



Ciencia Latina
Internacional

Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), enero-febrero 2024,
Volumen 8, Número 1.

DOI de la Revista: https://doi.org/10.37811/cl_rem.v8i1

**ANÁLISIS DE TEORÍA FUNDAMENTADA:
DESARROLLO DE RSE EN HOSTALES
TURÍSTICOS**

**GROUNDLED THEORY ANALYSIS: DEVELOPMENT
OF CSR INTOURIST HOSTELS**

Jorge Luis Canta Honores
Pontificia Universidad Católica, Perú

Katherinne Estefani Aybar Escobar
Universidad Privada del Norte, Perú

DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i1.10342

Análisis de Teoría Fundamentada: Desarrollo de RSE en Hostales Turísticos

Jorge Luis Canta Honores¹

Jorge.canta@pucp.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0002-9232-1359>

Pontificia Universidad Católica del Perú
Lima – Perú

Katherinne Estefani Aybar Escobar

Katherinne.aybar@upn.pe

<https://orcid.org/0009-0004-8529-6169>

Universidad Privada del Norte
Lima – Perú

RESUMEN

En el presente artículo se analiza a detalle la extensión de conceptos y aspectos asociados a la RSE, bajo el contexto de los Grupos de Interés, ya que son diversos los que interactúan entorno al rubro de negocios de hostales turísticos en la ciudad de Tarma, región Junín, en Perú, para lo cual se planteó como pregunta de enfoque, ¿Qué se conoce de la RSE en el rubro de hostales turísticos bajo el lente de la teoría de los Grupos de Interés?, las preguntas permitieron establecer, (a) clasificación e importancia de grupos de interés en la implementación de la RSE, (b) intereses de la implementación de la RSE, (c) importancia de los grupos interés en implementación de la RSE en el rubro de hostales turísticos, (d) deberes de los grupos de interés en cuanto a la implementación de la RSE, (e) grupos de interés de mayor responsabilidad en la implementación de la RSE, (f) potencial de amenaza o cooperación de la RSE con el sector hotelero. El enfoque fue el cualitativo, asimismo el método utilizado fue la teoría fundamentada, asimismo el instrumento empleado fue la encuesta semiestructurada. En el documento se generó una serie de conceptos y aspectos que extienden la teoría de los grupos de interés a este rubro poco estudiado conformado por los hostales turísticos de tres estrellas del Perú. Por otro lado, se utilizó una muestra teórica de ocho entrevistas, analizados a través del software Atlas.Ti, que permitió desarrollar de modo sistemático la presente propuesta.

Palabras Clave: hostales turísticos, responsabilidad social empresarial, grupos de interés, empleados, clientes y medio ambiente

¹ Autor principal

Correspondencia: Jorge.canta@pucp.edu.pe

Grounded Theory Analysis: Development of CSR in Tourist Hostels

ABSTRACT

This article analyzes in detail the extension of concepts and aspects associated with CSR, under the context of the Stakeholders, since there are diverse groups that interact around the business sector of tourist hostels in the city of Tarma, region Junín, in Peru, for which the focus question was posed: What is known about CSR in the field of tourist hostels under the lens of the theory of Interest Groups? The questions allowed us to establish, (a) classification and importance of interest groups in the implementation of CSR, (b) interests in the implementation of CSR, (c) importance of interest groups in the implementation of CSR in the field of tourist hostels, (d) duties of the interest groups regarding the implementation of CSR, (e) interest groups with greater responsibility in the implementation of CSR, (f) potential threat or cooperation of CSR with the hotel sector. The approach was qualitative, also the method used was grounded theory, and the instrument used was the semi-structured survey. The document generated a series of concepts and aspects that extend the theory of interest groups to this little-studied area made up of three-star tourist hostels in Peru. On the other hand, a theoretical sample of eight interviews was used, analyzed through the Atlas.Ti software, which allowed the systematic development of this proposal.

Keywords: tourist hostels, corporate social responsibility, interest groups, employees, clients and environment

Artículo recibido 25 enero 2024

Aceptado para publicación: 27 febrero 2024

INTRODUCCIÓN

El documento explica la justificación para aplicar el enfoque cualitativo utilizando entrevistas y documentos como las principales fuentes de datos en un contexto ghanés naturalista y poco explorado para obtener una mejor comprensión y apreciación de cómo las empresas nacionales occidentales transfieren sus prácticas de gestión de recursos humanos (GRH) a sus subsidiarias en Ghana. Este es un país y un contexto que ha estado infrarrepresentado en la investigación académica en la gestión de recursos humanos internacional. A menudo se argumenta que el análisis de datos cualitativos es complejo, laborioso y requiere mucho tiempo con una atención teórica limitada (De Casterle, 2012).

El proceso puede resultar frustrante en particular para los investigadores novatos en ausencia de pautas claras sobre cómo analizar datos cualitativos utilizando métodos particulares. Este artículo propone y discute de manera sistemática cómo analizar datos cualitativos utilizando enfoques tanto deductivos como inductivos. El autor desarrolló un modelo para explicar cómo se analizan los datos de entrevistas y documentales utilizando métodos deductivos e inductivos. El enfoque cualitativo destaca la "comprensión contextual" con un énfasis en que los investigadores generalmente buscan comprender el "comportamiento, los valores, las creencias, etc. en términos del contexto en el que se realiza la investigación" (Bryman & Bell, 2015). Utilizando un enfoque cualitativo de investigación, el documento busca combinar la sensibilidad al contexto y explicaciones rigurosas sobre cómo y por qué las empresas nacionales estandarizan o localizan sus prácticas de gestión de recursos humanos dentro de los contextos culturales e institucionales de Tarma. De hecho, los enfoques cuantitativos han dominado el campo de Negocios Internacionales con métodos cualitativos en un papel de apoyo. Algunos académicos interpretan esto como una pérdida para el campo del Negocio Internacional, porque los métodos cualitativos pueden arrojar luz sobre los complejos entornos culturales e institucionales de las empresas nacionales (Birkinshaw, 2011).

Descripción del Problema de Investigación

En todos los sectores económicos se presenta la tendencia a la adopción de la responsabilidad social como estrategia que conlleva al mejoramiento de la reputación de una organización ante la comunidad (Lee & Choi, 2021). En ese sentido, todas las empresas, desde las grandes corporaciones hasta las microempresas deberían implementar en alguna medida la responsabilidad social, al respecto se cuenta

con información amplia y diversa que se refleja extensa literatura responsabilidad social empresarial (RSE), siendo esta abordada por los académicos y el sector empresarial global (Spence, 2007). Hay que resaltar que los diversos estudios se han concentrado en por qué y para que las empresas deberían practicar la RSE. En tal sentido, la amplitud de los estudios teóricos y empíricos se han concentrado en examinar la RSE desde la perspectiva de diferentes grupos de interés, como los de la propia organización, empresas de la cadena de suministro, organizaciones competidoras, consumidores, comunidades locales (Chi, et al., 2019).

En contraposición con lo prescrito, a pesar de las ventajas demostradas por la academia y organizaciones de la RSE, algunos estudiosos ponen en duda que la creciente "difusión" académica y mediática de la RSE, sosteniendo su escasa contribución a la consecución de una industria hotelera de ética (Blowfield, 2005; Farrington, 2017). Además, en línea con lo señalado, Buckley (2012) manifestó que los enfoques en las empresas privadas en aspectos de sostenibilidad, autorregulación y responsabilidad social empresarial se han promovido en gran medida, sin embargo, se han mostrado ineficaces. Aunque algunos estudios han examinado las repercusiones de las percepciones de la RSE de los directivos y cómo esas percepciones pueden influir en la aplicación de las prácticas de RSE en el sector de hotelería (Holcomb, 2015; Mackenzie, 2014). En un medio donde prevalecen las empresas cotizadas, la RSE es materia de permanente estudio, ya que su conceptualización es diversa y depende del contexto (Lin et al., 2018), siendo más estudiado a nivel grandes corporaciones y multinacionales, obteniéndose una diversidad de buenas prácticas, políticas, indicadores e incluso mediciones de las diversas categorías.

Por lo que se refiere a las preocupaciones en torno al impacto provocado por el turismo sin restricciones, la viabilidad de mantener economías estacionales dependientes de la hospitalidad y la mercantilización o moderación de la cultura local (Bhati, 2017; Nunkoo, 2013), el valor del hotelería y el turismo son un motor del desarrollo sostenible que ha ganado impulso en los últimos años, muestra de ello es que las Naciones Unidas designaron el 2017 como el Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo (Job, 2017). Además, las expectativas de la sociedad entorno a la industria del turismo, han ido incrementándose para que estas empresas asuman un rol activo en las mayores responsabilidades sociales (Farmaki, 2018), lo cual es lógico dado que es de los sectores más grandes. Del mismo modo, Farmaki (2018) manifiesta que el sector hotelero está indisolublemente ligado a los entornos y

sociedades en los que opera, por lo que su crecimiento puede estar ligado al rol que desempeñan los hoteles en la comunidad. Asimismo, el desarrollo y crecimiento del sector hotelero tiene el potencial de producir grandes cambios en las comunidades locales (Serra-Cantallops & Ramon, 2017).

A propósito de los efectos pandémicos del COVID-19, en los dos últimos años, la industria hotelera ha sido uno de los sectores más afectados. En particular, las restricciones aplicadas a los viajes y nuevos protocolos de seguridad en la vida social, han obligado a afrontar diversas dificultades financieras (Aiello, 2020; Dube, 2020). Del mismo modo, el proceso pandémico ha llevado a que las empresas replanteen su nuevo rol de responsabilidad social (Diamantis, 2020). Asimismo, el autor señala que es preciso resaltar que la tendencia del pasado, donde las organizaciones se centraban básicamente a satisfacer a sus accionistas, ha variado, ya que se dirigen también a otras partes interesadas, como los empleados, los clientes y la sociedad. Lo prescrito fue resaltado en agosto de 2019, del inicio de la pandemia COVID-19, donde casi 200 directores generales coincidieron en que la creación de valor para todas las partes interesadas era su prioridad.

Por lo manifestado, en el presente estudio se evaluó el entorno de las microempresas del rubro de hostales turísticos, para lo cual se presenta una escasa literatura, en lo que respecta a las formas de como desarrollan RSE, en tal sentido se estableció como ocho microempresas del rubro de hostales turísticos están comprometidos socialmente, en comparación con las grandes corporaciones. En síntesis, se desarrolló el método de teoría fundamentada, ya que se buscó el entendimiento de la RSE en el rubro de negocios de hostales turísticos, donde a partir de las entrevistas emergieron nuevas categorías de la RSE. Para ello, se siguió las recomendaciones de Farmaki (2018) contándose con diversos discursos de los propietarios o administradores sobre la participación de los diversos grupos de interés en el desarrollo de la RSE.

Pregunta general

- ¿Cómo los grupos de interés del rubro hostales turísticos desarrollan la responsabilidad sociedad empresarial?

Preguntas específicas

- ¿Cuál es la clasificación de cada uno los grupos de interés entorno a la responsabilidad sociedad empresarial en el rubro hostales turísticos?

- ¿Cuál es la importancia de cada uno de los grupos de interés en el rubro hostales turísticos?
- ¿Cuáles son los principales deberes de los grupos de interés cuando implementan la RSE en el rubro hostales turísticos?
- ¿Qué grupo de interés tiene la mayor responsabilidad en la implementación de la RSE en el rubro de los hostales turísticos?
- ¿De qué manera los grupos de interés amenazan o cooperan en la implementación de la RSE en el rubro hostales turísticos?

METODOLOGÍA

Respecto a la metodología de investigación

De acuerdo el propósito del estudio que es analizar el entendimiento de la RSE en el rubro de negocios de hostales turísticos, se utilizó datos del enfoque cualitativo recopilados a partir de ocho entrevistas semiestructuradas que proporcionaron algunos alcances sobre la explicación y comprensión de la situación de la significancia de la RSE de los grupos de interés participantes. Se tiene que tener en cuenta, que el enfoque cualitativo de la investigación, puede no solo informar sobre los mecanismos estructurales y de procedimiento que sustentan la RSE en los hostales turísticos, sino también iluminar la literatura existente sobre las implicaciones de las partes interesadas (Farmaki, 2018). Del mismo modo el autor precisa que, las prácticas de RSE de los hoteles han sido reconocidas como de gran importancia para la sostenibilidad del turismo. Aunque cada vez es más creciente la adopción de prácticas de RSE en el sector hostelero y turístico, la evidencia indica que la implementación esta mermada, precisándose por Farmaki (2018) que el presupuesto es limitado y restringido para la coordinación de actividades, conocimiento mínimo y con ausencia de un sistema integrado que promueva la cooperación.

Por otro lado, se aplicó el método de teoría fundamentada, cuyas bondades son básicas para el “descubrimiento”, y no para argumentación o justificación. En el estudio de carácter exploratorio, se analizará a profundidad los discursos de los propietarios o administradores de 12 microempresas de hostales turísticos de tres estrellas, desarrollándose entrevistas a los gerentes o administradores en dos oportunidades, con el lapso de dos semanas entre ellas, en tal estudio transversal (Burcin & Duygu, 2019). Es preciso señalar que, en el reglamento de establecimientos de hospedajes, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2015) define a un hostel como un hospedaje que se emplaza en toda una edificación

o en parte de ella, caracterizándose por estar independizado, contando con habitaciones de estructura homogénea.

Respecto al instrumento, se aplicó entrevistas del tipo semiestructurada, dirigida a ocho propietarios o administradores de hospedajes turísticos, a quienes se les presentó una entrevista semiestructurada de 11 preguntas relacionadas con su comprensión de la RSE, su gestión, así como otros factores relacionados a las partes interesadas, seis relacionadas al perfil del informante: (1) ¿Puede hablarme sobre la formación académica?, (2) ¿Cuántos años ha trabajado en la industria de hostelería y en qué puestos?, (3) ¿Puede hablarme sobre su puesto actual en la organización?, (4) ¿Conoce el término responsabilidad social empresarial (RSE)?, y (5) ¿Cuál es su opinión sobre la RSE y su aplicación en los hostales turísticos?; del mismo modo, se planteó las preguntas principales para la recolección de información:

Tabla 1. Lista de preguntas de entrevista semiestructurada

Pregunta	Descripción	Grupo de Interés
1	¿Podría detallarnos cuáles son sus intereses para que se implemente de la RSE en su hostel turístico?, y ¿Por qué?	Propietario o administrador
2	¿Podría identificar a cada uno de los grupos interés en la industria del turismo en su ciudad, que sean importantes para la implementación de la RSE en los hostales turísticos?, ¿porque considera importantes a dichos grupos de interés?	Propietario o administrador
3	¿Cómo clasificaría a estos grupos de interés de acuerdo a su importancia en la implementación de la RSE?	Propietario o administrador
4	En su opinión, ¿cuáles son los deberes de cada uno de los grupos de interés en cuanto a la implementación de la RSE en los negocios de hostales turísticos?	Propietario o administrador
5	En su opinión, ¿Quién tiene la mayor responsabilidad en la implementación de la RSE en los hostales turísticos?, y ¿Por qué?	Propietario o administrador
6	¿Qué grupos de interés tienen el potencial para amenazar o cooperar con el sector hotelero en términos de implementación de RSE?	Propietario o administrador

En línea con lo descrito, Guix et al. (2018) sostienen que para la investigación que aplica entrevistas semiestructuradas, se debe justificar las preguntas y adaptarlas a la literatura sobre informes de sostenibilidad, las preguntas de participación de las partes interesadas exploraron las formas de implementación de RSE. Por lo descrito, la investigación se fundamenta en base literatura obtenida acerca de la teoría de las partes interesadas, RSE y los grupos de interés.

La técnica de muestreo, considerada para la investigación es no probabilístico, intencional, por conveniencia, ya que se obtuvo respuestas de parte de los propietarios o administradores de los ocho hostales turísticos seleccionados que accedieron a invitación. Asimismo, como criterio de inclusión se consideró a hostales turísticos con más de 30 años de operación, asimismo en lo que corresponde a la jurisdicción de las microempresas, se consideró la ciudad de Tarma en la región Junín, en base al pronunciamiento MINCETUR, que, durante el año 2018, se realizó más de 2.6 millones de viajes por turismo interno con destino a la región Junín, lo que representa el 5.8% del total de viajes a nivel nacional. Del mismo modo los arribos de visitantes nacionales a establecimientos de hospedajes en la región Junín, el año 2018 se registró un crecimiento del 9.4% comparado al año anterior, siendo las provincias más visitadas Huancayo (52.8%), Chanchamayo (17.6%), Tarma (9.8%) y Jauja (9.6%). En tal sentido, las respuestas de los ocho propietarios o administradores permitieron escudriñar sus conocimientos y experiencias, como consecuencia de la aplicación de la encuesta. Es preciso señalar que, en una fase previa a las entrevistas, se diseñó trípticos asociados a la temática, planteando preguntas alineadas al propósito de la investigación. Se ha planificado que el tema neurálgico de la entrevista es como se desarrolla la RSE por los grupos de interés dentro del rubro de hostales turísticos a través de una lente de la teoría instrumental de las partes interesadas.

Planificación de la recolección de datos

Para la planificación se consideró diversos aspectos, entre ellos: (a) El reconocimiento y revisión de literatura, que se basó en el estudio temático abordado, así como la revisión de literatura acerca de la teoría de los Grupos de Interés (Freeman et al., 2010), responsabilidad social empresarial, enfoque cualitativo, teoría fundamentada. (b) Seguidamente, la formulación de las bases teóricas del estudio incluyó, el planteamiento del problema, formulación de objetivos del estudio basado la creación de la teoría fundamentada. Es preciso señalar que la revisión de literatura fue una constante en el desarrollo del artículo, para comparar conceptos con el desarrollo de la interpretación, así como con datos oficiales del sector, en suma, se aplicó la triangulación de información.

Recolección de datos

Los datos para la investigación de teoría fundamentada, se obtuvieron a través de la recolección y posterior análisis (Charmaz & Belgrave, 2019). Del mismo modo, se aplicó una estrategia analítica denominada el método inductivo. Asimismo, la teoría fundamentada, es un método sistémico que se desarrollará través de

ciclos (Aldiabat & Le Navenec, 2018). Seguidamente, el autor señala que los procesos cíclicos van generando complejidad creciente. Así pues, el desarrollo de ciclos en la investigación por el método de teoría fundamentada, otorgó flexibilidad para recolectar y analizar datos (Charmaz & Belgrave, 2019). Para tal efecto, en el desarrollo de los ciclos de investigación cualitativa, las propiedades de las categorías emergieron de un análisis comparativo permanente (Aldiabat & Le Navenec, 2018). Seguidamente, se realizó y recopiló los ciclos, y se procedió al análisis de datos.

Respecto a la flexibilidad del método, se programó el análisis de la información desde la primera entrevista, es decir a partir de los primeros datos, independientemente de que se haya recolectado la totalidad de información (Charmaz & Belgrave, 2019). Además, el autor señala que esta recolección y análisis tiene el fin de construir una teoría fundamentada. Asimismo, la teoría fundamentada que se obtuvo, no replicó la existente, emergiendo la teoría de los datos, se tuvo como base los conceptos de la revisión de literatura (Charmaz & Belgrave, 2019), por ejemplo, no se tomó en cuenta investigaciones de la teoría de los grupos de interés, no obstante la revisión se enfocó en el desarrollo de la RSE en el contexto del sector de hostelería, para lo cual se buscó obtener categorías novedosas.

Para la investigación de teoría fundamentada se empleó la entrevista semiestructurada, al respecto Torrecilla (2006) establece las pautas, (a) El investigador previamente a la entrevista lleva a cabo un trabajo de planificación de la misma elaborando un guion que determine aquella información temática que quiere obtener. (b) Se tiene una acotación en la información y el entrevistado debe remitirse a ella. (c) Ahora bien, las preguntas que se realizan fueron abiertas. (d) Durante el transcurso de la misma se relacionaron temas y se fue construyendo un conocimiento generalista y comprensivo de la realidad del entrevistado. (e) El investigador mantuvo un alto grado de atención en las respuestas del entrevistado para poder interrelacionar los temas y establecer dichas conexiones.

En lo que corresponde al procedimiento detallado de recolección de datos se consideró, (a) El desarrollo de ocho entrevistas a administradores de hostales turísticos. (b) Se establecerá las estrategias para abordar los grupos de interés a entrevistar, para ello se consideró el uso de una carta de presentación, permisos necesarios y empatía en el dialogo, (c) Se diseñó folletos informativos para los grupos de interés de los hostales turísticos, por otro lado, se formuló las preguntas de entrevista, (d) al contar con el consentimiento

del entrevistado, se procederá a enviar la solicitud de entrevista utilizando un formato detallado, (e) al aceptarse la solicitud se procederá a realizar el cronograma de visitas.

Análisis de datos

Para el análisis de la información se eligió el enfoque inductivo, trabajando exclusivamente a partir de las experiencias de los participantes que impulsan el análisis por completo (Azungah, 2018). Asimismo, el autor refiere que el análisis inductivo se refiere a enfoques que utilizan principalmente lecturas detalladas de datos brutos para derivar conceptos y temas. En tanto, Azungah (2018) manifiesta que un análisis inductivo se alinea a las lecturas detalladas de datos, no solo para obtener una comprensión holística de lo que se dijo, sino también para asegurar que se capturen todos los aspectos importantes de los datos.

El siguiente punto fue la codificación, en base al análisis de los textos, se procedió a codificar cada porción de texto, a la cual se le agregó una etiqueta que defina a esta, en ese sentido la codificación facilitó el proceso de sistematización de la información (Charmaz & Belgrave, 2019). Asimismo, el investigador manifestó que la sistematización, permitirá dar orden a la información, permitiendo comparar los segmentos, ya que por párrafos puede haber una gran cantidad de etiquetas. El soporte del software Atlas.ti 9, fue fundamental para la identificación y agrupación de 39 códigos o etiquetas, ello facilitó la comprensión analítica del texto (Glaser & Strauss, 1967). Posteriormente, se realizó las notas analíticas preliminares conocidas también como Memos (Charmaz & Belgrave, 2019). En síntesis, la teoría fundamentada a desarrollar explicará el proceso de desarrollo de RSE por parte de los grupos de interés estudiado en nuevos términos teóricos.

En lo que respecta a las categorías relacionadas a la RSE, en el giro de hostales turísticos como parte de la obtención de la teoría fundamentada, se realizó comparaciones constantes en los ciclos de la investigación, lo cual contribuyó a que emerjan propiedades de seis categorías de RSE para los grupos de interés del rubro analizado. Cabe aclarar que una categoría es una agrupación de códigos o conceptos (Glaser & Strauss, 1967). El mecanismo para elaborar categorías será la redacción de memos, donde se detallará sus características, definiendo relaciones y brechas entre ellas. Por otro lado, cada análisis independiente o procesos cíclico, culminará con la revisión de literatura (Conlon et al., 2020).

Tabla 2. Lista de códigos y categorías empleados en el análisis de resultados

	Código	Enraizamiento	Densidad	Categorías (Grupos de códigos)
●	IDE GI – La administración pública impulsa los diferentes sectores ofreciendo asistencia técnica, capacitación, etc.	1	2	
●	IDE GI – La competencia es la línea base para una mejora continua e innovación en base responsabilidad social	3	2	
●	IDE GI – Los proveedores brindan artículos de limpieza e insumos de calidad en alimentos en el contexto COVID-19	4	2	
●	IDE GI – Los clientes son la base del negocio, impulsa mejoras de procesos, cuidado de la salud y limpieza, buscando su satisfacción.	7	2	
●	IDE GI- Los empleados juegan un rol de importancia, es la primera línea de trato con los clientes deben tener estabilidad laboral y con una remuneración adecuada	5	2	
●	IDE GI – Los propietarios deben ser líderes y manejar políticas de presupuesto para la sostenibilidad económica de la organización.	1	2	1-Clasificación de los Grupos de Interés y su importancia en la RSE
●	Imp GI – RSE Alianza estratégica con la municipalidad para preservar ornato y limpieza	4	1	
●	Imp GI – RSE En los clientes se concentran todos los esfuerzos, mejora continua para la satisfacción y crecimiento del negocio	7	1	
●	Imp GI – RSE- Los empleados desarrollan diversas labores, la normativa del hotel hacen crecer al hotel	8	1	
●	Imp GI – RSE Los proveedores son los abastecedores y facilitan las actividades para el desarrollo de la industria	2	1	
●	Imp GI –RSE Los administradores capacitan, implementan medidas de seguridad, salubridad, se interrelaciona con los clientes, proveedores y competencia	8	1	
●	Int H – La administración pública contribuye al desarrollo de la ciudad, promueve el reciclaje y fomento de turismo	5	1	2-Intereses de los propietarios en la
●	Int H – La competencia obliga a una mejora continua	1	1	

● Int H – Los clientes buscan buenas experiencias, contribuyen al desarrollo y crecimiento económico, son el centro de las estrategias de satisfacción	8	1	Implementación de la RSE
● Int H – Los propietarios buscan el bienestar de los empleados y satisfacción de los clientes	9	1	
● Int H – Los proveedores facilitan los insumos, proveen de material de aseo	4	1	
● Int H – Los empleados tienen buen trato a los clientes y recibe prestaciones y facilidades para que alcancen su desarrollo	8	1	
● DEB GI – Todos los GI deben respeto y empatía a las personas, respetar los protocolos de Bioseguridad en favor de empleados y clientes	2	5	
● DEB GI – La competencia, debe asumir la innovación en RSE como estrategia diferenciadora	1	1	
● DEB GI – Los clientes deben cuidar el Medio ambiente, respecto a la comunidad y cuidado de infraestructura	8	1	3-Deberes de
● DEB GI – Los empleados asumen la responsabilidad, compromiso, respeto, dedicación, mejora continua y uso de protocolos de bioseguridad	13	1	los GI en el
● DEB GI – Los propietarios velan por el bienestar y seguridad de los empleados, respeto al medio ambiente y promover la reputación de la organización	5	1	marco de la
● DEB GI – Los proveedores deben otorgar insumos de calidad tanto para la limpieza y para la preparación de alimentos siempre respetando los protocolos de bioseguridad	3	1	Implementación
● Mayor Resp – GI – Los clientes garantizan la sostenibilidad de los recursos de hospedaje	2	1	RSE
● Mayor Resp – GI – Los empleados son los principales responsables brindar sus servicios e implementar la responsabilidad social empresarial	3	1	
● Mayor Resp – GI – Los proveedores entregan productos económicos que protegen el medio ambiente	3	1	4-Grupo de
● Mayor Resp – GI – La administración pública promueve el turismo interno y gestión el ornato y cuidado en el medio ambiente	3	1	Interés con
● Mayor Resp – GI – Los propietarios dirigen las políticas de RSE	10	1	mayor
			responsabilidad
			en
			Implementación
			RSE

●	Potencial cooperación – GI – El proveedor facilita que la organización tenga o cuenta con todos los insumes para brindar el mejor servicio	7	1	
●	Potencial cooperación – GI – La competencia es innovadora y cuenta con ventaja competitiva	1	1	5-Potencial
●	Potencial cooperación – GI – Los clientes satisfechos promueven la reputación de la organización	0	1	Cooperación en la
●	Potencial cooperación – GI –El personal labora de forma conjunta para brindar el mejor servicio a los clientes	4	1	Implementación RSE
●	Potencial cooperación – GI –La Administración Pública apertura los permisos de funcionamiento, fiscaliza aspectos de seguridad y salubridad y promueve el uso de energía sostenible	3	1	
●	Potencial Amenaza – GI – Los clientes insatisfechos y con quejas representan amenaza latente para la organización	1	1	
●	Potencial Amenaza – GI – Los empleados representan a la organización y fomentan el potencial turístico	3	1	6-Potencial Amenaza en la
●	Potencial Amenaza – GI –Los propietarios Cobran tarifas accesibles generando reputación	2	1	Implementación RSE
●	Potencial Amenaza – GI –Los proveedores facilitan productos e insumos eco amigables	1	1	

RESULTADOS

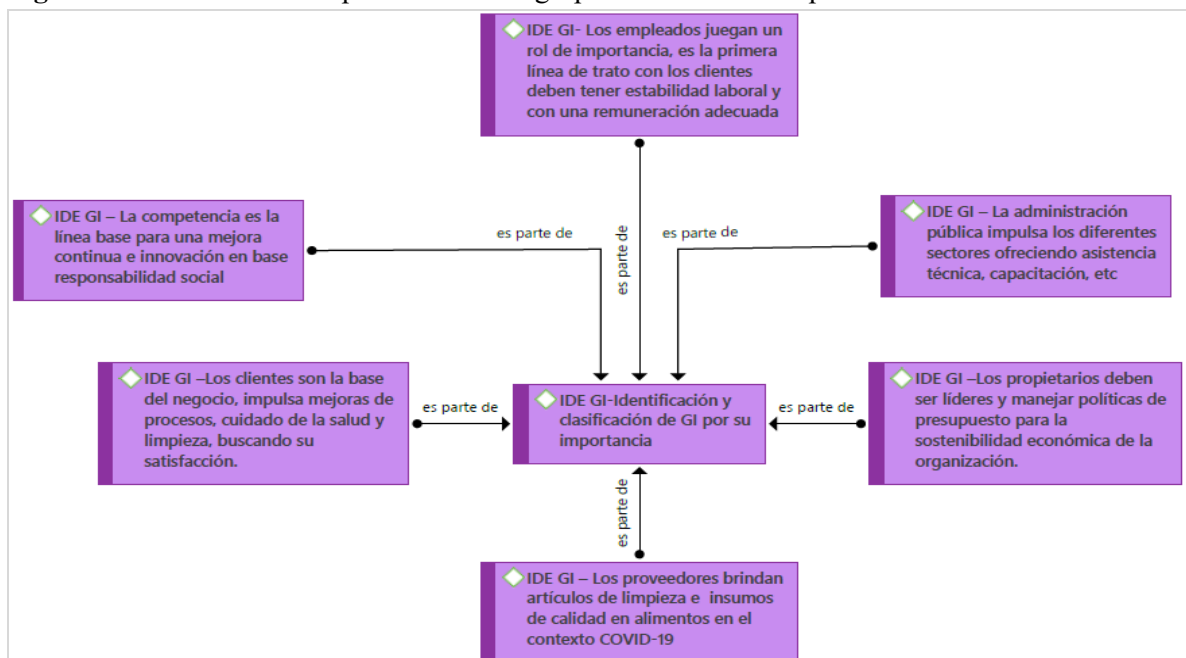
Clasificación e importancia de los grupos

En el rubro de hostelería turística se presentan diversos grupos de interés que implementan la RSE en alguna medida, tales como el administrador, empleados, clientes, proveedores y la competencia. Entre ellos, el administrador es muy relevante para que la RSE sea eficiente mediante la capacitación, promoviendo la gestión integral de residuos sólidos para el cuidado del medio ambiente, por ejemplo a través de incorporación de mecanismos de reciclaje, en efecto Jones et al. (2015) refiere que la RSE también es adoptar ideales de sostenibilidad ambiental hacia objetivos instrumentales como la reducciones de costos a través de la reutilización y el reciclaje para la mejora, como ventaja competitiva. Tal es el caso, que en los hostales turísticos materia de investigación, se incorporó tachos para que el público recicle los residuos, para almacenarlos en contenedores, del mismo modo Khatter et al. (2019)

manifiestan que la protección del medio ambiente implica prevenir la degradación y contaminación ambiental, con tecnologías limpias, con rehúso y reciclaje de materiales.

Por lo que se refiere a los empleados, estos desarrollan sus actividades en cumplimiento con la normatividad de convivencia con los clientes, para ello se aplica el libro de reclamaciones, con el propósito de implementar mejoras constantes del servicio y atención al cliente. Los empleados buscan disminuir la contaminación en el ámbito urbano, en ese sentido Hana et al. (2010) afirma que el consumo de productos ecológicos contribuye a la conservación del agua, calidad del aire, reducción de residuos sólidos, control de la contaminación acústica, eliminación de sustancias tóxicas y nocivas, entre otros.

Figura 1. Clasificación e importancia de los grupos de interés en implementación de RSE



El siguiente punto se refiere a la administración pública, en este caso el gobierno local es un interesado que administra el control y renovación de licencias de funcionamiento hostelero, y marcos regulatorios, en ese sentido no es sorprendente que el sector público fuera destacado por casi todos los entrevistados. Es preciso resaltar, que los hostales turísticos forman alianzas con la administración pública para poder preservar y mantener con seguridad e higiene los establecimientos, en ese sentido Farmaki (2018) sostiene que la RSE debe ser conjunta entre los grupos de interés.

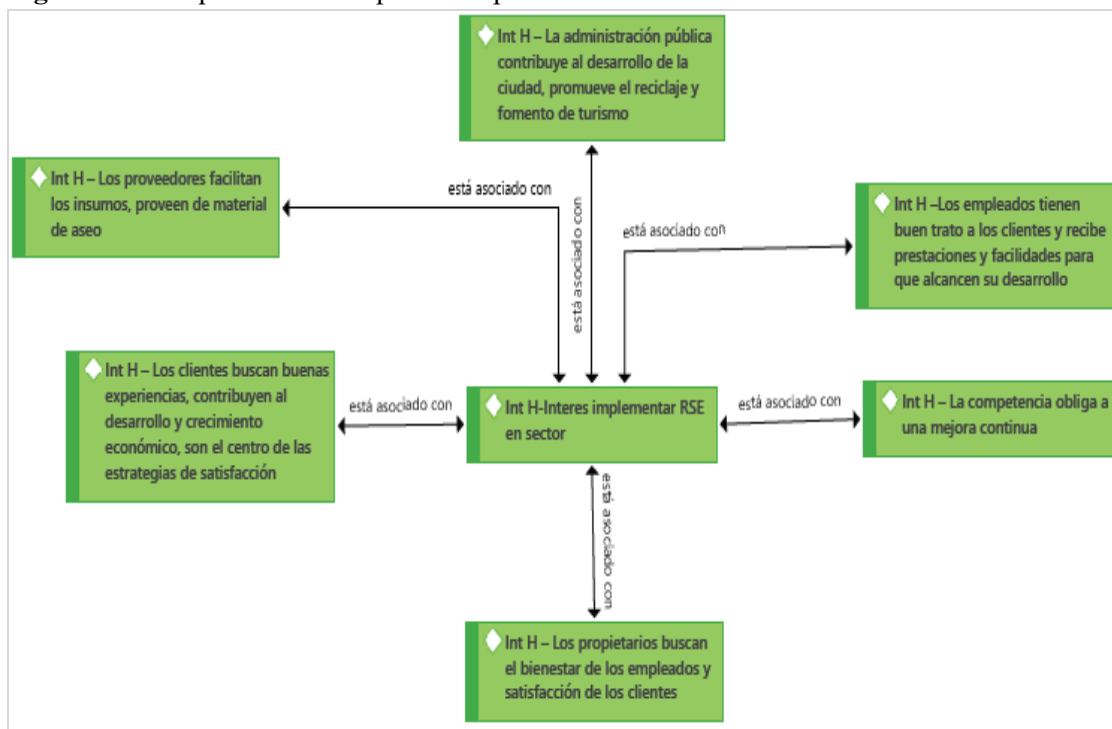
Finalmente, tenemos a los clientes que, a través de mecanismos como el libro de reclamaciones, se establece pautas para la mejora continua del servicio en la atención y su satisfacción (Farmaki, 2018).

Por lo descrito, las reclamaciones de los proveedores y los clientes podrían corregirse de modo adecuado, cuando se cuente con una estructura de gestión participativa con la RSE de la hostelería.

Intereses en la implementación de la RSE en hostales turísticos

Son múltiples los intereses que conlleva a los propietarios y administradores a la implementación de la RSE, uno de los más importantes es desarrollar una alianza con la administración pública para contribuir al desarrollo de la ciudad, así como promover acciones de reciclaje y principalmente al fomento de turismo. Además, la posición de la administración pública es de relevancia dentro de la cadena de suministro, su potencial de cooperación se maximiza a través de acciones conjuntas, con iniciativas público-privada, si como en la toma de decisiones participativas (Mitchell, 1997).

Figura 2. Principales intereses para la implementación de RSE



Uno de los principales intereses es que los propietarios sean empáticos con el bienestar de los empleados y satisfacción de los clientes, considerando que son quienes guían la atención al turista, ya sea a través de comunicaciones o información a los empleados y clientes a efectos de invertir en la implementación de la RSE y sostenibilidad (Farmaki, 2018, p. 12).

Se promueve las mejoras en la atención de los empleados a los clientes, considerando que los empleados tienen como función principal brindar un servicio de calidad, considerando que la eficiencia en el

trabajador es uno de los efectos directos de la implementación de la RSE, lo cual mejora la imagen del sector hostelero (Guix, 2019).

Se busca la satisfacción de los clientes a través de buenas experiencias, ya que ellos contribuyen al desarrollo y crecimiento económico, son el centro de las estrategias de satisfacción. En tal sentido, la participación de los clientes es importante en otros puntos particulares como, el cuidado de los recursos como del agua potable, racionalizar la energía eléctrica, lo cual en alguna medida reducirá la huella de carbono u otro sistema contaminante, siendo necesario la voluntad de los turistas o los residentes de una comunidad (Prayag & Ryan, 2011).

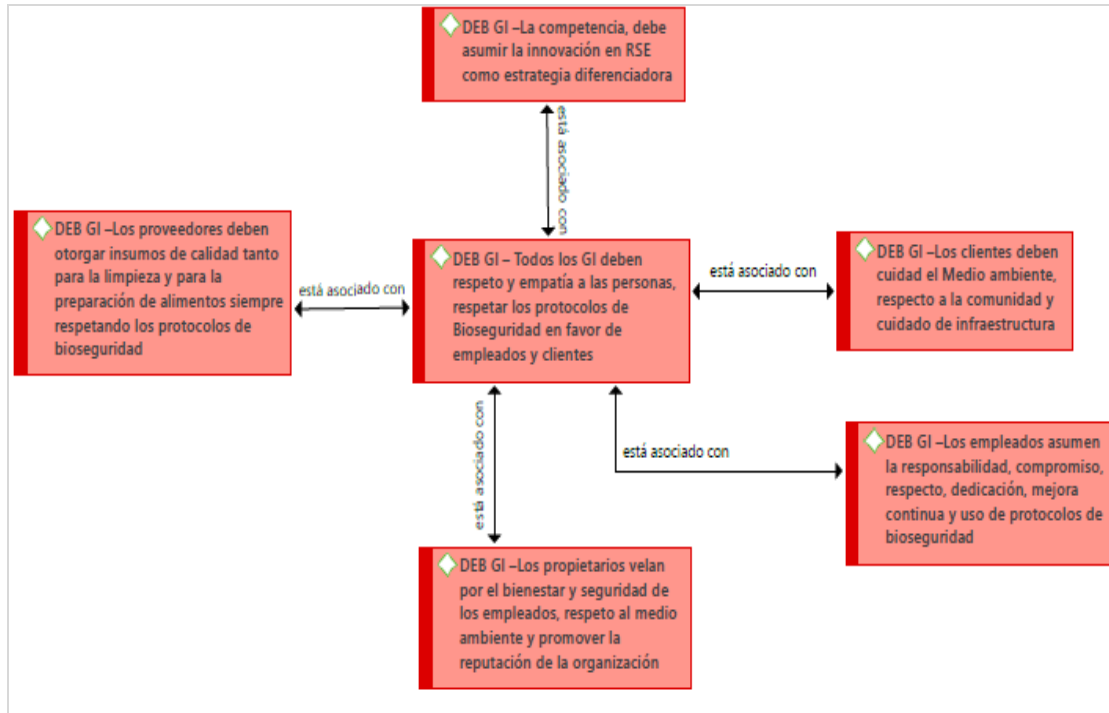
Deberes de los grupos de interés en cuanto a la implementación de la RSE

En cuanto a los deberes de los grupos de interés en la implementación de la RSE, resalta la importancia del rol de los propietarios y empleados en el manejo del servicio, así como su desempeño en sus diferentes responsabilidades.

Por un lado, los clientes se pueden catalogar como los informantes del sector hostelero, así como de los operadores turísticos, teniendo que cumplir con una demanda de consumo responsable, que está intrínsecamente vinculada a las motivaciones de la empresa (Farmaki, 2018). Por otro lado, los clientes deben utilizar óptimamente los servicios del hospedaje, manteniendo la integridad física de las instalaciones, que repercutirá en un mayor aprovechamiento de los beneficios en la entidad.

Con respecto a los empleados, el rol primordial se enfoca en brindar un servicio de calidad a los clientes, esto trae como resultado el cumplimiento de los objetivos de forma más efectiva. El compromiso de cada uno de los colaboradores con sus responsabilidades está en aportar para que la implementación de la RSE en el hospedaje sea exitosa, ya que son los que mantienen contacto con los clientes y de ellos dependerá calificación del negocio. En tal sentido, los empleados deben ser capacitados y concientizados en otorgar un buen trato y servicio a los clientes. Este hecho lo respalda Vahideh et al. (2019), sostienen que algunos gerentes, involucran a los empleados en iniciativas comunitarias, lo que incrementa la conciencia sobre los impactos sociales positivos sobre la comunidad.

Figura 3. Deberes de los grupos de interés respecto a la implementación de la RSE



Las percepciones de los administradores sobre el turismo impactan en la comunidad, su apego a la comunidad y su identificación con el valor de los recursos patrimoniales que puede influir sobre las políticas y prácticas de RSE (Geng-qing et al., 2019).

En lo que se refiere a los proveedores, su deber principal es el aprovisionamiento de insumos y los productos de acuerdo a los requerimientos de calidad y salubridad, para dar cumplimiento a la satisfacción de los clientes, es decir su relación es directa con la calidad de productos que brinda el hostel turístico. Farmaki (2018) mencionó que los informantes del sector hotelero consideraban a los proveedores principalmente como una parte interesada discrecional, que poseía una legitimidad práctica, debido a su relación contractual con los hoteles, pero sin poder ni urgencia en sus reclamos (Sam Huang & Volgger, 2019).

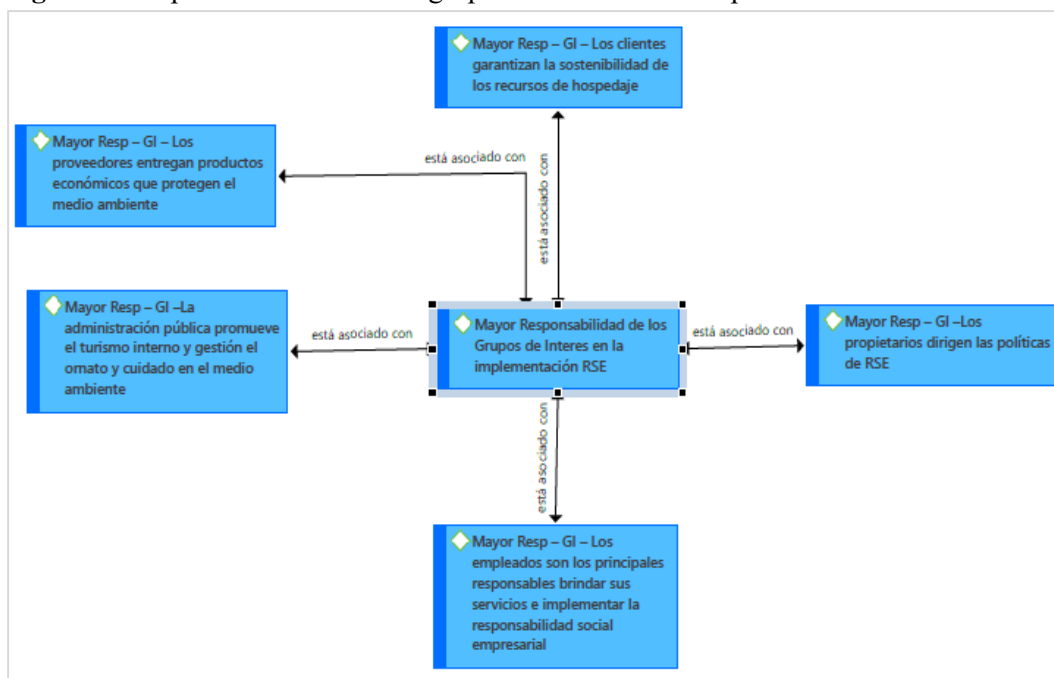
Grupo de interés de mayor responsabilidad en la implementación de la RSE

Con respecto a la mayor responsabilidad en la implementación de la RSE, el propietario es la persona responsable en cumplir con la sostenibilidad de la empresa y sobrellevar la disciplina hacia los empleados. Por ello, los propietarios garantizan la sostenibilidad económica de los recursos de hospedaje y como el cuidado de las habitaciones. Como referencia, el objetivo final de una empresa es la sostenibilidad económica, a menudo es interpretado con planes a mediano y largo plazo, sin embargo,

para el sector hotelero, el medio ambiente y la cultura social están posiblemente más vinculados al rendimiento financiero que otras industrias (Abaeian et al., 2019). Brevemente, la mayor responsabilidad radica en los propietarios hosteleros, en el cumplimiento de los servicios adecuados hacia los clientes y la sostenibilidad económica dentro de la empresa.

Otro punto son los empleados, ellos conforman una parte esencial de los grupos de interés y como responsables del funcionamiento están vinculados al buen servicio y el contacto directo con el cliente. Para ello, los empleados son los principales responsables en brindar sus servicios e implementar la responsabilidad social empresarial, mediante su labor en la empresa y su desenvolvimiento en el cumplimiento de sus actividades. Vale la pena decir, durante el proceso de atención al cliente, el empleado da a conocer sus propios valores con los de la organización, cuanto más tiempo trabajen los empleados para una organización, más profunda será su comprensión de la organización y más fuerte será la organización sobre ellos. Esto conduce a un mayor grado de correspondencia entre el empleado y la organización (Geng-Qing et al., 2019). En definitiva, los empleados juegan un rol importante en la empresa, con respecto a su labor y el aporte de sus valores dentro de la organización; lo cual lleva a que se fortalezca la relación del empleado con la empresa hostelera.

Figura 4. Responsabilidades de los grupos de interés en la implementación de la RSE



En cuanto a los proveedores, son los encargados de suministrar los bienes necesarios para la implementación de los hostales turísticos, ellos están destinados a brindar productos que garanticen calidad, lo cual es un compromiso conjunto con el propietario y la protección del medio ambiente. Así mismo, los proveedores entregan productos económicos y accesibles como, por ejemplo, colchones biodegradables, almohadas antialérgicas y depósitos de desechos identificados. Ahora bien, se ha examinado la importancia de trabajar en toda la cadena de cuidado ambiental y colaborar con clientes y proveedores en iniciativas ambientales que reducen los desechos y cumplen con las regulaciones, el alcance de la cadena ambiental abarca desde el monitoreo reactivo de los programas generales de gestión ambiental, también se sugiere realizar prácticas más proactivas y la implementación de las 8 R's (reducir, reutilizar, reprocesar, restaurar, recuperar, reciclar, remanufacturar, logística inversa, etc.) (Hussain et al., 2019). En conjunto, los proveedores brindan productos que garantizan el cumplimiento de calidad y cuidado con el medio ambiente, como también los propietarios se enfocan en capacitaciones hacia los empleados. Por otro lado, la implementación de las 8R's como una propuesta de gestión ambiental, incrementando las buenas prácticas en el cuidado y el mayor compromiso de las partes interesadas.

Con respecto a la administración pública, ellos manejan directamente el abastecimiento de los turistas en fechas específicas; por ello, las autoridades manejan una gestión de visitas turísticas, el cuidado de zonas destinadas a patrimonios culturales como también la protección al medio ambiente. Para ello, la administración pública promueve el turismo interno y gestión del ornato y cuidado en el medio ambiente (Volgger & Huang, 2019), por esto se exhortan a los hostales turísticos para que brinden la información sobre el cuidado y protección del ornato turístico hacia los turistas; considerando que se presentan casos aislados, donde no muestran un comportamiento adecuado, desvaloración de sitios protegidos y mal uso de las habitaciones de los hostales turísticos. Además, se presenta casos de conducta irresponsable atribuida a turistas, incluidos vandalismo, violencia, conducta sexual inaceptable y consumo de drogas. Además, estos comportamientos pueden variar desde casos simples como el incumplimiento de las reglas propuestas hasta comportamientos poco éticos y violaciones de la ley (Volgger & Huang, 2019).

Potencial de cooperación de los grupos de interés en la implementación de la RSE

El potencial manejo de la implementación de la RSE la tiene en algunos contextos la propia administración pública, en tal sentido Farmaki (2018) manifiesta que las autoridades locales tienen tanto el potencial para amenazar, como para cooperar con los hostales turísticos en materia de RSE, debido a su posición dentro de la cadena de suministro o su papel en la aplicación o el apoyo de iniciativas de RSE.

Con respecto a los competidores, ya que se estaría en constante innovación buscando mejoras con respecto al servicio del hospedaje, esto ayudará a que el hospedaje tenga lo necesario para brindar un buen servicio a los clientes. Asimismo, Chi et al. (2019) señalan que los competidores dan un impacto positivo, reconociendo el valor de los recursos patrimoniales y experimentando beneficios positivos del turismo a hacer cumplir por parte de los gerentes las actitudes de RSE.

Por lo que se refiere a los empleados, un buen clima entre compañeros podrá integrarse y formar un equipo con un solo propósito para la empresa (Farmaki, 2018), donde los empleados y los propietarios de los hostales turísticos tienen una relación laboral que es capaz de influir en la gestión de los hostales y, en consecuencia, representar una legitimidad normativa que emana de las características personales, cuyos reclamos deben ser atendidos con urgencia para que la RSE sea implementada con éxito. También es una cadena en la que se aloja a los clientes que necesitan alimentarse, entonces van a restaurantes y al final la industria turística se beneficia, ya que cada área tiene un sentido de cooperación con responsabilidad y preocupación por la comunidad. En efecto para Gopalkrishnan y Jarvis (2019) las empresas hoteleras pueden proporcionar incentivos u obstáculos para la adopción de estándares de RSE. Además, Andreu et al. (2017) han descubierto que las condiciones competitivas impulsan la inversión extranjera directa (IED) en hoteles y restaurantes, y el nivel de IED depende en gran medida del tamaño del mercado, la concentración, el desarrollo de la infraestructura y los niveles previos de IED en el país. En efecto, se tendría a los proveedores que ayudan a que el hostel turístico tenga lo necesario para brindar un buen servicio a los clientes generando también un mayor incremento en la entrega de productos amigables al medio ambiente y ganar un porcentaje del turismo en la responsabilidad social empresarial. Es así como para Farmaki (2018) los proveedores fueron reconocidos como informantes

del sector hotelero, atractivo y turístico de "apoyo" de las partes interesadas, con un alto potencial de cooperación y un bajo potencial de amenaza.

Potencial de amenaza de los grupos de interés en la implementación de la RSE

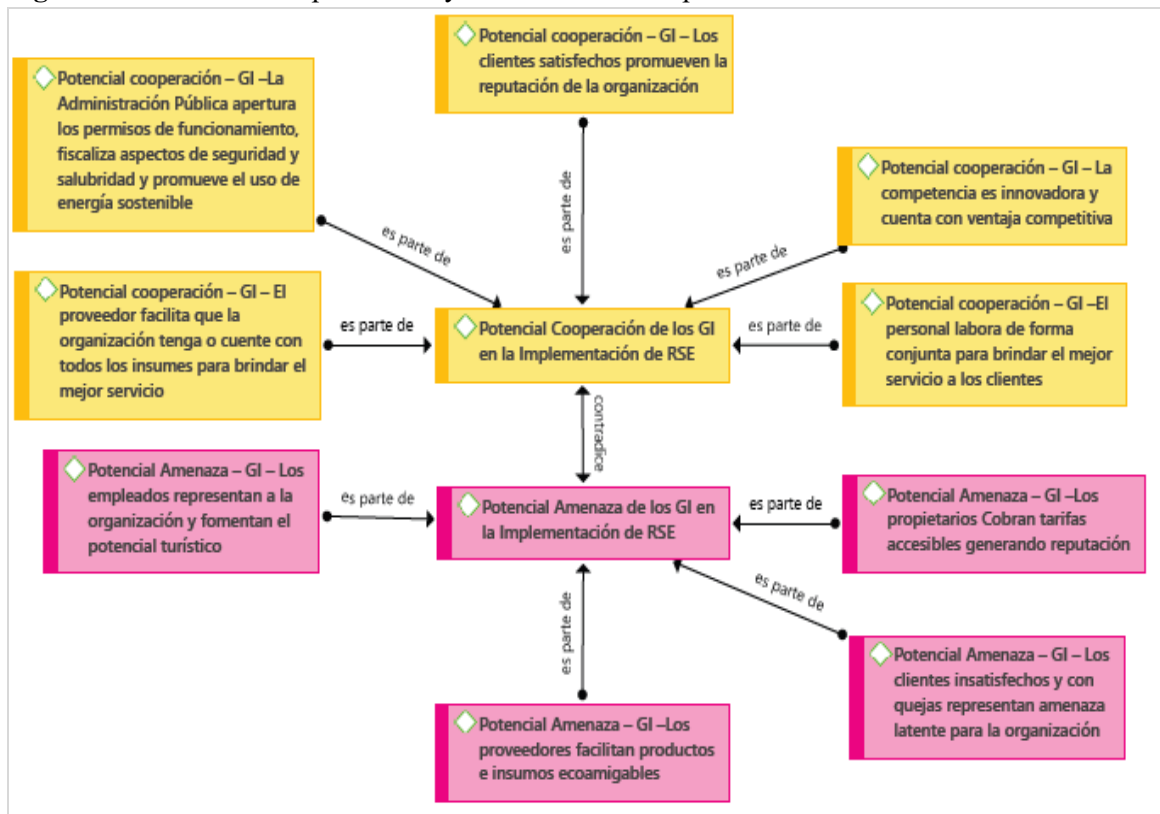
Una de las principales amenazas es la especulación, el aumento de precios de servicios diversos por la demanda en fechas festivas como por ejemplo semana santa, fiestas patrias, entre otras fechas, ya que son los días más concurridos por los turistas, provocando que algunas empresas busquen mayor rentabilidad que en otros meses de concurrencia normal, en ese mismo sentido (Garroda et al., 2012, p. 7) manifiesta que los propietarios de hoteles y agencias gubernamentales desempeñan un rol importante en las acciones ambientales, mientras que los clientes fueron identificados como facilitadores y barreras. También, se identificó que los propietarios tenían varios objetivos, a menudo contradictorios, que incluían obtener ganancias y aumentar su estatus social y orgullo personal, las instalaciones subvencionadas con fondos públicos han ayudado a los propietarios a lograr sus objetivos aumentando sus ingresos (Jumelet et al., 2020).

Por otro lado, serían los empleados de la empresa una amenaza, si no se cuenta con un personal capacitado para una mejora continua y que puedan brindar un buen servicio o trato con buenos valores y respeto hacia los clientes. También los empleados deben ser honrados, capaces de reportar cualquier incidente como el extravío de algún objeto de valor del cliente en las instalaciones, la omisión de los reportes perjudicaría al establecimiento. Asimismo, Alonso y Austin (2018) evaluaron en qué medida las deficiencias en el comportamiento de los empleados como el hurto, podrían relacionarse con las características del lugar de trabajo, vinculadas con déficits presupuestarios, y con una capacitación inadecuada, relacionada con malas conductas individuales.

En el caso de los proveedores, si no suministran productos e insumos de alta calidad, amigables con el medio ambiente o que causen contaminación irreparable al agua y al medio ambiente, así como si entregan a los clientes productos de dudosa calidad a los clientes, estos quedarían insatisfechos con la atención del hostel turístico, en cuanto a (Sharma, 2010) opina que desafortunadamente, cuando los proveedores no brindan un producto pactado, esto reduce las ganancias y el proveedor corre el riesgo de una guerra de precios. Además, en algunos casos, el proveedor cobra un precio que no va acorde al producto real que se brinda (Ettinger et al., 2018).

Finalmente, la competencia también podría ser una amenaza para la empresa, cuando se presenta ofertas o alguna innovación en su empresa, los clientes se inclinan más para ellos, por lo que les puede brindar. Del mismo modo la competencia tecnológica puede cambiar la posición y el papel de las empresas en la cadena de valor industrial. Las empresas con superioridad tecnológica pueden tomar la iniciativa en sus mercados y representar una seria amenaza para sus competidores (Zhang et al., 2021).

Figura 5. Potenciales cooperaciones y amenazas en la implementación de la RSE



DISCUSIÓN

Primero, la importancia de los grupos interés en la implementación de la RSE en el rubro de hostelería turística, se hace necesario que se centren en participación responsable de los grupos de interés en las actividades y prácticas de RSE, no obstante se debe impulsar del mismo modo el desempeño empresarial, en tal sentido Stylos y Vassiliadis (2015) proponen la evaluación de diversos factores como las actitudes del turismo sobre la RSE, ya que es relevante para conocer el aporte y participación en la implementación de las políticas de RSE por lo desempeñan un papel fundamental en la supervivencia y sostenibilidad de los hostales turísticos. Por otra parte, los hostales turísticos operar formando alianza con la administración pública, en este caso los gobiernos locales, quien fiscaliza a los hoteles, para poder

preservar y mantener establecimientos higiénicos y seguros, en efecto Chi et al. (2019) ratifica que en las entrevistas la mayoría de los administradores atribuyen que los efectos negativos del turismo o sesgos del sistema, es culpa de los gobiernos locales y las autoridades de turismo por los impactos negativos. Finalmente, el aporte responsable de los clientes, a pesar de la connotación negativa que puede tener un reclamo, este debe ser considerado como una oportunidad de superación y mejora continua en la atención y servicio al cliente, para ello Farmaki (2018) enfatizó que se deben priorizar las demandas de las autoridades y los trabajadores locales y se debe seguir una estrategia de asociación que maximice su potencial de colaboración a través de empresas conjuntas, iniciativas de asociación público-privada y la toma de decisiones participativa.

En segundo lugar, con respecto a los intereses de implementación de RSE, los hallazgos sugieren que la mayoría de los hostales turísticos, incluidos los analizados que a pesar del tamaño de la muestra, se establece que la falta de conciencia de la alta dirección sobre la necesidad y el valor de la participación de las partes interesadas y la materialidad limitada, por lo tanto, también, los conocimientos y habilidades necesarias para llevar a cabo la sólida participación de las partes interesadas, implica una exhaustiva evaluación de la materialidad (Khatter.A, 2019). Por otro lado, la retroalimentación recopilada puede no ser representativa de la heterogeneidad de preocupaciones de todas las partes interesadas, pero puede responder a la agenda de las partes interesadas más involucradas (Collins et al., 2005). Para culminar, algunos entrevistados ocultaron la agregación de la retroalimentación de las partes interesadas, argumentando por medio de la experiencia adquirida (Guix, 2019).

Tercero, respecto a los deberes de los grupos de interés, para los propietarios, si bien las actividades de bonificaciones, actualizaciones, así como el cumplimiento de los deberes, generan una implementación progresiva de la RSE, este hecho va vinculado a las condiciones que son parte de las leyes como negociante, ya que la responsabilidad los grupos de interés puede establecerse como una obligación moral. Por otro lado, respecto a los deberes de los clientes involucrados, estos no siempre se ven relacionados en el compromiso del uso de servicios y su responsabilidad ambiental, por el contrario, generalmente muchos de los clientes, consideran que el pago de los servicios de hospedaje, integran la omisión de dichos deberes. Ahora bien, para el deber de los colaboradores de la industria se genera a partir de la necesidad de su puesto de trabajo y no necesariamente referentes a la RSE (Gopalkrishna &

Jarvis, 2019). Por último, en cuanto a los proveedores, quienes cooperan con la calidad de servicio que brindan, estos basan su desempeño operacional de RSE con su propia organización y no como parte del deber en favor de los hostales turísticos (Espino , 2021).

Cuarto, respecto a los grupos de interés con mayor responsabilidad en la implementación de la RSE, se reconoce a los propietarios de los hostales turísticos, por ser los encargados de la sostenibilidad económica de empresa, destacándose la relevancia del nivel de instrucción de los propietarios y empleados; lo cual sería un indicador del potencial sobre la empresa hostelera. En tal sentido, se prioriza las expectativas de los propietarios de hostales como personas con formación profesional, como un requisito previo para la sostenibilidad empresarial y las inversiones en RSE a futuro (Abaeian et al., 2019). Por otro lado, la relación que existe entre los propietarios y administradores debe ser fluida y transparente, con expectativas de mejoras y proyección de crecimiento de la empresa. Para ello, se considera actividades de capacitación, que resultaría gratificante para los administradores fuera de la ciudad porque también aprenden de los empleados locales sobre las creencias y valores locales. Del mismo modo, los gerentes pueden capacitar a los empleados locales en conocimientos y habilidades, mientras que los empleados locales pueden ayudar a mejorar a los gerentes mediante la apreciación del sitio patrimonial y su voluntad de unirse a los esfuerzos de preservación. (Geng-qing et al., 2019). Finalmente, en cuanto a la protección del medio ambiente, los hostales turísticos están influenciados en contribuir con la problemática ambiental, es por ello, la adopción ecológica en las empresas hosteleras se considera cada vez más esencial para ofrecer beneficios a largo plazo, también la prestación de capacitaciones que positivamente refleja el cuidado sobre el medio ambiente y las sociedades (Hussain et al., 2019).

En quinto lugar, sobre las potenciales amenazas y cooperación que pueden intervenir en la industria hostelera en aplicación de la RSE. Así como recalcan Bagheri et al. (2019) el rol primordial de los hoteles es como responsables de minimizar el impacto negativo en el medio ambiente y maximizar sus beneficios mediante el refuerzo de políticas de desarrollo sostenible y acciones ambientales. Como tal, la industria debe reconocer el grado de cooperación requerido para asegurar un ambiente de trabajo armonioso, no solo en la etapa de desarrollo inicial, sino para mantener cada característica de sostenibilidad de una manera que catalice el éxito a largo plazo (Gannon & MacKenzie, 2019). Entonces

es importante recalcar que los elementos sociales, ambientales y económicos de la hostelería y el desarrollo turístico se combinan para crear un equilibrio basado en la RSE.

Finalmente, la especulación de los propietarios en el incremento de precios por la alta demanda en fechas festivas para incrementar su rentabilidad es una de las principales amenazas, el alza de precios por parte de los propietarios no sería contraproducente, si es que también se mejora la atención brindada, como ofertas en la prestación del servicio de hospedaje, los alimentos, bebidas, entre otros (Li & Srinivasan, 2019). De otro lado, para los empleados es recomendable una capacitación previa antes de comenzar a realizar sus funciones en la empresa y los propietarios deberían tomar medidas de precaución bajo el supuesto de presentación de problemas que pongan riesgo el valor de la empresa (Kissi et al., 2019). Para el caso de los proveedores que brindan productos no acordados, de una mala calidad representa un potencial de daño a la imagen del hotel, porque es de mala reputación no entregar lo que se ofrece y por el precio que se está pagando (Ettinger et al. 2018). Por último, los competidores si son una amenaza pero que pueden cooperar para que la empresa busque innovar de modo permanente, para que mejore el servicio a los clientes.

CONCLUSIONES

Recomendaciones para Futuras Investigaciones

En conclusión, la importancia de los grupos de interés para la implementación de la RSE es compartida para todos, tales como el administrador, empleados, clientes, competencia y proveedores, ya que es de importancia su participación responsable y conjunta para que la implementación sea más exitosa. Dentro de todos los grupos de interés, se resalta el rol de los administradores que capacitan a los empleados, gestionan el manejo de residuos sólidos e implementación de alternativas de reciclaje con el fin de preservar el medio ambiente.

En definitiva, el trabajo de todos los grupos de interés es cooperativo, sustentado en el sentido de que cada propietario de cada hostel turístico y la municipalidad, velan porque se dé cumplimiento con el compromiso y preocupación por el bien social y ambiental. Así como los empleados que ponen en marcha la participación de las actividades y prácticas de RSE.

Para futuras investigaciones se recomienda brindar estudios en base a las relaciones que pueden presentarse en deberes compartidos. Un claro ejemplo de ello es el caso del cuidado del medio ambiente, identificado como parte de las tareas de clientes y empleados.

Con respecto a las conclusiones, se puede considerar de manera positiva, que el nivel de instrucción de los propietarios y empleados, brinda una mejora en la gestión de procesos de una empresa con aportes de conocimientos efectivos, planes a futuro con fines de desarrollo sostenible; para ello, se recomienda investigaciones futuras, que analicen el nivel de capacitaciones a los propietarios y empleados sobre el manejo adecuado de la RSE en los hostales turísticos.

Se considera una relación fluida entre propietarios y empleados, genera confianza entre ambas partes interesadas y contribuye a una mejor atención con sus clientes, fomentando la comunicación constante y el manejo de reuniones entre empleados y propietarios; a modo de recomendación, considerar estudios de investigación a futuro sobre el fortalecimiento de la comunicación entre propietarios y empleados dentro de los hostales turísticos.

Se concluye que el cumplimiento de la conservación y el cuidado del medio ambiente en los hostales turísticos es mínimo y poco tratado; para ello, se recomienda como futura investigación la implementación de una gestión ambiental enfocada en los hostales turísticos, con la finalidad de contribuir de manera positiva con la protección del medio ambiente.

Otro punto es la implementación del turismo responsable como una solución alternativa a las violaciones turísticas inapropiadas que amenazan las instalaciones hoteleras turísticas, así como la presentación del patrimonio cultural de la ciudad. En resumen, se recomienda estudiar el comportamiento de los huéspedes en los albergues.

Se concluye que la amenaza de agentes es un potencial para los grupos de interés de RSE en el sector hotelero turístico, por ejemplo, los empleados son considerados como potenciales socios de cooperación, porque trabajar en un ambiente laboral armonioso afectará a los hoteles turísticos que atienden. La identificación de los agentes amenazadores fue débil y pocos encuestados mencionaron competidores que pudieran afectar negativamente a la empresa.

Este estudio tiene limitaciones que surgieron de la fase de discusión. Futuras investigaciones pueden tener en cuenta las opiniones y el comportamiento de los propietarios y sujetos sociales en la

implementación de la responsabilidad social empresarial en diferentes niveles, como la gestión y participación en diferentes tipos de hoteles turísticos. Además, los gerentes tienen una comprensión diferente de la importancia de los intereses y la influencia de las partes interesadas, que pueden compararse y contrastarse con otros grupos de interés, incluidos empleados y clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

1. Aldiabat, K., & Le Navenec, C. (2018). Data saturation: The mysterious step in grounded theory methodology. *The Qualitative Report*, 23(1), 245-261.
2. Alonso, A., & Austin, I. (2018). Entrepreneurial CSR, managerial role and firm resources: a case study approach. *Competitiveness Review: An International Business Journal.*, 18(4), 368-385. doi: <https://doi.org/10.1108/CR-10-2016-0064>
3. Andreu, R., Claver, E., & Quer, D. (2017). Foreign market entry mode choice of hotel companies: Determining factors. *International Journal of Hospitality Management*. doi:http
4. Aomar, R., & Hussain, M. (2017). An assessment of green practices in a hotel supply chain: A study of. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 9. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2017.04.002>
5. Azungah, T. (2018). Qualitative research: deductive and inductive approaches to data analysis. *Qualitative Research Journal*, 1-18. doi:doi:10.1108/qrj-d-18-00035
6. Bagheri, P., Olya, H., & Tümer, M. (2019). *Decoding behavioural responses of green hotel guests*. Chipre. doi:<https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2018-0374>
7. Buckley, R. (2012). Sustainable tourism: research and reality. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 528-546.
8. Burcin, B., & Duygu, B. (2019). *Corporate social responsibility in tourism as a tool for sustainable development*. Department of Tourism Administration, School of Applied Disciplines, Bogaziçi University. doi: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2018-0448>
9. Charmaz, K., & Belgrave, L. (2019). Thinking about data with grounded theory. *Qualitative Inquiry*, 25(8), 743-753.

10. Chi, C. G., Zhang, C., & Liu, Y. (2019). Determinants of corporate social responsibility (CSR) attitudes: Perspective of travel and tourism managers at world heritage sites. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. doi: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2018-0217>
11. Chi.C., Z. (2019). Determinants of corporate social responsibility (CSR) attitudes: Perspective of travel and tourism managers at world heritage sites. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. doi: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2018-0217>
12. Conlon, C., Timonen, V., Elliott-O'Dare, C., O'Kee, S., & Foley, G. (2020). Confused about theoretical sampling? Engaging theoretical sampling in diverse grounded theory studies. *Qualitative Health Research*, 30(6), 947-959.
13. Espino , T. (2021). Supplier innovativeness in supply chain integration and sustainable performance in the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 13. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.103103>
14. Ettinger, A., Grabner-Kräuter, S., & Terlutter, R. (2018). Online CSR communication in the hotel industry: Evidence from small hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 68, 94-104. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.09.002>
15. Farmaki, A. (2018). Corporate social responsibility in hotels: a stakeholder approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. doi: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2018-0199>
16. Freeman, R., Harrison, J., Wicks, A., Parmar, B., & De Colle, S. (2010). *Stakeholder theory: The state of the art*.
17. Farmaki, A. (2018). Corporate social responsibility in hotels: a stakeholder approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. doi: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2018-0199>
18. Gannon, M. J., & MacKenzie, N. (2019). "Exploring the background of the development of sustainable tourism". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. doi: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2018-0384>
19. Garroda, B., Fyall, Anna , A., & Reid, E. (2012). Engaging residents as stakeholders of the visitor attraction. *Tourism Management*. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.11.014>

20. Geng-qing Chi, C., Yuanyuan, L., & Zhang, C. (2019). Determinants of the attitudes of corporate social responsibility (CSR): managers on sites of the world Heritage. *International Journal of Contemporary Hotel Management*.
21. Glaser, B., & Strauss, A. (1967). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. London (U.K.): Aldine Transaction: Reprinted 2006 ed.
22. Gopalkrishnan, R., & Jarvis , L. (2019). CSR adoption in the multinational hospitality context: A review of representative research and avenues for future research. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. doi: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-06-2018-0451>
23. Guix, M., Font, X., & Bonilla-Prie, M. (2019). Materiality: stakeholder accountability choices in hotels' sustainability reports. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. doi: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2018-0366>
24. Gursoy, D., Zhang, C., & Hengxuan, O. (2019). Determinants of locals' heritage resource protection and conservation responsibility behaviors. *responsibility behaviors*, 7. doi: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2018-0344>
25. Hana, H., (Jane), L., & Sheu, C. (2010). Application of the Theory of Planned Behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmental friendly activities. *Tourism Management*. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.03.013>
26. Heath, J. (2008). Business Ethics and Moral Motivation:.. *Journal of Business Ethics*, 49 - 58. doi: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2018-0217>
27. Hu, Q., Zhu, T., Lin, C., Chen, T., & Chin, T. (2021). Corporate Social Responsibility and Firm Performance in China's Manufacturing: A Global Perspective of Business Models. *Sustainability*, 13(4), 2388.
28. Jones, P., Hillier , D., & Comfort, D. (2015). Sustainability in the hospitality industry: Some personal reflections on corporate challenges and research agendas . *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. doi:doi: <https://doi.org/10.1108/IJC>
29. Jumelet, J., Gorgievski, M., & Bakker, A. B. (2020). Understanding business owners' challenge and hindrance appraisals. *Journal of Managerial Psychology*. doi:<https://doi.org/10.1108/JMP-11-2019-0661>

30. Kissi, E., Asare, O., Agyekum, K., Agyemang, D., & Labaran, M. (2019). Ascertaining the interaction effects among organisational citizenship behaviour, work overload and employees' performance in the Ghanaian construction industry. *International Journal of Productivity and Performance Management.*, 68(7), 1235-1249. doi: <https://doi.org/10.1108/IJPPM-07-2018-0262>
31. Khatter.A, M. L. (2019). Sustainability and corporate social responsibility in hospitality and tourism. *Analysis of hotels' environmentally sustainable policies and practices.*
doi:10.1108/IJCHM-08-2018-0670
32. Lee, W., & Choi, S. (2021). Internal and external corporate social responsibility activities and firm value: Evidence from the shared growth in the supply chain. *Borsa Istanbul Review.*
33. Li, H., & Srinivasan, K. (2019). Competitive dynamics in the sharing economy: An analysis in the context of Airbnb and hotels. *Marketing Science*, 38(3), 365-391. doi:
<https://doi.org/10.1287/mksc.2018.1143>
34. Lin, L., Hung, P., Chou, D., & Lai, C. (2018). Financial performance and corporate social responsibility: Empirical evidence from Taiwan. *Asia Pacific Management Review*, 1-11.
doi:doi:10.1016/j.apmr.2018.07.001
35. McGrath, M., Pyke , J., & White, L. (2019). Hotel analysis environmentally sustainable. *Sostenibilidad y responsabilidad social.*
36. Mitchell.R., A. J. (1997). Toward a Theory of Stakeholder Identification and Saliency: Defining the Principle of who and What Really Counts. *Academy of Management Review.* doi:
<https://doi.org/10.5465/amr.1997.9711022105>
37. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (8 de Junio de 2015). Reglamento de establecimiento de hospedajes N° 01-2015 -MINCETUR. Perú.
38. Prayag, G., & Ryan, C. (2011). Antecedents of Tourists' Loyalty to Mauritius: The Role and Influence of Destination Image, Place Attachment, Personal Involvement, and Satisfaction. *Journal of Travel Research.* doi:<https://doi.org/10.1177/0047287511410321>
39. Sam Huang, S., & Volgger, M. (2019). "Analysis of irresponsible behavior in the hospitality industry and tourism: broadening the perspective of CSR". *International journal of contemporary hotel management.*

40. Searcy, C., B. (2014). Journal of Business Ethics. *Corporate perspectives on the development and use of sustainability reports*, 121(2), 149-169.
41. Serra-Cantalops, A., & Ramon, J. (2017). Host community resignation to nightclub tourism. *Current Issues in Tourism*, 20(6), 566-579.
42. Sharma, S. (2010). systems analysis of emerging IPTV entertainment platform: Stakeholders, threats, and opportunities. *Systems Engineering*, 13(1), 95-107. doi:<https://doi.org/10.1002/sys.20135>
43. Spence, L. (2007). CSR and Small Business in a European Policy Context: The Five “C”s of CSR and Small Business Research Agenda 2007. *Business and Society Review*, 112(4), 533-552. doi:<https://doi.org/10.1111/j.1467-8594.2007.00308.x>
44. Torrecilla, J. (2006). *La entrevista*. Madrid, España: Universidad Autónoma de Madrid. Obtenido de http://www2.uca.edu/sv/mcp/media/archivo/f53e86_entrevistapdfcopy.pdf
45. Vahideh , A., Khong, k., & Kyid Yeoh, K. (2019). Motivations to undertake initiatives of RSE by independent hotels:*International journal of contemporary hotel management*
46. Zhang, S., Ding, K., Liu, W., & Zhang, H. (2021). A patent portfolio-based approach for identifying technological threat from competitors. *Technology Analysis & Strategic Management*, 1-17. doi:<https://doi.org/10.1080/09537325.2021.1948987>