



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO, HOTELERIA Y GASTRONOMIA**

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**“RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS AGENCIAS DE VIAJES DEL CENTRO
HISTÓRICO DE LA CIUDAD DEL CUSCO, 2022”**

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN TURISMO,
HOTELERIA Y GASTRONOMIA**

PRESENTADO POR:

VÍCTOR FERNANDO MURILLO PUMA

ASESORA:

Mg. ROSARIO ISABEL ARAUJO CACHAY

LIMA, MAYO 2022

DEDICATORIA

A mi familia, por ser parte importante de mi formación profesional, a quienes les debo mi vida, los principios aprendidos y valores durante mi formación profesional.

AGRADECIMIENTOS

A los docentes de la Universidad Alas Peruanas, quienes me compartieron sus conocimientos para poder lograr mis objetivos de pre grado.

A mis compañeros quienes siempre brindaron su confianza y apoyaron en mi vida universitaria.

A la escuela profesional de turismo, hotelería y gastronomía por haber sido parte en la formación académica.

ÍNDICE

CAPÍTULO I:	29
PROBLEMA	29
1.1 Planteamiento del problema	29
1.2 Formulación del problema	34
1.2.1 Problema general	34
1.2.2 Problemas específico	35
1.3 Objetivo: general y específicos	36
1.3.1 Objetivo general	36
CAPÍTULO II:	40
MARCO TEÓRICO	40
2.1 Antecedentes	40
2.2 Bases teóricas	44
2.2.1 Definición conceptual de la responsabilidad social.	44
2.2.3 Dimensiones de la responsabilidad social	52
2.3 Hipótesis	56
2.3.1 Hipótesis general	56
2.3.2 Hipótesis específicas	57
2.3.3 Definición de términos	57
CAPÍTULO III:	61

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	61
3.1 Ámbito de estudio.....	61
3.1.1 Delimitación espacial.....	61
3.1.2 Delimitación social.....	62
3.1.3 Delimitación temporal.....	62
3.2 Tipo de investigación	62
3.3 Nivel de investigación	63
3.4 Método de estudio	63
3.5 Diseño de investigación.....	64
3.6 Población, muestra, muestreo	64
3.6.1 Población de estudio.....	64
3.6.2 Muestra	64
3.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	66
a. Fuentes primarias.....	66
b. Fuentes secundarias.....	66
3.8 Procedimiento de recolección de datos	66
3.8.1 Instrumento de recolección de datos.....	66
RESULTADOS	68
3.9 Interpretación de resultados.....	68
3.9.1 Aspecto interno	69

3.9.2	Aspecto externo	69
3.9.3	Prácticas de operación	71
3.9.4	Participación activa y desarrollo	74
3.9.5	Gobernanza de la organización	77
3.9.6	Contraste de hipótesis.....	77
CONCLUSIONES		79
RECOMENDACIONES.....		81
BIBLIOGRAFÍA		82

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1 Visita a Machupicchu por comunidades aledañas	31
Figura 1.2 Inca Trail Clean-Up Campaigns.....	32
Figura 1.3 Disputa de habitantes en el acceso a la montaña Vinicunca.....	34
Figura 1.4 Basural en Machu Picchu Pueblo por mal manejo de residuos.....	38
Figura 2.1 Objetivos globales para un desarrollo sostenible.....	45
Figura 2.2 Primeras organizaciones sindicales.....	49
Figura 4.1 Empoderando negocios locales.....	70
Figura 4.2 Erosión por caballos en Humantay.....	72
Figura 4.3 Visitantes en Vinicunca.....	73
Figura 4.4 Negocios en montaña Vinicunca.....	74
Figura 4.5 Captación de fondos para la ayuda local.....	75
Figura 4.6 Turistas compartiendo alimentos ancestrales.....	76

INTRODUCCIÓN

El desconocimiento de la responsabilidad social, el cual ha traído una falta de compromiso por parte de las entidades públicas y privadas en la sociedad, ambiental y económico; olvidando la importancia del desarrollo del lugar donde operan, teniendo solo fines de lucro y beneficio propio, esta problemática ha traído a la responsabilidad social, como un factor de solución el cual se busca implantar en las organizaciones, tanto privadas y no privadas.

En este estudio se muestra la importancia de la responsabilidad social y el interés por diferentes organizaciones internacionales para ser partícipes de esta, es por ello que para el presente trabajo de suficiencia profesional se tomó como objetivo, determinar el nivel de responsabilidad social en el sector turismo de la ciudad del Cusco, con el que se desea medir el nivel conocimiento y aplicación de la responsabilidad social. Dentro de la hipótesis pretendemos encontrar gran compromiso con la responsabilidad social en el caso de las empresas de turismo en la ciudad del Cusco. Para la metodología, presenta el tipo básico, nivel descriptivo, con un diseño no experimental y transversal. Gracias al presente trabajo de suficiencia podemos apreciar que las empresas no tienen un plan de RS con los

pobladores donde estas operan, solo se ha brindado ayuda y ésta ha sido tomada como RS para captar clientes.

El primer capítulo corresponde al planteamiento del problema, dentro del cual se presenta la definición de la responsabilidad social, el estado de la problemática a nivel internacional, nacional y local; también se plantea las preguntas de la problemática y los objetivos de la investigación y la necesidad de ser estudiada.

El segundo capítulo se presenta los antecedentes donde se pudo apoyar para el desarrollo de la investigación, seguidamente se da a conocer las bases teóricas de la responsabilidad social, la evolución y dimensiones final mente se presenta la hipótesis general y específica.

En el tercer capítulo desarrollamos la metodología de investigación donde se da a conocer la delimitación social temporal y espacial, seguidamente se presenta el tipo método diseño, población y muestra

RESUMEN

Para el presente trabajo de suficiencia se tomó como objetivo, ddeterminar el nivel de responsabilidad social de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco, esto con el fin de determinar el nivel de conocimiento, importancia y aplicación de la responsabilidad social. Para ello dentro de la metodología, se considera el tipo básico, nivel descriptivo, con un diseño no experimental y transversal. Dentro de la población se tuvo a las agencias de viajes que operan en el centro histórico de la ciudad del Cusco con un total de 200 donde se encuestó a 132 agencias de viajes con un margen de error al 5%. Se menciona como resultados.

Palabras clave: Responsabilidad social, Responsabilidad Corporativa, Turismo, ISO 26000.

ABSTRACT

For the present search, the objective was to determine the level of social responsibility of the travel agencies of the city of Cusco, this in order to determine the level of knowledge, importance and application of social responsibility. For this, within the methodology, the basic type, descriptive level, with a non-experimental and transversal design is considered. Within the population, travel agencies operating in the historic center of the city of Cusco were placed with 200 where 132 travel agencies were found with a margin of error of 5%. It is mentioned as results.

Keywords: Social Responsibility, corporate social responsibility, Tourism, ISO 26000

CAPÍTULO I:

PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

La responsabilidad social es un tema que hoy en día no llega a una estandarización, las diferentes organizaciones como la OMT, las comunidades europeas nos dan diferentes definiciones y alcances. Comisión de las Comunidades Europeas (2001) afirma. «La responsabilidad social es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores» (p. 7). con esta decisión, llegamos a que las empresas tienen por responsabilidad buscar el desarrollo de la comunidad donde se desarrolla. También se puede citar a Kotler y Lee (2005) quienes nos dicen: «corporate social responsibility is a commitment to improve community well-being through discretionary business practices and contributions of corporate resources» (p. 3). Podemos entender que incorporar la responsabilidad es un compromiso que busca mejorar el bienestar de la comunidad a través de prácticas comerciales.

Esta variación en el entendimiento sobre la responsabilidad social ha complicado el entendimiento de las empresas de turismo sobre el rol que deben cumplir. La responsabilidad social no es un tema solo de empresas ya que también llega a la sociedad como responsabilidad social individual, responsabilidad social

gubernamental y responsabilidad social universitaria. Este 4to aspecto de responsabilidad ha presentado un desarrollo en países europeos, con esta situación nos enfocamos en la realización. A esta situación es necesario asumir la responsabilidad social como parte del crecimiento como sociedad.

En el Perú, según el reporte de Jordán, Rudy (2015) en el diario El Comercio, son 65 empresas que destacan su responsabilidad social en las cuales se encuentra LATAM como empresa inversa en el turismo (Jordan, 2015). Podemos encontrar que la responsabilidad social no es de importancia en las empresas, La Cámara de Comercio (2015) en su informe especial, cita a Malena Morales directora de Backus quien da a entender que la responsabilidad social no solo es responsabilidad social de las grandes empresas, también es de importancia en las PYMES, no existe un la posibilidad de tener un negocio sostenible si no trabajamos de la mano con la población o partes de interés, con estas acciones se busca fomentar una cadenas de valor la cual invite a nuevas empresas a ser parte de la responsabilidad social (Cámara de Comercio, 2015).

Dentro de las definiciones encontramos a Babachan (2017) quien dice que: «Una empresa sostenible será aquella que cree valor para sus accionistas, para la sociedad y el medioambiente» (p. 56).

En el ámbito regional, podemos señalar que en Cusco las empresas privadas presentan programas de responsabilidad social, en un claro ejemplo podemos mencionar a las agencias de Cusco, como es Alpaca Expeditions (véase figura

numero 1.1) donde se desarrollan programas con comunidades y políticas en desarrollo sustentable.

Figura 1.1

Visita a Machupicchu por comunidades aledañas



Nota. Programa de responsabilidad social por parte de Alpaca Expedition donde se realiza un viaje a Machupicchu con los porteadores y sus familias. Tomada de (Alpaca Expedition, 2018)

En el ámbito local, en el centro del Cusco solo se presentan programas de responsabilidad social por parte de las municipalidades donde se ejecutan programas en beneficio de la población, pero estos programas no llegan a tener un enfoque de desarrollo dentro del centro histórico. Se toma como ejemplo a la agencia de viajes Alpaca Expedición como una de más empresas con mayores reconocimientos a nivel nacional quien desarrolla actividades de responsabilidad social, la empresa en mención cuenta con diferentes reconocimientos como la de Tripadvisor, Mincetur, Latin America Excellence Model, entre otros. Raul Ccolque Ccolque dueño y gerente de Alpaca expeditions nos dice. «We serve Pachamama,

Mother Earth, and work hard to keep our planet clean and green. We leave no trace behind and leave the trail looking better than we met it» (Ccolque, 2019) (vease figura número 1.2). Esto nos da a entender que la empresa está al servicio de la tierra, para lo cual tiene como política mantener nuestro planeta limpio para no dejar desechos para hacerlo mayor.

Figura 1.2

Inca Trail Clean-Up Campaigns



Nota. Porteadores limpiando el sendero por parte de Alpaca Expedition. Tomada de (Alpaca Expedition, 2019)

Dentro del ámbito regional podemos mencionar a diferentes empresas con responsabilidad social, entre ellas mencionamos a Tourinperu, Hotel Libertador, Turismo Mer, Accorhotel, Icpna, entre otras empresas de responsabilidad social. Fortunato Brescia y María Catalina Cafferata en la página web del hotel Libertador nos dice: «El eje principal de los proyectos de los hoteles Libertador es el contribuir

de manera sostenible con las comunidades vecinas. No se trata de ofrecer asistencialismo, sino algunas soluciones a la problemática de la población que luego la misma comunidad sea capaz de mantener en el tiempo» (Cafferata & Brescia, 2019). Es clara la participación de las empresas en actividades de responsabilidad social.

Considerando las variables de la responsabilidad social, es claro que las empresas de Cusco llevan a cabo parte de la responsabilidad social, en una revisión en las páginas web de algunas empresas quienes alegan realizar responsabilidad social, no cumplen con la responsabilidad social en su totalidad realizando solo alguna actividad de apoyo a la comunidad y usando esto como estrategia promocional.

La carencia en el control por parte de las entidades del gobierno, como son Dircetur, Mincetur, Municipalidad del Cusco, a las empresas de turismo ha generado un desorden en el manejo de las empresas del turismo, así mismo esta carencia de control fomenta al incumplimiento en la responsabilidad social, creando intereses solo monetarios más no sociales (véase figura numero 1.3). Esto ha traído consecuencias significativas donde en muchas ocasiones los turistas pierden el interés por volver ya que el trato que reciben es interesado, el descuido de los lugares visitados, la falta de empatía por la empresa operadoras es muestra de la falta de compromiso e incluso la carencia del lado humano por los operadores.

Figura 1.3

Disputa de habitantes en el acceso a la montaña Vinicunca



Nota. Acceso restringido a visitantes por las disputas de los pobladores aledaños a la montaña Vinicunca. Foto tomada de (diarioelsolcusco, 2018).

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cómo se desarrolla la responsabilidad social en las agencias de viajes en el centro histórico de la ciudad del Cusco, 2020?

1.2.2 Problemas específico

- a) ¿Cuál es el aporte de la responsabilidad social en su dimensión gobernanza la organización humanos en las agencias de viajes del centro histórico de la ciudad del Cusco?
- b) ¿Cuál es el nivel de responsabilidad social en su dimensión derechos humanos en las agencias de viajes del centro histórico de la ciudad del Cusco?
- c) ¿Cuál es el compromiso en la responsabilidad social en su dimensión prácticas laborales en las agencias de viajes del centro histórico de la ciudad del Cusco?
- d) ¿Cuál es el desempeño de la responsabilidad social en su dimensión de Medio ambiente en las agencias de viajes del centro histórico de la ciudad del Cusco?
- e) ¿Cuál es el resultado de la responsabilidad social en su dimensión práctica Justas de operación en las agencias de viajes del centro histórico de la ciudad del Cusco?
- f) ¿Cuál es el nivel de la responsabilidad social en su dimensión asuntos de consumidores en las agencias de viajes del centro histórico de la ciudad del Cusco?
- g) ¿Cuál es el desempeño de la responsabilidad social en su dimensión participación activa y desarrollo de la comunidad en las agencias de viajes del centro histórico de la ciudad del Cusco?

1.3 Objetivo: general y específicos

1.3.1 Objetivo general

Determinar el nivel de responsabilidad social en las agencias de viajes del centro histórico de la ciudad del Cusco, 2020

1.3.2 Objetivos específicos

- a) Evaluar la responsabilidad social en su dimensión gobernanza de la organización en las agencias de viajes del centro histórico de la ciudad del Cusco.
- b) Evaluar la responsabilidad social en su dimensión derechos humanos en las agencias de viajes del centro histórico de la ciudad del Cusco.
- c) Evaluar la responsabilidad social en su dimensión prácticas laborales en las agencias de viajes del centro histórico de la ciudad del Cusco.
- d) Evaluar la responsabilidad social en su dimensión Medio ambiente en las agencias de viajes del centro histórico de la ciudad del Cusco.
- e) Evaluar la responsabilidad social en su dimensión prácticas Justas de operación en las agencias de viajes del centro histórico de la ciudad del Cusco.
- f) Evaluar la responsabilidad social en su dimensión asuntos de consumidores en las agencias de viajes del centro histórico de la ciudad del Cusco.

- g) Evaluar la responsabilidad social en su dimensión participación activa y desarrollo de la comunidad las agencias de viajes del centro histórico de la ciudad del Cusco.

1.4 Justificación social

Gracias a la responsabilidad social se ha podido evidenciar el desarrollo local de muchas comunidades o zonas rurales donde su desarrollo es precario. La aplicación de la responsabilidad social nos permite que muchas empresas se comprometan con comunidades, centros poblados e incluso ciudades para su mejora de forma social, económica y ambiental. Con este estudio buscamos llegar a las empresas y dar a entender la importancia que tienen con el desarrollo, llegar al lado filantrópico donde nos preocupamos por los demás, donde trabajamos con y para quienes lo necesitan, dejando de lado la avaricia por parte de algunos operadores.

1.5 Justificación ambiental

El cuidado del ambiente es una preocupación global donde muchos países instan en la protección de medio ambiente, con este estudio se busca instaurar la responsabilidad social con propósitos de protección ambiental, así mismo, fomentar la creación y participación en programas de cuidado ambiental. Este estudio busca el desarrollo de la empresa de forma sostenible, buscando la rentabilidad a largo plazo sin comprometer generaciones futuras, cuidando el medio ambiente (véase figura número 1.4).

Figura 1.4

Basural en Machu Picchu Pueblo por mal manejo de residuos



Nota. Manejo de residuos de la ciudadela de Machupicchu. Foto tomada de (El Comercio, 2016)

1.6 Justificación económica

El crecimiento económico no debe ser de unos pocos, si no de la población en conjuntos, dotarlos de herramientas para su solvencia es imperante ya que así permitimos brindar las herramientas necesarias para otros quienes obtuvieron diferentes posibilidades. Por ello con este estudio buscamos dar a entender la responsabilidad en todos sus alcances, poniendo a la población como objetivo de responsabilidad social. Dentro de la responsabilidad económica se involucra la empresa con el medio que lo rodea gracias a ello podemos participar con zonas

donde el crecimiento económico es precario, creando posibilidades, alternativas o ideas de desarrollo. Con este estudio se busca aplicar la responsabilidad social en todas las empresas, y así obtener el crecimiento económico no solo por parte de los empresarios, también de la sociedad.

1.7 Justificación política

Los entes reguladores no consideran la responsabilidad social como una estrategia de crecimiento a largo plazo y no considera la trascendencia que la misma puede generar. En el caso de las agencias de viajes, son estas las que tiene un mayor contacto con poblaciones donde otros sectores no están.

Los decretos supremos que crea el programa “Perú responsable” decreto supremo n° 015-2011-tr y resolución de coordinación ejecutiva n° 030 – 2016-pr/ce (véase anexo a y b) que fomenta la responsabilidad social la cual no ha tenido mayor impacto ya que la informalidad de agencias de viajes es del 70% según la tesis de Jorge Luis Yabar (Yabar Zamalloa, 2016, pág. 58)

CAPÍTULO II:

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

- a) **Peña, David y Serra, Antoni (2014)** en su artículo científico: «*La práctica de la responsabilidad social empresarial. Estudio de caso en el sector turístico*» presentado en la universidad de Magdalena, Colombia, publicado en la revista **Innovar Journal**.

El objetivo aportar al análisis, discusión y construcción de modelos epistémico-prácticos de RSE en turismo y, más concretamente, en el sector hotelero donde detalla la escasa información y definición de la responsabilidad social empresarial, y las empresas que la practican son escasas.

Dentro de la metodología se da el estudio de caso, el cual estudia un fenómeno dentro de un contexto de la vida real; como objetivo se centra en analizar la empresa de forma integral, descripción de situaciones, explicar resultados y validación. La metodología presenta 3 partes donde podemos ver una exhaustiva revisión de la literatura científica donde trata sobre las teorías de responsabilidad revisión social, enfoca dando en su aplicación práctica al mundo

de las organizaciones, así mismo se dio una recolección y puesta en marcha de un diagnóstico situacional en materia de responsabilidad social sobre el establecimiento turístico del estudio y finalmente el análisis, sistematización y redacción del estudio de caso.

La presente investigación da a conocer la importancia de las empresas de turismo y su desempeño el incremento de PBI mundial, actualmente las empresas de turismo están mayormente ligadas a la responsabilidad social ya que su campo de relación se da con la población con actividades como turismo cultural, rural, participativo, etc. llevando crecimiento económico, social y ambiental. Se puede observar la invitación de la parte académica al mundo empresarial para la incorporación de la responsabilidad social.

- b) **Peña**
- c) **(2018) en su tesis doctoral: «La práctica de la responsabilidad social empresarial en el sector turístico. estudio de casos en empresas turísticas hoteleras de la ciudad de Santa Marta, Colombia» presentada en la Universidad de Málaga.**

En esta investigación se aprecia como objetivo identificar, diagnosticar y evaluar las prácticas de las responsabilidades sociales empresariales, así mismo se proponen planes de mejora en el uso de RSE. Dentro de la investigación encontramos el estudio de caso, el cual está bien aceptado en relación entre las ciencias sociales y en corte en los estudios de caso empresarial. Se llega a la

conclusión que la acción de las en la responsabilidad social es mínima, se considera las motivaciones expertas como el crecimiento económico, la filantropía como, final mente se identifican las áreas de acción de los hoteles.

- d) **Rosales, Astete (2012) en su tesis: «Responsabilidad social empresarial en establecimientos de hospedaje del distrito de Tarma»** presentado en la Universidad Nacional del Centro del Perú.

Realiza una investigación con el propósito de determinar el nivel de responsabilidad social del establecimiento de hospedaje de la localidad de Tarma, donde se aplicó el estudio descriptivo; dentro de los resultados se encontró un nivel bajo en responsabilidad social empresarial, las cuales se consideran innecesarias y poco relevante en relación a la gestión hotelera.

- e) **Workeferahu, Yohannes (2014) en su investigación: «The Corporate Social Responsibility Practices and Concerns of Addis Ababa University: Implications for Higher Learning Institutions in Ethiopia»** presentada en la Universidad de Addis Ababa.

El propósito de la investigación es entender la responsabilidad social corporativa también entendida como (CSR) puesto en práctica por la universidad de Addis Abba. El problema de la CSR en el contexto del alto aprendizaje como institución es el poco estudio que se desarrolla en temas de responsabilidad social. El

estudio fue basado en el caso de estudio análisis en la universidad más antigua en Etiopía. Esta investigación fue guiada por entrevistadores, estudiantes, comunidades locales que rodean la universidad y el cuerpo administrativo de la universidad. Se pudo evidenciar que hay necesidad en los esfuerzos para mejorar la responsabilidad social de la universidad. La recomendación del estudio nos da a conocer la importancia de la responsabilidad y la necesidad para implementarla en las universidades para que en un futuro podamos aplicarla a la ciudad.

- f) **Popa, Oana (2012) en su artículo científico: «*Social responsibility - a viable instrument for sustainable development of the tourism industry in south west Oltenia*» presentado en la universidad de Craiova.**

El estudio muestra la necesidad de constituir políticas de responsabilidad social para construir un desarrollo sustentable necesario para recuperación socio-económica en Rumania. El estudio incluye a un grupo de 68 hoteles en 5 países de sur este de Oltenia. Los datos para la investigación fueron recogidos por acceso a páginas oficiales de cada hotel para analizar el grado de implementación de responsabilidad social. Se encuentra la falta de transparencia y el involucramiento de la responsabilidad social en el hotel industria in sur este de Obtenía. Los estudios muestran que el establecimiento el sector de turismo en la región analizada está lejos de alcanzar un estándar internacional, la

adopción de recomendaciones en la mejor práctica sería un importante paso en directos de conectar el turismo sustentable in Rumania.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Definición conceptual de la responsabilidad social.

Dentro de la definición podemos citar a ISO 26000, quien nos habla que es la responsabilidad de una organización por los impactos, decisiones y actividades en la sociedad y el medioambiente a través del comportamiento transparente y ético la cual contribuye al desarrollo sostenible la justicia y salud, tomando en cuenta a las partes interesadas de conformidad con la ley aplicable y coherente con las normas internacionales de comportamiento, se integra en toda la organización y se practica en todas sus relaciones (véase figura numero 2.1)

« is the responsibility of an organization for the impacts of its decisions and activities on society and the environment, through transparent and ethical behavior that : Contributes to sustainable development, including the health and welfare of society, Takes into account the expectations of stakeholders, Is in compliance with applicable law and consistent with international norms of behavior, Is integrated throughout the organization and practiced in all its relationships» (International Organization Standardization, 2018, p. 3)

También se puede citar a la Comisión de las Naciones Europeas (2001) donde dice que la responsabilidad social es: «integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores» (p. 6)

Figura 2.1

Objetivos globales para un desarrollo sostenible



Nota. Obtenido de (TQCS International, 2017)

Tabla N° 1:

Definición conceptual de la responsabilidad social por organismos internacionales

Autor	Conceptos internacionales de la Responsabilidad Social
World Business Council for Sustainable Development WBCSD (2000)	«Es el compromiso que asumen las empresas para contribuir al desarrollo sostenible, trabajando con sus empleados, sus familias y la comunidad local, así como con la sociedad en su conjunto, para mejorar su calidad de vida». (p. 2)
Libro Verde de la Comisión Europea (2001 y 2011)	«La integración voluntaria, por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores» (p. 7).
Asociación Española de Normalización AENOR (2002)	«Las empresas y otro tipo de organizaciones pueden y deben contribuir al desarrollo sostenible a través del compromiso decidido de sus líderes para establecer una cultura de integridad, transparencia, honestidad y cumplimiento »

Asociación Española de Contabilidad y administración AECA (1998) «Es el compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medio y ambiente. Desde su composición social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con quienes interactúan» (p. 19).

Programa de Investigación para la Promoción Humana Fundación Prohumana (2002) « reciprocidad y un impulso a construir una comunidad que dé sentido de pertenencia, identidad, vínculo y solidaridad a las personas (p. 11)».

ISO 26000 «La responsabilidad social es una organización antes de los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente mediante un comportamiento ético y transparente»

Fuente: Elaboración en base a la revision bibliografica.

Con estas definiciones de Responsabilidad Social para el presente trabajo tomaremos al ISO 26000 el cual es propicio para los objetivos que se desea alcanzar considerando la problemática.

2.2.2 Evolución histórica de la responsabilidad social

La responsabilidad social es un término que tiene un largo recorrido histórico, inicialmente la RS no era conocido como definición, pero su práctica y su propósito era de practica y preocupación para algunos. Zaratustra, filósofo persa del año 1767 a.c. propuso un término «Vohû Khshathra Vairya» el cual sería el origen a lo que hoy conocemos como responsabilidad social, esta frase representaba tres acciones: buenos pensamientos, buenas palabras, y buenas acciones. Posteriormente este personaje serio juzgado por su pensar e incluso por crear una ideología que movía fuera del conformismo de la gente (Cardona, 2019). Con el transcurso del tiempo, los diferentes conflictos sociales, luchas por derechos, lucha contra la desigualdad, entre otros, han tenido propósitos los cuales hoy la responsabilidad social busca solucionar.

En el siglo XX la responsabilidad social empezó a emerger no solo en el campo académico, también nació tras la presión de grupos sociales, la revolución industrial, las luchas por los derechos, revolución francesa, nacimiento de los sindicatos, asaciones, organizaciones (véase figura 2.2) y más que buscaban igualdad para las personas involucradas, preocupación por temas ambientales, respeto por el área de intervención, partes involucradas y justicia en políticas. Todas estas con miras al desarrollo con responsabilidad social.

Figura 2.2

Primeras organizaciones sindicales



Nota. Primeros movimientos en busca de la igualdad y con miras a una futura responsabilidad social. Tomada de (Características, 2019)

Juan Guillermo Correa Jaramillo nos dice que: «Las acciones de RSE se incrementaron, especialmente en la década de 1930, a raíz de la gran depresión, ocasionada por la crisis bursátil, la cual trajo como consecuencia el desempleo masivo y la pobreza» (Correa Jaramillo, 2007) este es un claro referente a los constantes problemas por diferentes fenómenos,

Al final del siglo XX, la empresa como tal, ya estaba en un rumbo de competitividad ante otras empresas, esto ha dado lugar a un búsqueda de la innovación y la preocupación por temas sociales, medioambientales y económicos. Este modo las

investigaciones muestran que, ante un mundo de basta competencia, los consumidores toman en cuenta donde es su lugar de consumo, Álvarez, Manuel (2018) nos dice que el 80% de consumidores no solo basa su compra en criterios intangibles, como calidad precio o servicio, también en el impacto que esta ocasiona.

Gaspar Berbel Giménez, Juan David Reyes Gómez y Mauricio Gómez Villegas (2007) nos hablan de 3 niveles etapas en la evolución de la responsabilidad social, la primera se denomina la responsabilidad social de la empresa, dentro de esto encontraríamos la responsabilidad jurídica, económica y voluntariedad todo esto en un sentido filantrópico. La segunda es la sensibilidad social de la empresa donde la empresa tiene que responder por demandas sociales. Y la tercera es la actuación social de la empresa la cual está enfocado esencialmente con los stakeholders.

Tabla N° 2:

Evolución en las definiciones conceptuales de la responsabilidad social

Autor	Antecedente teórico Evolución del concepto de RS
Carrol Archi (1979)	«Identifica un modelo de responsabilidad social el cual se encuentra seccionado en cuatro elementos: filantropía, ética, economía, y aspectos legales» (p. 499).
Tommy Jones, (1980)	«La RS se relaciona con la conciencia de que las organizaciones tienen obligación con los diferentes grupos de la sociedad, más allá de lo indicado por la normativa jurídica» (p. 59-67).
Fabrizio Crittenden (1992)	«Las organizaciones son responsables de cualquier afectación positiva o negativa derivada de sus operaciones sin importar la naturaleza de las mismas» (pág. 7th edned).
Michael Porter y Mark Kramer (2006)	«La responsabilidad social es un concepto amplio que involucra a todos los aspectos operativos de las organizaciones y sus efectos relacionados» (págs. 78-90).

Michael Hopkins «Identifica plenamente los grupos de interés de la (1998) responsabilidad social y la obligación intrínseca hacia cada uno de estos elementos». (p. 214,215).

Fuente: Elaboración en base a la revision bibliografica.

La responsabilidad social lleva alrededor de 5 décadas, dentro de estas se ha desarrollado en diferentes formas como la RSE, RSU, RSG, RSI, ente otras, hoy el día se apertura a diferentes definiciones enfocadas en su entorno. La RS tiene un alto crecimiento ya que hoy en día se enfoca al desarrollo sostenible y la responsabilidad social es una opción sostenible para alcanzar el desarrollo sostenible tanto en las empresas privadas y públicas.

2.2.3 Dimensiones de la responsabilidad social

Según el ISO 26000 nos presenta 7 dimensiones de la responsabilidad social, las cuales son: 1) Gobernanza de la organización 2) Derechos humanos 3) Prácticas laborales 4) prácticas laborales 5) Medio ambiente 6) Practicas justas de operación 7) Asuntos de consumidor 8) Participación activa y desarrollo de la comunidad.

2.2.3.1 **Gobernanza de la organización:** Aguilar Luis (2006) citado por Carlos E. Quintero (2017) nos dice que es: «el proceso mediante el cual los actores de una sociedad deciden sus objetivos de convivencia — fundamentales y coyunturales y las formas de coordinarse para realizarlos: su sentido de dirección y su capacidad de dirección» (p. 41)

esto nos da a tender que lo más importante en la gobernanza es la forma de llevar el gobierno, cuáles son sus implicaciones, su arena de desenvolvimientos, entre otros.

La gobernanza en la responsabilidad social tiene como propósito fomentar la actividad de una empresa con fines de desarrollo, quiere decir que dentro de los planes de la gobernanza se debe considerar el área donde se desarrolla la organización

2.2.3.2 Derechos humanos: Las Naciones Unidas con el apoyo de la Unión Parlamentaria, nos dicen que los derechos humanos son:

«universales porque están basados en la dignidad de todo ser humano, con independencia de la raza, el color, el sexo, el origen étnico o social, la religión, el idioma, la nacionalidad, la edad, la orientación sexual, la discapacidad o cualquier otra característica distintiva» (p. 22)

Orientando la presente definición de Derechos Humanos a la responsabilidad social, damos por entender que las actividades de las empresas en la sociedad no tiene que vulnerar los derechos humanos, mas por le contrario, debe fomentar el desarrollo en la localidad de operación. La responsabilidad social esta comprometida con las localidades donde se desarrollo, llevando oportunidades, educacion y otros.

- 2.2.3.3 **Practica laborales:** Según la revisión de otras investigaciones, las buenas practicas es un tema de creciente en el cual no se pude dar una definición exacta o aceptada por un grupo, en la investigación de Rodolfo Erostequi Torres (2011) no dice que: «una empresa no podrá certificar una buena práctica laboral, si en ella no reina la Ley laboral. Por ello una base de Buena Práctica Laboral es el cumplimiento de la normativa vigente» (p. 34) con esto podemos dar a conocer que el respeto por lo derechos de un trabajador seria el inicio a las buenas practicas laborales, gracias a ello podemos no solo respetar si no fomentar la fidelidad en el trabajo par aun mayor desempeño.
- 2.2.3.4 **Medio ambiente:** Pnuma nos habla que el medio ambiente es: «Todos los factores externos, las condiciones, y las influencias que afectan a un organismo o a una comunidad» esto comprende toda área geográfica de un espacio físico, donde se desarrollan diferentes actividades, ya con o sin intervención de hombre. El medio ambiente tiene un roll sumamente importante ya que es esta la que nos permite el desenvolvimiento de nuestras actividades, por ello se promueve el desarrollo sostenible que busca fomentar el desarrollo sin alterar de forma drástica el medio ambiente, sin comprometer a generaciones futuras.
- 2.2.3.5 **Practicas justas de operación:** Para la definición de prácticas justas de operación, se dio la evaluación de exposiciones o trabajos prácticos, Construvicol S.A. a través Studylib nos aproxima en la definición: «Las

prácticas justas de operación se refieren a la conducta ética de una organización en sus transacciones con otras organizaciones. Incluyen las relaciones entre organizaciones y agencias gubernamentales» (Construvicol S.A., 2019). La buena práctica de operaciones se refiere a las acciones tomadas por una organización para su operación, esta debe tener competencia justa y transparente, con ellos garantizamos una competencia justa la cual permita un crecimiento y oportunidad a empresas jóvenes.

2.2.3.6 Asuntos de consumidor: Según Margarita Billón Currás (2009) citado por Raiteri, Melisa (2016) nos dice: «las relaciones entre la psicología y la economía pueden enfocarse desde muy distintas perspectivas. Ambas son ciencias del comportamiento humano, que se interesan por el comportamiento desde distintas perspectivas» (p. 10). En el siglo XXI el neuromarketing ha tomado mucha fuerza como una forma de llegar a los consumidores, ya no nos basamos en lo que realmente necesita el cliente, nos enfocamos en qué más podemos venderle, y vemos diferentes estrategias para poder incentivar la compra, estamos en una era donde el asunto del consumidor importa poco, ya que solo queremos alcanzar mayores ventas. La responsabilidad en su definición específica, que una empresa tiene que ser responsable con su

consumidor, en esto las empresas quienes venden sus productos o servicios sin considerar al cliente realmente lo necesita, no estaríamos siendo responsables con nuestra población.

2.2.3.7 Participación activa y desarrollo de la comunidad: La participación de la comunidad en la cual la organización actúa tiene que, de mucho interés, para alcanzar el ISO 26000, la comunidad tiene que involucrarse con la organización, siendo parte de su planeación y no tomándolo como un agente externo. Este principio evita que las organizaciones se limiten de realizar actividades en beneficio de la comunidad, (Gómez, 2010). Los enfoques de desarrollo sostenible dados por la OMT, los cuales se aplican a nivel internacional, tienen como objetivo en desarrollo económico, igualdad, entre otros, todos estos en miras al involucramiento las comunidades para poder generar oportunidad de desarrollo, con este la participación activa de las comunidades es de suma importancia para alcanzar la responsabilidad social.

2.3 Hipótesis

2.3.1 Hipótesis general

Se encuentra gran compromiso con la responsabilidad social por parte de las agencias de viajes en el centro histórico de la ciudad del Cusco.

2.3.2 Hipótesis específicas

- a) El aporte de la responsabilidad social en su dimensión gobernanza de la organización es buena en las agencias de viajes del centro histórico de la ciudad del Cusco.
- b) El aporte de la responsabilidad social en su dimensión derechos humanos es bueno en las agencias de viajes del centro histórico de la ciudad del Cusco.
- c) El aporte de la responsabilidad social en su dimensión prácticas laborales es bueno en las agencias de viajes del centro histórico de la ciudad del Cusco.
- d) El aporte de la responsabilidad social en su dimensión de medio ambiente es bueno en las agencias de viajes del centro histórico de la ciudad del Cusco.
- e) El aporte de la responsabilidad social en su dimensión prácticas justas de operación es bueno en las agencias de viajes del centro histórico de la ciudad del Cusco.
- f) El aporte de la responsabilidad social en su dimensión Asuntos de consumidores es buena en las agencias de viajes del centro histórico de la ciudad del Cusco.
- g) El aporte de la responsabilidad social en su dimensión Participación activa y desarrollo de la comunidad es buena en las agencias de viajes del centro histórico de la ciudad del Cusco.

2.3.3 Definición de términos

- 2.3.3.1 **AECA:** Asociación Española de Contabilidad y administración responsabilidad social

- 2.3.3.2 **AENO:** Asociación Española de Normalización
- 2.3.3.3 **Desarrollo social:** Según Uribe (2014) no habla que el desarrollo social es el resultado en el crecimiento de la esperanza de vida, mortalidad infantil, ingreso disponible, acceso a servicios sociales todo esto con enfoque a garantizar el bienestar vivencial. El desarrollo social puede darse gracias a la responsabilidad social ya que, parte de la responsabilidad social es la preocupación por el área donde se desarrolla la entidad o empresa, con en este sentido con la responsabilidad social se busca incorporar programas de ayuda, capacitación, salud, y otros. Todos con objetivos de buscar el desarrollo de la comunidad que nos rodea.
- 2.3.3.4 **Desarrollo económico:** El desarrollo económico es parte de la responsabilidad social, no solo se busca asistencialismo a personas con discapacidades, también es el fortalecimiento económico de una sociedad con actividades o programas que ayuden a la población ser sostenible por sí misma Frinkle (2017) no dice que: «el desarrollo económico trata de crear lugares donde la gente quiera invertir, trabajar y vivir. Se trata de hacer conexiones entre la gente, las compañías, las instituciones y las comunidades». Esto nos da clara idea de la responsabilidad por parte de las empresas en la actuación con su área de desenvolvimiento.
- 2.3.3.5 **Dircetur:** Dirección De Comercio Exterior Y Turismo.

- 2.3.3.6 **Ética:** la universidad de Pamplona nos dice que la: «Ética es la ciencia o disciplina que define las leyes o normas a que debe conformarse la actividad o el comportamiento humano para que sea realmente humano» (p 2). La ética tiene gran relacion con la responsabilidad social ya que con la RS se busca participacion por parte de las empresas para involucrarse con con las areas donde se desarrollan, entonces, es ético y de buena actitud que las ampresas busquen el desarrollo de una localidad.
- 2.3.3.7 **Filantropía:** En un acto el cual está destinado a la ayuda de los demás, de forma voluntaria sin intereses de beneficios e intereses. Sanborn & Portocarrero nos dice que es: «entendida como aquella práctica consistente en donaciones realizadas por empresas sin fines de lucro a través de diferentes mecanismos y formas institucionales» (p. 6)
- 2.3.3.8 **Mincetur:** Ministerio De Comercio Exterior Y Turismo (Mincetur).
- 2.3.3.9 **RSE:** Responsabilidad social empresarial (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001).
- 2.3.3.10 **RSU:** Responsabilidad social universitaria (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001).
- 2.3.3.11 **RSG:** Responsabilidad social gubernamental (Comision de las Naciones Europeas, 2001).
- 2.3.3.12 **Turismo:** El turismo es una actividad que dia a dia toma mayor importancia sobre todo en los países en desarrollo, el interés político por esta cada dia es mayor ya que el turismo demuestra la capacidad de

crecimiento económico, social y ambiental de una localidad. Podemos decir que el turismo es: «fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales» (OMT, 2019).

2.3.3.13 **Porteador:** En el desarrollo del trekking en las diferentes rutas, se hace el uso de personal quienes se encargan de ayudar a los visitantes y agencias con los equipajes u otros implementos necesarios para asegurar un viaje seguro, cómodo y placentero. La Enciclopedia jurídica nos dice que porteador es, «Quien portea o transporta personas o cosas por oficio o precio. Se concreta al transporte terrestre, incluido el efectuado por ríos y camiles» (Enciclopedia jurídica, 2020).

CAPÍTULO III:

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Ámbito de estudio

3.1.1 Delimitación espacial

El estudio se llevó a cabo en el centro histórico ciudad del Cusco, y según la ley N° 30696 (véase anexo c) con el respaldo del Instituto Nacional de Cultura con rj.n° 348-91-inc/j del 18 de marzo de 1991 nos dice que el centro histórico de la Ciudad de Cusco está delimitado por el trazo desde la plaza de San Cristóbal hasta la carretera de Saqsaywaman; esta continua hasta el sector de Sapantiana y el encuentro de la calle Tandapata, calle Tres Cruces hasta Paclachapata, y el encuentro con el antiguo camino Inca, conocida como carretera Circunnavegación, calle Yurac Punco, Jr. Retiro hasta el parque de Huanchac, volviendo este trazo en forma paralela hasta la Av. De la cultura; Av. Huayna Capac luego hasta Av. Huascar, Av, Pachacutec, considerando los límites de la estación ferrocarril de Huanchac hasta el encuentro de las avenidas del ejército, el Sol y Tullumayo, Av. Ejército, Av. Grau y Av. Belenpata; continua hasta la calle Bellarista, Quiebra y continua por Rocotopata, se alinea con todo el cementerio Almudena, considerando la paralela a una cuadra de calle Almudena hasta la línea férrea, prosigue por la calle Umachata hasta la línea férrea, el límite del barrio de Santa Ana hasta la línea

férrea continua en la Av. De la Raza hasta la antigua hasta el río Sapi, carrera Saqsaywaman hasta San Cristóbal. (Instituto Nacional de Cultura, 1999)

Tiene una latitud: -13.5226400 y longitud: -71.9673400.

La ciudad del Cusco se encuentra en una altitud de 3350 m.s.n.m.

3.1.2 Delimitación social

El estudio se llevó a cabo en 132 agencias de viajes ubicadas dentro del centro histórico del Cusco.

Se aplicó a 132 gerentes de agencias de viajes, en los cuales se llevó las encuestas.

3.1.3 Delimitación temporal

El estudio se desarrolló en agosto – noviembre del año 2021

3.2 Tipo de investigación

El estudio fue de tipo básica, ya que el fin de este método de investigación es incrementar el conocimiento ya existente. Al respecto Tam, Vera, & Oliveros (2008) dice que la investigación básica tiene como objetivo mejorar el conocimiento que beneficiará a la sociedad en un futuro inmediato. (pp. 146,147)

Esto nos ayudó a entender el nivel de responsabilidad social y esencialmente contribuir al conocimiento actual que se tiene de la responsabilidad social para incentivar la práctica de la responsabilidad social.

3.3 Nivel de investigación

El presente estudio es de nivel descriptiva ya que se busca detallar fenómenos sucesos o situaciones. Al respecto del nivel de investigación descriptiva Hernández Zampieri (2014) nos dice, «busca detallar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a análisis» (Hernández, 2014, p. 92).

3.4 Método de estudio

Se utilizará el método inductivo y sintético, porque con nuestro objeto de estudio, deduciremos que las entidades no estudiadas tienen el mismo resultado. Al respecto Abreu (2014) nos dice «Plantea un razonamiento ascendente que fluye de lo particular o individual hasta lo general. Se razona que la premisa inductiva es una reflexión enfocada en el fin» (p. 200).

Acerca del método de estudio sintético, Gabriela moran (2010) nos dice que: «Consiste en integrar los componentes dispersos de un objeto de estudio para estudiarlos en su totalidad» (p. 12). Sintetizaremos a nuestra población y de ello induciremos para el mismo resultado para la población total o no entrevistada.

3.5 Diseño de investigación

El diseño de investigación será no experimental y transversal. No experimental por que no se manipulará la variable, solo se limitará a la observación los fenómenos del objeto de estudio, tal como señala Hernández Sampieri (2014), «es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para analizarlos» (p. 152). Es transversal porque la recolección de datos se dará en una sola medición.

3.6 Población, muestra, muestreo

3.6.1 Población de estudio

La población del presente trabajo estuvo constituida por 200 empresas de agencias de viajes seleccionadas del centro histórico de la ciudad del Cusco. Estos datos proporcionados por la Mincetur (Mincetur, 2019)

3.6.2 Muestra

La muestra es la representación de un todo, en tal sentido utilizamos la presente fórmula para representar a un grupo mayor existente, para ello se dió el muestreo aleatorio simple probabilístico, ya que se escogerá a los objetos de estudio sin considera características, Tamara Otzen y Carlos Manterola (2017) nos dicen que: «Las técnicas de muestreo probabilísticas, permiten conocer la probabilidad que cada individuo a estudio tiene de ser incluido en la muestra a través de una selección al azar» (p. 227)

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

Donde:

n= Tamaño de muestra

Z= nivel de confianza es del 95%

P= 0.5

Q= 0.5

N= 200

E= 5%

$$n = \frac{1.96 * 0.5 * 0.5 * 200}{(200 - 1)0.05^2 + 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$

$$n = 132$$

Las entrevistas serán realizadas a 132 agencias de viajes del centro histórico del Cusco escogidas al azar.

3.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

a. Fuentes primarias

Encuestas: consistió en la formulación de preguntas estratégicas con los cuales se busca resolver el problema de investigación, esta aplicación se dió tanto a los dueños de agencias de viajes y a las áreas donde trabajan.

b. Fuentes secundarias

Se consideró fichas de observación: las cuales ayudaron a identificar y reconocer el alcance de la responsabilidad por parte de la agencia de viajes en los sectores donde opera.

Se emplearon tesis, que tenían relación con el propósito de investigación, esto ayudo a entender a mayor amplitud el problema de investigación

Estadísticas, brindadas por diferentes organizaciones como Mincetur, Dircetur, Municipios y más.

3.8 Procedimiento de recolección de datos

3.8.1 Instrumento de recolección de datos

Ficha bibliográfica: Con este instrumento se recolecto datos estadísticos, resultados y conclusiones de diferentes autores. Toda la información presentada está relacionada a la responsabilidad social.

Encuesta: Instrumento para llevar acabo la encuesta a empresarios y funcionarios de las agencias de viajes.

CAPITULO IV:

RESULTADOS

3.9 Interpretación de resultados

El objetivo del presente capítulo es mostrar elementos los cuales puedan ayudar al resultado de la acción de la responsabilidad social de las agencias de viajes frente a los stakeholders, esto desde un punto de vista interno y externo.

Para esta fase se ha tomado a las agencias de viajes del centro histórico de la ciudad del Cusco. También, se ha considerado algunas agencias virtuales quienes ofrecen servicios in poseer ningún domicilio físico.

Las empresas fueron contactadas verbalmente y otras por correos muchas de las cuales negaron su participación al considerar impropio de participar en el estudio, otras agencias se atribuyeron adjetivos las cuales no presentaban dentro de su institución y el personal no presentaba idea de la responsabilidad social.

Las agencias de viajes consideran distinto la responsabilidad social, está considerada según su parecer mas no se tiene una idea clara de la responsabilidad social.

3.9.1 Aspecto interno

Desde el punto de vista interno las agencias de viajes del centro histórico de la ciudad del Cusco, las cuales algunas de ellas son solo receptoras y no operan el destino turístico, no presentan un plan de desarrollo administrativo de actividades dentro de la empresa, esto sin considerar la responsabilidad social.

El personal está dispuesto en la participación de actividades de capacitación, mejora salarial con la educación, promoción, y otros.

La comunicación con el personal sobre los beneficios que deben recibir, es una clara disposición, el desarrollo y progreso de la sociedad es uno de los pilares para todas las agencias de viajes y esta se debe llevar con el apoyo de la superestructura.

3.9.2 Aspecto externo

Las agencias de viajes, ayudan a elevar el desarrollo humano y capital donde el destino turístico se ubica, mejora la empleabilidad y facilita la empleabilidad de la población cercana al destino turístico. Por lo mismo, la relación entre el operador y la población ha sido fortalecida y por esta razón la responsabilidad social se ha transformado en progreso de la población involucrada, Las agencias de viajes tienen el deseo de establecer comunicación con la población e implementar planes de desarrollo (véase figura 4.1).

Figura 4.1

Empoderando negocios locales



Nota. Comunidades capacitadas por Condor Travel. Tomada de (condor Travel, 2021)

La actividad filantrópica de las agencias de viajes, es una de las medidas adoptadas por las agencias de viajes, ya que se evidencia a la ayuda a la población con donaciones en épocas de frío, o en situaciones de problemas por el cambio climático. Esta busca elevar la riqueza de una población.

El poco entendimiento de las poblaciones cercanas al recurso con las constantes disputas, hace difícil la implementación de planes de desarrollo para las comunidades por parte de las agencias de viajes. La comunidad cercana tiene

siempre gustan abarcar más de lo que les corresponde, cuando la agencia de viaje brinda apoyo otra población tienden a actuar con recelo y esto crea un conflicto entre pobladores quienes restringen el acceso a los visitantes perjudicando a las agencias de viajes.

3.9.3 Prácticas de operación

En la práctica de la operación se ve influenciado con el medio ambiente donde opera o se desarrolla la actividad, en esta sección se desarrolla la operación de la agencia de viaje y su operación y el impacto ambiental que esta trae.

El involucramiento de las agencias de viajes en los destinos turísticos ha traído desarrollo, crecimiento económico y social. El sector público se ha visto en la necesidad de crear planes para el desarrollo del lugar con la creación de vías de acceso o mejorando la misma. Los operadores turísticos, tienden a operar y mal utilizar el recurso en el uso de caballos creando erosión (véase figura 4.2), falta de planificación para el disfrute del atractivo (véase figura 4.3), basura, entre otros.

Figura 4.2

Erosión por caballos en Humantay



Nota. Uso de caballos para el transporte de personas y bienes en la ruta a Humantay. Tomado de (viajes y Fotografía, 2018)

Figura 4.3

Visitantes en Vinicunca



Nota. Exceso de visitantes en Vinicunca. Foto tomada de (El Comercio, 2018)

Las poblaciones cercanas encontraron la oportunidad de poner negocios en el lugar del atractivo (véase figura 4.4) y en sendero hacia el destino, esto creando desorden ya que no existe un plan por parte de la entidad pública y no tiene interés del privado.

Figura 4.4

Negocios en montaña Vinicunca



Nota. La montaña de los siete colores, ubicada en el Cusco, atrae cada vez a más turistas, pero faltan servicios para tantos visitantes. **Foto tomada de** (El Comercio, 2018)

3.9.4 Participación activa y desarrollo

Se puede evidenciar que los stakeholders están dispuestos a participar en la explotación del lugar, las poblaciones aledañas están de acuerdo con la capacitación para el involucramiento y así buscar un desarrollo económico. Las

agencias de viajes gustan la ayuda del estado en la capacitación de la población (véase figura 4.5) y la implementación del reglamento de uso en lugares donde el turismo ha crecido.

Figura 4.5

Captación de fondos para la ayuda local



Nota. Comunidades capacitadas por Condor Travel. Tomada de (condor Travel, 2021)

Se evidencia la implementación de programas orientados al turismo por parte de la municipalidad, estas al ser orientadas a un sector de la población, es punto de crítica y obstaculización por sectores de la misma población. La constante disputa por conseguir beneficios ha sido punto negativo a la hora de ayudar a la población, más aún si se trata de una inversión.

Se encuentra también que la participación de la juventud en programas de educación y participación es constante. Las agencias de viajes muchas veces buscan aliados con los pobladores para brindar servicios de alimentación, hospedaje, actividades turísticas entre otras (véase figura número 4.6).

Figura 4.6

Turistas compartiendo alimentos ancestrales



Nota. Turismo vivencial. Foto tomada de (Andina, 2011)

3.9.5 Gobernanza de la organización

Las empresas muestran interés en el bienestar de la población y en los lugares donde operan. Se evidenció responsabilidad social pero esta llevada de forma empírica, sin ningún plan u objetivo con la misma. Muchos de los administradores, dueños o gerentes saben que tienen responsabilidad con la población, pero no comprenden la trascendencia de la misma en la población, esta es una de las razones las cuales se desarrolla esta investigación.

Parte importante en la responsabilidad de las agencias de viajes es la orientación a los pobladores y el trato que se debe brindar. Existe un conflicto entre lo que quiere hacer el poblador con el turista y lo que quiere hacer la agencia con el turista, se han reportar maltratos a los turistas por parte de la población y esto no motiva el branding del lugar visitado, esto empeorando la relación de agencia de viaje y debilita el deseo de establecer la responsabilidad social

3.9.6 Contraste de hipótesis

En la economía libre de mercado, las agencias de viajes deben competir para su propio desarrollo y esto se genera el desarrollo de los stakeholders. Con el presente estudio y la información recopilada podemos decir: Que el compromiso de la responsabilidad social se da de forma empírica. Las agencias de viajes cumplen un rol filantrópico en su gran mayoría, se refleja un constante apoyo de las agencias

sobre las familias de escasos recursos en poblados donde operan, existen planes y costumbres con las familias en diferentes épocas del año.

CONCLUSIONES

La responsabilidad social se ha tergiversado en su definición ya que las empresas solo buscan explotar recursos sin llevar desarrollo a los lugares donde se desarrollan. Las empresas quienes muestran tener RS, solo han brindado ayuda o socorro a pobladores cercanos donde se explota el destino turístico.

Dentro de la gobernanza, las agencias de viajes no presentan un plan de apoyo a la sociedad o grupos con quienes se relacionan, si bien es importante mencionar el interés en el desarrollo de sus colaboradores, sociedad civil, colaboradores y competidores esto no presenta un interés prioritario al estar siempre enfocados en la explotación de los centros turísticos y captación de turistas. Esto ha tenido impacto en los stakeholders quienes en situaciones creen que sus derechos están siendo vulnerados cuando el aumento de turistas en una localidad y la contaminación que esta genera no genera desarrollo la localidad.

La informalidad de las agencias de viajes es un gran obstáculo para la formalidad, la informalidad ha traído desprestigio, desconfianza, temor, y un pésimo servicio en la actividad turística. Esto creando ha creado una mala imagen para quienes laboral con el turismo, y esta pérdida de confianza afecta a toda la cadena de valor que genera el turismo afectando así a la responsabilidad que se tiene con la sociedad.

En la ciudad del Cusco, sin la responsabilidad social el impacto ambiental es severo en los lugares donde las empresas operan, y si bien es cierto que el impacto

económico brinda oportunidades a los pobladores, se debe reglamentar la explotación del destino turísticos ya que en muchas ocasiones estas se han desarrollado de manera tan acelerada que la entidad encargada regula cuando ya hay daño en el lugar. Al poner límites y orden en los destinos, esto fastidia a los pobladores quienes tienen que laborar con reglamentos para el servicio al turista.

En un mercado libre, las agencias de viajes se han tergiversado la información del destino con el fin de captar clientes, prometiendo expectativas las cuales no se cumplirán. Esto generaliza la percepción del visitante quienes sienten engaño vulnerando las prácticas justas en las operaciones.

Los visitantes nacionales y latinoamericanos en su mayoría son atraídos por un sector de agencias de viajes quienes ofrecen servicio el cual no garantiza el cumplimiento de la misma generando maltrato al visitante. Si bien existe un plan del gobierno para la protección del consumidor turístico, la misma no ha presentado mayor efecto.

La ayuda filantrópica o ayuda comunitaria, se ha considerado como RS para muchas empresas de la ciudad del Cusco, mas no se crea un plan de desarrollo en los stakeholders y es esta la que trasciende más en el tiempo.

RECOMENDACIONES

Al Mincetur a implementar programas de capacitación sobre beneficios, impacto y trascendencia en la responsabilidad social con los stakeholders.

A la sociedad civil para la capacitación y participación en la responsabilidad social y crear un plan de desarrollo mutuo con el ente privado para mejorar el destino turístico y la sociedad.

A las agencias de viajes para la organización y lucha con la informalidad.

Al ente público para la formulación de planes de uso turístico oportuno en los centros turísticos.

Al Mincetur y municipalidades para supervisión y protección de visitante antes y durante y después de su visita.

A las agencias de viajes y municipalidades para la protección de la información y branding de la ciudad del Cusco.

A las agencias de viajes para la implementación de programas de desarrollo poblacional donde operan.

BIBLIOGRAFÍA

Abreu, J. L. (2014). El Método de la Investigación. *International Journal of Good Conscience*, 200.

AECA. (2015). La empresa social: marco conceptual, contexto e información. En AECA, *Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas* (pág. 19). Madrid: AECA. Recuperado el 15 de Noviembre de 2019, de [http://aece.es/old/pub/documentos/rs9\(2\).pdf](http://aece.es/old/pub/documentos/rs9(2).pdf)

AENOR. (15 de Noviembre de 2019). *Asociación Española de Normalización: Certificación responsabilidad social corporativa RSC*. Obtenido de aenor.com: <https://www.aenor.com/certificacion/responsabilidad-social>

Alpaca Expedition. (Enero de 2018). *Compromiso de Alpaca Expeditions con nuestra casa [fotografía]*. Obtenido de alpacaexpeditions: <https://www.alpacaexpeditions.com/es/proyectos-sociales/>

Alpaca Expedition. (8 de Febrero de 2019). *Campaña de limpieza [fotografía]*. Obtenido de alpacaexpeditions: <https://www.alpacaexpeditions.com/es/proyectos-sociales/>

Álvares, M. (17 de Enero de 2018). *Prnoticias.com*. (M. Alvarez, Productor) Recuperado el 28 de Octubre de 2019, de

<https://prnoticias.com/marketing/prmarketing/20166912-80-por-ciento-consumidores-compra-segun-valores-marca>

Andina. (12 de Junio de 2011). *turistas extranjeros que visitan el Perú* . Obtenido de andina: <https://andina.pe/agencia/noticia-40-turistas-extranjeros-visitant-peru-tienen-ingresos-altos-segun-tucano-363493.aspx>

Archi, C. (1986). A Three-dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *University of Georgia*, 499.

Barbachan, M. (2016). La Responsabilidad Social Empresarial. *Responsabilidad Social*, 1.

Berbel, G. G., Reyes, G. J., & Gómez, V. M. (Abril de 2007). La responsabilidad social en las organizaciones (RSO): análisis y comparación entre guías y normas de gestión e información. *Innovar*, 30. Recuperado el 28 de Octubre de 2019, de [28228718_La_responsabilidad_social_en_las_organizaciones_RSO_analisis_y_comparacion_entre_guias_y_normas_de_gestion_e_informacion](https://doi.org/10.28228718_La_responsabilidad_social_en_las_organizaciones_RSO_analisis_y_comparacion_entre_guias_y_normas_de_gestion_e_informacion)

Cafferata, M. C., & Brescia, F. (16 de 06 de 2019). *Libertador*. Obtenido de <https://www.libertador.com.pe/sostenibilidad/responsabilidad-social/>

Cámara de Comercio. (2015). La responsabilidad social y su importancia en la sostenibilidad de las empresas. *Cámara de Comercio*, 15-17.

Características. (14 de Octubre de 2019). *¿Qué es el sindicalismo?* Obtenido de <https://www.caracteristicas.co/>: <https://www.caracteristicas.co/sindicalismo/>

Cardona, D. (28 de Octubre de 2019). La Responsabilidad Social Empresarial, Concepto, Evolucion y Tendencias. *La Responsabilidad Social Empresarial, Concepto, Evolucion y Tendencias*. Cartagena, Cartagena, Colombia. Recuperado el 28 de Octubre de 2019, de <http://www.unilibre.edu.co/bogota/pdfs/2016/1sin/25.pdf>

Ccolque, R. (16 de 6 de 2019). *Alpacaexpeditions*. Obtenido de <https://www.alpacaexpeditions.com/>

Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). *libro verde*. Bruselas: COM(2001). Obtenido de Business and society: Corporate strategy, public policy, ethics (McGraw-Hill series in management)

Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). Libro verde. En Bruselas, *Libro verde* (pág. 7). COM(2001) 366 final.

Comisión de las Comunidades Europeas. (15 de Enero de 2001). *Libro Verde*. Bruselas: COM. Obtenido de http://www.eurofound.europa.eu/emcc/content/source/eu02002s.htm?p1=to pic&p2=Corporate_Social

Comision de las Naciones Europeas. (2001). *Libro Verde*. Bruselas: COMISION DE LAS NACIONES EUROPEAS. Obtenido de [http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com\(2001\)366_es.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com(2001)366_es.pdf)

condor Travel. (2021). *Turismo Responsable*. Obtenido de condortravel: <https://condortravel.com/es/responsabilidad-social/>

Construvicol S.A. (31 de Octubre de 2019). *Studylib*. Obtenido de <https://studylib.es/doc/5740340/practicas-justas-de-operaci%C3%B3n--competencia-justa>

Correa Jaramillo, J. G. (2007). Evolución Histórica de los Conceptos de Responsabilidad Social Empresarial y Balance Social. *Semestre Economico - Universidad de Medellín*, 91. Recuperado el 28 de Octubre de 2019, de <http://www.scielo.org.co/pdf/seec/v10n20/v10n20a6.pdf>

Crittenden, F. (s.f.). *Business and society: Corporate strategy, public policy, ethics* (McGraw-Hill series in management) (Inglés) 6th Edición.

Crittenden, F. (1992). *Business and society: Corporate strategy, public policy, ethics*. McGraw-Hill, 7th edned.

diarioelsolcusco. (Junio de 2018). *Proponen incluir en el boleto turístico a montaña Vinicunca para superar conflictos*. Obtenido de diarioelsolcusco:

<https://diarioelsolcusco.pe/2022/03/15/proponen-incluir-en-el-boletoturistico-a-montana-vinicunca-para-superar-conflictos/>

El Comercio. (7 de Julio de 2016). *Basural en Machu Picchu Pueblo por mal manejo de residuos.* Obtenido de Elcomercio: <https://elcomercio.pe/peru/cusco/basural-machu-picchu-pueblo-mal-manejo-residuos-233230-noticia/?foto=11>

El Comercio. (24 de Junio de 2018). *Cusco: dos comunidades se disputan el acceso al cerro Vinicunca.* Obtenido de EL comercio: <https://elcomercio.pe/peru/cusco/cusco-dos-comunidades-disputan-acceso-cerro-vinicunca-noticia-530264-noticia/?foto=9>

Enciclopedia jurídica. (2020). *Porteador.* Obtenido de Enciclopedia jurídica: <http://www.encyclopedia-juridica.com/d/porteador/porteador.htm>

Eróstegui, R. (2011). *Las buenas Prácticas Laborales en un contexto de cambio.* Bolivia: Labor. Recuperado el 31 de Octubre de 2019, de https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=8959eaed-5ac8-1683-077e-3da2b84401c8&groupId=252038

FORÉTICA. (s.f.). Responsabilidad Social de las Empresas: Fundamentos y enfoque de la gestión responsable. En P. Frances Gomez, *Responsabilidad Social de las Empresas: Fundamentos y enfoque de la gestión responsable* (pág. 9). España: FORETICA. Recuperado el 15 de Noviembre de 2019, de

https://foretica.org/wp-content/uploads/publicaciones/cuadernos-foretica/cuaderno_foretica_1_responsabilidad_social_empresarial.pdf

Frinkle, J. (14 de Febrero de 2017). *placebrandobserver.com*. Recuperado el 31 de Octubre de 2019, de <https://placebrandobserver.com/desarrollo-economico-que-significa-por-que-importa/>

Fundación Prohumana. (2002). La Responsabilidad Social: Construyendo Sentidos Éticos para el Desarrollo. En J. Osorio Vargas, & M. Brogle (Ed.), *La Responsabilidad Social: Construyendo Sentidos Éticos para el Desarrollo* (pág. 11). PROhumana Ediciones. Recuperado el 25 de Noviembre de 2019, de https://prohumana.cl/wp-content/uploads/2015/03/sentidos_eticos.pdf

Gerardo, J., Rositas, J., & Garcia, J. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: investigación empírica - exploratoria sobre los conceptos de RSU y RSE. *ANFECA*, 5-6.

Gómez, D. (2010). Participación y desarrollo de la comunidad. La guía que brinda la ISO 26000. *Gegesti*, 1. Obtenido de http://www.cegesti.org/exitoempresarial/publicaciones/publicacion_118_260710_es.pdf

Hernández, Z. (2014). *metodologia de la investigacion*. Mexico: Mc Graw Hill Education.

- Hopkins, M. (1998). *The Planetary Bargain: Corporate Social Responsibility Comes of Age*. *St. Martin's Press*, 214-215.
- IBL. (20 de Febrero de 2013). *International Business Leaders Forum*. Obtenido de International Business Leaders Forum: <http://www.iblf.org/>
- Instituto Nacional de Cultura. (1999). Relación de Monumentos Históricos del Perú. *Cemro Nacional de Información Cultural*, 7-8. Obtenido de <https://www.cultura.gob.pe/sites/default/files/pagbasica/tablaarchivos/07/relaciondemonumentoshistoricos.pdf>
- International Organization Standardization. (2018). Contributing to the United Nations Sustainable Development Goals with ISO 26000. *ISO*, 3.
- ISO. (23 de Marzo de 2013). *Social Responsibility*. Obtenido de <http://www.iso.org/iso/home/standards/iso26000.htm>
- Jones, T. (1980). Corporate social responsibility revisited, redefined. *California Management Review*, 59-67.
- Jordan, R. (08 de 04 de 2015). *Responsabilidad social en las empresas peruanas*. Obtenido de [elcomercio.pe](https://elcomercio.pe/economia/peru/peru-2021-son-65-peruanas-socialmente-responsables-188236): <https://elcomercio.pe/economia/peru/peru-2021-son-65-peruanas-socialmente-responsables-188236>
- Mincetur. (1999). Relación de monumentos históricos de Cusco. *Mincetur*.

- Mincetur. (15 de Noviembre de 2019). RELACION DE AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO. Cusco, Cusco, Perú.
- Moran Delgado, G. (2010). *Metodos de Investigación*. México: Pearson. Obtenido de <https://mitrabajodegrado.files.wordpress.com/2014/11/moran-y-alvarado-metodos-de-investigacion-1ra.pdf>
- OMT. (18 de 06 de 2019). *media.unwto.org*. Obtenido de <https://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Int. J. Morphol*, 228. Recuperado el 30 de Octubre de 2019, de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Peña, D. (2014). La práctica de la responsabilidad social empresarial. estudio de caso en el sector turístico. *revista innovar journal*, 103.
- Peña, D. (2018). *La practica de la responsabilidad social*. Santa Marta, Colombia: Universidad de Málaga.
- Philip, k., & Lee, N. (2005). *Corporate Social*. New Jersey.: John Wiley & Sons, Inc.
- Pnuma. (31 de Octubre de 2019). *un.org*. Obtenido de <https://www.un.org/ruleoflaw/es/un-and-the-rule-of-law/united-nations-environment-programme/>

- Porter, M., & Kramer, M. (2006). Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*, 78-90.
- Quinteros, C. (2017). Gobernanza y Teoría de las Organizaciones. *Perfiles Latinoamericanos*, 41. Recuperado el 31 de Octubre de 2019, de <http://www.scielo.org.mx/pdf/perlat/v25n50/0188-7653-perlat-25-50-00039.pdf>
- RAE. (29 de 05 de 2019). *Real Academia de la Lengua Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/?id=YBny63i>
- Raiteri, D. (2016). El comportamiento del Consumidor Actual. *Univiersidad de Cuyo FCE*, 10. Obtenido de http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/8046/raiteri-melisa-daniela.pdf
- Rosales, A., & Astete, M. (2012). Responsabilidad social empresarial en establecimientos de hospedaje del distrito de Tarma. (*tesis de grado*). Universidad Nacional del Centro del Perú, Tarma.
- Sanborn, C., & Portocarrero, F. (17-20 de Noviembre de 2003). La filantropía 'realmente existente' en América Latina. *La filantropía en América Latina: los desafíos de las fundaciones donantes en la construcción de capital humano y justicia social*, 6. Lima, Lima, Perú: Universidad del Pacífico. Obtenido de

[http://www.prohumana.cl/minisitios/seminario/download/sanborn_portocarre
ro.pdf](http://www.prohumana.cl/minisitios/seminario/download/sanborn_portocarre
ro.pdf)

Tam, j., Vera, G., & Oliveros, R. (2008). Tipos,métodos y estrategias de investigación científica . *Escuela de posgrado*, 146,147.

TQCS International. (06 de Octubre de 2017). *ISO 26000 Review Unlikely*. Obtenido de TQCS International: <https://www.tqcsi.com/news/iso-26000-review-unlikely.html>

Union parlamentaria, Naciones Unidas Derechos Humanos Oficina del alto Comisionado. (2016). Derechos Humanos. *Manual*, 22. Courand et Associés. Recuperado el 31 de Octubre de 2019, de https://www.ohchr.org/Documents/Publications/HandbookParliamentarians_SP.pdf

Universidad de Pamplona. (2019). *Ética*. Colombia: Universidad de Pamplona. Obtenido de http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portallG/home_109/recursos/octubre2014/administraciondeempresas/semestre5/11092015/eticaadmin.pdf

Urdaneta, M. J. (04 de Julio de 2014). Modelo de Gestión de la Responsabilidad Social para las Empresas del Sector Petrolero. *Modelo de Gestión de la Responsabilidad Social para las Empresas del Sector Petrolero*. Madrid,

Madrid, España. Recuperado el 30 de Octubre de 2019, de [https://core.ac.uk
> download > pdf](https://core.ac.uk/download/pdf)

Uribe, C. (2004). Desarrollo Social y Bienestar. *Universitas Humanistica*, 13. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/791/79105802.pdf>

viajes y Fotografía. (5 de Mayo de 2018). *La Laguna Humantay: la agonía de los glaciares en los Andes de Perú*. Obtenido de viajesyFotografía: <https://www.viajesyfotografia.com/blog/laguna-humantay-agonia-glaciares-andes-de-peru/>

WBCSD. (2002). Corporate Social Responsibility. *The WBCSD's journey*, 2. Recuperado el 15 de Noviembre de 2019, de https://www.globalhand.org/system/assets/f65fb8b06bddcf2f2e5fef11ea7171049f223d85/original/Corporate_Social_Responsability_WBCSD_2002.pdf

WBCSD. (4 de Mayo de 2013). *Corporate Social Responsibility: Meeting Changing Expectations*. Obtenido de <http://www.wbcSD.org/work-program/business-role/previous-work/corporate-socialresponsibility.aspx>

WBCSD. (2 de Diciembre de 2000). *Corporate Social Responsibility: Making Good Business Sense*. Obtenido de <http://www.wbcSD.org/web/publications/csr2000.pdf>

ANEXOS

Anexo A



DECRETO SUPREMO QUE CREA EL PROGRAMA “PERÚ RESPONSABLE” DECRETO SUPREMO N° 015-2011-TR

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA CONSIDERANDO:

Que, el artículo 23° de la Constitución Política del Perú establece que el Estado promueve condiciones para el progreso social y económico, en especial a través de políticas de fomento del empleo productivo y de educación para el trabajo;

Que, el numeral 7.8 del artículo 7° de la Ley N° 29381, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, establece que la entidad promueve las normas y estándares nacionales de responsabilidad social empresarial en material laboral;

Que, la promoción del Estado de la responsabilidad social empresarial debe contribuir a la formación de valores éticos de compromiso empresariales con los trabajadores y la comunidad;

Que, se requiere articular las iniciativas privadas de responsabilidad social empresarial con la generación de empleo decente; En uso de la facultad conferida por el numeral 8 del artículo 118° de la Constitución Política del Perú y de conformidad con lo establecido en el artículo 38° de la Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo y la Ley N° 27658, Ley Marco de Modernización de la Gestión del Estado; Con el voto aprobatorio del Consejo de Ministros;

DECRETA:

Artículo 1°.- Creación del Programa “PERÚ RESPONSABLE” Créase el Programa “PERÚ RESPONSABLE”, en el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, con el objeto de promover la responsabilidad social empresarial generadora de empleo decente. El programa tiene los siguientes objetivos específicos:

- a) De Empleo: promueve la generación empleo dependiente y formal, para mujeres y varones, con énfasis en jóvenes, personas con discapacidad y mujeres jefas de hogar, a través del impulso de programas y proyectos de responsabilidad social empresarial en infraestructura económica intensiva en uso de mano de obra;
- b) De Empleabilidad: promueve el desarrollo de competencias laborales de la población beneficiaria en su ámbito de intervención; o que implementen y fortalezcan centros de formación profesional vinculados a la demanda laboral; a través del impulso de programas y proyectos de responsabilidad social empresarial; y
- c) De Emprendimiento: promueve la generación de oportunidades de autoempleo e iniciativas de emprendimiento productivo y formal, a través del impulso de programas y proyectos de responsabilidad social empresarial.

Artículo 2°.- Componentes estratégicos del Programa Los objetivos del Programa “PERÚ RESPONSABLE” se realizan a través de los siguientes componentes:

- a) Empleo en proyectos de Infraestructura Económica.
- b) Capacitación e Inserción Laboral.

c) Empleo y Emprendimiento en Proyectos de Infraestructura Productiva.

Artículo 3º.- Registro de Empresas Socialmente Responsables Créase el Registro de Empresas Socialmente Responsables, a cargo del programa PERÚ RESPONSABLE, en el cual, se inscriben voluntariamente los proyectos o programas de responsabilidad social empresarial en el ámbito del programa Perú Responsable.

Artículo 4º.- Certificación de Empresas Socialmente Responsables Créase la certificación "PERÚ RESPONSABLE", que extiende el programa PERÚ RESPONSABLE, con el objeto de acreditar, la realización de uno de los objetivos del programa PERÚ RESPONSABLE, a través de la responsabilidad social empresarial.

Artículo 5º.- Financiamiento del Programa El Programa "PERÚ RESPONSABLE" es financiado con recursos del Tesoro Público, donaciones, cooperación técnica internacional y otras fuentes de financiamiento.

Artículo 6º.- Del Consejo Directivo El Programa "PERÚ RESPONSABLE" cuenta con un Consejo Directivo integrado por:

- a) Dos representantes del Ministro de Trabajo y Promoción del Empleo, uno de los cuales lo preside, con voto dirimente;
- b) Un representante de las organizaciones de empleadores integrantes del Consejo Nacional del Trabajo y Promoción del Empleo; y,
- c) Un representante de las organizaciones de trabajadores integrantes del Consejo Nacional del Trabajo y Promoción del Empleo.

Artículo 7º.- Funciones del Consejo Directivo Las funciones del Consejo Directivo son:

- a) Aprobar el Plan de Gestión Institucional, las políticas y lineamientos del Programa;
- b) Evaluar la ejecución del Programa;
- c) Aprobar la Memoria Anual del Programa elaborada y presentada por el Coordinador Ejecutivo;
- d) Emitir opinión previamente a la aprobación del Manual de Operaciones; y,
- e) Las demás que establezca el Manual de Operaciones.

Artículo 8º.- Del Coordinador Ejecutivo El Programa "PERÚ RESPONSABLE" cuenta con un Coordinador Ejecutivo, quien es designado mediante Resolución Ministerial del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, tiene las siguientes funciones:

- a) Propone a la Alta Dirección del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo los lineamientos de política institucional del Programa;
- b) Informa a la Alta Dirección sobre el desarrollo y ejecución del Programa;
- c) Formula directivas, reglamentos, instrumentos y procedimientos de carácter técnico operativo del Programa;
- d) Promueve la articulación de los servicios del Programa con los órganos de la entidad vinculados;
- e) Dirige y monitorea la ejecución de los servicios de programa;
- f) Aprueba y suscribe convenios de acuerdo a su competencia;
- g) Expide resoluciones dentro del ámbito de su competencia;
- h) Elabora la Memoria Anual del Programa; y,

i) Ejerce las demás funciones que se determinen en el Manual de Operaciones.

Artículo 9º.- Del Comité de Supervisión y Transparencia La supervisión del cumplimiento de los objetivos del Programa “PERÚ RESPONSABLE” está a cargo de un Comité Nacional de Supervisión y Transparencia, cuya conformación se establece en el Manual de Operaciones.

Artículo 10º.- Refrendo El presente Decreto Supremo es refrendado por el Presidente del Consejo de Ministros y por el Ministro de Trabajo y Promoción del Empleo.

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES

Primera.- Continuidad Administrativa El Programa “PERÚ RESPONSABLE” es una actividad que forma parte de la unidad ejecutora 005 – Programa de Emergencia Social Productivo - Construyendo Perú transformado por el Decreto Supremo N° 012-2011-TR en la unidad ejecutora 005 - Programa para la Generación de Empleo Social Inclusivo “Trabaja Perú”, manteniéndose la continuidad de la actividad administrativa y presupuestaria.

Segunda.- Normas Complementarias Mediante Resolución Ministerial se expiden las disposiciones complementarias al presente Decreto Supremo. El programa podrá establecer lineamientos y emitir directivas de índole operativa para su funcionamiento institucional y desarrollo, en concordancia con lo dispuesto en el Manual de Operaciones.

DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA TRANSITORIA

Única.- Aprobación del Manual de Operaciones El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo aprueba el Manual de Operaciones del Programa “PERÚ RESPONSABLE”, mediante Resolución Ministerial, en un plazo no mayor de sesenta (60) días hábiles contados a partir del día siguiente de la publicación del presente Decreto Supremo.

DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA DEROGATORIA

Única.- Derogatoria Deróguense las normas en materia de responsabilidad social empresarial generadoras de empleo, empleabilidad y autoempleo, que se opongan al presente Decreto Supremo. Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los diecinueve días del mes de septiembre del año dos mil once.

OLLANTA HUMALA TASSO Presidente Constitucional de la República

SALOMÓN LERNER GHITIS Presidente del Consejo de Ministros

RUDECINDO VEGA CARREAZO Ministro de Trabajo y Promoción del Empleo

Anexo b



"PERÚ RESPONSABLE"
PROGRAMA NACIONAL DE PROMOCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

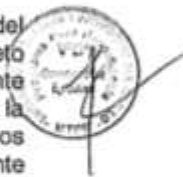
RESOLUCIÓN DE COORDINACIÓN EJECUTIVA N° 030 -2016-PR/CE

Lima, 30 de junio del 2016

VISTOS: Con la finalidad de una mejora continua de Gestión dentro del Programa Nacional de Promoción de la Responsabilidad Social Empresarial "Perú Responsable", se presenta la necesidad de institucionalizar para el Programa: *i)* concepto de Responsabilidad Social, *ii)* Misión del PPR, *iii)* Visión del PPR, *iiii)* Principios del PPR;

CONSIDERANDO:

El Programa Perú Responsable del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, creado con Decreto Supremo N° 015-2011-TR tiene como objeto promover la Responsabilidad Social Empresarial generadora de empleo decente en favor de grupos vulnerables. Tiene como líneas de acción la promoción de la cultura y prácticas en Responsabilidad Social empresarial, el registro de proyectos en Responsabilidad Social y la certificación de empresas socialmente responsables.



Que, mediante Decreto Supremo N° 015-2011-TR, modificado por Decreto Supremo N° 004-2012-TR, se crea el Programa "Perú Responsable" con el objetivo de promover la responsabilidad social empresarial (RSE) generadora de empleo, así como registrar y brindar la certificación a las empresas con RSE;

Que, Según el literal j), del artículo 11° del Manual de Operaciones del Programa Perú Responsable, la Coordinación Ejecutiva tiene como función la de aprobar directivas, reglamentos, instrumentos y procedimientos de carácter técnico operativo del Programa.

Que, el párrafo 1.2.1 del numeral 1.2 del artículo 1° de la Ley N° 27444-Ley del Procedimiento Administrativo General establece que los actos de administración interna de las entidades destinados a organizar o hacer funcionar sus propias actividades o servicios son regulados por cada entidad, con sujeción a las disposiciones del Título Preliminar de la citada Ley, y de aquellas normas que expresamente así lo establezcan;

Desde la Creación del Programa en setiembre 2011, se posee como concepto técnico para la ejecución de acciones a la Norma Técnica ISO 26000:2010, elaborada por la Organización Mundial de Normalización (ISO) con la participación del Perú a través del Comité Espejo Perú ISO 26000 en el cual la actual Coordinadora Ejecutiva del Programa Perú Responsable participó como miembro. La representación del Estado Peruano lo lidero el INDECOPi desde el año 2008.

Hoy dichas funciones las posee el INACAL, la Norma Técnica ISO 26000 fue publicada el año 2010, siendo una Guía de Responsabilidad Social, elaborada sobre la base de la ISO 26000, suscrita por 169 países del mundo incluido el Perú.

En tal sentido, existe la necesidad de determinar por el Programa Perú Responsable: *i)* concepto de Responsabilidad Social, *ii)* Misión del PPR, *iii)* Visión del PPR, *iiii)* Principios del PPR, el cual debe entenderse de la siguiente manera:

i) Concepto de Responsabilidad Social:

El Programa asumirá el concepto que señala la Norma Técnica Peruana ISO 26000, considera:

Es la responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que:

- Contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad;
- Tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas;
- Cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; y
- Esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones.



ii) Misión del Programa Perú Responsable:

El Programa Nacional de Responsabilidad Social Empresarial Perú Responsable, es el promotor de la cultura y práctica de la RSE en el sector público y privado, de forma multisectorial e intergubernamental con el objeto de promover el empleo, empleabilidad y emprendimiento en favor de grupos vulnerables focalizados por el Estado, fomentando incentivos como el Registro de empresas socialmente responsables y la Certificación de Empresas Socialmente Responsables u otros, a favor del desarrollo sostenible del país, y el mejoramiento de la calidad de vida de la población.

iii) Visión del Programa Perú Responsable:

El Programa Perú Responsable dirige las actividades de articulación y promoción de la RSE en el Estado Peruano, liderando el fomento de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en América Latina, dirigidas a reducir las brechas de desigualdad, promover la inclusión social y la competitividad del país desde la generación de empleo.

iv) Principios Básicos:

- Rendición de cuentas: asumimos el deber de informar, difundir y transparentar la gestión del Programa y sus resultados.
- Transparencia: asumimos el deber de transparentar la gestión y los resultados del programa a través de informes y publicaciones institucionales. Esta transparencia redundará en el aumento de la credibilidad y de confianza del ciudadano y de las organizaciones con el Estado.
- Comportamiento Ético: asumimos un comportamiento ético en las operaciones, actividades y gestión del Programa, bajo los estándares normativos vigentes y bajo los principios de honestidad, equidad e integridad.

- Respeto a las partes interesadas: asumimos el rol integrador y articulador para la promoción de la RSE y su concreción en prácticas de RSE, a través de la integración de los intereses de nuestros diversos grupos de interés alineados a políticas públicas nacionales.
- Respeto a la legalidad: asumimos la ejecución de las acciones del Programa en el marco de la normativa vigente, así como de lineamientos de carácter internacional que son de obligatorio cumplimiento.
- Respeto a la normativa internacional de comportamiento: asumimos la ejecución de las acciones del Programa bajo los principios del Pacto Mundial respecto a los Derechos Humanos, y las normas de obligatorio cumplimiento vigentes que ha asumido el país en el ámbito internacional.
- Respeto a los Derechos Humanos: promovemos que las acciones del Programa estén alineadas a los derechos humanos a través de la incorporación de la RSE en las diferentes organizaciones con las que articula, y velamos porque las acciones del Programa a través de sus líneas de acción, impacten en la inclusión social.

De conformidad con lo dispuesto en la Ley N° 27444-Ley del Procedimiento Administrativo General, Decreto Supremo N° 015-2011-TR, modificado por Decreto Supremo N° 004-2012-TR, que crea el Programa "Perú Responsable", y por el inciso i) del artículo 11° del Manual de Operaciones de este Programa, aprobado mediante la Resolución Ministerial N° 100-2013-TR;

SE RESUELVE:

Artículo 1°.- APROBAR i) Concepto de Responsabilidad Social, ii) Misión del Programa Perú Responsable, iii) Visión del Programa Perú Responsable, iv) Principios del Programa Perú Responsable, para el Programa Nacional de Promoción de la Responsabilidad Social Empresarial "Perú Responsable".

Artículo 2°.- Notificación

Notificar la presente Resolución de Coordinación Ejecutiva a todas las Unidades Gerenciales del Programa Nacional de Promoción de la Responsabilidad Social Empresarial "Perú Responsable", para conocimiento del contenido de la presente resolución y acciones de acuerdo a su competencia.

Artículo 3°.- Publicación

Disponer la publicación de la presente Resolución de Coordinación Ejecutiva en el Portal Institucional del Programa Nacional de Promoción de la Responsabilidad Social Empresarial "Perú Responsable".

REGISTRESE Y COMUNIQUESE.-

PROGRAMA PERÚ RESPONSABLE
L.R. Lacey - Equipo Operación Nivel
Gerente del Programa Nacional
M. A. SANCHEZ

Anexo C

4

NORMAS LEGALES

Jueves 14 de diciembre de 2017 / El Peruano

PODER LEGISLATIVO

CONGRESO DE LA REPUBLICA

LEY N° 30696

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

POR CUANTO:

EL CONGRESO DE LA REPÚBLICA;

Ha dado la Ley siguiente:

LEY QUE DECLARA DE INTERÉS NACIONAL LA RECUPERACIÓN Y PUESTA EN VALOR DEL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DEL CUSCO, ASÍ COMO SUS MONUMENTOS, AMBIENTES URBANOS MONUMENTALES E INMUEBLES DE VALOR MONUMENTAL

Artículo 1. Declaración de interés nacional

Declárase de interés nacional la recuperación y puesta en valor del Centro Histórico de la ciudad del Cusco, así como sus monumentos, ambientes urbanos monumentales e inmuebles de valor monumental, determinados por las autoridades competentes, con el objeto de salvaguardar el patrimonio cultural de la nación.

Artículo 2. Comisión especial

Exhórtase al Poder Ejecutivo para que, según sus competencias y atribuciones, constituya una comisión especial encargada de impulsar las acciones que determinen el Ministerio de Cultura y la Municipalidad Provincial del Cusco para la recuperación y puesta en valor del Centro Histórico de la ciudad del Cusco, y que se encuentren enmarcadas dentro del Plan Maestro del Centro Histórico del Cusco.

Comuníquese al señor Presidente de la República para su promulgación.

En Lima, a los veintitrés días del mes de noviembre de dos mil diecisiete.

LUIS GALARRETA VELARDE
Presidente del Congreso de la República

MAURICIO MULDER BEDOYA
Tercer Vicepresidente del Congreso de la República

AL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

POR TANTO:

Mando se publique y cumpla.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los trece días del mes de diciembre del año dos mil diecisiete.

PEDRO PABLO KUCZYNSKI GODARD
Presidente de la República

MERCEDES ARÁOZ FERNÁNDEZ
Presidenta del Consejo de Ministros

1597140-1

PODER EJECUTIVO

PRESIDENCIA DEL CONSEJO DE MINISTROS

Prórroga del Estado de Emergencia declarado en los distritos de Chalhuhahuacho y Mara, provincia de Cotabambas del departamento de Apurímac, y en el distrito de Capacmarca de la provincia de Chumbivilcas del departamento del Cusco

DECRETO SUPREMO N° 120-2017-PCM

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

CONSIDERANDO:

Que, el artículo 44 de la Constitución Política del Perú prevé que son deberes primordiales del Estado garantizar la plena vigencia de los derechos fundamentales, proteger a la población de las amenazas contra su seguridad y promover el bienestar general que se fundamenta en la justicia y en el desarrollo integral y equilibrado de la Nación;

Que, asimismo, el artículo 137 de la Carta Magna establece que el Presidente de la República, con acuerdo del Consejo de Ministros, puede decretar, por plazo determinado, en todo el territorio nacional, o en parte de él, y dando cuenta al Congreso o a la Comisión Permanente, los estados de excepción señalados en dicho artículo, entre los cuales se encuentra el Estado de Emergencia, en caso de perturbación de la paz o del orden interno, de catástrofe o de graves circunstancias que afecten la vida de la Nación, pudiendo restringirse o suspenderse el ejercicio de los derechos constitucionales relativos a la libertad y la seguridad personales, la inviolabilidad del domicilio, y la libertad de reunión y de tránsito en el territorio;

Que, mediante Decreto Supremo N° 085-2017-PCM, publicado en el Diario Oficial "El Peruano" el 16 de agosto de 2017, se declara por el término de treinta (30) días calendario el Estado de Emergencia en los distritos de Chalhuhahuacho, Haqira y Mara de la provincia de Cotabambas del departamento de Apurímac, disponiéndose que la Policía Nacional del Perú mantiene el control del orden interno, con el apoyo de las Fuerzas Armadas;

Que, mediante Decreto Supremo N° 093-2017-PCM, publicado en el Diario Oficial "El Peruano" el 15 de setiembre de 2017, se prorroga el Estado de Emergencia por el término de treinta (30) días calendario, a partir del 16 de setiembre de 2017, en los distritos mencionados en el considerando precedente; asimismo, se declara por el término de treinta (30) días calendario el Estado de Emergencia en el distrito de Capacmarca de la provincia de Chumbivilcas del departamento del Cusco;

Que, posteriormente, con Decretos Supremos N°s. 101-2017-PCM y 107-2017-PCM, se prorroga el Estado de Emergencia en los distritos de Chalhuhahuacho y Mara de la provincia de Cotabambas del departamento de Apurímac, y en el distrito de Capacmarca de la provincia de Chumbivilcas del departamento del Cusco, por el término de treinta (30) días calendario adicionales, del 16 de octubre al 14 de noviembre de 2017, y del 15 de noviembre al 14 de diciembre de 2017, respectivamente;

Que, mediante Oficio N° 1524-2017-DGPNP/SEC, el Director General de la Policía Nacional del Perú recomienda la prórroga del Estado de Emergencia