



FACULTAD DE
CIENCIAS DE LA
E M P R E S A

Percepción de los empleados de hotel sobre la responsabilidad social corporativa

Vicente Javier Lorca Carretero

Curso 2015/2016

Director: D. Ignacio Segado Segado

Agradecimientos

Después de varios meses desarrollando la ardua, pero no por ello menos agradable tarea de relacionar el turismo con un concepto, que cada va cogiendo más relevancia e importancia, como lo es el de la Responsabilidad Social Corporativa, quiero agradecer este Trabajo de Fin de Grado a todas las personas que han participado en su realización y desarrollo.

En primer lugar, quiero remarcar la labor de mi director de TFG, el cual aceptó desde un primer momento la propuesta que le hice sobre el trabajo, así como el tiempo y el esfuerzo dedicado.

Fundamental ha sido también el apoyo recibido por mis padres, sin los cuales no podría haber sido lo que soy, formando los conocimientos y los valores con los que cuento y que me han permitido llegar hasta aquí.

Quiero agradecer también el tiempo dedicado a mi familia y amigos, los cuales siempre han escuchado y dado consejos sobre como mejorar.

Y finalmente no puedo olvidarme de la ayuda recibida por el Hotel Entremares, dejándonos realizar un estudio en su empresa, así como del resto de profesores que han permitido obtener los conocimientos que tengo actualmente.

Índice

1. Introducción	4
2. Responsabilidad Social Corporativa. Concepto, evolución y elementos	6
2.1. Concepto de Responsabilidad Social Corporativa, Sostenibilidad y Desarrollo Sostenible	6
2.2. Evolución Institucional de la Responsabilidad Social Corporativa	16
2.2.1. Evolución de la Responsabilidad Social Corporativa a nivel Europeo.....	16
2.2.2. Evolución de la Responsabilidad Social Corporativa a nivel Nacional	19
2.3. Dimensiones de la Responsabilidad Social Corporativa	22
2.3.1 Dimensión Interna.....	22
2.3.2. Dimensión Externa.....	23
3. Responsabilidad Social Corporativa y Turismo Socialmente Responsable	25
3.1. Relación entre la Responsabilidad Social Corporativa y el Turismo Socialmente Responsable	27
3.2. Concepto de Turismo Socialmente Responsable	28
3.3. Evolución del Turismo Socialmente Responsable	30
3.4. Impactos del Turismo	32
3.4.1. Impactos económicos.....	33
3.4.2. Impactos Socioculturales.....	36
3.4.3. Impactos Medio Ambientales	38
4. Hacia un turismo sostenible. Estudio de la Responsabilidad Social Corporativa desde la perspectiva de los empleados en el sector turístico.....	41
4.1. Estadísticas descriptivas sobre el perfil de los encuestados	42
4.2 Visión Stakeholders - Shareholders.....	44
4.3 Percepción de Responsabilidad Social Corporativa de la organización	47
5. Conclusiones.....	50
6. Anexo.....	53
6.1 Anexo 1. Cuestionario para el estudio de la Responsabilidad Social Corporativa desde la perspectiva de los trabajadores en el sector turístico.....	53
7. Bibliografía.....	57

1. Introducción

En numerosas ocasiones los árboles no nos dejan ver el bosque, y en otras tantas no queremos verlo. Sin embargo, en las últimas décadas y debido a la crisis económica, se han puesto de relieve, más que nunca, las causas, los impactos y la problemática que genera un sistema basado exclusivamente en la obtención de beneficios.

Afectando, pues, no sólo a sectores económicos como el inmobiliario o el financiero, sino también derivando en gravísimos problemas sociales y medioambientales (ejemplo de ello es que 62 personas poseen la misma riqueza que la mitad de la población mundial). Puesto que no son partes separadas e independientes, sino que el todo es mayor que la suma de sus partes. Es precisamente por ello, que nos debe preocupar el futuro de la Tierra, porque no sólo es el nuestro sino también el de las generaciones futuras.

El sector turístico, a diferencia de los anteriores, ha seguido creciendo y diversificándose de manera exponencial en los últimos años, constituyéndose como un sector clave para el desarrollo, la prosperidad así como el bienestar socioeconómico y medioambiental presente y sobre todo, futuro tanto para los países desarrollados como para los que se encuentran en vías de ello. Y para ello es fundamental que su actividad se desarrolle de manera responsable.

Es debido precisamente a la magnitud que presenta este sector, que en este trabajo centraremos nuestra atención en un modelo de turismo alternativo, que permita desarrollar una actividad sostenible y participativa. También se pretende exponer la necesidad de un cambio progresivo hacia un modelo empresarial que tenga en cuenta las consecuencias tanto actuales como futuras de su actividad, económica, social y medioambiental y las de sus grupos de interés.

Con la necesidad de avanzar sobre qué se entiende por turismo socialmente responsable, estructuraremos el presente Trabajo Fin de Grado en tres bloques:

- En primer lugar, analizaremos qué se entiende por Responsabilidad Social Corporativa (RSC), sostenibilidad y desarrollo sostenible, los que nos permitirá

en última instancia, expresar el alcance y la magnitud de un modelo de gestión que persigue los criterios de sostenibilidad que precisa el sector turístico. Contextualizándolo mediante su evolución y dimensión.

- En segundo lugar, mostraremos la interrelación que existe entre la RSC y el turismo, lo que nos facilitará desarrollar la idea y la evolución de turismo sostenible justificando la importancia que representa este sector mediante los impactos que puede llegar a generar.
- Por último, analizaremos la percepción que tienen los empleados del Hotel Entremares sobre la RSC de su organización.

Al finalizar la lectura del presente trabajo, debemos ser conscientes de la necesidad de un cambio de paradigma, hacia un sector que, garantizando la sostenibilidad social y medioambiental, permita, a la vez, la sostenibilidad económica. Puesto que a pesar de la temprana edad que presenta la actividad turística, es y será un sector clave en nuestra historia.

2. Responsabilidad Social Corporativa. Concepto, evolución y elementos

El contexto de crisis económica, social y medioambiental nos ha servido para darnos cuenta que es indispensable garantizar un modelo de gestión socialmente responsable que garantice un desarrollo sostenible del sector turístico teniendo en cuenta los agentes de interés que participan en él.

Para ello, en los siguientes epígrafes, explicaremos qué se entiende por RSC, la evolución que ha experimentado internacional y nacionalmente, así como los ámbitos y dimensiones que la forman. Lo que nos permitirá desarrollar una idea global de la importancia que representa la RSC, no sólo para el desarrollo económico empresarial y general sino también el social y medioambiental. Representando un cambio de paradigma en el modelo existente mediante un modelo de actividad socialmente responsable en relación con las crecientes aportaciones en materia de desarrollo sostenible.

2.1. Concepto de Responsabilidad Social Corporativa, Sostenibilidad y Desarrollo Sostenible

Para poder llegar a un modelo de turismo responsable y sostenible, primero tenemos que definir qué entendemos por ética y cómo se desarrolla en la empresa, así como el alcance y la importancia de un modelo de actividad socialmente responsable. Lo que nos permitirá concretar no sólo el concepto de sostenibilidad y desarrollo sostenible sino también el de RSC.

La vinculación entre ética y economía ha estado presente desde el siglo IV antes de Cristo a través de la visión que proporcionó Aristóteles hasta nuestros días. En la que destacan las aportaciones de autores como: Adam Smith, Weber, Schumpeter o K.Marx entre otros, por lo que definir qué se entiende por ética es una ardua tarea, debido a la evolución, modificación y enriquecimiento que ha sufrido a lo largo de su historia. Así como su distinta concepción según hablemos desde el punto de vista de la religión, del derecho o de la moral.

No obstante, la filósofa española Cortina (1994), define la ética como *“un tipo de saber de los que pretender orientar la acción humana en un sentido racional, es decir, pretende que obremos racionalmente (...). La ética es esencialmente un saber para actuar de modo racional (...) en el conjunto de la vida”*.

Según *Raufflet et al. (2012)*, de la definición proporcionada por Cortina (1994) se pueden extraer una serie de rasgos para el desarrollo de la ética. Los más importantes son:

- Es un tipo de saber. En este punto se pueden extraer dos ideas. La primera de ellas: para hablar de ética se requiere tanto su estudio como su conocimiento, pues no es válido expresar cualquier opinión. Y la segunda, que es un saber que se puede aprender y por tanto se puede enseñar.
- Para actuar. La ética no nos describe el mundo tal y como es, sino cómo debe ser, y de aquí podemos extraer tres conclusiones. La primera de ellas es que el hecho de que las cosas no sean como deben ser, no deslegitima lo que deberían ser. En segundo lugar, que mucha gente realice una acción inmoral no la vuelve moral. Y finalmente, en cuestiones éticas, la estadística no tiene nada que ver, es decir no depende ni de cuanta gente lo haga ni de la opinión que tengan.
- De un modo racional. La fuente de los criterios morales habrá de buscarse en el uso de la propia razón.
- En el conjunto de nuestra vida. Tenemos que destacar que la reflexión ética no sólo debe estar presente en momentos puntuales sino en todos los ámbitos de la vida.

Es por todo ello que la ética puede aplicarse en cualquier ámbito de actuación del ser humano. En nuestro caso, destaca el ámbito empresarial donde nace la ética de la empresa. Este concepto consiste en aplicar principios éticos en la toma de decisiones y en determinadas acciones en el contexto empresarial debido al impacto y las consecuencias que generan.

Cortina (1994), define la ética en la empresa como *“el descubrimiento y la aplicación de los valores y normas compartidos por una sociedad pluralista al ámbito peculiar de la empresa, lo cual requiere entenderla según un modelo comunitario”*.

Los valores y normas a los que hace referencia Cortina (1994) son los que dan lugar a la ética cívica dentro de las sociedades con democracia liberal y sin los cuales no es posible una ética empresarial, siendo dichos valores: libertad, igualdad, solidaridad, respeto activo y finalmente el diálogo.

- Libertad: entendida como la autonomía moral y la política. En el primer caso, cada individuo puede realizar una determinada cosa siempre que no dañe a los demás. Mientras que en el segundo, cada ciudadano puede participar en la vida política de su comunidad.
- Igualdad: en este contexto, igualdad significa el logro de las mismas oportunidades en cuanto a autonomía. Eliminado tanto las desigualdades sociales como naturales.
- Solidaridad: entendida como las acciones que pretenden ayudar al más débil a conseguir una mayor autonomía.
- Respeto activo: hace referencia a que personas que son diferentes puedan no sólo convivir sino además fomentar el aprendizaje y el desarrollo colectivo.
- Diálogo: entendido como la forma de resolver los problemas que surjan de la convivencia plural.

Cada organización debe de incorporar valores y respetar derechos en función de la actividad que desempeñe. La moral cívica por tanto será extraordinariamente plural y heterogénea, ya que no sólo tendrá que contar con los mínimos comunes sino además con los que resulten de cada actividad.

Antes de abordar el término de RSC, tenemos que reflexionar acerca de lo que realmente significa “responsabilidad”. A pesar de la gran variedad de definiciones que existen acerca de este concepto, destacaremos dos procedentes de dos de los autores más importantes en ética aplicada: Hans Lenk y Hans Jonas. Según *Raufflet et al. (2012)*, ambas visiones son complementarias aunque presentan pequeñas diferencias. Para Lenk, responsabilidad significa “*estar dispuesto o ser capaz de responder ante alguien o algo*”. En esta definición destacan dos factores claves: la voluntad y la capacidad. La responsabilidad tiene un cierto nivel de voluntariedad como consecuencia de que una persona podría no responder a sus acciones, pero por el contrario decide

hacerlo. Y el segundo factor clave es la capacidad, es decir la responsabilidad deriva de la posibilidad que tenemos para poder hacer algo. En este sentido se pueden distinguir tres tipos de capacidad:

- Capacidad física o de recursos. Es decir, depende de la habilidad física o de los recursos materiales que se posean.
- Capacidad de autoridad o de poder. Establece que la autoridad que se tiene deriva de la posición social en la que se encuentra un individuo.
- Capacidad de conocimiento. Mantiene que sin conocimiento no se puede poseer responsabilidad.

Cada una de éstas tres formas de capacidad es fundamental en cuanto al nivel de responsabilidad. En ese sentido podemos identificar tres tipos de responsabilidad:

- Responsabilidad causal. Hace referencia a la responsabilidad que surge por las consecuencias de una acción.
- Responsabilidad compartida. Es la responsabilidad que posee alguien como consecuencia de las actuaciones que ha llevado a cabo otra persona.
- Responsabilidad derivada de la tarea. Es la responsabilidad propia que posee cada profesión.

Jonas (1995), establece un tipo de responsabilidad que pueda fundamentar una ética “orientada al futuro”. Es decir, una ética que permita un cierto control sobre las posibilidades de la tecnología (como consecuencia del enorme poder que tienen actualmente, ya que una determinada acción puede perdurar durante siglos, por ejemplo), lo que implica que nuestras acciones sean compatibles con el desarrollo de la vida sobre el planeta.

La definición proporcionada por Jonas ha sido reformulada y ampliada hasta alcanzar la definición de principio sostenible estrechamente relacionada con la RSC.

Como consecuencia de los análisis de la situación del mundo (económica, social y medioambientalmente), surgen dos conceptos clave para poder entender la RSC; sostenibilidad y desarrollo sostenible.

El concepto de sostenibilidad empieza a acaparar la visión internacional a partir de que sea lanzada la “Estrategia Mundial para la conservación 1980” realizada por la Unión Internacional para la Conservación de la naturaleza, el Programa de Medio Ambiente de las Naciones Unidas y el World Wildlife Fund, donde es definida como “una característica de un proceso o estado, que puede mantenerse indefinidamente”

De acuerdo a *Raufflet et al. (2012)* el termino desarrollo sostenible por su parte, consiguió afianzarse en el debate político internacional a partir de 1980, cuando fue introducido por el grupo de trabajo que desarrolló la “Estrategia para la Conservación del Planeta”. Este termino es utilizado para señalar las acciones que sirven para modelar el desarrollo desde 1987, momento en el que la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo publicó el informe Brundtland conocido como “Nuestro futuro común”. En dicho informe, se define el desarrollo sostenible como “aquel que satisface las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”.

El desarrollo sostenible, pues, pretende ser un modelo de desarrollo que permita, de manera simultanea, cubrir los requerimientos de calidad de vida de la población del planeta, así como la conservación y el respeto del medio natural, para permitir que las generaciones futuras dispongan de las mismas oportunidades que las actuales con el objetivo de conseguir lo que se denomina calidad de vida.

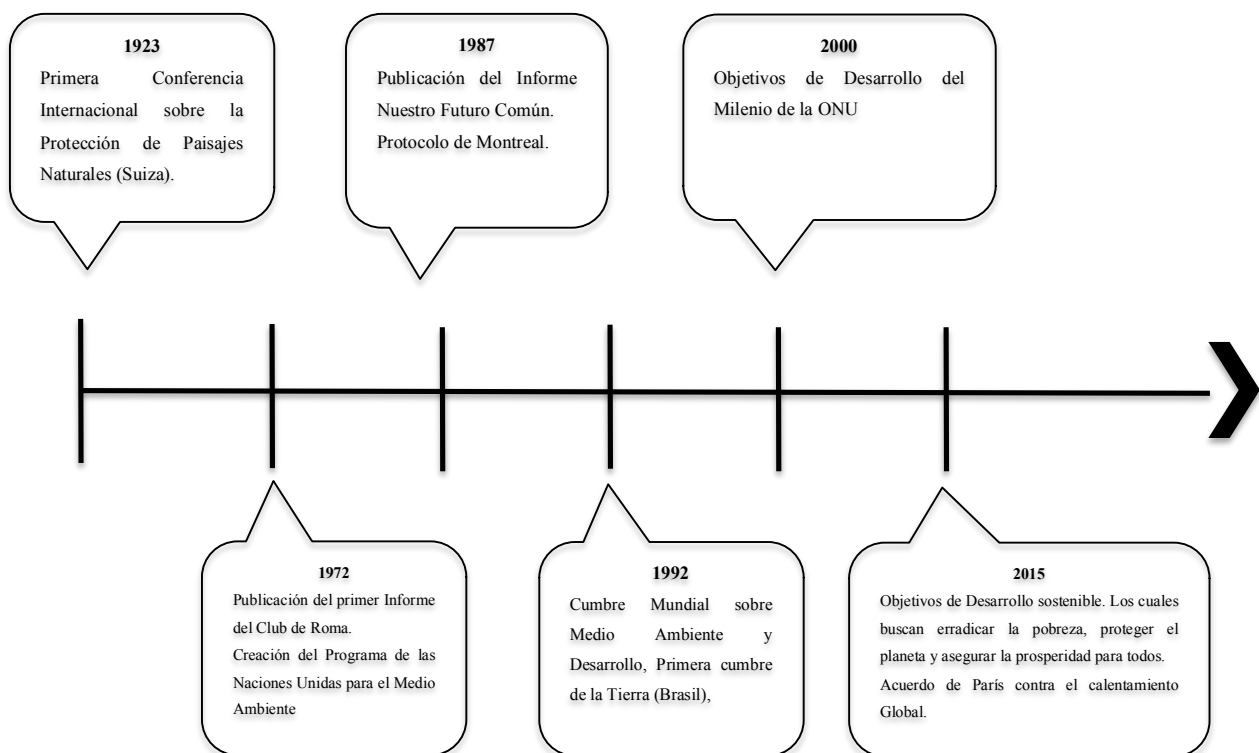
Aunque de manera progresiva se van conociendo cada vez mejor los objetivos y desarrollos que debe cumplir este nuevo modelo de desarrollo, todavía no existe una propuesta de consenso sobre el propio modelo en sí. Por lo que, se llegan a acuerdos en determinadas áreas, como por ejemplo el Protocolo de Kyoto que tiene como objetivo la lucha contra el cambio climático como así señala *Olcese et al. (2008)*.

El crecimiento exponencial de la población que ha tardado doscientos mil años en llegar a ser 1000 millones de personas y apenas medio siglo para añadirle 4000 millones, ha

producido muy rápidos y sobre todo, importantes cambios en todos los aspectos que directa e indirectamente están relacionados con el ser humano produciendo graves problemas a nivel medioambiental, social y económico. Llegando a la conclusión que deben promoverse acuerdos más ambiciosos y eficaces.

En la figura 1 podemos observar los hitos más importantes sobre el origen y la evolución del concepto de desarrollo sostenible:

Figura 1. Hitos del desarrollo sostenible



Fuente: Elaboración propia a partir del libro de *Emmanuel Raufflet et al. (2012)*

Llegados a este punto cabría preguntarse cuál es la diferencia entre sostenibilidad y desarrollo sostenible. La principal diferencia radica en que el concepto de sostenibilidad se refiere a un estado estable o fijo, sin enfatizar en el carácter dinámico del desarrollo y el esfuerzo necesario para que un proceso se mantenga en avance continuo como sí se hace referencia en el término de desarrollo sostenible. Por lo que este último persigue alcanzar la sostenibilidad de la sociedad, y del planeta en general, y que en el caso aplicado a una empresa se relaciona con el concepto de RSC.

La Comisión Europea (2001) define la RSC como: “*la integración voluntaria. Por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores*”. No obstante, debido a la importancia de la RSC la Comisión Europea (2011) redefinió dicho concepto como: “*la responsabilidad de las empresas por sus impactos en la sociedad*”. Para asumir dicha responsabilidad las empresas deben contar con un proceso para poder integrar en sus operaciones comerciales no sólo contenidos sociales, medioambientales y económicos, sino también de ética, derechos humanos, etc. Con el objetivo fundamental de:

- Maximizar el “shared value” (valor compartido) tanto con los accionistas, los demás grupos de interés así como con la sociedad en general.
- Identificar, prevenir y mitigar los posibles impactos adversos.

Las características más importantes de esta definición son:

- El reconocimiento de la importancia de la actividad principal de la empresa en el que la sostenibilidad y la responsabilidad social se convierten en una parte integrada del modelo de negocio. Así como una forma de contribuir al éxito de la empresa a largo plazo.
- El desarrollo del valor compartido. Esto vincula a la RSC con la innovación, tanto de productos como de servicios que ayudan a soportar los cambios que se producen.
- El reconocimiento explícito que se produce tanto de los derechos humanos como de las consideraciones éticas, además de las sociales, medioambientales y económicas de la definición previa.

Según lo establecido por *Raufflet et al. (2012)*, existen una serie de razones estratégicas y éticas para desarrollar la RSC.

En primer lugar, las razones estratégicas son aquellas que comprenden los elementos que dan lugar a las posibles ventajas que tiene para el éxito de la empresa el desarrollo de la RSC. Podemos destacar la mejora de la imagen de la organización, la generación

de lealtad de los trabajadores, la captación de inversiones estables o la mayor innovación como aspectos derivados de una política empresarial responsable.

Sin embargo, y en segundo lugar, además de las razones estratégicas, existen otras que son mucho más importantes; las exigencias éticas. Ya que resultan esenciales para la vida de la organización;

- La necesidad de confianza. La confianza se basa en una serie de expectativas recíprocas, que tan sólo se pueden lograr a través del respeto de las reglas y de la transparencia.
- La demanda ética de responsabilidad de cualquier persona u organización de acuerdo con su poder. De esta manera cualquier agente que cree un impacto en la vida de otras personas tendrá que responder por ello.
- La imposibilidad de eludir el nivel posconvencional. Es decir, debemos exigir, tanto en el ámbito de los negocios como de las empresas, que las personas se guíen por principios universales de justicia. Puesto que hay determinados principios básicos como el derecho de la libertad de expresión que no pueden ni limitarse ni convertirse en instrumentos para el beneficio económico de una organización.
- La voluntad de justicia y felicidad de las personas que trabajan en una organización, de sus grupos de interés y de la comunidad local.

Del mismo modo *Raufflet et al. (2012)* establece que la evolución de la RSC puede resumirse en los siguientes apartados:

- i. Nacimiento y conceptualización (1953-1975). La idea de RSC nace en 1953 a través del libro: “Social Responsibilities of the Bussinessman” redactado por el economista Howard Bowen, el cual establece que el objetivo de una organización no sólo debe ser económico sino que también debe considerar el valor que genera para la sociedad.

Durante la década de los 50 y 60 se intenta desarrollar el concepto de RSC a través de dos visiones diferentes. La aportada, en primer lugar por Davis (1960), que considera que la responsabilidad de las empresas depende del poder que

éstas tienen sobre la sociedad. Y la propuesta por el Premio Nobel de Economía Friedman (1970), quien afirma que la única responsabilidad de la empresa debe ser centrarse en los beneficios económicos que se reportan hacia los accionistas.

Johnson (1971) estableció cuatro pilares para la RSC: el conocimiento del entorno, la realización de programas sociales para aumentar las ganancias, el interés de las empresas para lograr el mayor beneficio tanto económico como social, y finalmente el conocimiento de los grupos de interés y la generación de riqueza.

A finales de esta década se señalaron como características de la RSC su aspecto voluntario y la responsabilidad social de la firma.

- ii. Proliferación de definiciones y modelos de RSC (1975-1990). En la década de los 80 el análisis se enfocó en cómo llevar a cabo la RSC, mediante las visiones proporcionadas por autores como Sethi (1975) y Carroll (1979). Este último mediante su modelo "*Organizational Social Performance Model*", en el cual exige a las empresas, no sólo obligaciones económicas, sino también sociales y medioambientales donde todos los grupos de interés y la comunidad intervienen en la responsabilidad social, los problemas sociales y en acciones de responsabilidad. Posteriormente, en 1984 Drucker manifiesta que para conseguir la puesta en marcha de la RSC es necesario que las empresas conviertan su responsabilidad social en oportunidades de negocio para así generar: oportunidades, competencias, empleos mejor pagados y, en general, oportunidades para toda la sociedad. Ésta idea provocó el interés que existe por la relación entre el desempeño financiero y la RSC.

Durante esta etapa se tratan de vincular determinados elementos teóricos con las prácticas que realizaban las empresas, así como la creación de una serie de indicadores de RSC, los cuales tomaron mayor importancia mediante la creación de instituciones y organismos.

- iii. Vinculación con los grupos de interés (1990-2000). El principio de esta etapa se caracterizó por la vinculación del concepto de RSC con diversas teorías

administrativas. Lo que dio lugar a una asociación del mismo con aspectos de filantropía, así como con la responsabilidad que la empresa tiene con la sociedad, con el objetivo de seguir generando confianza en sus grupos de interés. Sin embargo, como consecuencia del deterioro y de la crisis ambiental sufridos en la década de 1990, se agregó una nueva dimensión a las ya conocidas económica y social, la dimensión ambiental.

iv. El boom de la RSC: inclusión de nuevos actores en su consecución (2000-hasta la fecha). En esta etapa surge una convergencia entre el concepto de desarrollo sostenible (vinculado a actores de índole pública o social, especialmente con grupos preocupados por el medio ambiente) y la RSC (en el sector privado que buscaba mejorar sus relaciones con los grupos de interés y reducir su impacto ambiental), lo que dio lugar a que éste último no sólo fuera un elemento clave para la consecución del desarrollo sostenible sino también para ser una fuente y defensa del desarrollo humano. Así, se crean pactos globales y alianzas entre las diversas empresas con el objetivo de solucionar estos problemas. Algunos ejemplos de iniciativas institucionales son:

- Global Reporting Initiative (GRI) (1999). Creado con el objetivo de que las empresas desarrollen su actividad de manera equilibrada en tres aspectos: el ecológico, el social y el económico. Desde el año 2000 hasta la actualidad, la RSC ha ido aumentando su importancia y del mismo modo, creciendo en número de actores.
- A nivel europeo en el año 2001, nace el Libro Verde de la UE, el cual tiene por objeto fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas.
- La Organización de las Naciones Unidas (2006). Mediante la iniciativa Crecimiento de mercados inclusivos, crea una alianza entre negocios y desarrollo. Su objetivo es recopilar las diversas iniciativas de las empresas para conseguir la obtención de los llamados Objetivos de Desarrollo del Milenio.
- Los Objetivos del Desarrollo Sostenible 2016 – 2030. Se trata de una nueva agenda de desarrollo basada en los Objetivos de Desarrollo del Milenio del año 2000. Gracias a la experiencia adquirida y al observar

que son viables, la meta principal, es asegurar una vida digna que permita el desarrollo de las capacidades de todos los seres humanos.

2.2. Evolución Institucional de la Responsabilidad Social Corporativa

Una vez analizado tanto el concepto como el alcance que tiene la RSC, la sostenibilidad, así como el desarrollo sostenible, y debido a la evolución exponencial que han sufrido en los últimos tiempos, han surgido una complejidad de normas, directrices y guías con el objetivo de delimitar un marco de referencia de actuación en materia de RSC.

2.2.1. Evolución de la Responsabilidad Social Corporativa a nivel Europeo

Según Schulze et. al. (2011), Gómez et. al. (2012) y la página web de la Región de Murcia (CARM), el nacimiento y la evolución de la RSC en Estados Unidos dio lugar a un considerable aumento de su importancia a nivel mundial, generando su impulso en Europa mediante el manifiesto Davoser en el año 1973; el cual establecía un código de buena conducta ética para el liderazgo de las empresas.

Sin embargo, no fue hasta 1990 cuando se produjo el verdadero avance y desarrollo de dicho concepto, tanto en Estados Unidos como en Europa, apareciendo tres importantes términos: Dirección Sostenible, Ciudadanía Corporativa y RSC. Este último lo hace suyo la Comisión Europea y pone de manifiesto la importancia que tiene hoy día. No obstante, la publicación oficial de la RSC en Europa nació en el año 2001, mediante la materialización del Libro Verde de la Comisión Europea, con el nombre “Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas”.

Tan sólo un año más tarde, la Comisión Europea proporcionó la definición de RSC. Para complementar y ampliar las iniciativas de Europa en cuanto a este concepto, nació ese mismo año el foro “European Multistakeholder on CSR”. El objetivo de dicho foro era hacer frente al intercambio de información entre expertos y grupos de interés así como establecer una recomendación para la proliferación de la RSC.

Al mismo tiempo, tenemos que hacer referencia a las principales comunicaciones emitidas por la Comisión, que carecen de carácter normativo y tienen como objeto la reflexión. Hasta la fecha se pueden destacar tres comunicados de la Comisión Europea:

1. “La responsabilidad Social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible” (2002). Fue desarrollada posteriormente al Libro Verde, y en ella se expone una propuesta para la promoción de la RSC.
2. “Poner en práctica la asociación para el crecimiento y el empleo: Hacer de Europa un polo de excelencia de las responsabilidad social de las empresas” (2006). Dio lugar a la creación de la Alianza Europea para la RSC, estableciendo la necesidad de crear una asociación entre todas las partes interesadas para destinar tanto los recursos como las capacidades de las empresas europeas y de sus grupos de interés en materia de desarrollo sostenible, creación de empleo y crecimiento económico.
3. “Estrategia renovada de la UE para 2011 – 2014 sobre la responsabilidad social de las empresas” (2011). Que tiene dos objetivos fundamentales: mejorar los impactos positivos y reducir los impactos negativos.

Las organizaciones que desarrollan su actividad en Europa, han de considerar las iniciativas europeas tanto en materia de responsabilidad social como de sostenibilidad empresarial, ya que a pesar de que no todos los países europeos son miembros de la Unión Europea, también pueden verse afectados por las decisiones que llevan acabo. En la tabla 1 se recogen los principales hitos en Europa en materia de RSC.

Tabla 1: Hitos de la Responsabilidad Social Corporativa en Europa

2000	<p>El Consejo Europeo de Lisboa pretendía conseguir un nuevo objetivo estratégico con el fin de optimizar el empleo, realizar una reforma económica y mejorar la cohesión social convirtiendo así a la Unión Europea en “la economía del conocimiento más competitiva y dinámica del mundo antes de 2010”.</p> <p>Se produce el lanzamiento de la iniciativa del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y los Objetivos de Desarrollo del Milenio.</p>
2001	<p>Es publicado el Libro Verde (2001). “Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresa”, por parte de la Comisión Europea generando un debate sobre cómo impulsar dicha responsabilidad tanto en el ámbito europeo como en el internacional.</p>
2002	<p>La Comisión Europea presenta el comunicado conocido como “La responsabilidad Social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible”, que provocó la creación en ese mismo año del Foro Europeo Multistakeholder sobre la RSC.</p>
2005	<p>Es aprobada la estrategia para el crecimiento, el empleo y el desarrollo sostenible por parte de la Comisión Europea.</p>
2006	<p>Se presenta el comunicado de la Comisión Europea, titulado “Poner en práctica la asociación para el crecimiento y el empleo: Hacer de Europa un polo de excelencia de la responsabilidad social de las empresas”. Lo que dio lugar a la creación de la Alianza Europea para la RSC.</p>
2007	<p>El Parlamento Europeo fija la Resolución de 13 de marzo de 2007, conocida como “La Responsabilidad Social de las Empresas: una nueva asociación”.</p>
2010	<p>La Unión Europea pone en marcha la estrategia Europa 2020 para el crecimiento y la ocupación. La cual persigue promover el crecimiento inteligente, sostenible e integrador.</p>
2011	<p>La Unión Europea lanza el comunicado titulado “Estrategia renovada de la UE para 2011 – 2014 sobre la responsabilidad social de las empresas”.</p>

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia (CARM), (2011) y a la Ley de la Unión Europea

2.2.2. Evolución de la Responsabilidad Social Corporativa a nivel Nacional

Según Martínez (2014) y el CARM (2014), el interés sobre la RSC en España ha crecido exponencialmente desde principios de los noventa, debido al contexto y la coyuntura que el país ha atravesado. Entre las principales causas, tenemos que mencionar;

- La integración de España en la Unión Europea y la internalización de las empresas españolas, lo que ha permitido crear mayores sinergias al ser conscientes de diferentes puntos de vista sobre los comportamientos empresariales internacionales.
- La crisis económica que atravesó y que atraviesa España iniciada en 2007. Esta crisis permitió sacar a la luz y poner de manifiesto numerosos casos de abusos, tanto éticos como morales, en la gestión de numerosas e importantes empresas, que hizo reflexionar acerca de la necesidad de llevar a cabo un cambio de modelo, hacia uno de gestión sostenible y responsable.
- La creación e implicación de nuevas organizaciones, foros de expertos y de determinadas iniciativas públicas y políticas que han permitido impulsar la RSC en España, destacando el Observatorio de la RSC, la organización Forética, el Club de Excelencia, la Red del Pacto Mundial, el foro español de inversiones socialmente responsable o el Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas (CERSE).

Los primeros pasos en tema de políticas públicas sobre la RSC provienen del año 2002, cuando el Grupo Parlamentario Socialista presentó una propuesta de Ley sobre Responsabilidad Social de las Empresas (la cual careció del apoyo necesario en un primer momento). Ese mismo año se produjo el lanzamiento de la Red Española del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, tras el lanzamiento de las iniciativas del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y los Objetivos de Desarrollo del Milenio que se produjeron en el año 2000.

Transcurridos dos años, y tras el cambio de gobierno, se retomaron dichas iniciativas y se desarrollaron mesas de diálogo Multistakeholder. A partir de aquí se crearon diversos organismos, destacando, la Subcomisión Parlamentaria, el Foro de expertos, la Mesa de Diálogo Social y el Consejo Estatal de Responsabilidad Social Empresarial.

En el año 2004, se creó la Subcomisión Parlamentaria, cuyo objetivo era estudiar la situación de las RSC en España para promover determinadas medidas al gobierno con el objetivo de potenciar la responsabilidad social en las empresas.

En el año 2006, la Subcomisión Parlamentaria publicó el informe del Congreso de los Diputados para potenciar y promover la RSC también conocido como el Libro Blanco de la RSC, cuyo objetivo primordial es promover la RSC en España.

Un año más tarde, se constituyó el Foro de Expertos, destinado a conocer, crear y dirigir hacia el Gobierno las demandas e iniciativas surgidas en España en materia de RSC. En 2007, y tras realizar diversas sesiones, publicaron un documento con un total de 29 recomendaciones, cuyo objetivo era fomentar y desarrollar la RSC. Ese mismo año se creó la Mesa del Diálogo Social, con el objetivo de contribuir a alcanzar un nivel competitivo mejor, en diversas materias: calidad de empleo, bienestar social, cohesión territorial y de sostenibilidad ambiental.

Acorde con lo establecido por el Congreso Nacional del Medio Ambiente, al cabo de un año, en el 2008, nace el Consejo Estatal de RSE (CERSE), su función principal es ser el órgano asesor y consultivo del Gobierno, el cual identifica y promociona las mejores prácticas en temas de RSC y propone al Gobierno las posibles prácticas a desarrollar. Está formado por representantes la Administración Pública, de organizaciones sindicales, de organizaciones empresariales y de instituciones de referencia en el ámbito de la RSC.

En el 2011, según lo dispuesto en la página web de la región de Murcia (2011), el Gobierno aprueba la Ley de Economía Sostenible, la cual trata de impulsar la renovación del tejido empresarial dañado a consecuencia de la crisis financiera y económica internacional, cuyos objetivos principales son el incremento en la inversión en Investigación, desarrollo e innovación, fomentar las actividades relacionadas con las

energías limpias y el ahorro energético así como la sostenibilidad de tres tipos: Económica, medioambiental y social.

Finalmente, tenemos que destacar que en el año 2014 es presentada la Estrategia 2014 – 2020 tanto para empresas, administraciones públicas así como para el resto de organizaciones con el objetivo de conseguir no sólo una economía sino también una sociedad mas productiva, competitiva, sostenible e integradora. En la tabla 2 se puede observar un resumen de la evolución de la RSC en España.

Tabla 2: Hitos de la Responsabilidad Social Corporativa en España

2002	Tiene lugar el Lanzamiento de la Red Española del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.
2005	Es creado el Foro de Expertos en RSC por parte del Ministerio de Trabajo y de Asuntos Sociales. Gracias al trabajo desarrollado por el mismo, consiguen crear el Informe del Foro de Expertos en RSE.
2006	Se forma una Subcomisión dedicada a tratar temas en materia de RSC por parte del Congreso de los Diputados. Lo que permitió que fuese creado el Informe de la Subcomisión Parlamentaria para promover y potenciar la RSC.
2007	Se establece la Mesa de Diálogo Social sobre la RSC por parte del Gobierno, empresas y sindicatos. Viéndose reflejado su trabajo en el documento “La RSE. Diálogo Social”.
2008	Se Constituye el Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas (CERSE) por aprobación del Gobierno
2011	La ley de Economía Sostenible es aprobada por el Gobierno.
2014	Es lanzada la Estrategia 2014-2020 tanto para que las empresas, las administraciones públicas y el resto de organizaciones puedan avanzar hacia una economía y una sociedad más competitiva y sostenible.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia (CARM), (2011) y la Estrategia Española de Responsabilidad Social de las empresas

2.3. Dimensiones de la Responsabilidad Social Corporativa

Con el objetivo de contextualizar mejor el concepto de RSC, en los siguientes apartados explicaremos las dimensiones que la forman. De acuerdo a lo establecido en el Libro Verde (2001) “Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas”, podemos identificar dos dimensiones dentro de la RSC: la interna y la externa.

2.3.1 Dimensión Interna

La dimensión interna abarca todas aquellas actividades que tratan de conciliar el desarrollo social con el aumento de la competitividad; es decir la gestión de los recursos humanos, de la salud y la seguridad en el lugar de trabajo, la adaptación al cambio y la gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales, acorde a lo establecido en el Libro Verde (2001).

- **Gestión de los Recursos Humanos.** Uno de los temas principales que tienen que abordar las empresas es, no sólo la contratación de personal adecuado, sino también que éste permanezca en la misma. Para ello, la organización tiene que desarrollar prácticas responsables de contratación en el lugar de trabajo como por ejemplo mediante la conciliación de la vida personal y familiar o el aprendizaje permanente (en el que las empresas desempeñan un papel fundamental), entre otras. Al mismo tiempo, las prácticas responsables de contratación podrían permitir el doble objetivo de reducción del desempleo y el de la lucha contra la exclusión social.
- **Salud y seguridad en el lugar de trabajo.** Los gobiernos, las organizaciones profesionales y las empresas buscan formas complementarias, cada vez más a menudo, de las ya establecidas por la normativa y las actividades de control públicas, en cuanto a salud y seguridad en el lugar de trabajo se refiere, como condición para adquirir productos o servicios de otras empresas, para promocionar sus propios productos o con el objetivo de prevención en el lugar de trabajo. Del mismo modo, conforme aumentan los esfuerzos por mejorar la salud y la seguridad en el lugar de trabajo así como la calidad de los productos y

de los servicios ofrecidos, también lo hacen los criterios para medir, documentar e informar acerca de ellos a terceros por medio de certificados.

- **Adaptación al cambio.** Las reestructuraciones socialmente responsables que lleven acabo las empresas deben considerar tanto los intereses como las preocupaciones de los afectados por los cambios y las decisiones que se tomen. Como consecuencia, es tan importante la forma como el fondo en el que se realizan dichas reestructuraciones, para que éstas puedan tener éxito. Para ello, las organizaciones deben identificar los riesgos y evaluar las opciones, así como informar y establecer consultas abiertas para los afectados. Del mismo modo, deberán contar con la ayuda de las autoridades públicas, las empresas y los representantes de los trabajadores para que la reestructuración sea lo más conveniente para todos los implicados (incluidos el entorno local donde sucede).
- **Gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales.** La reducción del consumo de materias primas así como de emisiones contaminantes por parte de las empresas, puede dar lugar tanto a un aumento de la rentabilidad y de la competitividad; al reducir sus gastos energéticos y de eliminación de residuos, como una reducción del impacto generado al medio ambiente. Generalmente, estas inversiones son convenientes para la organización y para el medioambiente, destacando que existen multitud de planteamientos para controlar, de una forma eficiente, las repercusiones que las empresas generan en el medio ya sea minimizando o eliminando los impactos.

2.3.2. Dimensión Externa

La dimensión externa, en el ámbito de la RSC, no se limita únicamente al perímetro empresarial, sino que va más allá, y engloba: a las comunidades locales, a los socios comerciales, proveedores y consumidores, los derechos humanos y finalmente, los problemas ecológicos a nivel mundial según lo dispuesto en el Libro Verde (2001).

- **Comunidades locales.** La integración de las empresas en su entorno local es una tarea fundamental de la responsabilidad social de las corporaciones. Ya que existe una estrecha interrelación entre las empresas y el lugar donde están asentadas. Esto es debido a que las organizaciones contribuyen al desarrollo de

las comunidades sobre todo de las locales. Del mismo modo, las empresas dependen de una adecuada salud, prosperidad y estabilidad allí donde desarrollan su actividad y teniendo en cuenta que en función del tipo de organización que se trate, una determinada zona será más adecuada que otra para la realización de sus operaciones. La consolidación de relaciones positivas con la comunidad local y por tanto, la consiguiente acumulación de capital social, es especialmente relevante para las empresas no locales, ya que representa un activo muy importante del que la organización puede obtener beneficio. Por tanto, son dos caras de la misma moneda estableciendo así sinergias conjuntamente para el desarrollo mutuo.

- **Socios comerciales, proveedores y consumidores.** Los resultados sociales de las organizaciones pueden verse comprometidos por las prácticas llevadas a cabo por sus socios y proveedores a lo largo de toda la cadena de producción. Es por ello, que las empresas deben extender su responsabilidad social a la de sus socios y colaboradores para cooperar estrechamente con ellos, ya que de esta forma las organizaciones pueden reducir costes y aumentar la calidad. Como parte de su responsabilidad social, se espera que las empresas intenten ofrecer de forma eficaz, ética y ecológica los productos y servicios que los consumidores necesitan y desean, teniendo en cuenta que las organizaciones que desarrollan relaciones duraderas con sus grupos de interés obtendrán mayores beneficios en un futuro.
- **Derechos humanos.** Los derechos humanos plantean una serie de cuestiones muy complejas a nivel ético, político y jurídico. Se deben cumplir y respetar las normas vigentes, nacionales, comunitarias e internacionales y al mismo tiempo, es necesario un control y mejora continua en cuanto a la aplicación y los códigos de conducta en materia de derechos humanos, condiciones laborales y aspectos medioambientales se refiere. Dicho control debería de diseñarse y aplicarse atendiendo rigurosamente a las normas, reglas y directrices legalmente establecidas; puesto que es la única forma de que puedan contribuir a fomentar el cumplimiento de las normas internacionales de trabajo. A su vez, es importante que en el control intervengan los grupos interesados para garantizar la credibilidad de dichos códigos de conducta. Ya que, un equilibrio entre los sistemas internos y externos podría aumentar su rentabilidad.

- **Problemas ecológicos mundiales.** Debido al papel que representan las empresas en cuanto a los problemas medioambientales, no sólo a nivel local, sino también transfronterizo, deben de tratar de obrar en función de su responsabilidad social tanto a nivel europeo como internacional. Es precisamente por ello, que se han abierto numerosos debates a nivel internacional acerca del papel de las empresas para conseguir un desarrollo sostenible.

3. Responsabilidad Social Corporativa y Turismo Socialmente Responsable

Acorde con lo señalado por la Organización Mundial de Turismo (2015) y (2016), el turismo ha experimentado un crecimiento progresivo, continuo, ascendente y diversificado durante las últimas seis décadas, siendo un sector clave para el desarrollo, la prosperidad y el bienestar socioeconómico, mediante la creación de puestos de trabajo y de empresas, la generación de ingresos de exportación y la construcción de infraestructuras. Dicho sector representa actualmente el 9% del PIB global, 1 de cada 11 empleos, 1,5 billones de dólares en exportación, el 6% del comercio internacional y pasando de 25 millones de turistas internacionales en 1950 a 1.133 millones en 2014. Son algunos de los datos más relevantes para poder ver la magnitud que representa éste sector, no sólo en la economía sino también en la sociedad y en el medioambiente. Conjuntamente a la importancia actual que presenta el turismo, las previsiones para el futuro, más concretamente entre 2010 y 2030, no son menos extraordinarias, con un crecimiento exponencial año tras año como se puede observar en la tabla 3.

Tabla 3. Llegadas, ingresos y expectativas del turismo

	Llegas de turistas internacionales (millones)		Crecimiento medio anual	Ingreso por turismo internacional. Ingresos (euro). (Miles de millones por llegada)	Ingreso por turismo internacional. Ingresos (euro). (Miles de millones por llegada)	El turismo hacia 2030				
						Llegadas de turistas internacionales		Crecimiento medio anual (%)		
						Proyecciones		Proyecciones		
	2005	2014	2005 – 2014	2010	2014	2020	2030	2010-2030	2010-20	2020-30
<i>Mundo</i>	809	1134	3,8	699	986	1360	1809	3,3	3,8	2,9
<i>Economías Avanzadas</i>	466	622	3,2	444	624	643	772	2,2	2,6	1,8
<i>Economías Emergentes</i>	343	512	4,6	255	362	717	1037	4,4	4,9	3,8
<i>Europa</i>	453,0	580,2	2,8	308,8	386,6	620	744	2,3	2,7	1,8

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Organización Mundial del Turismo (2012), (2015) y (2016)

Como podemos observar en la tabla 3 tanto las llegadas como el crecimiento medio anual de turistas ha experimentado un fuerte crecimiento, no sólo en los países desarrollados sino también en los que se encuentran en vías de ello, desde la última década, permitiendo un aumento de los ingresos y con unas proyecciones de futuro aún más favorables.

Es precisamente la dimensión de la industria turística y los impactos que genera lo que ha motivado una preocupación por encontrar una armonía entre el crecimiento del sector turístico y la preservación sociocultural y medioambiental. De ahí, que el desarrollo sostenible sirva de marco de referencia para el perfeccionamiento del concepto de turismo sostenible o Turismo Socialmente Responsable (TSR), que vinculado con el desarrollo de una política de turismo que tenga en cuenta no sólo las repercusiones y la problemática actual sino también las futuras, puede derivar en un tipo de turismo que en lugar de generar también inconvenientes, tan sólo provoque beneficios para todos los agentes implicados según Ayuso et. al. (2003).

3.1. Relación entre la Responsabilidad Social Corporativa y el Turismo Socialmente Responsable

Según Ayuso et. al. (2003), la idea de hacer del turismo una actividad que refleje las preocupaciones sociales y medioambientales tuvo su origen en la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y Desarrollo de 1987 (CMMAD), donde se presentó, el ya mencionado, informe Brundtland y la definición de desarrollo sostenible. Dicha definición, manifiesta dos elementos claves: las necesidades humanas y las limitaciones que presenta el ecosistema global. Para La CMMAD el desarrollo sostenible, no sólo requería de la promoción de una serie de valores que permitiesen unos consumos ecológicamente posibles a largo plazo sino también que pudiesen aspirar a ellos toda la población.

De esta forma, el desarrollo sostenible defiende un sistema basado en la explotación racional y respetuosa con el medio y la sociedad, a diferencia del sistema económico actual basado tanto en la explotación como en el consumo masivo.

El desarrollo sostenible ha pasado a ser uno de los fundamentos del sector turístico, sobre todo después de la realización de la celebración de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio-ambiente y Desarrollo de Río de Janeiro de 1992 y de la Asamblea Especial de las Naciones Unidas de 1997. A partir de ese momento el turismo sostenible ha sido concebido como aquel que tiene en cuenta tanto las repercusiones actuales como las futuras, las económicas, las sociales y las medioambientales con el objetivo de satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, y del entorno.

Whitfeld y Dioko (2012) consideran que el turismo no puede ser indiferente a los valores y principios que representa la RSC, y sobre todo teniendo en cuenta, no sólo los impactos positivos sino también los impactos negativos que éste genera en el entorno. Así pues, las organizaciones turísticas, a la hora de desarrollar su actividad, tienen que considerar la protección social, las normas, los valores y las expectativas, puesto que tienen que ser consecuentes con la realización de sus actos, como así señala Martínez (2012).

3.2. Concepto de Turismo Socialmente Responsable

Según Ayuso et al. (2003) como consecuencia del papel y la magnitud que representa la industria turística, surge una preocupación por tratar de encontrar la armonía entre el avance del sector turístico y la defensa del medio ambiente. El concepto de turismo sostenible tiene su origen en los años 80, debido a los problemas ambientales y sociales que había generado el turismo de masas, y donde se proponía como solución un turismo sostenible de pequeña escala. Sin embargo, el principal problema de este tipo de turismo es que no tiene cabida en la actualidad; debido a la demanda y al volumen de viajes turísticos que se realizan. Es por ello, que supuso una pequeña solución a un gran problema. Sin embargo, a partir del Informe Brundtland se materializa de una manera más clara la posibilidad de realizar un turismo sostenible independientemente de la escala de la actividad turística.

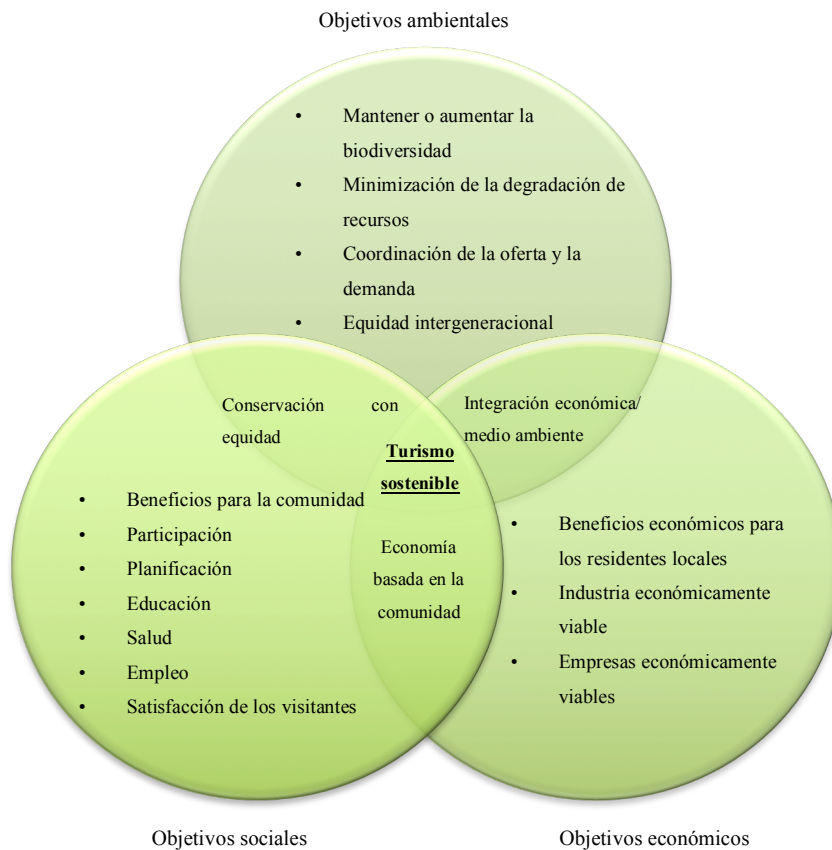
A pesar de ello, la definición de turismo sostenible deja la puerta abierta a diversas interpretaciones y no se establece de una manera concreta. Como muestra de ello, podemos tomar de referencia la establecida en el Informe Brundtland: “El desarrollo del turismo sostenible satisface las necesidades de los turistas y regiones anfitrionas presentes, al mismo tiempo que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de tal forma que se satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas al tiempo que se respeta la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de apoyo a la vida”.

Aunque existe una bibliografía muy extensa que intenta establecer las bases del turismo sostenible, no suelen remarcar los conceptos tanto de desarrollo como de turismo sostenible, contribuyendo por ello a que generalmente se defina de forma imprecisa. Sin embargo, podemos destacar a Coccossis (1996) quien establece una tipología que considera las cuatro principales interpretaciones: la sostenibilidad económica del turismo, el turismo ecológicamente sostenible, el desarrollo turístico sostenible, y el turismo como parte de una estrategia de desarrollo sostenible.

1. Sostenibilidad económica del turismo: el objetivo primordial es el de la viabilidad de la actividad turística, y en la mayoría de los casos se recurren a estrategias de innovación tecnológica y/o organizativas.
2. Turismo ecológicamente sostenible: consiste en un enfoque conservador que se encuentra enfocado a la protección de los recursos naturales y de los ecosistemas, y que limita tanto el desarrollo como el acceso a determinadas áreas a los turistas. Esta interpretación se encuentra asociada con la protección de determinadas zonas que quieren conservarse sin que se produzcan daños ambientales.
3. Desarrollo turístico sostenible: consiste en una combinación de las primeras dos interpretaciones, puesto que tiene en cuenta la viabilidad en el largo plazo así como la obligación de cuidar y proteger determinados espacios medio ambientales. Este enfoque considera la calidad ambiental como un factor clave de competitividad, puesto que se encuentra basado en un enfoque económico. Destacando sobre todo en los países desarrollados.
4. Turismo como parte de una estrategia de desarrollo sostenible: se trata de una visión que le da la misma importancia a la conservación ambiental, la eficiencia económica y a la equidad social. Consiste en la visión más equilibrada de todas y considera la interrelación más amplia entre el turismo y la sostenibilidad.

Sin embargo, se suele interpretar el turismo sostenible como el desarrollo turístico que trata de conseguir la armonía entre los impactos económicos, socioculturales y ambientales. Así pues, los principios que persigue el turismo sostenible los podemos sintetizar en la siguiente figura:

Figura 2. Principios del turismo socialmente responsable.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en “Gestión sostenible de la industria turística”

3.3. Evolución del Turismo Socialmente Responsable

La historia del turismo sostenible es relativamente reciente, como ya veíamos en el apartado 3.1, el origen de hacer de la actividad turística una actividad que fuera respetuosa con el medio ambiente y con el entorno social data de 1987 a través del Informe Brundtland, fruto del impacto ambiental que el aumento del número de viajeros en el mundo estaba generando según Blasco (2005).

Es por ello, que fue a partir de los años 90 cuando el concepto de turismo sostenible se empezó a relacionar con el de desarrollo sostenible y a obtener mayor importancia y repercusión en todos los niveles institucionales.

Los hitos más importantes, en orden cronológico, en cuanto a la evolución del turismo sostenible se pueden resumir en:

- Congreso de la Asociación Internacional de Expertos Científicos del Turismo (1991). Por primera vez se une el concepto de turismo sostenible al de turismo.
- Cumbre de la Tierra en Rio de Janeiro (1992). Mediante esta cumbre se pretende conseguir el objetivo de una nueva alianza mundial y equitativa mediante el nacimiento de nuevos niveles de cooperación entre los Estados, sectores fundamentales de la sociedad y las personas. Respetando, protegiendo y reconociendo los intereses de todos y del sistema ambiental y del desarrollo mundial en general.
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (1994). Según “For the Travel and Tourism Industry. Towards Environmentally Sustainable Development” en el que se tienen en cuenta los principios básicos en cuanto a turismo y medio ambiente, con el objetivo de garantizar la sostenibilidad no sólo de manera global sino también localmente.
- Conferencia Mundial sobre Turismo Sostenible (1995), realizada en Lanzarote entre el 24 y el 29 de abril. El objetivo de la Conferencia era el de desarrollar planes de acción para garantizar el desarrollo sostenible del turismo en concordancia con una serie de principios por parte de los representantes de la industria turística, organismos gubernamentales, las ONGs, Agencias de Naciones Unidas y otros Organismos Internacionales.
- Nacimiento de diversas publicaciones (1997). Durante este periodo, la OMT lanza la llamada Guía Práctica para el desarrollo, en la cual se exponen una serie de factores a tener en cuenta a la hora de desarrollar un turismo sostenible. Este mismo año, nace la Declaración de Berlín sobre Diversidad Biológica y Turismo Sostenible. La cual tiene como objetivo adaptar los principios llevados a cabo en Río 1992, a la actividad turística.
- Declaración oficial del Año Internacional de Ecoturismo (2002). Bajo la tutela del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), de la OMT y de los gobiernos de Quebec y Canadá donde tuvo lugar uno de los

eventos más importantes en relación al turismo sostenible. Dado el potencial económico así como por sus implicaciones ambientales.

- Declaración del Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo (2017). El próximo año 2017 será declarado como el Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo por parte de la Asamblea General de las Naciones Unidas. Su objetivo es señalar la importancia del Turismo y en particular la del turismo sostenible con el objetivo de contribuir a la sostenibilidad de los tres pilares básicos del turismo: el económico, el social y medioambiental.

3.4. Impactos del Turismo

Según Lázaro (2004), debido a la magnitud y rapidez en la que el sector turístico se ha extendido en las últimas décadas (como hemos podido ver en los apartados anteriores), tanto los tradicionales como los nuevos destinos turísticos tienen que hacer frente a una mayor presión sobre sus entornos naturales, culturales y socioeconómicos.

El desarrollo del turismo, no sólo se encuentra caracterizado por su evolución global, sino también por su continua expansión geográfica y diversificación de destinos turísticos. Ahora bien, el crecimiento incontrolado de un turismo cuyo objetivo es el de obtener beneficios a corto plazo trae, generalmente, consecuencias negativas. Puesto que perjudica, daña y deteriora el medio ambiente, las comunidades locales así como las bases sobre las que el turismo se asienta y desarrolla.

Un efecto derivado de este crecimiento exponencial del turismo, es que éste se ha convertido en una actividad económica de suma importancia para una gran variedad y diversidad de países, convirtiéndose en uno de los componentes básicos del consumo, no sólo para los países en desarrollo sino también para los desarrollados.

Debido a todo ello, el turismo es considerado como un fenómeno de naturaleza compleja. Representando un factor clave de transformación y componente estructural de un país, territorio, región o localidad determinada.

El interés por el turismo radica pues, principalmente, tanto en la influencia como en los impactos que las actividades turísticas generan en el entorno donde tienen lugar.

En ese sentido, los impactos del turismo son las consecuencias de una complicada y enredada interacción de fenómenos. Interacción que se aprecia en el vínculo entre los turistas, el área de destino y la población.

Para asimilar dichos impactos recurriremos al concepto de “capacidad de carga”, la cual representa el límite de tolerancia a partir del cual se saturan las instalaciones, disminuye el bienestar del visitante, la población residente siente malestar por el aumento excesivo de turistas o se degrada el medio ambiente.

3.4.1. Impactos económicos

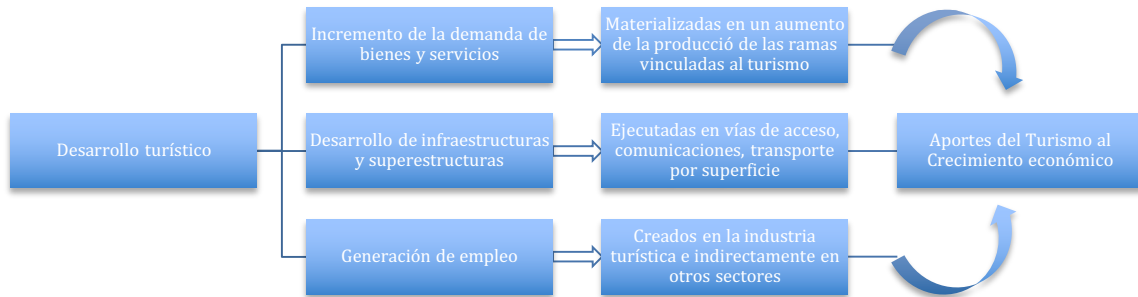
Según Lázaro (2004), los impactos económicos del turismo son, pues, los beneficios y costes que se derivan del desarrollo de dicha actividad. Sin embargo, antes de analizarlos tenemos que considerar que la magnitud del impacto económico depende notablemente de poder establecer los vínculos entre los diversos agentes económicos que participan en la actividad turística, así como de los siguientes factores:

- Una política turística que permita planificar y orientar dicha actividad en función del desarrollo económico.
- El volumen del gasto turístico en el lugar de destino.
- El tamaño de la estructura económica en la zona de destino.
- Qué tanto por ciento del gasto turístico queda dentro del área de destino.
- La novedad, diversidad y variedad de ofertas y atractivos que existen en la región de destino para los turistas.
- El grado de ajuste a la estacionalidad de la demanda turística.

Tal y como se ve en la figura 3 el avance del turismo puede dar lugar a una cadena de impactos consistente en un aumento de la demanda de bienes y servicios, la creación y el desarrollo de superestructuras y una dinamización de la inversión y la generación de

empleos, no sólo en el sector turístico sino también en todas las ramas que se hayan enlazadas a él.

Figura 3. Cadena de impactos del turismo



Fuente: Elaboración propia a partir del modelo expuesto por Quintero. J.L. (2004)

Sin embargo, en numerosas y variadas ocasiones, al igual que el desarrollo de la actividad turística es alabado por los beneficios que genera, es igualmente criticado por los elevados costes que implica cuando no existe un enfoque consistente, planificado y orientado al futuro que potencie y mejore el progreso económico en los destinos turísticos. Así pues, los costes económicos vinculados a esta actividad son los siguientes:

- **Sobredependencia económica del turismo.** El turismo presenta unos cambios en la demanda extremadamente volátiles y susceptibles a las diversas coyunturas internacionales tales como: crisis económicas, guerras, inestabilidad política e inseguridad de los destinos turísticos. Es por ello que las economías que presentan un alto grado de dependencia del turismo se pueden ver gravemente perjudicadas cuando uno de estos factores es alterado, afectando al turismo y por tanto a los ingresos vinculados a esta actividad.

- **Competencia intersectorial.** A pesar de que el turismo permite la evolución y el crecimiento de una gran variedad de sectores de la economía, al mismo tiempo puede no sólo competir sino además frenar el desarrollo de otros. Del mismo modo, determinados sectores pueden verse afectados al desviarse la inversión a las zonas de mayor rentabilidad, las cuales suelen ser las turísticas. Lo que puede generar graves problemas estructurales en el desarrollo económico.
- **Estacionalidad de la demanda.** Esto provoca que el turismo se concentre en apenas unos meses del año, sobre todo en los destinos de sol y playa, deportes náuticos y de invierno. Lo que provoca:
 - Estacionalidad laboral. Dando lugar a trabajadores estacionales en temporadas altas y bajas.
 - Mano de obra poco cualificada. En temporadas altas se produce un mayor número de contratación de este tipo, lo que puede derivar en la calidad del servicio.
 - No poder mantener un nivel de ingresos alto durante todo el año.
 - Elevados costes fijos en hostelería. En temporadas bajas pueden suponer gastos muy importantes en las corporaciones hoteleras.
- **Inflación.** La escasez y la alta demanda de suelos por parte de empresarios y promotores del sector turístico da lugar a una alta especulación que lo convierte en un bien altamente demandado y muy escaso, lo que se traduce en un efecto inflacionario que provoca una subida de los precios del suelo.
- **Fugas de Inversiones.** En múltiples ocasiones las ganancias obtenidas no se reinvierten en pro de la mejora generalizada, es decir, de la propia actividad, las infraestructuras, la sociedad y en general todo lo que se encuentra relacionado con dicha actividad. Lo que da lugar a que sea concebido como un factor altamente especulativo.
- **Importación de bienes y servicios.** Cuando la economía doméstica no puede hacer frente a la demanda de bienes y servicios que el turismo genera, en muchas ocasiones, provoca su importación. Lo que en la práctica se traduce a una minimización de los vínculos dentro de la economía interna de la zona, que provoca que no se aliente el crecimiento de otras actividades económicas.

3.4.2. Impactos Socioculturales

De acuerdo a Lázaro (2004), a raíz de las relaciones sociales que se establecen en un determinado destino turístico surge lo que se conoce con el nombre de impactos socioculturales del turismo. La dimensión, extensión y magnitud de los mismos estará vinculada mayormente a las diferencias socioculturales entre turistas y residentes, pudiendo afectar a una gran pluralidad de variables entre las que cabe destacar: formas de vida, niveles de seguridad, conducta moral y política, cultura tradicional, entre muchas otras.

Los análisis que muestran la sucesión en la aceptación del turista ponen de manifiesto que, habitualmente, en cualquier destino turístico, existe una capacidad de carga social que si es traspasada hace que el avance del turismo resulte inadmisibile para los residentes locales.

De esta forma, y en función del desarrollo de las relaciones entre turistas y residentes, nace un umbral de tolerancia entre ambos, que podemos sintetizar en:

- Euforia: a lo largo de las fases iniciales del desarrollo turístico los residentes, en términos generales, acogen y perciben tanto a los turistas como al turismo de manera positiva y lo consideran una buena opción económica. Existiendo una reciprocidad positiva entre ambos.
- Apatía: cuando la actividad turística se encuentra consolidada, se empieza a considerar como un negocio del que obtener un beneficio en lugar de una alternativa viable para el desarrollo. Es decir, consiste en explotar lo máximo posible al turista.
- Irritación: nace una vez que la población local alcanza unos determinados niveles de saturación y van retirando los apoyos que otorgaban inicialmente al desarrollo turístico. Llegados a este punto, los políticos intentan solucionar el problema por medio de la limitación del crecimiento.
- Antagonismo: surge una vez que se superan ampliamente los niveles de saturación, considerando la población local a los turistas como los causantes de los diversos problemas que se generan en el área, zona o destino turístico.

- Fase final: se entra en una espiral de declive de la cual es difícil salir. Perdiendo el destino turístico todos los atractivos de los cuales gozaba y lo caracterizaban al principio como una zona clave.

Así pues, podemos observar que mientras que tanto los impactos acumulados como el volumen de turistas se encuentren dentro de los límites establecidos, la actividad turística es bien vista y acogida por los residentes. Ahora bien, si dichos límites son sobrepasados, pueden afectar no sólo a la calidad y experiencia que el turista obtenga en el viaje sino también en la cantidad de veces que vuelva al destino al ser conscientes del descontento de la población local con el turismo. Por ello, tenemos que analizar los beneficios y los costes que genera el desarrollo de la actividad turística en la zona de destino.

El turismo, de forma positiva, puede favorecer a mejorar la calidad de vida de la población local debido a que su evolución implica la creación de infraestructuras, en términos generales, así como el desarrollo del transporte y de las comunicaciones. En el ámbito cultural, puede ser un factor clave en la continuidad histórica por medio de la rehabilitación y conservación de los edificios, lugares y monumentos históricos así como de las tradiciones, costumbres y artesanías populares. En el ámbito social, suele ser un factor decisivo que permite una adaptación mayor y más rápida en términos de tolerancia y bienestar, por ejemplo en el de igualdad de sexos. Además, puede ser fuente de comprensión y entendimiento, ya no sólo de otros países sino también de otras culturas.

Ahora bien, a pesar de la gran variedad y calidad de los beneficios que presenta el turismo, también tenemos considerar su lado negativo, ya que en determinados casos puede generar los siguientes costes para las poblaciones receptoras:

- Ghettos turísticos. Es decir, la separación tanto física como social entre los turistas y los residentes en donde los primeros disfrutan de una gran variedad de comodidades y lujos en zonas de pobreza extrema.
- Tensiones sociales. Como consecuencia del veloz avance del turismo, el desarrollo de la construcción así como de otras actividades similares, suele requerir una alta demanda de mano de obra, la cual, generalmente, es suplida

con trabajadores inmigrantes, lo que puede derivar en casos de xenofobia y racismo.

- Desarrollo de actividades serviles. Actividades llevadas a cabo por los trabajadores del turismo que pretenden obtener una serie de beneficios de los turistas.
- Desculturización del destino turístico. Dándose mayormente cuando se comercializa de forma extrema las tradiciones del lugar receptor.

El éxito o el fracaso de los impactos socioculturales dependerá, en gran medida, del desarrollo de una buena política turística que tenga en cuenta no sólo la situación actual sino también como evolucionarán y afectarán los cambios en el futuro.

3.4.3. Impactos Medio Ambientales

El tercero, pero no por ello menos importante, de los impactos que genera el turismo consiste en su repercusión en el medio ambiente. Según Lázaro (2004) el entorno se ha convertido en el factor clave de atracción para una gran variedad de destinos turísticos. Actualmente, la mayor parte del turismo se concentra sobre ambientes frágiles y por ende, muy sensibles a la influencia humana como: zonas litorales o rurales así como pequeñas islas.

La necesidad de cuidar el medio y no deteriorarlo, nace en oposición al desarrollo turístico espontáneo y sin ningún tipo de respeto hacia el entorno, en términos de conservación y mejora. Dicho deterioro, ha generado críticas muy importantes al desarrollo turístico.

Así pues, los impactos, en términos generales, que provoca sobre el medio son los siguientes:

- Contaminación. Destacando, por encima de otras, las de aguas litorales como consecuencia de la construcción indiscriminada de todo tipo de edificaciones. Lo que generalmente deriva en problemas de depuración de aguas residuales, recogida de basura y de creación de vertederos de forma masiva.

- Degradación o desaparición de espacios naturales. Resultado de la urbanización de dichos espacios.
- Erosión y degradación del entorno en zonas litorales y rurales. Se trata de un efecto indirecto del desarrollo y del avance de las actividades turísticas que provoca la destrucción de la fauna y de la flora de las zonas litorales y rurales.
- Polución arquitectónica y contaminación paisajística. Consiste en cualquier tipo de construcción o edificación que se encuentre fuera de las medidas o de las escalas del entorno y en determinadas zonas que generan un efecto barrera.

De esta forma, cuando se superan los niveles de tolerancia establecidos, como consecuencia de la sobreexplotación y la destrucción ambiental, puede dar lugar a un enorme deterioro del entorno.

Ahora bien, al igual que en los dos casos anteriores, cuando existe un estudio planificado y orientado hacia el futuro, que tiene en cuenta el ecosistema, así como los posibles problemas de las actividades turísticas, permite orientar dicha actividad hacia el desarrollo económico y social teniendo en cuenta la importancia que representa el medio. El turismo puede fomentar no sólo la conservación sino también la mejora del medio ambiente por medio de la creación de parques naturales y zonas protegidas.

Así pues, todos los impactos del turismo (económicos, socioculturales y medioambientales) tienen varios puntos en común, como por ejemplo los tres poseen una capacidad de carga que determina tanto los beneficios como los costes que provocan el desarrollo de la actividad, o la necesidad de establecer una política turística efectiva, que tenga en cuenta el factor económico, sociocultural y medioambiental considerando no sólo la situación actual sino también la futura, con todos los posibles problemas y soluciones. Es por ello, que exige un gran esfuerzo en materia tecnológica, cultural e infraestructural.

Podemos desarrollar de manera más precisa la definición dada por la Organización Mundial del Turismo, a partir del Informe Brundtland, (1993) de turismo sostenible “como aquel desarrollo turístico que responde a las necesidades de los turistas actuales y las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro, y se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que

puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando la “integridad cultural”, los “procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica” y los “sistemas que sostienen la vida”.

Por lo que esta definición establece que el desarrollo de un turismo sostenible debe de estar de acuerdo con un planteamiento que sea:

- Biológicamente aceptable: no traspasando los límites que establece el propio entorno o ecosistema.
- Económicamente viable: debe de plantearse el hecho de que la actividad pueda ser económicamente viable y por tanto que se obtenga un beneficio financiero.
- Socialmente admisible: los diferentes actores sociales deben mostrar su apoyo en el desempeño de las acciones. Es necesario dicho apoyo para que la sociedad pueda participar de manera activa.
- Culturalmente sostenible: es decir, que la población local pueda beneficiarse del desarrollo de las diversas instalaciones e infraestructuras con el objetivo de mantener y potenciar la cultura y las tradiciones autóctonas, por medio de:
 - Una política laboral que fomente la creación de puestos de trabajos.
 - El fomento del turismo social.
 - Mantener la identidad de la cultura local.
 - El desarrollo de infraestructuras, como museos, que permitan exponer y hacer público las características de las tradiciones locales.

4. Hacia un turismo sostenible. Estudio de la Responsabilidad Social Corporativa desde la perspectiva de los empleados en el sector turístico

En este apartado, una vez que hemos planteado que implica la RSC así como el TSR, analizaremos la importancia percibida por los empleados del Hotel Entremares sobre diversos aspectos de las dimensiones de RSC de la organización explicadas en el apartado 2.3.

Según Tsai et. al. (2012) y a Coles et. al. (2013), la RSC se ha convertido en una preocupación cada vez mayor para las empresas, y en el contexto específico de la industria hotelera y el turismo surgen como respuesta a las directrices fijadas por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (CMVT) y la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas (OMTNU) así como a la concienciación ambiental propuesta por Green Hotel Association.

Esta preocupación nace, además, a raíz de varios motivos. Entre los que tenemos que destacar los siguientes:

- Grupos de internes. Los cuales pueden tener en cuenta el comportamiento de la empresa a la hora de invertir en ella, o bien, comprar o no sus productos. Así pues, con el objetivo de mostrar a los grupos de internes las preocupaciones en el tema de RSC, las corporaciones, y sobre todo las hoteleras, cada más vez contribuyen en proyectos sociales y llevan a cabo la emisión de informes anuales de las actividades desarrolladas en esta materia.
- El comportamiento del consumidor. El cual puede afectar gravemente a la compañía, en el caso de que los consumidores consideren que la empresa está desarrollando su actividad de manera poco ética. En este sentido, un modelo de actividad sostenible puede ayudar a la sociedad a construir una fuerte reputación para que los consumidores la perciban como ética. En el caso de los hoteles en particular, la reputación es un factor crucial para su supervivencia en un mundo empresarial tan competitivo. Puesto que de ello dependerá la tasa de ocupación así como los índices de repetición.
- Los empleados. Un colectivo crítico en la aplicación e implementación de la RSC son los empleados, puesto que no son sólo un activo importante sino que

además tienen una influencia directa en el desarrollo de las actividades hoteleras. Es por ello, un requisito fundamental para la empresa que sus empleados compartan los mismos, o al menos similares, valores. Con el objetivo de conseguir los mayores beneficios para la compañía en particular y para la sociedad en general. De esta forma, si los empleados no son conscientes del esfuerzo hecho por la dirección, no podrán ser capaces de transmitir el mensaje con precisión a los huéspedes

A través de la repercusión mediática y de los informes anuales, los esfuerzos en RSC son mostrados al gran público, partes interesadas y grupos de interés. Y debido a la mayor concienciación y preocupación en este tema, los hoteles dedican cada vez más sus esfuerzos a cuidar el bienestar de todos sus grupos de interés. Así pues, con este estudio nos preguntaremos cómo los empleados perciben los esfuerzos llevados a cabo por el hotel Entremares en materia de RSC. Nuestro estudio nos ayudará a discernir qué discrepancias existen entre los empleados en cuanto a las actividades de RSC que consideran más importantes. Y finalmente destacar que también permitirá a la dirección del hotel conocer cómo se están desarrollando las actividades y transmitiendo los conocimientos en esta materia a sus empleados.

Para ello, se han realizado 76 encuestas en diversos departamentos del hotel siguiendo el modelo explicado en el Anexo 2.

4.1. Estadísticas descriptivas sobre el perfil de los encuestados

En este apartado mostraremos y comentaremos los datos demográficos generales de los encuestados.

Tabla 4. Características generales

Género	Frecuencia (%)
<i>Masculino</i>	42,67%
<i>Femenino</i>	57,33%
Formación	
<i>Educación Primaria</i>	32,00%
<i>Educación Secundaria</i>	21,33%
<i>Bachillerato</i>	18,67%
<i>Diploma de estudios avanzados</i>	1,33%
<i>Diplomatura</i>	8,00%
<i>Licenciatura</i>	4,00%
<i>Grado</i>	2,67%
<i>Master</i>	2,67%
<i>Doctorado</i>	0,00%
<i>Otra</i>	9,33%
Nacionalidad	
<i>Española</i>	98,51%
<i>Rumana</i>	1,49%
Tiempo trabajado en el hotel	
<i>Menor o igual a 1 año</i>	0,00%
<i>Entre 1 y 3 años</i>	0,00%
<i>Entre 4 y 6 años</i>	2,74%
<i>Entre 7 y 9 años</i>	15,07%
<i>Más de 10 años</i>	82,19%
Departamentos	
<i>Reservas</i>	6,67%
<i>Administración</i>	9,33%
<i>Animación</i>	2,67%
<i>Cocina</i>	21,33%
<i>Lavandería</i>	2,67%
<i>Mantenimiento</i>	6,67%
<i>Pisos y limpieza</i>	26,67%
<i>Atención al cliente</i>	5,33%
<i>Restaurante</i>	12,00%
<i>Termas</i>	6,67%
Conocimiento de la RSC	
<i>Si</i>	78,38%
<i>No</i>	21,62%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta

Según la tabla 4, de los encuestados, el 57,33% eran mujeres mientras que el 42,67% restante eran hombres. Más de la mitad (53,33%) poseen la educación obligatoria, el 18,67% bachiller y el resto (28%) poseen una educación de nivel superior. Casi la totalidad de los encuestados eran de nacionalidad española (98,51%) mientras que tan sólo un 1,49% eran de nacionalidad rumana. Además, el 82,19% lleva trabajando en el hotel por un tiempo superior a 10 años y los que menos (2,74%) entre 4 y 6 años. El mayor número de encuestados se encuentra en los departamentos de Cocina (21,33%), Pisos y limpieza (26,67%) y Restaurante (12%) mientras que el resto, en términos generales se encuentra repartido de forma similar en los 7 departamentos restantes. Finalmente tenemos que destacar que el 78,38% de los encuestados sí tiene un conocimiento de la RSC mientras que el 21,62% carece de él.

4.2 Visión Stakeholders – Shareholders

En este apartado analizaremos la visión Stakeholders – Shareholders, a través de la puntuación otorgada por los encuestados a las afirmaciones de la pregunta 7 del anexo y que explicaremos más adelante, siendo el 1 el valor mínimo y el 7 el valor máximo.

Sin embargo, previamente tenemos que aclarar ambos conceptos según Cueto (2015) y el Libro Verde (2001):

- La teoría instrumental de los grupos implicados (Stakeholders). Freeman (1984), definió el termino Stakeholder , o también conocido en castellano como grupo de interés, como “cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por el logro de los objetivos de la empresa”, por lo que la organización debe atender no exclusivamente a los accionistas sino también a todos los grupos que afecten o se vean afectados por su actividad. Esta teoría parte de la base que la RSC de la empresa no se limita a la maximización del beneficio a corto plazo para el accionista, sino que traspasa esa frontera en búsqueda de valor para todos los que participan en ella, sin que exista una incompatibilidad en cuanto a la consecución de sus objetivos económicos y sociales. Esta teoría considera que, el desarrollo de unas relaciones sostenibles con los grupos de interés permite consolidar la posición de la organización en el mercado, lo que deriva en la obtención de nuevos beneficios.

- Teoría del valor para el accionista (Shareholders Theory). Según este enfoque, las empresas sólo deben estar preocupadas de obtener beneficios económicos o bien la creación de valor para los accionistas. Según Friedman (1962, 1970) la única responsabilidad social con la que cuenta la organización es la maximización de los beneficios para los accionistas, dentro, claro, del marco legal del país de referencia. En este enfoque, tan sólo se han de desarrollar aquellas actividades sociales que proporcionen ventajas competitivas a la empresa, contribuyendo, por tanto, a su beneficio a corto o a largo plazo. Así pues, la estrategia empresarial consiste en la búsqueda de manera consciente de la ventaja competitiva, de manera que ésta consiga no sólo crecer sino también expandirse reduciendo la competencia. Sin embargo, tenemos que matizar que este crecimiento implica innovación y equilibrio entre las necesidades sociales y beneficios empresariales, puesto que una empresa no puede limitarse a posicionarse entre sus competidores sin innovar las líneas de negocio que implican un valor para la sociedad ni sin mejorar la eficiencia en el desarrollo de sus actividades.

Un resumen de las aportaciones más relevantes se pueden observar en la tabla 5.

Tabla 5. Principales teorías sobre RSC

<i>Teorías y autores sobre RSC</i>	<i>Enfoque y contenido de la RSC</i>
<p><i>Teoría instrumental de Stakeholders</i></p> <p>(Friedman, 1984, 1990)</p> <p>(Carroll, 1987, 1991)</p> <p>(Hartman y Stafford, 1997)</p> <p>(Maignan, 2001)</p> <p>(Simpson y Kohers, 2002)</p> <p>(Garrigues y Trullenque, 2008)</p>	<p>Enfoque integrador:</p> <p>La RSC no se basa exclusivamente en la maximización del beneficio a corto plazo, sino que va más allá hacia la búsqueda de valor para todos sus grupos de interés. La consolidación de unas relaciones sostenibles con sus grupos de interés permitirá crear alianzas que no sólo mejorar sino que consolidarán la posición competitiva de la organización.</p>
<p><i>Teoría del valor del accionista o Teoría Shareholders</i></p> <p>(Friedman, 1962, 1970)</p> <p>(Porter y Krramer, 2002, 2006, 2011)</p> <p>(Chilosi y Damiani, 2007)</p>	<p>Enfoque instrumental:</p> <p>En este enfoque la RSC consiste en la maximización del beneficio, en términos legales y bajo las costumbres éticas. El hecho de desarrollar actividades sociales está justificado en el único caso de que proporcionen ventajas competitivas, a pesar de que no puede limitarse la RSC simplemente en un posicionamiento entre competidores, sino que tienen que desarrollar actividades que impliquen beneficios para la sociedad.</p>

Fuente: Elaboración propia a partir del modelo expuesto por Cueto (2015)

Como podemos observar en la tabla 6 los encuestados están muy de acuerdo, de media, que la ética y la responsabilidad social son fundamentales para la sostenibilidad de la compañía así como que la RSC y la rentabilidad económica están ligadas y que una buena ética puede ser muy útil para una empresa. Del mismo modo también consideran, en términos generales, que la empresas tienen una responsabilidad que traspasa el mero beneficio económico.

Ahora bien, los encuestados consideran que cuando la vida de una empresa está comprometida no hay que olvidarse ni de la ética ni de la RSC y del mismo modo, en general, consideran que la eficacia no es más importante que la ética.

Finalmente, tenemos que destacar que los encuestados consideran que el objetivo principal de una empresa no es la obtención de un beneficio económico, aunque la mayoría están de acuerdo con que deben cumplir las expectativas de los accionistas. Por tanto, predomina entre los empleados la visión de una empresa que tiene el beneficio económico como un medio y no como un fin en si mismo y donde predomina la visión Stakeholders con mayor dimensión ética (6,04), frente a otra basada en la maximización del beneficio, coincidente con la visión Shareholders (3,33).

Tabla 6. Nivel de conformidad

<i>Visión Stakeholders</i>	<i>Media</i>
<i>Importancia de la ética y la responsabilidad social para la sostenibilidad a largo plazo</i>	6,09
<i>Compatibilidad entre la RSC y la rentabilidad económica</i>	6,08
<i>Una buena ética puede ser un buen negocio</i>	6,15
<i>Las empresas poseen una responsabilidad más allá del beneficio económico</i>	5,87
<i>Media total Stakeholders</i>	6,04
<i>Visión Shareholders</i>	
<i>La principal preocupación de una empresa es la obtención de un beneficio económico</i>	2,16
<i>El principal objetivo de una empresa es satisfacer las expectativas de sus accionistas</i>	4,64
<i>Cuando la vida de una empresa está en juego, hay que olvidarse de la ética y la RSC</i>	3,01
<i>La eficacia es más importante que la reputación ética</i>	3,54
<i>Media total Shareholders</i>	3,33

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta

4.3 Percepción de Responsabilidad Social Corporativa de la organización

En esta sección analizaremos cómo es percibida la dimensión externa e interna de la organización, así como la opinión que los encuestados poseen a cerca de diferentes cuestiones en materia de RSC en función de lo explicado en el apartado 2.3.

Tabla 7. Nivel de importancia

	<i>Media</i>	<i>Dimensión externa</i>	<i>Dimensión interna</i>
<i>Crear empleo</i>	5,51	5,51	
<i>Obtener una rentabilidad del negocio</i>	6,00	6,00	
<i>Satisfacer los interés económicos de los accionistas</i>	5,49		5,49
<i>Satisfacer a los clientes</i>	6,34	6,34	
<i>Compromiso con el medio ambiente</i>	6,15		6,15
<i>Informar sobre las cuestiones medioambientales</i>	5,68		5,68
<i>Contratación de colectivos en riesgo de exclusión</i>	5,46		5,46
<i>Fomenta la conciliación de la vida laboral y personal</i>	5,47		5,47
<i>Fomenta la formación de los/as empleados/as</i>	5,27		5,27
<i>Fomenta el diálogo con los/as empleados/as</i>	5,49		5,49
<i>Fomenta la igualdad de género</i>	6,03		6,03
<i>Colabora con asociaciones sin ánimo de lucro del entorno local</i>	5,59	5,59	
<i>Media total</i>		5,86	5,63

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta

La dimensión externa se refiere a las relaciones que las organización desarrolla tanto con sus agentes externos como con el entorno social, como son, entre otros, los clientes o los proveedores. En nuestro estudio destacarían: la creación de empleo, la obtención de una rentabilidad de la empresa, satisfacer a los clientes y la colaboración con asociaciones sin ánimo de lucro pertenecientes al entorno local.

Mientras que la dimensión interna, contempla a la organización desde el interés social, y por ende, se encuentran relacionadas con los aspectos fundamentales de la gestión de los recursos humanos y de la seguridad laboral, la formación y desarrollo de los trabajadores, la gestión de la calidad y del medio ambiente. Estando compuesto en nuestro estudio por: la satisfacción de los intereses económicos de los accionistas, el compromiso con el medio ambiente, el hecho de informar sobre las cuestiones medioambientales, la contratación de colectivos en riesgo de exclusión, fomentar la

conciliación de la vida laboral y personal, la formación y el diálogo de los/las empleados/as así como la igualdad de género.

Como podemos observar en la tabla 7 siendo el 1 el valor mínimo y el 7 el valor máximo, los empleados consideran como más importante para la organización el hecho de satisfacer a los clientes, estar comprometidos con el medio ambiente, que la empresa obtenga una rentabilidad y fomentar la igualdad de género. Sin embargo, el resto de afirmaciones también son consideradas, en términos generales, importantes para los empleados. Por término medio consideran a los elementos de la dimensión externa (5,86) más importantes que a los correspondientes de la dimensión interna (5,63). En la tabla 8 se ofrecen los resultados sobre la percepción de los trabajadores con relación a aspectos generales de la RSC del Hotel Entremares.

Tabla 8. Cuestiones en materia de RSC

<i>¿Son importantes las acciones de RSC que desarrolla su empresa?</i>	<i>Frecuencia (%)</i>
<i>Si</i>	83,78%
<i>No</i>	0,00%
<i>No sabe/No contesta</i>	16,22%
<i>¿Es posible el desarrollo de políticas de RSC en su empresa?</i>	
<i>Si</i>	79,73%
<i>No</i>	1,35%
<i>No sabe/No contesta</i>	18,92%
<i>¿Sería positivo un mayor nivel de información sobre las actividades de RSC que desarrolla su empresa?</i>	
<i>Si</i>	86,30%
<i>No</i>	1,37%
<i>No sabe/No contesta</i>	12,33%
<i>¿Quién debería gestionar la RSC en su empresa?</i>	
<i>Un departamento</i>	30,14%
<i>Grupo de trabajo</i>	38,36%
<i>Director general</i>	12,33%
<i>Un comité</i>	19,18%
<i>Otros</i>	0,00%
<i>¿Generan impactos las actividades de RSC que desarrolla su empresa?</i>	
<i>Si, pero a largo plazo</i>	24,66%
<i>No, no tiene impacto</i>	5,48%
<i>Si, claramente</i>	23,29%
<i>Si, pero solo en la imagen</i>	13,70%
<i>No sabe/No contesta</i>	32,88%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta

Tabla 8. Cuestiones en materia de RSC

<i>¿Conoce los instrumentos que su compañía posee en materia de RSC?</i>	
<i>Si</i>	44,59%
<i>No</i>	24,32%
<i>Código de conducta para los/as empleados/as</i>	
<i>Si</i>	76,39%
<i>No</i>	5,56%
<i>No sabe/No contesta</i>	18,06%
<i>Realización de Acciones Sociales</i>	
<i>Si</i>	72,46%
<i>No</i>	4,35%
<i>No sabe/No contesta</i>	23,19%
<i>Auditorías de Cuentas Económicas</i>	
<i>Si</i>	40,30%
<i>No</i>	11,94%
<i>No sabe/No contesta</i>	47,76%
<i>Código ético</i>	
<i>Si</i>	47,14%
<i>No</i>	8,57%
<i>No sabe/No contesta</i>	44,29%
<i>Memoria de RSC</i>	
<i>Si</i>	50,00%
<i>No</i>	6,94%
<i>No sabe/No contesta</i>	43,06%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta

En función de los resultados que desprenden la tabla 8 podemos sacar las siguientes conclusiones:

El 83,78% de los encuestados consideran que el desarrollo de las acciones de RSC en su empresa son importantes. Por otra parte el 79,73% considera que es posible el desarrollo de políticas de RSC dentro de la empresa, mientras que tan sólo el 1,35% no lo consideran viable y el resto (18,92%) o no sabe o no contesta. Del mismo modo, el 86,30% de los empleados consideran que sí que sería necesario una mayor información sobre las actividades de RSC que su empresa lleva a cabo mientras que sólo el 1,37% no lo ve necesario y el resto (12,33%) o no saben o no contestan.

Al mismo tiempo el mayor % de los encuestados 38,36% y 30,14% consideran que la RSC en el hotel debería de estar gestionada por un grupo de trabajo o un departamento

respectivamente, y el 24,66% y el 23,29% sostienen que sí que tienen un impacto positivo, a pesar de ello un gran porcentaje (32,88%) no sabe o no contesta.

Finalmente tenemos que destacar que el 44,59% de los empleados sostiene que conoce los instrumentos en materia de RSC que su empresa desarrolla. Más detalladamente el 76,39% de los encuestados sostiene que la organización sí que posee un código de conducta para los empleados, el 72,46% afirma que la empresa realiza acciones sociales, el 40,30% considera que la compañía realiza auditorías de cuentas económicas, el 47,14% mantiene que la corporación posee un código ético y el 50% sostiene que la organización posee una memoria de RSC.

5. Conclusiones

La crisis económica ha acentuado el debate, que ya existía, de la necesidad de un cambio hacia un modelo más sostenible. Y sobre todo en un sector como lo es el turístico, el cual ha experimentado un desarrollo, crecimiento y diversificación exponencial en los últimos años, generando impactos muy positivos, pero también destacando el carácter negativo del mismo cuando se desarrolla, únicamente, en pro del beneficio económico.

Todo ello, ha llevado a preguntarnos, y a centrar el objetivo del presente trabajo, en cuáles son las consecuencias reales de dichas deficiencias y si existe algún medio que permita fortalecer la sostenibilidad del turismo mediante el desarrollo de modelos de gestión socialmente responsables.

En el estudio realizado en el Hotel Entremares, se ha pretendido determinar el conocimiento y la percepción que los empleados poseen en materia de RSC así como en las actividades desarrolladas por la organización en este campo. Al mismo tiempo, se les ha planteado si es el desarrollo de estas actividades es importante y si tienen un impacto positivo en la cuenta de resultados. Así como, si sería posible el hecho de desarrollar estas actividades en la organización, cuáles posee y quién las debería gestionar.

Así puede, podemos obtener las siguientes conclusiones:

- La RSC es el camino hacia la sostenibilidad. Puesto que permite una mejora no solo para la empresa, sino para la sociedad en general. Consiguiendo que la compañía desarrolle importantes ventajas competitivas y un modelo más ético.
- Es necesario un cambio de paradigma hacia un modelo de turismo socialmente responsable. Un sistema turístico basado en el beneficio a corto plazo y sin ninguna consideración sobre las actuaciones llevadas a cabo, ya no sólo en el corto plazo sino también en el futuro, es insostenible. Lo que hace necesario su sustitución hacia uno basado en la RSC que tenga en cuenta, además del factor económico, el social y el medioambiental. Así como sus agentes de interés y sus repercusiones tanto presentes como futuras.
- Prevalece la visión Stakeholder frente a la Shareholder. Es decir, los empleados del Hotel Entremares ven a la organización como una empresa en la que sobresale la dimensión ética, donde el beneficio económico es visto como un medio y no como un fin.
- Predominancia de la dimensión externa frente a la interna. Los empleados consideran la dimensión externa en el ámbito de la RSC más importante en términos generales que la interna.
- Los empleados tienen conocimiento de la magnitud, las implicaciones, así como de las actividades de RSC desarrolladas por la empresa. Puesto que no sólo las ven importantes sino que además consideran que tienen impactos positivos y que sería necesario un mayor nivel de información.

A pesar de las conclusiones aquí expuestas, tenemos que destacar que el presente trabajo también cuenta con una serie de limitaciones, las cuales, sin embargo, pueden ser vistas como oportunidades en un futuro.

- Tamaño de la muestra. Una de las limitaciones con las que cuenta este trabajo es el tamaño de la muestra, puesto que si se quieren obtener mejores resultados es necesario aumentarla.

- Una muestra representativa. En relación con el punto anterior, al estudiar un único caso, puede dar lugar a que la muestra no sea representativa de la realidad en términos de RSC de lo que realmente ocurre en La Manga del Mar Menor.

Estas aparentes limitaciones, pueden convertirse en oportunidades, puesto que dejan la puerta abierta a la realización de un mayor estudio que permita discernir de forma representativa cuál es la situación de la Manga del Mar Menor en términos de RSC en el caso concreto del sector hotelero, permitiendo desarrollar una propuesta de mejora que abra el camino hacia un cambio de paradigma basado en la preocupación, no sólo económica, sino también social y medioambiental, de los grupos de interés y de las repercusiones que las empresas generan tanto en el momento actual como las posibles en un futuro.

6. Anexo

6.1 Anexo 1. Cuestionario para el estudio de la Responsabilidad Social Corporativa desde la perspectiva de los trabajadores en el sector turístico.



Cuestionario para el estudio de la Responsabilidad Social Corporativa desde la perspectiva de los trabajadores en el sector turístico

El presente cuestionario pretende determinar su opinión y su percepción personal sobre lo que Ud. considera como gestión socialmente responsable en su organización. La encuesta es anónima y será utilizada para su tratamiento estadístico con fines académicos.

Agradeciendo de antemano su colaboración, le rogamos que responda al presente cuestionario de manera honesta.

1. Edad _____ años
2. Género
 - Masculino
 - Femenino
3. Formación
 - Educación primaria
 - Educación secundaria
 - Bachillerato
 - Diploma de estudios avanzados
 - Diplomatura
 - Licenciatura
 - Grado
 - Master
 - Doctorado
 - Otra: _____
4. Nacionalidad: _____
5. Tiempo trabajado en el hotel
 - ≤ 1 año
 - 1 – 3 años
 - 4 – 6 años
 - 7 – 9 años
 - > 10 años
6. ¿Ha odio usted hablar sobre la Responsabilidad Social Corporativa?
 - Si
 - No

Percepción de los empleados de hotel sobre la Responsabilidad Social Corporativa

7. Señale en la siguiente escala, del 1 al 7, si está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones, siendo el 7 el máximo grado de acuerdo y el 1 el máximo desacuerdo.

	Totalmente desacuerdo				Totalmente de acuerdo		
	1	2	3	4	5	6	7
La ética y la responsabilidad social de una empresa son fundamentales para su sostenibilidad en el largo plazo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La responsabilidad social de una empresa y su rentabilidad económica pueden ser compatibles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Una buena ética puede ser un buen negocio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Las empresas tienen una responsabilidad que va más allá de la obtención de beneficios económicos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La principal preocupación para una empresa es la obtención de beneficios, aunque ello implique infringir la ley	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
El principal objetivo de una empresa es satisfacer las expectativas de sus accionistas y propietarios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Si la supervivencia de una empresa está en juego, hay que olvidarse de la ética y la responsabilidad social	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La eficacia es más importante para las empresas que su reputación ética	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. Señale en la siguiente escala, del 1 al 7, qué importancia considera Ud. que le da su empresa a los siguientes aspectos, siendo el 7 muy importante y el 1 nada importante.

	Nada Importante				Muy Importante		
	1	2	3	4	5	6	7
Crear empleo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Obtener una rentabilidad del negocio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Satisfacer los intereses económicos de los accionistas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Satisfacer a los clientes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Compromiso con el medio ambiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informar sobre las cuestiones medioambientales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Contratación de colectivos en riesgo de exclusión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fomenta la conciliación de la vida laboral y personal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fomenta la formación de los/as empleados/as	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fomenta el diálogo con los/as empleados/as	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fomenta la igualdad de género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Colabora con asociaciones sin ánimo de lucro del entorno local	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. ¿Considera importante el desarrollo de acciones de Responsabilidad Social Corporativa en su empresa?

- Sí
 No
 No sabe/ No contesta

10. ¿Considera posible aplicar políticas de Responsabilidad Social Corporativa dentro de su empresa?

- Si
 No
 No sabe/ No contesta

11. ¿Cree que sería positivo un mayor nivel de información sobre las actividades de Responsabilidad Social Corporativa que realiza su empresa?

- Si
 No
 No sabe/ No contesta

12. ¿Quién debería gestionar la Responsabilidad Social Corporativa en su empresa? Marque una de las siguientes casillas.

- Un departamento
 Grupo de trabajo
 Director general
 Un comité
 Otros: _____

13. ¿Cree que las acciones de Responsabilidad Social Corporativa de su empresa tienen un impacto positivo en la cuenta de resultados? Marque una de las siguientes casillas.

- Sí, pero a largo plazo
 No, no tiene impacto
 Si, claramente
 Sí, pero solo en la imagen
 No sabe/No contesta

14. ¿Conoce usted los instrumentos que posee su compañía en materia de Responsabilidad Social Corporativa?

- Si
 No
 No sabe/ No contesta

15. ¿Dispone su empresa de alguno de los siguientes instrumentos de Responsabilidad Social Corporativa?

	Si	No	No sabe / No contesta
Código de Conducta para los/as empleados/as	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Realización de Acciones Sociales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Auditorías de Cuentas Económicas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Código Ético	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Memoria de Responsabilidad Social Corporativa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Por favor, realice las observaciones que considere oportunas.

Gracias por su colaboración

7. Bibliografía

- AYUSO, S. S. ET. AL. (2003). Gestión sostenible en la industria turística. Retórica y práctica en el sector hotelero español.
- BOWEN, H.R. (1953). Social responsibilities of the businessman, Harper and Row. Nueva York.
- CARM.ES. (2016). La Responsabilidad Social Corporativa en España. Consultado el 15 de Noviembre de 2015. Comunidad Autónoma de la Región de Murcia. Disponible en la siguiente página web: [https://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=34203&IDTIPO=100&RAS TRO=c818\\$m22727,22761,34181](https://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=34203&IDTIPO=100&RAS TRO=c818$m22727,22761,34181).
- CARM.ES. (2016). La Responsabilidad Social Corporativa en la Unión Europea. Consultado el 15 de noviembre de 2015. Comunidad autónoma de la Región de Murcia. Disponible en la siguiente página web: [https://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=34261&IDTIPO=100&RAS TRO=c2126\\$m](https://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=34261&IDTIPO=100&RAS TRO=c2126$m).
- CARROLL, A.B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. Academy of Management Review.
- CARTA DEL TURISMO SOSTENIBLE (1995). Conferencia Mundial del Turismo Sostenible. Lanzarote, Islas Canarias, España.
- COCCOSSIS, H. (1996). Tourism and Sustainability: Perspectives and Implications. En Priestley, G. K; Edwards, J. A. Y Coccossis (eds). Sustainable Tourism?. European Experiences. CAB International, Wallingford.
- COLES, Y FENCLOVA, E. Y DINAN, C. (2013). Tourism and corporate social responsibility: A critical review and research agenda. Tourism Management Perspectives.
- COMISIÓN MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE Y DEL DESARROLLO (1992): Nuestro futuro común, Madrid, Alianza Editorial.
- COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN AL PARLAMENTO EUROPEO, AL CONSEJO, AL COMITÉ ECONÓMICO Y SOCIAL EUROPEO Y AL COMITÉ DE LAS REGIONES. Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas.

- CORTINA, A. y CONILL, J. (1994). Ética de la empresa. Madrid: Editorial Trotta.
- COSTEAU, YVES, J. (1910-1997). Conferencia sobre Medio Ambiente y Desarrollo. Naciones Unidas, 1992.
- CUETO, C. C. (2015). Análisis de la Responsabilidad Social Corporativa de las grandes ciudades en España. Alicante.
- DAVIS, K. (1960). Can business afford to ignore corporate social responsibilities? California Management Review.
- DECLARACIÓN DE QUEBEC SOBRE EL ECOTURISMO (2002). Programas de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y la Organización Mundial del Turismo (OMT). Ciudad de Quebec.
- DECLARACIÓN DE RÍO SOBRE EL MEDIO AMBIENTE Y EL DESARROLLO (1992). Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo. Consultado el 1 de Noviembre de 2015. Comunicación de la Comisión Europea. Disponible en la página web: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=URISERV%3Aem0028>
- DESARROLLO SOSTENIBLE. (2016). Hacia una nueva agenda de desarrollo sostenible – Desarrollo sostenible. Consultado 4 de noviembre de 2015. Las naciones unidas. Página web: <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/mdgs/>.
- DRUCKER, P. F. (1984). “A New Look at Corporate Social Responsibility,” McKinsey Quarterly.
- EUROPA 2020: LA ESTRATEGIA DE LA UNIÓN EUROPEA PARA EL CRECIMIENTO Y LA OCUPACIÓN. (2010). Consultado el 20 de Enero de 2016.
- FRIEDMAN, M. (1970). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. The New York Times Magazines.
- GÓMEZ, D. F. Y SCADE, J. (2016). Iniciativas europeas en Responsabilidad Social y Sostenibilidad Empresarial - wiki EOI de documentación docente. Consultado el 20 de Diciembre de 2015. Disponible en la siguiente página web: https://www.eoi.es/wiki/index.php/Iniciativas_europeas_en_Responsabilidad_Social_y_Sostenibilidad_Empresarial.
- JOHNSON, H. L. (1971). Business in Contemporary Society: Framework and

- issues, Belmont, CA: Wadsworth.
- JONAS H. El Principio de Responsabilidad: ensayo de una ética para la civilización tecnológica. Barcelona: Herder; 1995.
 - LAS NACIONES UNIDAS PROCLAMAN 2017 AÑO INTERNACIONAL DEL TURISMO SOSTENIBLE PARA EL DESARROLLO (2016). Consultado el 1 de Febrero del 2015. Organización Mundial del Turismo OMT. Disponible en la página web: <http://media.unwto.org/es/press-release/2015-12-10/las-naciones-unidas-proclaman-2017-ano-internacional-del-turismo-sostenible>.
 - LÁZARO, J. Q. S. (2004). Los impactos económicos, socioculturales y medioambientales del turismo y sus vínculos con el turismo sostenible. Madrid.
 - LIBRO VERDE. (2001). Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas.
 - MARTÍNEZ, A. R. (2014). La Responsabilidad Social Corporativa: Su aplicación a la empresa Mercadona S.A. Valencia.
 - MARTÍNEZ, J. A. G. (2012). Turismo y responsabilidad social corporativa.
 - MINISTERIO DE EMPLEO Y SEGURIDAD SOCIAL. (2014). Estrategia 2014 – 2020 para empresas, administraciones públicas y el resto de organizaciones para avanzar hacia una sociedad y una economía más competitiva, productiva, sostenible e integradora. Consultado el 25 de Enero de 2016. Gobierno de España. Disponible en la página web: http://www.empleo.gob.es/es/sec_trabajo/EERSE_WEB.pdf.
 - OLCESE S. A, RODRÍGUEZ, M. Y ALFARO, J. (2008). Manual de la empresa responsable y sostenible. Madrid: McGraw-Hill/Interamericana de España.
 - ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO (OMT). (1993). Guía para Administraciones Locales: Desarrollo turístico sostenible, Madrid, OMT.
 - ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. (2012). Panorama del turismo internacional. Edición 2012. Madrid, España.
 - ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. (2015). Panorama del turismo internacional. Edición 2015. Madrid, España.
 - ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. (2016). UNWTO Tourism Highlights. 2016 Edition. Madrid, España.

- Para la elaboración de las figuras y tablas hemos utilizado Microsoft Excel y Microsoft Word.
- RAUFFLET, E., VELÁZQUEZ, L. Y MOLINAR, M. (2012). Responsabilidad Social Empresarial. Naucaplan de Juárez: Pearson Educación de México.
- SCHULZE, F. Y PSZOLLA, V. (2011). Situación de la Responsabilidad Social Empresarial en Europa.
- SETHI S. P (1975). Dimensions of Corporate Social Performance: an Analytic Framework. California, Management Review.
- SOUSA, P, J. *ET AL.* (2016). *Tendencias de la RSE en España*. Consultado el 10 de Enero del 2016. Disponible en la página web: <http://www.fundacionseres.org/Lists/Informes/Attachments/836/140709%20rsefinalconama9.pdf>.
- TSAI, H. NELSON K.F. TSANG, STEPHANIE K.Y. Y CHENG. (2012). Hotel employees' perceptions on corporate social responsibility: The case of Hong Kong. *Internal Journal of Hospitality Management*.
- UICN, PNUMA, WWF. 1991. Cuidar la Tierra. Estrategia para el Futuro de la Vida. Gland, Suiza.
- UICN. 1980. Estrategia Mundial para la Conservación. Gland, Suiza UICN/PNUMA y WWF.