96^2 * 0.50 * 0.50}{(0.05)^2(8748-1) + 1.96^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = 368,04$$

### **Instrumentos**

Los instrumentos empleados para recabar la información fueron la revisión bibliográfica con el objetivo de encontrar datos relevantes que ayuden a evidenciar la importancia de conocer e involucrarse en la RSE, tomando en cuenta de que estos no pasen de los 5 años de publicación.

Los datos relevantes que se hallaron fueron:

- La RSE, como fenómeno voluntario que busca conciliar el crecimiento y la competitividad, integrando al mismo tiempo el compromiso con el desarrollo social y la mejora de medio ambiente.
- Directrices que debe seguir una empresa al implementar un programa de RSE.
- La RSE como una decisión personal por parte de la empresa.
- La RSE como una manera de demostrar la sostenibilidad del sector hotelero.

Se contó, además, con la herramienta de investigación primaria para dar confiabilidad y validez a este trabajo. Estamos hablando de la encuesta. Dicho cuestionario está comprendido con preguntas cerradas, opción múltiple, utilización de escalas entre ellas la de Likert. Por otro lado, está estructurada en dos partes que permiten la fácil comprensión y análisis de lo que se desea estudiar. La primera abarca preguntas que van dirigidas a recopilar datos personales y el nivel socioeconómico de la población objetivo. La segunda parte trata del objeto de la presente investigación, puesto que contiene preguntas que van dirigidas a analizar el conocimiento e interés que tiene la población acerca de la Responsabilidad Social Empresarial en el Sector Hotelero.

Para la realización de las encuestas se optó por la plataforma Google Forms, para una rápida y eficiente consolidación de respuestas; posteriormente se hizo uso de la



hermanita Excel y la aplicación de Power BI para una efectiva relación entre las diferentes variables de investigación.

### Confiabilidad y Validez

Para verificar que la encuesta realizada mida lo que debe medir se realizó la prueba de confiabilidad para cada una de las partes, a continuación, los criterios que se emplearan para este análisis son los siguientes:

#### Niveles de Confiabilidad – Alfa de Cronbach

Rango	Confiabilidad
0.53 a menos	Confiabilidad nula
0.54 a 0.59	Confiabilidad baja
0.60 a 0.65	Confiable
0.66 a 0.71	Muy confiable
0.72 a 0.99	Excelente confiabilidad
1	Confiabilidad perfecta

Fuente: Confiabilidad en Alfa de Cronbach

#### Estadística de Confiabilidad

368 ENCUESTADOS	14 PREGUNTAS														SUMA
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	
Varianza	12.4230	12.4230	12.4230	12.4230	12.4230	12.4230	12.4230	12.4230	12.4230	12.4230	12.4230	12.4230	12.4230	12.4230	173.9216
Sumatoria de varianzas	173.9216														
Varianza de la suma del numero de preguntas	2422.9499														

Fuente: Elaboración propia en base a los datos obtenidos en la encuesta

#### Resultados Obtenidos aplicando la formula - Alfa de Cronbach

$\alpha$	Coficiente de confiabilidad del cuestionario	0.99962
----------	--	---------

$k$	Numero de preguntas del instrumento	14
$\sum_{i=1}^k s_i^2$	Sumatoria de las varianzas del número de preguntas	173.92155
$S_i^2$	Varianza total del instrumento	2422.94993

Fuente: Elaboración propia en base a los datos obtenidos en la encuesta

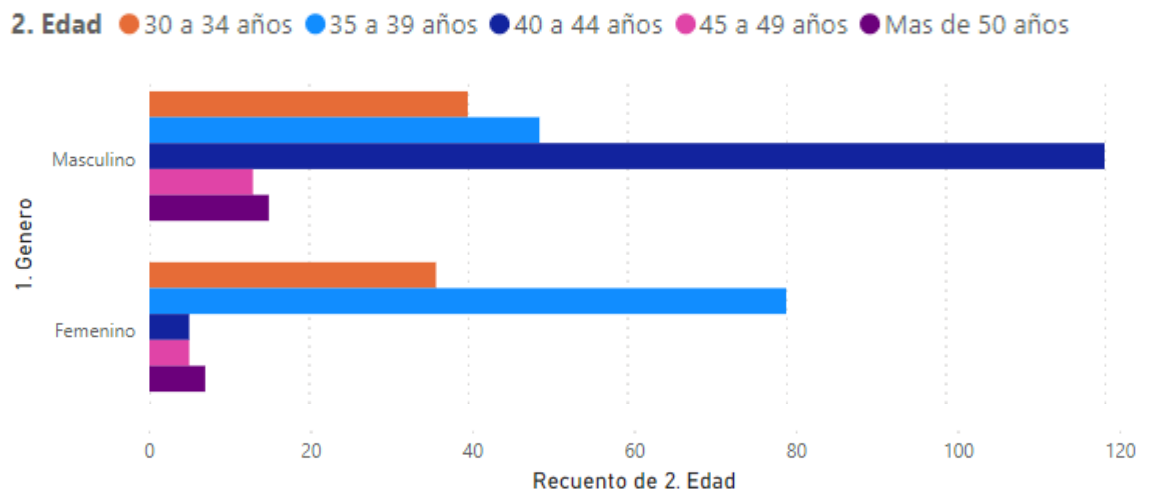
Los cuadros anteriores constituyen que, evidentemente, se cuenta con indicadores positivos de las variables que se tomaron en cuenta para la aplicación de la presente investigación en base a los niveles de confiabilidad del Alfa de Cronbach. Dado que el coeficiente de confiabilidad del cuestionario alcanza 0.99 puntos, interpretado como excelente confiabilidad.

## RESULTADOS

### 1. Características de la población objetivo que será de interés para la presente investigación

#### A: Relación entre las variables: Genero y Edad

De acuerdo a los resultados obtenidos se cuenta con 133 mujeres y 237 varones encuestados. En vista a la gran afluencia de estos, se debe a que no se negaron en ser entrevistados y respondieron a la encuesta con considerada predisposición.



Genero	30 a 34 años	35 a 39 años	40 a 44 años	45 a 49 años	Mas de 50 años
Masculino	40	49	120	13	15
Femenino	36	80	5	5	7

Fuente: Elaboración propia en base a los datos obtenidos en la encuesta

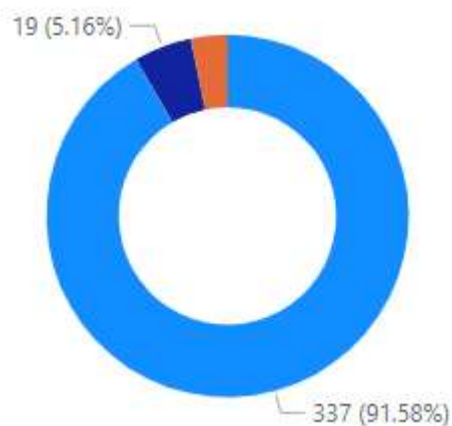
En el cuadro siguiente se puede evidenciar que la parte más significativa pertenece a los que tienen entre 40 a 44 años de edad, seguido por los que tienen de 35 a 39 años de edad; cabe mencionar que los resultados fueron cruzados para validar tanto las respuestas del género femenino como masculino. Por otro parte se puede evidenciar un nivel superior de respuesta por el lado del género masculino y ello se debe al gran interés y colaboración que demostraron al momento de responder el cuestionario.

## **2. Análisis del nivel socioeconómico de la población en el Macrodistrito Sur, distrito 18 de la Ciudad de La Paz**

### **A: Educación**

#### **3. ¿Cuál es el máximo grado de educación que usted alcanzó?**

- Educación superior
- Educación secundaria
- Educación primaria



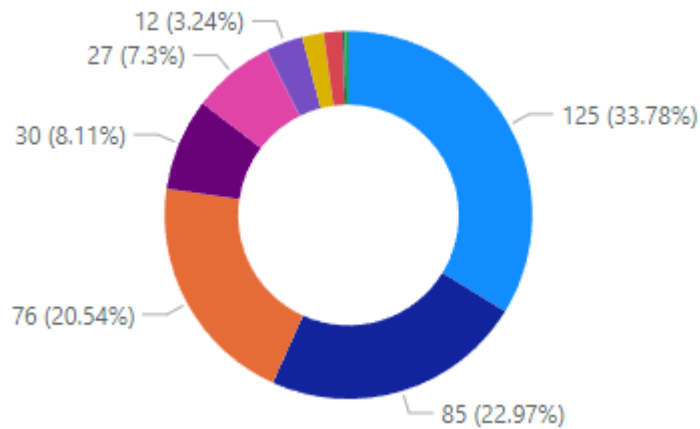
Fuente: Elaboración propia en base a los datos obtenidos en la encuesta

El máximo grado de educación que alcanzó la muestra fue del 92%, es decir 339 de 368 encuestados. El presente resultado da a entender que la población del Macrodistrito Sur, Distrito 18 de la Ciudad de La Paz, tiene un nivel de bienestar social bueno, además de que ello les permite optar por un crecimiento económico, lo que ahora y más adelante conlleva contar con mejores niveles de empleo, en consecuencia, posibilidades de pagar servicios de hotelería, entre otros.

## B: Tipo de Trabajo

### 4. ¿A que se dedica actualmente?

- Trabajadores de los Servicios y Vendedores
- Trabajadores de la Construcción, Industria Manufacturer...
- Otro
- Empleado/a de oficina
- Directivos de la Administración Pública y Empresas
- Técnicos de Nivel Medio
- Trabajadores Agrícolas, Pecuarios, Agropecuarios, Forest...



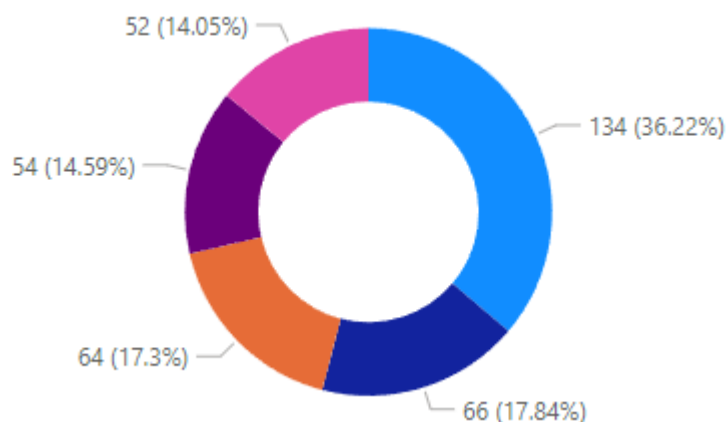
Fuente: Elaboración propia en base a los datos obtenidos en la encuesta

La profesión más demandada por la población del Macro distrito Sur de la Ciudad de La Paz es de Trabajadores de los Servicios y Vendedores con el 33.78%, es decir 125 personas; esto se debe a que en el campo de estudio existen gran cantidad de entidades financieras, Hoteles, tiendas comerciales, venta de automóviles, entre otros. Por consiguiente, tenemos 22.97%, es decir 85 de 368 personas se dedican a la construcción y/o industria manufacturera; ciertamente si, en la Zona Sur existen edificaciones y levantamientos diarios. En relación a lo antes expuesto y de acuerdo a las ocupaciones en conformidad al (Instituto Nacional de Estadística (INE), 2009) detallada según al campo de conocimientos exigidos la población se encuentra ocupando puestos de trabajo efectivamente.

### C: Recurrencia de Hospedaje en Hoteles

#### 5. ¿Hace cuanto se hospedo en un hotel?

- Hace un año
- Otro...
- Hace seis meses
- Hace una semana
- Hace un mes



Fuente: Elaboración propia en base a los datos obtenidos en la encuesta

Con respecto a la recurrencia de hoteles un 36% respondió que no visitaron un hotel hace un año, mismo que dieron a conocer que se inclinan a pasar sus días libres en sus hogares. Dicho resultado muestra una carencia de comunicación entre los hoteles y los consumidores puesto que el contexto en el que nos encontramos, los medios sociales de interacción como ser, Facebook, Instagram, TikTok, entre otros son un punto de partida importante para la creación de valor y procesos de innovación que los hoteles, en este caso, pueden usar como ventaja competitiva<sup>2</sup> y que dichos hoteles están olvidando implementar y/o actualizar su posicionamiento de valor<sup>3</sup> o cualquier información que desean dar a conocer a los consumidores y público en general.

### **3. Nivel de conocimiento de la población acerca de la responsabilidad social empresarial**

#### **A: Nivel de conocimiento**

#### **6. ¿Ha escuchado hablar acerca de la Responsabilidad Social**

<sup>2</sup> (Porter, 2015) Valor que una empresa es capaz de generar, trazarse un plan de ventaja competitiva sostenible en el tiempo. Solamente es sostenible hasta cuando el mercado reacciones de forma eficaz a nuestra estrategia.

<sup>3</sup> El posicionamiento se logra a través del sitio web de la marca, ya que es un punto de contacto con el consumidor. Castillo, Carrillo-Durán y Luengo-Chávez (2019) proponen que para que la imagen de la marca hotelera sea correctamente comunicada en su sitio web, está se debe basar en variables intangibles. Dentro de estas últimas encontramos, la identidad corporativa, la responsabilidad social empresarial (RSE) y su reputación.

<b>Empresarial?</b>		
	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
No	99	26.76%
Si	271	73.24%
<b>7. ¿Qué entiende usted por RSE?</b>		
	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Es el cuidado al medio ambiente	92	26.59%
Es el compromiso con la sociedad	59	17.05%
Es una estrategia empresarial	46	13.29%
Es moda empresarial	7	2.02%
Todos	142	41.04%

Fuente: Elaboración propia en base a los datos obtenidos en la encuesta

Para continuar con la investigación se prosiguió a tomar en cuenta a la población que afirmó tener conocimientos acerca de la RSE. Estamos hablando del 73%, es decir 271 personas. Esto para introducirnos al objetivo principal de esta investigación.

A las 271 personas encuestadas que pasaron a la siguiente etapa, se les pregunto qué entendían por RSE, para el 41% fueron importantes todas las opciones planteadas, para el 26%, respondieron que RSE, es el cuidado al medio ambiente, para el 17%, un compromiso con la sociedad, para 13% una estrategia empresarial y para el 2%, moda empresarial. Es importante tomar esta variable en cuenta por que ayudara a difundir con claridad a los hoteles que todas las opciones planteadas en la encuesta son importantes para el público, y que, si bien los hoteles de hoy en día solo se enfocasen en sus consumidores, medio ambiente, o lo peor, que solo piensen que es una estrategia o moda empresarial que solo dura un momento están equivocados; es importante hacerles saber la población se interesa de que dichos hoteles se preocupen en fijar su atención en todo lo que la Responsabilidad Social Empresarial implica.

### **B: Nivel de Influencia**

8. ¿Cree usted que puede influir como consumidor o trabajador en la manera como un hotel es socialmente responsable?			9. ¿Cree usted que un hotel con programas de RSE tiene mayor reputación que aquellas que no?		
	Frecuencia	Porcentaje		Frecuencia	Porcentaje
No	196	72.32%	No	107	33.97%
Si	75	27.68%	Si	208	66.03%

Fuente: Elaboración propia en base a los datos obtenidos en la encuesta

En la pregunta 8 se puede apreciar que 196 personas afirmaron que no pueden influir en la forma de trabajo de los hoteles con el propósito de que estos sean socialmente responsables; indicando que no acuden a hoteles periódicamente, esto se debe a que la variable relevante en su decisión podría ser precio no teniendo opción para premiar o castigar a hoteles que tengan una conducta ética o no. Seguidamente 75 personas afirmaron que, efectivamente si, si pueden llegar a influir por que se consideran clientes activos en los hoteles de su preferencia. Esta variable nos ayuda a entender que existen clientes que asisten recurrentemente a hoteles ya sea por su gastronomía, servicio y/o hospedaje, sin embargo, el acto de consumo es un acto individual lo que significa y como van las empresas en este siglo XXI, es seguro que dichos consumidores se darían la vuelta si los hoteles de su preferencia no aplican RSE en sus diversas actividades.

Por otro lado, en la pregunta 9, 107 personas afirmaron que contar con programas de RSE no influye en la reputación de los hoteles, sin embargo, y con un alto interés a la pregunta, afirmaron que los programas de RSE, si influye significativamente, adicionando como atrayente a su propuesta de valor en el presente como a largo plazo.

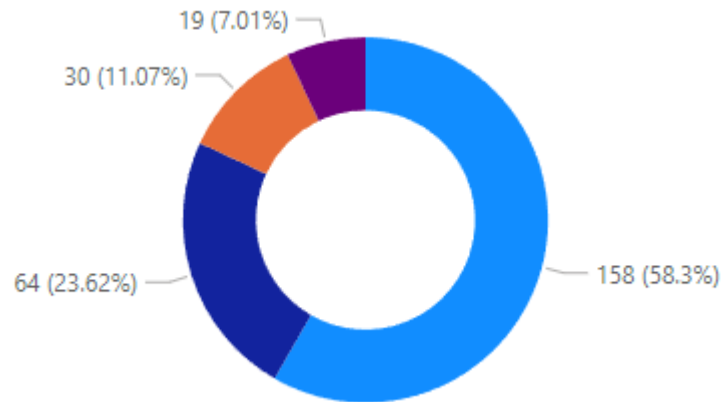
#### **4. Análisis del grado de importancia que le da la población a los hoteles que son socialmente responsables**

##### **A: Grado de Interés**

10. ¿Cuán importante es para usted que el Sector Hotelero realice iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial?



- Muy importante
- Importante
- Poco importante
- Indiferente



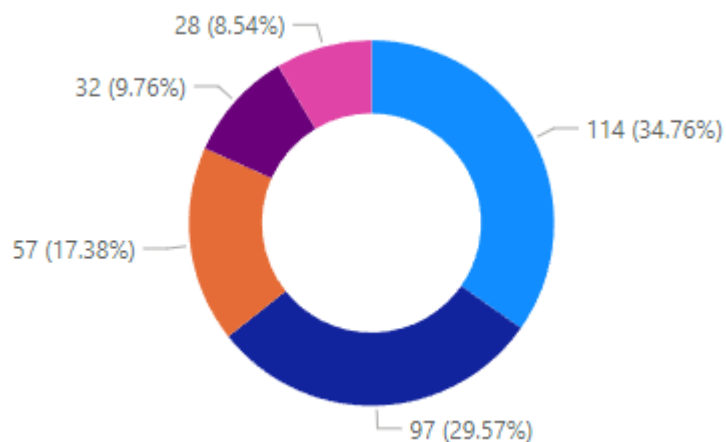
Fuente: Elaboración propia en base a los datos obtenidos en la encuesta

En la pregunta 10, un número porcentaje pequeño opino que les es indiferente las iniciativas que el sector hotelero se permitiese llegar a tomar en pro de la sociedad en general, estamos hablando de solo el 7%; muy por debajo del 58% que dijo que es muy importante que los hoteles tengan iniciativas de RSE.

Este resultado ayudara a que el sector hotelero tenga más claridad en fijar su atención en las acciones futuras que vayan a realizar ya sea a mediano o largo plazo.

11. ¿En cual de los siguientes ámbitos o grupos de personas debería enfocarse principalmente la RSE ?

- Medio Ambiente
- Consumidores
- Todos
- Comunidad
- Trabajadores



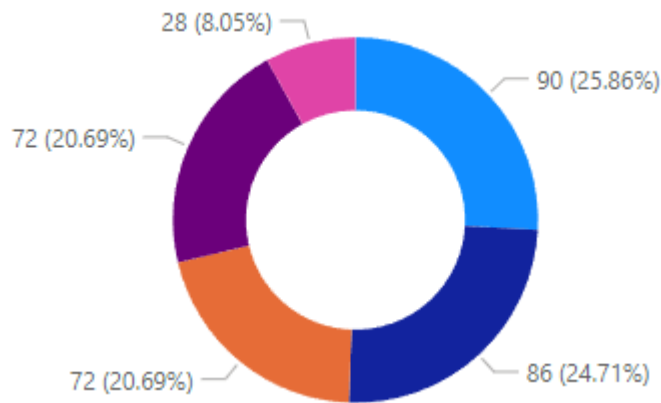
Fuente: Elaboración propia en base a los datos obtenidos en la encuesta

En la pregunta 11 los resultados obtenidos son significativos dado que se puede observar que la población encuestada señala que los hoteles deben enfocarse en el medio ambiente con un 35%, seguidamente su enfoque debería ser para con los consumidores con un 29%, comunidad con un 10% y por último trabajadores con un 9%; cabe mencionar que aunque solo el 17% opto por todas las respuestas anteriores no deja de ser importante, pues se prueba que es una población que claramente esta consciente y/o es conocedor que la RSE está inmersa en todas las partes que conforma una organización.

## B: Preferencia

12. ¿Usted se cambiaria a la competencia del hotel de su preferencia, solo porque esta realiza practicas socialmente responsables?

- Muy difícilmente
- Indiferente
- Difícilmente
- Facilmente
- Muy facilmente



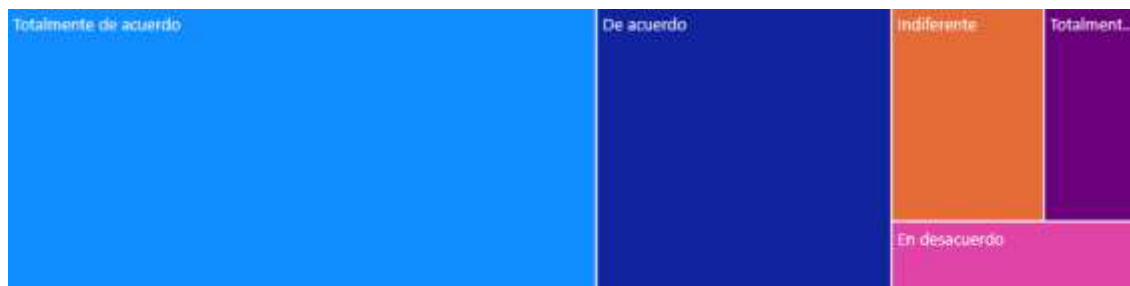
Fuente: Elaboración propia en base a los datos obtenidos en la encuesta

En la pregunta 12 podemos apreciar que los porcentajes son similares esto se debe a que la población no estaba segura/o en si al cambiarse del hotel de su preferencia a otro que no, fuera la mejor decisión, puesto que para ellos significaba en muchos casos acostumbrarse a los nuevos servicios y o preferencias que en algunos casos gozaban de los encuestados. Es evidentemente una variable a analizar, sin embargo, no se descarta la posibilidad de que el sector hotelero descubra, satisfaga y/o cree necesidades en los consumidores.

## 5. Análisis del nivel de percepción y aceptación de la población ante aplicaciones de responsabilidad social empresarial en el sector hotelero

### A: Percepción de la población

<b>13. ¿Usted estaría de acuerdo que el sector hotelero implemente prácticas que sean socialmente responsables?</b>		
	frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	24	6.61%
En desacuerdo	21	5.79%
Indiferente	36	9.92%
De acuerdo	94	25.90%
Totalmente de acuerdo	188	51.79%



Fuente: Elaboración propia en base a los datos obtenidos en la encuesta

Con respecto a la pregunta 13 del cuestionario se hace evidente que la población se encuentra en un estado de totalmente de acuerdo en que los hoteles implementen practicas que sean socialmente responsables con un 51.79%. Con un 6.61% se tiene a una población que se encuentra totalmente en desacuerdo, señalando que al implementar estas prácticas el alta de precios en sus servicios sería un punto negativo para ellos, dando a conocer que el aplicar un plan de RSE puede conllevar un costo alto para las cadenas hoteleras.

### B: Aceptación de la población

**14. ¿En una escala del 1 al 5, le gustaría que de forma continua el Sector Hotelero vaya actualizando su información en la web sobre el impacto que tiene la aplicación de un plan de RSE?, donde (1) es totalmente en desacuerdo y (5) totalmente de acuerdo**

	frecuencia	Porcentaje
1	32	2.36%
2	18	2.65%
3	76	16.80%
4	89	26.23%
5	141	51.95%



Fuente: Elaboración propia en base a los datos obtenidos en la encuesta

Por consiguiente, en la pregunta 14 del cuestionario tenemos una escala del 1 al 5, donde la población objetivo se mostro interesada en que el sector hotelero mantenga actualizada sus medios de comunicación digitales, siendo algo nuevo para muchos de los encuestados, indicaron que es un punto que se debe tomar en cuenta.

Es por demás mencionar saber que, en el sector hotelero, las redes sociales se utilizan como herramientas para dar a conocer la propuesta de valor que ellos ofrecen; no solo para el crecimiento de su comunidad sino aumento de una interacción social, online. Fomentar a que los hoteles se conecten con la gente a través de medios de comunicación online como una oportunidad es parte del propósito de esta investigación (Villaruel Rios et al., 2014).. En la entrevista realizada con la Cámara hotelera de La Paz hicieron mención al punto en que los hoteles no han estado predispuestos a realizar inversiones por el gasto que supone este. Y que muchas veces es complicado alinearse a sus propósitos finales (Paz, 2024).

## **DISCUSIÓN**

La Responsabilidad Social Empresarial es actualmente un asunto de constante discusión y análisis, puesto que desde las distintas perspectivas se busca posicionar este concepto no solo como un proceso empresarial de ser agradables ante los accionistas; sino más bien un comportamiento visto como una estrategia empresarial en pro del medio ambiente, la sociedad o comunidad, clientes, y todo lo que les rodea a mediano y largo plazo.

El objetivo de esta investigación fue, precisamente, el de determinar el impacto de un Plan de Responsabilidad Social Empresarial en el Sector Hotelero de la Ciudad de La Paz, y como esta es percibida por la población. Bajo esta base se ha logrado responder a cada uno de los objetivos específicos planteados y evidenciar la importancia de este cometido dando a conocer su permanencia para este siglo XXI en adelante. Las y los consumidores críticos compran no solo productos, sino también valores. Cada vez más las decisiones de compra dependen de la conducta social y ecológica del productor (Alberto, 2011).

La preocupación y/o actuación ante las constantes exigencias a las que están siendo sometidas el sector hotelero por parte de la población se hace evidente por parte de los países de primer mundo. A diferencia de Latinoamérica que aun está al principio del camino, puesto que la población mucho no se identifica con el concepto de RSE, pensando que simplemente se trata del cuidado al medio ambiente (Vives & Peinado, La Responsabilidad Social de la empresa en América Latina, 2011). Por ello es valioso que la población sepa la RSE llegó para quedarse (Bernal Peralta et al., Junio, 2019).

Con respecto a la importancia que le da la población a los hoteles que son socialmente responsables es positiva, puesto que su atención se fija en el medio ambiente, por tanto el cuestionamiento sobre cuáles son las responsabilidades que el sector hotelero debe o no asumir se pone al descubierto y es imprescindible que la sociedad en general tenga el conocimiento necesario y los hoteles a su vez sepan cómo gestionar la implementación de un plan de RSE para mitigar, reducir o eliminar los riesgos medioambientales, sociales, socioeconómicos para las nuevas generaciones. Entre los desafíos que tienen las empresas para comunicar sus acciones, figura la correcta difusión para que el público perciba lo que en realidad se desea transmitir es a eso que la responsabilidad social empresarial es una nueva forma de gerencia. La emergencia de nuevas tendencias universales afecta la dinámica general de la sociedad y contribuye a redefinir el rol de sus actores y partes interesadas.

Uno de los últimos objetivos de investigación fue el de analizar el nivel de percepción y aceptación ante aplicaciones de RSE por parte del sector hotelero en donde la población aceptaba esta contribución a la carencia de información que tenían los hoteles en sus redes sociales; dando a conocer la importancia de que dichos hoteles lleven a cabo acciones orientadas hacia la responsabilidad social y su comunicación amplia y publica de sus resultados.

Todas las organizaciones en general, necesariamente tienen que estar informadas sabiendo separa el trigo de la paja, es decir el poder de diferenciar los gastos de la empresa y los gastos de inversión para la misma, porque lo último es un beneficio a mediano y largo plazo, si contasen con planes de RSE sepan que deben reforzar y valorar esas buenas prácticas (Arpi Trujillo, Septiembre, 2013).

Hoy en día la responsabilidad social se ha convertido en una herramienta estratégica puesto que sabiendo como aplicarla y como llevarla a cabo, se volverá un negocio para las empresas, dado a que las acciones que se vayan a realizar no será un gasto, sino más bien se convertirá en una inversión que generara ganancias y utilidades para el largo plazo. Por el contrario, el costo que tiene la empresa al no entrar al mundo de la responsabilidad social, se puede mencionar un rechazo por parte del público, lo que ocasionaría la disminución en sus ventas, incumplimiento de medidas de seguridad, discriminación de género, corrupción, violación de derechos humanos siendo hoy en día uno de los tantos problemas que se intentan combatir, teniendo como respuesta una baja en sus estados financieros y su imagen dentro del mercado no tendría aceptación (Arpi Trujillo, Septiembre, 2013).

Sera entonces muy importante que las empresas sean consecuentes con lo que dicen que hacen, y que comuniquen lo que en realidad hacen y no lo que desean hacer. De ahí que la reputación se ira construyendo con el tiempo, con ética y transparencia. El sector hotelero debe tener mucho cuidado con el enfoque de los proyectos en los que decidan embarcarse y de comunicar efectivamente su acción. Por ejemplo, la sociedad no esta habitual a que enormes cadenas hoteleras con grandes utilidades, pidan donaciones al

público, pues la percepción general es que en realidad deberían ser estas las que apoyen o contribuyan a la sociedad. Por ello, debe desarrollarse previamente una buena estrategia comunicacional, ya que una buena causa podría parecer disonante en su espíritu de generar una imagen inversa a la que se desea transmitir<sup>4</sup>.

## **CONCLUSIONES**

La Responsabilidad Social de las organizaciones es nuevo paradigma que orienta el comportamiento de las empresas y percepción de la población con relación a aquellas. Todas las definiciones de RSE tienen en común plantear una nueva manera de entender; no es un mensaje cuyo propósito exclusivo sea mejorar el posicionamiento de la empresa ante los consumidores, es un mensaje principalmente para las mismas empresas, para sus accionistas y gerentes para sus trabajadores y/o colaboradores con el fin de adecuarse a las nuevas exigencias del mercado y de la sociedad, y para los consumidores que toman las decisiones de compra, finalmente.

Para finalizar, es preciso decir que nos encontramos en un momento de la historia de la humanidad en el que nuestro comportamiento, los valores que llevamos a la práctica a través de las maneras que producimos, y que en general, nuestra ética, adquieren una significación crucial. Hoy no se puede ser socialmente responsables si no aspiramos a un desarrollo sostenible, es decir, si nuestra cultura, nuestras conductas diarias y nuestras lógicas económicas, ambientales y sociales no se encuentran coherentemente alineadas. Nos enfrentamos al desafío de plasmar desde nuestras empresas y organizaciones una ética de responsabilidad social (Vives & Pinedo, La Responsabilidad Social de la Empresa en América Latina, Mayo, 2011).

## **REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS**

---

<sup>4</sup> Carlos Alberto Moreno: Comunicación y Responsabilidad Social Empresarial



Alberto, N. (2011). Estrategia orientada a Responsabilidad Social Empresarial como instrumento para la generacion de mayores ingresos en la empresa. La Paz, Murillo, Bolivia.

Arpi Trujillo, A. d. (Septiembre, 2013). Propuesta de Implementacion de la Responsabilidad Social Empresarial y su registro en el sistema contable en la empresa.

Bernal Peralta, J., Leo Rossi, E., & Navarrete Alvarez, M. (Junio, 2019). Responsabilidad Social Empresarial de los servicios hoteleros: Valoracion de los consumidores. *Revista Academica y Negocios*, 4(2), 107-114.  
<https://doi.org/Universidad de Concepcion Chile>

Instituto Nacional de Estadistica (INE). (2009). *Clasificacion de Ocupaciones de Bolivia (COB)*.

Lagrosen, M. y. (2024).

Paz, C. d. (3 de Noviembre de 2024). Relacion entre la Camara Hotelera de Laz y el Sector Hotelero. (R. Gamboa, Entrevistador)

Raufflet, E., Lozano, J. F., Barrera, E., & Garcia de la Torre, C. (2012). *Responsabilidad Social Empresarial*. Pearson Educacion. <https://doi.org/ISBN:978-607-32-0940-3>  
Area: Administracion y Economia

Solano Rubio, C. (2019/2020). El uso de las redes sociales en el sector hotelero de la region de Murcia. *Universidad Politecnica de Cartagena, Facultad de Ciencias de la Empresa*, 14-15.

Tierra Tierra, N. P., Chavez Velasquez, C. R., & Solis Barrionuevo, A. P. (2022). Planes de Sostenibilidad Social Empresarial para establecimientos hoteleros. *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio. RITUREM*, 6(1), 15-40.  
[https://doi.org/Escuela Superior Politecnica de Chimborazo \(Riobamba, Ecuador\)](https://doi.org/Escuela Superior Politecnica de Chimborazo (Riobamba, Ecuador))

- Villarroel Rios, E., Garcia Rodriguez, L., Martinez Gonzales, L., & Vargas Daza, E. R. (2014). *Redaccion del articulo cientifico*. Trillas. <https://doi.org/Tienda en linea: www.etrillas.mx>
- Vives, A., & Peinado, E. (2011). *La Responsabilidad Social de la empresa en America Latina. Vara Editores, Octava*. <https://doi.org/Banco Interamericano de Desarrollo, Washington, D.C. 20577>
- Vives, A., & Pinedo, E. (Mayo, 2011). *La Responsabilidad Social de la Empresa en America Latina*. FOMIN.

## ANEXOS

### Anexo 1: Cuadro de Operacionalización de variables

<b>OPERACIONALIZACION DE VARIABLES</b>					
<b>Objetivo General: Determinar el impacto de un Plan de Responsabilidad Social Empresarial en el Sector Hotelero de la Ciudad de La Paz</b>					
<b>Objetivo Especifico</b>	<b>Variable</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Instrumento</b>	<b>Preguntas</b>
Conocer las características de la población objetivo que será de interés para la presente investigación	Genero	Información Personal	% de mujeres y varones	Encuesta	P. 1
	Edad		% de población entre 30 a 40 años de edad		P. 2
Analizar el nivel socioeconómico de la población en el Macrodistrito Sur, distrito 18 de la Ciudad de La Paz	Educación	Socio-Económico	% del grado de educación alcanzada	Encuesta	P. 3
	Tipo de trabajo		% de población ocupada		P. 4
	Recurrencia de hospedaje en hoteles		% en recurrencia de hospedaje en hoteles		P. 5
Considerar el nivel de conocimiento de la población acerca de la responsabilidad social	Conocimiento	Capacidad de respuesta	Nivel de conocimiento	Encuesta	P. 6 y 7
	Influencia		Nivel de influencia		P. 8 y 9

empresarial					
Analizar el grado de importancia que le da la población a los hoteles que son socialmente responsables	Interés	Social	Escala de Likert	Encuesta	P. 10 y 11
	Preferencia		Escala de esfuerzo		P. 12
Analizar el nivel de percepción y aceptación de la población ante aplicaciones de responsabilidad social empresarial en el sector hotelero	Percepción de la población	Socio ambiental	Escala de Likert		P. 13
	Aceptación de la población		Índice de satisfacción		P. 14

**Anexo 2: Encuesta dirigida a la población del Macrodistricho Sur, Distrito 18 de la Ciudad de La Paz, Bolivia**

Saludos Cordiales, La presente encuesta tiene como finalidad la recopilación de datos en cuanto a la percepción de la población sobre el impacto de RSE en el Sector Hotelero. La afirmación que proporcione será muy valiosa para dar pie a esta investigación. Agradezco de antemano la atención prestada

1. Genero

- Femenino
- Masculino

2. Edad

- 30 a 34 años
- 35 a 39 años
- 40 a 44 años
- 45 a 49 años
- Mas de 50 años

3. ¿Cuál es el máximo grado de educación que usted alcanzo?

- Educación primaria
- Educación secundaria
- Educación superior

4. ¿A qué se dedica actualmente?

- Militares
- Directivos de la Administración Pública y Empresas
- Profesionales Científicos e Intelectuales
- Técnicos de Nivel Medio
- Empleados de Oficina
- Trabajadores de los Servicios y Vendedores
- Trabajadores Agrícolas, Pecuarios, Agropecuarios, Forestales y Pesqueros
- Trabajadores de la Construcción, Industria Manufacturera y Otros Oficios
- Operadores de Instalaciones, Maquinarias y Ensambladores
- Trabajadores no Calificados
- Otros

5. ¿Hace cuanto se hospedo en un hotel?

- Hace una semana

- Hace un mes
  - Hace seis meses
  - Hace un año
  - Otro
6. ¿Ha escuchado hablar acerca de la Responsabilidad Social Empresarial?
- Si
  - No

**Si su respuesta fue No la encuesta ha terminado. Por el contrario, si su respuesta fue Si, puede continuar.**

7. ¿Qué entiende usted por RSE?
- Es el cuidado al medio ambiente
  - Es el compromiso con la sociedad
  - Es una estrategia empresarial
  - Es moda empresarial
  - Todos
8. ¿Cree usted que puede influir como consumidor o trabajador en la manera en cómo un hotel es socialmente responsable?
- Si
  - No
9. ¿Cree usted que un hotel con programas de RSE tiene mayor reputación que aquellas que no?
- Si
  - No
10. ¿Cuán importante es para usted que el sector hotelero realice iniciativas de RSE?
- Muy importante
  - Importante
  - Poco importante
  - Indiferente
11. ¿En cuál de los siguientes ámbitos o grupos de personas debería enfocarse principalmente la RSE?
- Comunidad
  - Trabajadores
  - Consumidores

- Medio ambiente
  - Todos
12. ¿Usted se cambiaría a la competencia del hotel de su preferencia, solo porque esta realiza practicas socialmente responsables?
- Muy dificilmente
  - Dificilmente
  - Indiferente
  - Fácilmente
  - Muy fácilmente
13. ¿Usted estaría de acuerdo que el sector hotelero implemente prácticas que sean socialmente responsables?
- Totalmente en desacuerdo
    - En desacuerdo
    - Indiferente
    - De acuerdo
    - Totalmente de acuerdo
14. ¿En una escala del 1 al 5, le gustaría que de forma continua el Sector Hotelero vaya actualizando su información en la web sobre el impacto que tiene la aplicación de un plan de RSE?, donde (1) es totalmente en desacuerdo y (5) totalmente de acuerdo
- 1
  - 2
  - 3
  - 4
  - 5

### **Anexo 3: Instrumentos sobre los que se puede trabajar en la RSE**

A nivel internacional se ha avanzado en el desarrollo de un conjunto de instrumentos que permiten la implantación, desarrollo y monitoreo de las practicas de DSR de las empresas.

<b>Guías de estándares</b>	
<b>SA 8000</b>	Orientación hacia temas de derechos humanos, derechos laborales. Discriminación.
<b>SG 21</b>	Orientación para incorporar un sistema de gestión ética y socialmente responsable.
<b>ISO 14000</b>	La norma ISO 14001 integra los aspectos ambientales al enfoque de RSE. Esta norma permite a la empresa: <ol style="list-style-type: none"><li>1. Definir los impactos y aspectos ambientales fundamentales para la empresa.</li><li>2. Diseñar la estrategia, objetivos y metas para demostrar responsabilidad en el desempeño ambiental.</li><li>3. Construir programas de acción ambiental.</li><li>4. Concretar la política ambiental que la empresa seguirá.</li><li>5. Informar a la comunidad y a los grupos de interés acerca de las evidencias de un sano comportamiento ambiental.</li></ol>
<b>AA1000</b>	<b>Rendición de cuentas.</b> Aquí se reúnen unos principios y procesos que orientan a las empresas respecto de la definición de sus objetivos y metas, la medida del proceso de cumplimiento de los mismos, las pautas de auditoría y comunicación de esos avances y los mecanismos de retroalimentación establecidos con los grupos de interés.
<b>El Global Reporting Initiative (GRI)</b>	Su objetivo es ofrecer normas para estructurar una información completa y elaborar balances de sustentabilidad.
<b>Indicadores Ethos/COBORSE</b>	Permite unificar conceptos respecto de la responsabilidad social empresarial y precisar los aspectos susceptibles de ser evaluados por las empresas en sus empeños de autodiagnóstico. En definitiva, sirven para la evaluación y evaluación y planificación de los procesos de RSE.



<b>ISO 26000</b>	Orientación sobre los principios que subyacen en la responsabilidad social, el involucramiento con los grupos de interés y sobre las maneras de integrar socialmente responsable.
<p>La adopción de la Responsabilidad Social Empresarial:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Promover que el conjunto de miembros de la empresa adopte el enfoque y lo haga suyo, impulsando su ejercicio dentro y fuera de la organización.</li> <li>b) Contar con un enfoque que justifique y promueva bases sólidas a su accionar, tanto en forma interna como externa a la organización.</li> <li>c) Desarrollar estrategias y acciones operativas coherentes con el enfoque.</li> <li>d) Desarrollar políticas orientadas a los clientes de los servicios de la empresa.</li> <li>e) Influir en la adopción de enfoque de calidad de servicios como un medio efectivo de la responsabilidad ante clientes.</li> <li>f) Influir para que se generen servicios útiles y que provoquen impacto en las condiciones sociales y económicas de los mismos.</li> </ul>	

Fuente: Lecturas escogidas. La Responsabilidad Social Empresarial, como consecuencia de la postura ética de las organizaciones. Por Ricardo Villavicencio Núñez.