



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN EN HOTELERÍA Y TURISMO

PROGRAMA ACADÉMICO DE HOTELERÍA Y ADMINISTRACIÓN

Aplicación de la responsabilidad social empresarial en hotelería durante la pandemia del COVID-19

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Para optar el grado de bachiller en Hotelería y Administración

AUTORES

Pereyra González, Ana Paula (0000-0003-0072-4765)

Morales Neyra, Gian Luciano (0000-0002-7669-6855)

ASESORA

Rivas Medina, Ana Cecilia (0000-0002-1425-1818)

Lima, 09 de Diciembre 2021

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación se lo dedico a mis padres, a mis hermanos, a mi prometido y a mi hijita que viene en camino; por ser mi motivación y apoyo incondicional durante mi formación universitaria.

Ana Paula Pereyra González

Dedico este artículo a mis padres, Charo Neyra y Raúl Rojas respectivamente, porque sin ellos no estaría donde estoy ni tendría lo que tengo.

Gian Luciano Morales Neyra

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradezco a Dios por siempre protegerme y darme fuerzas en estos años de desarrollo universitario. Además a toda mi familia, en especial a mis padres Elivaldo y Milagros, por brindarme más allá del apoyo económico, el apoyo moral que necesitaba para seguir con mis metas. A mis hermanos; Junior, Franco y Thiago por ser mi motivación y que puedan ver en mí, un ejemplo de hermana mayor y profesional. Asimismo, agradezco a mi prometido Kleiber; por su amor, admiración y apoyo incondicional como pareja, persona y profesional. Finalmente, de manera especial dar las gracias a mi asesora Ana Cecilia, por su dedicación y enseñanzas durante estos meses y de igual manera a mi compañero de trabajo Luciano por su amistad y apoyo durante el desarrollo de esta investigación.

Ana Paula Pereyra González.

Le agradezco a mis padres porque por ellos pude seguir estudiando a pesar de todas las complicaciones que trajo la pandemia. Doy gracias a la profesora Ana Cecilia por haber tenido paciencia con nosotros y especificar con precisión cada detalle a tener en cuenta. Naturalmente, agradezco a Ana Paula, porque no concibo este artículo de investigación sin su empuje, dedicación, y conocimientos, los cuales hicieron posible que esto salga adelante; tener una compañera de equipo como ella es lo que todos esperamos en cada curso y, en esta ocasión, tuve la suerte de tener esa bendición. Por último, gracias a la vida por permitirme tener a las personas correctas en un año que no ha sido fácil.

Gian Luciano Morales Neyra.

Aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial en hotelería durante la pandemia del COVID-19.

Resumen

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) tanto para las empresas como para la sociedad y los agentes que la rodean puede mitigar el daño de la crisis originada por la pandemia causada por el COVID-19 mediante el uso eficaz y responsable de los recursos, remodelar la imagen corporativa a través de nuevos objetivos y metas que permitan al sector hotelero acercarse al buen estado del que gozaba antes de la pandemia. La presente investigación aporta teóricamente y profundiza en la forma en que la RSE viene siendo aplicada en hotelería durante la pandemia e integra las investigaciones existentes sobre esta temática. Este tipo de investigaciones resulta necesaria debido a que el sector mencionado ha sido uno de los más afectados por la pandemia y la RSE puede desempeñar un rol fundamental para contrarrestar sus efectos negativos. La metodología aplicada en la presente investigación es la revisión de la literatura con enfoque integrador, se ha analizado la forma en que la RSE ha sido aplicada por las empresas hoteleras, las acciones que han realizado; tomando en cuenta los resultados disponibles de publicaciones académicas. Se ha podido establecer que el incorporar acciones de responsabilidad social en la hotelería genera impactos positivos tanto en lo económico como en la relación con clientes y empleados; esto aporta en operaciones más eficientes y que hacen posible reducir costos; adicional a ello, se da el aumento de la seguridad y fidelidad de los huéspedes y trabajadores de cada organización o empresa.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial, Hotelería, COVID-19, Pandemia del COVID-19, Hoteles.

Application of Corporate Social Responsibility in hotels during the COVID-19 pandemic.

Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) can mitigate the damage of the crisis originated by the pandemic caused by COVID-19 for both companies and society and the agents that surround it through the effective and responsible use of resources, reshaping the corporate image through new objectives and goals that allow the hotel sector to get closer to the good state it enjoyed before the pandemic. This research theoretically contributes and delves into the way in which CSR has been applied in the hotel industry during the pandemic and integrates existing research on this issue. This type of research is necessary because the aforementioned sector has been one of the most affected by the pandemic and CSR can play a fundamental role in counteracting its negative effects. The methodology applied in this research is the review of the literature with an integrative approach, the way in which CSR has been applied by hotel companies has been analyzed and the actions they have taken; also taking into account the available results of academic publications. It has been established that incorporating social responsibility actions in the hotel industry generates positive impacts both economically and in the relationship with customers and employees; this contributes to more efficient operations that make it possible to reduce costs; in addition to this, there is an increase in the safety and loyalty of the guests and workers of each organization or company.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Hospitality, COVID-19, COVID-19 Pandemic, Hotels.

ÍNDICE

1. Introducción	7
2. Metodología	10
3. Revisión de literatura	11
La relación entre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y el sector hotelero.	11
Desarrollo de las acciones de RSE aplicadas en el sector hotelero durante la pandemia de COVID-19.	12
Beneficios de aplicar la RSE en hotelería en un contexto pandémico para los hoteles (huéspedes, empleados) y la sociedad.	15
4. Conclusiones	17
5. Referencias	18

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial

13

1. Introducción

A comienzos de enero del 2020, en China, se dieron a conocer los primeros casos del COVID-19. Esta enfermedad, dada su característica de reproducción y rápido contagio, fue declarada pandemia por la Organización Mundial de la Salud (OMS) el día 11 de marzo del 2020 (CEPAL, 2020). Como consecuencia, se produjo un cambio profundo en los modos de producción económico, político y social (He & Harris, 2020; Mohammad, 2020). En la actualidad se podría decir que no existe país u organismo internacional alguno que no haya desarrollado cambios en su estructura interna y externa. De hecho, la gran mayoría de las empresas tuvieron que redefinir sus metas y sus recursos apuntando a la sostenibilidad económica, social y ambiental en solución a esta alteración (CEPAL, 2020).

Si bien los impactos del COVID-19 aún se mantienen implícitos, estos quedaron descubiertos si observamos la disminución de la demanda de los consumidores de servicios de hospitalidad; además, se especula que el sector hotelero se contraerá significativamente como resultado de la pandemia, por lo que se describe las sombrías perspectivas para sus inversores, empleados actuales y futuros (Filimonau, Derqui, & Matute, 2020). En ese marco, el propósito de esta investigación busca analizar la Responsabilidad Social Empresarial (en adelante RSE) del sector hotelero durante la pandemia y cómo la RSE ayudará en reducir el impacto negativo.

La RSE hace referencia a un fenómeno social empresarial, en donde las empresas contribuyen al cuidado y desarrollo humano y ambiental sostenible. El objetivo principal de esta contribución es conservar y cuidar los recursos limitados del medio ambiente, con la colaboración desinteresada y trabajo conjunto de los diferentes grupos de interés o stakeholders (competencia, clientes y/o consumidores, proveedores, medio ambiente, estado y/o gobierno, accionistas y/o socios, entre otros) de un hotel (López, Ojeda, & Ríos, 2017).

En específico se resalta el desarrollo de la RSE en el sector hotelero que fue intensamente afectado por esta pandemia. La disminución de turistas fracturó de forma importante toda la cadena turística, especialmente a los hoteles; que, sin clientes, habrían quebrado incluso antes de terminar la fase de cuarentena (OMT, 2020). Por ello, las medidas aplicadas por los hoteles fueron el cierre de sus establecimientos y durante su reapertura se exigieron determinados protocolos como el distanciamiento social, lavado de manos, uso de alcohol. Otros hoteles recurrieron a usos tecnológicos como los controles rutinarios de temperatura de los huéspedes en las entradas de los hoteles (Corbella, 2021). Pese a que muchos hoteles dejaron de operar con efecto inmediato siguiendo las órdenes gubernamentales, algunas empresas se comprometieron a una serie de pasos para mantener (al menos de forma limitada) actividad y/o asegurar una (más) pronta recuperación (He & Harris, 2020).

Por consiguiente, este contexto de lenta recuperación en los negocios turísticos ha generado buenas y malas acciones por parte de los hoteles, relacionadas con los aspectos de generación de ingresos económicos, violación de reglas y leyes del Reglamento de Alojamiento Turístico, comportamiento en la sociedad y colaboración o ayuda hacia otras personas. Todas estas acciones guardan relación con el término RSE, que es una contribución voluntaria por parte de las empresas para mejorar la calidad de vida de una comunidad y su entorno natural (Quevedo, Pinzón, Vásquez & Quevedo, 2020).

Por otro lado, una de las dificultades que existe actualmente en las empresas para lograr una diferenciación, más allá del precio, valor o calidad está en saber usar los beneficios de la RSE como la mayor competitividad, productividad y sostenibilidad para las empresas y se dificulta porque obliga a las empresas a realizar sus actividades económicas sin sobreexplotar los recursos del medio ambiente; y en consecuencia si se usa los beneficios ya mencionados conlleva a ser una herramienta para diferenciarse de la competencia (Lalangui, Espinoza & Pérez. 2017).

Es por esto, que la RSE en los hoteles se ha convertido en un tema importante para los investigadores académicos y los profesionales de la industria. Asimismo, es importante utilizar sus cuatro dimensiones de la RSE (filantropía estratégica, económicos, legales y éticos). Con este conjunto de dimensiones de la RSE puede ayudar a mitigar el daño económico, social y ambiental de la crisis en una manera más rápida y eficaz. Otras formas son obteniendo la fidelidad de los clientes. Así, lo que se buscó en los hoteles fue remodelar la imagen corporativa y lograr la sostenibilidad. Esto es fundamental de investigar y gestionar, especialmente cuando las amenazas a las operaciones y la supervivencia se encuentran en los niveles más altos, como con la pandemia de COVID-19 (Zhang, Xie & Morrison, 2021).

Por todo lo dicho, la presente investigación dará un aporte teórico y práctico porque permitirá profundizar en la teoría de la RSE en el sector hotelero en contexto de la pandemia del COVID-19; se advertirá el enfoque de ciertos estudiosos de la materia y su aplicación a dicho campo. Estudiar el enfoque de la RSE no es algo nuevo, lo novedoso en este trabajo es su aplicación en el sector hotelero, con las herramientas anteriormente mencionadas, durante el contexto de la pandemia.

2. Metodología

La metodología utilizada fue la revisión de literatura. Según Snyder (2019), es primordial que antes de realizar algún tipo de investigación se haga una búsqueda de literatura exhaustiva del tema a tratar. Para esto, se necesita seguir ciertas acciones para asegurarse de que se está realizando la búsqueda en documentos que contienen información concisa y de fuentes confiables y que éstas aseguren resolver las preguntas de la investigación.

En esta investigación se utilizó el enfoque integrador. Este enfoque se desarrolla para investigar y analizar nuevas perspectivas de un tema, el cual puede ser emergente (Snyder, 2019). En esta investigación se analizó diferentes puntos de vista sobre la RSE en los hoteles y su aporte con la situación actual que se atraviesa por el COVID-19.

Se emplearon estrategias de búsqueda utilizando términos tales como responsabilidad social empresarial, hoteles y COVID-19 y en inglés *social responsibility, hotels* en bases de datos como Google Académico, Elsevier, ScienceDirect, Scopus, Scielo. Estas búsquedas son realizadas preferentemente en investigaciones que han sido publicadas entre los años 2016 a 2021. Es importante tomar en cuenta a las investigaciones que en su resumen tengan una cercanía estrecha con el tema de esta investigación y las palabras claves. Asimismo, se revisó el nivel de confiabilidad tienen las fuentes revisadas. Ya que, solo será de importancia las revistas científicas que son consideradas como las óptimas en sus áreas, siendo éstas parte del cuartil superior (Q1 y Q2). Con todas estas estrategias de búsqueda, se pudo tener una información adecuada y de alta calidad.

Además, se plantearon preguntas que orientaron al desarrollo de la presente investigación. La pregunta principal fue ¿Cómo se ha aplicado la Responsabilidad Social Empresarial en el sector hotelero ante la pandemia causada por el COVID-19? y las Preguntas secundarias fueron i. ¿Cuál es la relación entre la Responsabilidad Social Empresarial y el sector hotelero? ii. ¿Cómo se han desarrollado las acciones de RSE en el sector hotelero durante la pandemia de COVID-19? iii. ¿Qué beneficios brinda la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial en hotelería en un contexto pandémico tanto para los hoteles como para la sociedad?

3. Revisión de literatura

La relación entre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y el sector hotelero.

El concepto de RSE es amplio, algunos autores como Zhang, Xie y Morrison (2021) relacionan a dicho término con el de Responsabilidad Social Corporativa y lo definen como aquel compromiso de las empresas con las prácticas éticas, el desarrollo económico y la mejora de la calidad de vida de los empleados y la sociedad.

Además, el concepto de RSE ha evolucionado desde su primera concepción por la década de los años 50, la razón de ello fue que más personas han ido depositando mayores expectativas respecto al rol que cumplen las empresas en la sociedad (Font & Lynes 2018).

La responsabilidad social empresarial va acorde a los enfoques de largo plazo, tales como estrategias sostenibles, políticas y recursos necesarios para la protección del medio ambiente (Chu, Chen & Gan, 2020).

De ahí se puede inferir que el concepto de RSE irá transformándose o moldeando según la necesidad de la sociedad. Lo que significa que la importancia de RSE de una empresa hotelera evaluará el grado de importancia respecto a temas como la sostenibilidad ambiental por parte de los hoteles, de iniciativa para la aplicación de las prácticas de RSE, y en especial en hoteles independientes que no pertenecen a la cadena (Khatter, McGrath, Pyke, White, & Lockstone-Binney, 2019).

En otras palabras, debido a la complejidad de establecer un concepto único y universal de RSE; en consecuencia, representará otro reto la concepción en el rubro hotelero y esto es importante de advertirlo, justamente, por los factores que están en la sociedad (Chen, Chang & Wang, 2019)

En ese sentido, la RSE en el sector hotelero no ha sido la excepción. Si bien mencionamos su constante supervisión por la sociedad durante la pandemia fue más evidente. El nuevo cambio de paradigma de la RSE implicó en la pandemia la retención de empleados, el uso de los hoteles para recibir al personal médico e incluso la prestación de sus bienes para el servicio de traslado del personal responsable durante el COVID-19 (Zhang, Xie & Morrison, 2021).

Por otro lado, es importante resaltar los enfoques de la RSE, tales como son el nuevo enfoque denominado filantropía estratégica, los otros 3 son los aspectos económicos, éticos y legales. De estas dimensiones, la filantrópica se encuentra en el nivel más alto debido a que

promueve el bienestar de todas las partes que lo conforman; además tienen la buena voluntad de mejorar dentro y fuera de la empresa; y las intenciones de compra del cliente (Shin, Sharma, Nicolau & Kang, 2021).

También es importante el diseño de experiencias, las cuales deben estar recogidas en los RSE. Por tanto, la puesta en ejecución de las RSE implica tomar decisiones sobre los aspectos físicos y estructurales del hotel; así como, el fomento de las conexiones e interacciones entre clientes y empleados. Cuando una empresa hotelera recurre a la RSE como instrumento prevención obtiene una serie de ventajas: desde respuesta rápida ante la crisis del COVID-19, lo cual es imperativo en el sector hotelero; hasta un enfoque de viabilidad comercial de buena calidad y resiliencia como respuesta a la presión del tiempo y el cambio en las necesidades y expectativas del consumidor (Bonfanti, Vigolo & Yfantidou 2021).

Desarrollo de las acciones de RSE aplicadas en el sector hotelero durante la pandemia de COVID-19.

La RSE y la pandemia representó todo un reto para el sector hotelero. Si bien el COVID-19 trajo muchas desgracias, también significó la búsqueda de oportunidades; especialmente, para que las empresas hoteleras se comprometan con la RSE en la atención y gestión de desastres o crisis (Jiang & Wen 2020).

Los retos y oportunidades podrían calificar en cuatro aspectos de responsabilidad social, pero uno es el que nos interesaría, el reto filantrópico, puesto que los otros tres son los aspectos económicos, éticos y legales. De estas dimensiones, la particularidad del reto filantrópico -en el sector hotelero y la pandemia- se encuentra en el nivel más alto debido a que promueve el bienestar humano, se crea un clima de buena voluntad y, además, de que mejora la reputación de la marca con cliente. En concreto, ante el desnudo de las falencias a causa de la pandemia del COVID-19, la RSE es una oportunidad para que las empresas hoteleras se comprometan en la prevención y reducción de la desgracia causada (Shin, Sharma, Nicolau & Kang, 2021).

El conocimiento de las definiciones y cumplir con los objetivos de cada una de estas 4 dimensiones de la RSE, es importante para el desempeño y acciones óptimas en las organizaciones y en el sector hotelero, tal como se presenta en la Tabla 1.

Tabla 1: Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial

Dimensiones de la RSE	Definición	Objetivos
Filantrópica o social “Ser un buen ciudadano”	Acciones empresariales que responden a las expectativas sociales sobre la correcta ciudadanía empresarial.	Involucrarse en actividades o programas que promuevan el bienestar social y mejoren la calidad de vida de las personas.
Ético “Ser ético”	Obligación de hacer lo correcto, lo bueno y justo; asimismo minimizar el daño a los stakeholders de las empresas.	Respetar las actividades y prácticas de la sociedad.
Legal “Obedecer la ley y regularidades”	Cumplimiento de las leyes y regulaciones estatales, así como las reglas básicas según las cuales debe operar la empresa,	Respetar las reglas del juego de la sociedad para una empresa.
Económico “Generar beneficios y ser rentable”	Producción de bienes y servicios que los consumidores necesitan y desean.	Dedicar recursos a la comunidad, mejorar calidad de vida de estos y obtener ganancias aceptables en el proceso.

Elaboración propia

Fuente: Carroll (1999); Nalband & Kelabi (2014)

Cuando una empresa de turismo y de hotelería utiliza la RSE como instrumento prescriptivo, es más probable que se desarrollen favorablemente sus relaciones con los turistas. En otras palabras, lo que se advierte en este apartado son que las responsabilidades que ejercen las empresas hoteleras no son solo las actividades comerciales, su rol va más allá de las actividades generadoras de ingreso. Implica entender responsabilidades éticas y el bienestar de la sociedad (Gonzales-Rodríguez & Diaz-Fernández, 2020).

Nuevamente, la relevancia conceptual de la RSE está adecuada a los beneficios monetarios, pero también a los no monetarios como la mejora de la imagen de marca, su conocimiento de la sociedad y en la estrategia de diferenciación de marca. Por ejemplo, cuando los empleados se llegaron a infectar, los restaurantes terminaron en bancarrota y algunos en ejecución hipotecaria; lo que llevaría a la consecuencia de los ceses colectivos y cierres de locales, no se realizó ello. Por el contrario, las empresas hoteleras acorde al plan de RSE buscaron otras alternativas menos gravosas para responder frente a ese gran impacto (Hu, Yan, Casey & Wu, 2021).

Los últimos años ha habido un aumento de estudio de las RSE en el sector hotelero y su relación con la pandemia; así pues enfatizó que son una mejor herramienta para que las empresas cumplan con sus responsabilidades hacia los grandes segmentos de la sociedad (Gürlek & Tuna, 2019).

Puede parecer extraño que a los agentes hoteleros se les pueda exigir alguna responsabilidad extra a sus funciones, pero la realidad propone que más que una responsabilidad, es una participación en la comunidad, el mercado y los actores (Choi & Choi, 2021). Una gran cantidad de investigaciones en la industria del hotelería demuestran que la puesta en práctica de la RSE no solo beneficia a la sociedad sino también fomenta la lealtad con el cliente; ello justamente porque estos actores ven de manera positiva las buenas prácticas de los hoteles. Es decir, que no son simplemente una empresa que se dedica únicamente al lucro (Huang & Liu, 2020).

Esta relación se puede describir como aquel proceso que atraviesa el cliente y consta de todos los encuentros individuales entre el cliente y la organización. Aquí los clientes perciben y evalúan sus experiencias en cada uno de estos puntos de contacto (Bonfanti, Vigolo & Yfantidou 2021).

Otra característica que revelan que los hoteles tuvieron un rol protagónico fue que tenían características comunes a los hospitales como habitaciones y baños individuales, lo que

hizo de los hoteles en cuarentena no solo una solución viable para la contención del COVID-19, sino para el cuidado de pacientes y trabajadores sanitarios. Por ello, la puesta en práctica de los RSE y los hoteles en cuarentena apoyaron en la salud pública, en la mitigación y la propagación del COVID-19 dentro de la comunidad (Teng, Teng, Wu & Chang, 2021).

Beneficios de aplicar la RSE en hotelería en un contexto pandémico para los hoteles (huéspedes, empleados) y la sociedad.

En la actualidad, el enfoque o los beneficios económicos no solo está relacionado con los ingresos monetarios, también están en las condiciones laborales y sociales (Hassan & Soliman, 2021). Es en este sentido en que la RSE tiene un gran protagonismo en un contexto pandémico. Es válido mencionar que no solo son los profesionales de la salud quienes se encuentran expuestos ante dicho riesgo, también lo estuvieron los empleados de los hoteles y los huéspedes.

Cuando en el marco de la pandemia, los hoteles proporcionaron sus instalaciones para albergar al personal médico y a pacientes COVID-19, los que estuvieron en esa primera línea fueron los empleados de los hoteles ellos también estuvieron dentro de la categoría personal sanitario y con todo lo que implica; esto es, mantener su estabilidad laboral y la protección ante la amenaza de contraer el virus (Shin, Sharma, Nicolau & Kang, 2021).

Tal como indica, Teng, Teng, Wu & Chang (2021), para prevenir la transmisión del virus y proteger a los trabajadores estos se alojaron temporalmente en los hoteles, en un espacio proporcionado y modificado, lo cual significaba aislarse y no regresar a sus hogares con sus familiares. Cuando los gobiernos a través de sus normas legales exigieron a todos los viajeros o residentes del extranjero cumplir con sus disposiciones, ante esta necesidad se crearon hoteles de cuarentena y debieron de permanecer por un periodo de 14 días. Además, proporcionar espacios de cuarentena implicó que los trabajadores recibieron educación médica para identificar y realizar un diagnóstico previo. Se les capacitó en los estándares de cuidado y desinfección de los cuartos de servicio. Todo esto fue bien visto por la sociedad debido a que los grandes focos de concentración se daban por la transmisión del virus; en este caso, por la movilización de las personas entre los países.

Esto fue fundamental y esencial; entre las razones más importantes, porque proteger a los empleados de infecciones no solo demuestra la responsabilidad de la organización de ayudar a contener la propagación del virus, sino que también determina la supervivencia de la organización durante esta crisis (Hu, Yan, Casey & Wu, 2021).

En tal sentido, consideramos que las RSE se materializaron de manera airosa en las

habilidades de educación y cuidado médico, junto a los altos estándares de desinfección frente a la epidemia. Por ello, cuando se refieren que la otra moneda o valor fue la gestión y la resiliencia laboral. En el futuro, concluyen los autores, proporcionará al personal las habilidades adicionales y las nuevas mentalidades necesarias para obtener trabajos de alta demanda en el cuidado de la salud u otros negocios (Teng, Teng, Wu & Chang, 2021).

Los conceptos de resiliencia organizacional y RSE en el sector hotelero, junto con las medidas tomadas por empresas hoteleras específicas para reducir el efecto negativo de COVID-19 en sus clientes y empleados, están estrechamente relacionados con el paradigma del "capital" organizacional. Así, el éxito de la implementación de prácticas de RSE en los hoteles está respaldado por la disponibilidad de recursos; a saber, organización capital de modo económico, social, humano, físico, natural y cultural (Filimonau, Derqui, Matute, 2020).

Así, si bien la pandemia del COVID-19 en el futuro será solamente una mala anécdota del pasado, el personal del hotel ya adquirió nuevas habilidades y lo que fue una experiencia terrible, se convirtió ahora en una oportunidad significativa para la industria hotelera como partícipe de su rol social empresarial. Por el lado de los dueños de las cadenas hoteleras, a través del marketing y la RSE, testimoniaron su atención en la higiene y la limpieza, dado que los empleados del hotel de cuarentena han sido capacitados y educados respecto a las medidas de prevención, limpieza y desinfección hasta cómo atender a casos sospechosos o no de COVID-19, a todas luces los clientes se sentirán cómodos y seguros durante su estadía en el hotel (Gürlek & Tuna, 2019).

La función de la RSE, entonces, reveló rápidamente la estrategia impulsada por el mercado para controlar, educar y administrar los servicios básicos en demanda; los consumidores de hoy en día son más expresivos y tienen ciertas expectativas sobre cómo deben responder las empresas orientadas al cliente en determinadas circunstancias; así, las iniciativas tomadas de RSE son una percepción favorable y con resultados positivos (Manuel, & Herron, 2020). Ejemplos de estas actividades de RSE, fueron los programas de apoyo anteriormente descritos; pero otros también pudieron haber sido como donaciones a organizaciones, proyectos de caridad y los programas de reciclaje (Al-Ansi, Chua, Lee & Han, 2020).

Finalmente, los hoteles que han aplicado la RSE aumentaron su imagen positiva en los consumidores. En particular, opinan, la participación del cliente juega un papel fundamental en el éxito de la RSE en el sector hotelero; específicamente, en torno a las donaciones, el bienestar y la calidez de los clientes, todo ello con resultados positivos (Huang & Liu, 2020).

4. Conclusiones

Tomando en cuenta los resultados de la investigación, se concluye que existe evidencia de que la RSE se viene aplicando en el sector hotelero incluso durante la pandemia del COVID-19 y su aplicación tiene múltiples beneficios según los autores revisados; sin embargo, los autores que se presentan a continuación, concluyen en que su aplicación beneficia a los hoteles tanto en lo económico como en lo social y medioambiental.

La RSE en hotelería durante la pandemia por el COVID-19 ha servido para que muchos establecimientos no tengan que detener su funcionamiento en totalidad. Como lo explican Zhang, Xie y Morrison (2021) los hoteles prestaban sus instalaciones como habitaciones y baños individuales para albergar a personal médico y a pacientes, de esta forma también pudieron mantener gran parte del personal para sus labores asignadas. Tal como indica, Teng, Teng, Wu y Chang (2021), para prevenir la transmisión del virus y proteger a los trabajadores, estos se alojaron temporalmente en los hoteles, en un espacio proporcionado y modificado, lo cual significaba aislarse y no regresar a sus hogares con sus familiares.

Además, Gürlek y Tuna (2019) explican que los dueños de las cadenas hoteleras, a través de la RSE, abogaron toda la atención al cuidado de sus huéspedes con su atención en la higiene y la limpieza, dado que los empleados del hotel de cuarentena han sido capacitados y educados respecto a las medidas de prevención, limpieza y desinfección hasta cómo atender a casos sospechosos o no de COVID-19, y esto desenlaza comodidad y seguridad de los huéspedes durante su estadía en el hotel.

Asimismo, destacan el uso de las dimensiones de la RSE para el sector hotelero, en particular la dimensión filantrópica; ya que estimula el bienestar de la humanidad, crea un óptimo clima de buena voluntad y mejora la reputación de la marca con los clientes e inversores. En concreto, ante los daños a causa de la pandemia del COVID-19, la RSE es una meta y oportunidad para que los hoteles se comprometan a prevenir y reducir estos daños, y así los clientes se sientan más seguros de disfrutar de una estancia en algún establecimiento hotelero.

En los tiempos actuales de la pandemia COVID-19 se ha dado que las empresas buscan nuevas oportunidades, por ello, los hoteles se comprometieron con la RSE para gestionar y mitigar los impactos causados por esta crisis sanitaria. Esta búsqueda permitió que los hoteles trabajen con mayor responsabilidad social y a su vez logren mejorar su imagen de cara al público. Así lo explican Hang & Liu (2020), afirmando que debido a ello, los establecimientos hoteleros no serán vistos únicamente como empresas lucrativas sino que su compromiso con la sociedad y sus trabajadores fomentará la lealtad de sus clientes.

La RSE fue de gran ayuda para establecimientos hoteleros como los ecolodges; Al-Ansi, Chua, Lee y Han (2020) explican que existen casos en los que aplicaron la dimensión de filantropía estratégica, viéndose reflejado en el trabajo conjunto que se realiza con las comunidades, brindando trabajo, educación y apoyo socioeconómico a sus miembros; de este modo, se beneficiaba tanto el ecolodge como la comunidad. Además, se viene haciendo hincapié también en el consumo ético de los recursos, ya que muchos son escasos -o incluso se encuentran en vías de extinción-, por lo cual se refleja una aplicación de la dimensión ética. Asimismo hubo donaciones a organizaciones, proyectos de caridad y programas de reciclaje que hoteles brindaron a la sociedad donde está situado este establecimiento.

Por ello, aplicar la RSE en hotelería durante la pandemia por el COVID-19 trae ventajas. En este sentido la investigación de Bonfanti, Vigolo y Yfantidou (2021); Jian y Wen (2020) concluyen que gracias a que los hoteles aplican la RSE, se tiene una respuesta rápida ante la crisis del COVID-19, lo cual es imperativo en el sector hotelero; hasta un enfoque de viabilidad comercial de alta calidad y resiliencia como respuesta a la opresión del tiempo y el cambio en las necesidades y expectativas del consumidor.

A partir de la investigación aplicada concluyen y recomiendan a los futuros investigadores que aunque hay un amplio aporte teórico y práctico en las tres variables usadas RSE, COVID-19 y sector hotelero es importante que se siga investigando en la aplicación y las acciones de RSE que el sector hotelero tomó, toma y tomará para afrontar la pandemia del COVID-19 ya que aún está en desarrollo, para que esta información sea de herramienta y útil para el desarrollo de otras investigaciones.

5. Referencias

- Al-Ansi, A., Chua, B., Lee, M. & Han, H. (2020). Tourists outbound travel behavior in the aftermath of the COVID-19: role of corporate social responsibility, response effort, and health prevention. *Journal of Sustainable Tourism*.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1849236>
- Bonfanti, A., Vigolo, V. & Yfantidou, G. (2021). The impact of the COVID-19 pandemic on customer experience design: The hotel managers' perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 94. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102871>
- Carroll, A. (1999). Responsabilidad social empresarial: evolución de un constructo definitorio. *Negocios y sociedad*, 38 (3), 268-295. DOI: [10.1177 / 000765039903800303](https://doi.org/10.1177/000765039903800303)
- CEPAL (2020). *Informe sobre el impacto económico en América Latina y el Caribe de la enfermedad por coronavirus (COVID-19)*. México. www.cepal.org/apps
- Chen, K., Chang, C. & Wang, C. (2019). Frontline employee's passion and emotional exhaustion: The mediating role of emotional labor strategies. *International Journal of Hospitality Management*, 76, 163–172.
- Choi, M. & Choi, Y. (2021). Employee perceptions of hotel CSR activities during the COVID-19 pandemic. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Chu, C., Chen, T. & Gan, C. (2020). Consumer's Engagement with Corporate Social Responsibility (CSR) Communication in social media: Evidence from China and the United States. *Journal of Business Research*, 110, 260-271.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.01.036>
- Corbella, C. (2021). *Plan estratégico para hotel boutique frente a la crisis COVID-19*. [Trabajo de Investigación presentado para optar al Grado Académico de Magíster en Administración]. Universidad del Pacífico.
https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/3069/CorbellaCarlos_Tesis_mae_stria_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Filimonau, V., Derqui, B. & Matute, J. (2020). The COVID-19 pandemic and the organizational commitment of senior hotel managers. *International Journal of Hotel Management*, 91, 102659.
- Font, X. & Lynes, J. (2018). Corporate social responsibility in tourism and hospitality, *Journal of Sustainable Tourism*, 26:7, 1027-1042, :
<https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1488856>

- González - Rodríguez, M. & Díaz - Fernández, M. (2020). La conciencia de responsabilidad social corporativa de los clientes como antecedente de intención de comportamiento repetido. *Responsabilidad social corporativa y gestión ambiental*, 27 (3), 1294-1306.
- Gürlek, M., & Tuna, M. (2018) Reinforcing competitive advantage through green organizational culture and green innovation, *The Service Industries Journal*, 38:7-8, 467-491, DOI: 10.1080/02642069.2017.1402889
- Hassan, B. & Soliman, M. (2021). COVID-19 and repeat visitation: Assessing the role of destination social responsibility, destination reputation, holidaymakers' trust and fear arousal. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100495>
- He, H., & Harris, L. (2020). The impact of COVID-19 pandemic on corporate social responsibility and marketing philosophy. *Journal of Business Research*, 116, 176–182. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.030>
- Hu, X., Yan, H., Casey, T. & Wu, C., (2021). Creating a safe haven during the crisis: how organizations can achieve deep compliance with COVID-19 safety measures in the hospitality industry. *International Journal Hospitality Management* 92, 1–11, 102662.
- Huang, & Liu, S. Q. (2020). “Donate to help combat COVID-19!” How typeface affects the effectiveness of CSR marketing? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(10), 3315–3333. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2020-0462>
- Jiang, & Wen, J. (2020). Effects of COVID-19 on hotel marketing and management: a perspective article. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(8), 2563–2573. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2020-0237>
- Khatter, McGrath, M., Pyke, J., White, L., & Lockstone-Binney, L. (2019). Analysis of hotels' environmentally sustainable policies and practices. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(6), 2394–2410. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-08-2018-0670>
- Kim, H., Rhou, Y., Topcuoglu, E., & Kim, Y. G. (2020). Why hotel employees care about corporate social responsibility (CSR): Using need satisfaction theory. *International Journal of Hospitality Management*, 87, 1–8.
- Lalangui, J., Espinoza, C., & Pérez, M. (2017). Turismo Sostenible, un aporte a la responsabilidad social empresarial: sus inicios, características y desarrollo. *Universidad y Sociedad*, 9(1), 148-153.

- López, A., Ojeda, J., & Ríos, M. (2017). La responsabilidad social empresarial desde la percepción del capital humano. Estudio de un caso. *Revista de Contabilidad*, 20(1), 36-46.
- Manuel, T. & Herron, T. L. (2020). An ethical perspective of business CSR and the COVID-19 pandemic. *Society and Business Review*, 15(3), 235–253. <https://doi.org/10.1108/SBR-06-2020-0086>.
- Mohammad, J. (2020). Impact of COVID 19 on marketing strategies and actions. *Sharjah*. Retrieved from <https://www.skylineuniversity.ac.ae/knowledge-update/retail-and-marketing/impact-of-COVID-19-on-marketing-strategies-and-actions>
- Nalband, N. & Kelabi, S. (2014). Rediseño del modelo piramidal de RSE de Carroll. *Revista de ciencia de gestión avanzada*, 2 (3), 236-239. DOI: [10.12720 / joams.2.3.236-239](https://doi.org/10.12720/joams.2.3.236-239)
- Organización Mundial del Turismo (2020). *Contribuciones de la Organización Mundial del Turismo a la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible*, OMT, Madrid.
- Quevedo, J., Pinzón, L., Vásquez, L., & Quevedo, M. (2020). Impacto del covid-19 en el emprendimiento del sector turístico en el Ecuador. *Dominio de Las Ciencias*, 6(3), 1352-1367.
- Shin, H., Sharma, A., Nicolau, J. L., & Kang, J. (2021). The impact of hotel CSR for strategic philanthropy on booking behavior and hotel performance during the COVID-19 pandemic. *Tourism Management* (1982), 85, 104322. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104322>
- Snyder, H. (2019). Literature Review as a Research Methodology: An Overview and Guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333 – 339. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296319304564>
- Teng, X., Teng, Y.-M., Wu, K.-S., & Chang, B.-G. (2021). Corporate Social Responsibility in Public Health During the COVID-19 Pandemic: Quarantine Hotel in China. *Frontiers in Public Health*, 9, 620930–620930. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.620930>
- Wang, C., Hu, R. & Zhang, T. (2020). Corporate Social Responsibility in international hotel chains and its effects on local employees: Scale development and empirical tests in China. *International Hospitality Management Journal*, 90, 102598.
- Zhang, J., Xie, C., & Morrison, A. M. (2021). The effect of corporate social responsibility on hotel employee safety behavior during COVID-19: The moderation of belief restoration and negative emotions. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 46, 233–243. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.12.011>