

UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
Facultad de Ciencias Empresariales  
Departamento de Administración y Auditoría



## UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

“ESTUDIO DE TURISMO SUSTENTABLE Y  
BUENAS PRÁCTICAS DE RSE”.

CASO DE ESTUDIO: SECTOR DE SERVICIO DE ALOJAMIENTO  
TURÍSTICO, CIUDAD DE CONCEPCIÓN Y TALCAHUANO.

ALUMNAS: Verónica Soledad Leal Mena

Carolina Valeska Torres Mora

PROFESOR GUIA: Karina Krausse Martínez

CONCEPCION, Julio 2014.

## Dedicatorias

*A mi madre, Verónica Mena Cisternas, por su amor, esfuerzo y sacrificio, por ser incondicional. A mi hermana, Carolina Leal Mena, por ser mi cable a tierra, tener siempre una sonrisa para mí y por su cariño ilimitado. A mi familia y amigos, por el apoyo constante. A mi angelito, porque desde el cielo me cuida y guía. A Dios y la Virgen María, por aquellos que han pasado y se han quedado en mi camino.*

***Verónica Leal Mena.***

*Dedicado a mis padres Juan Torres y Lidia Mora, por su incondicional apoyo, amor y paciencia durante el transcurso de estos 23 años; a mis hermanas Lidia Torres y Juanita Torres por ser siempre una sonrisa latente, una palabra de consuelo y por sobre todo compañeras incondicionales de vida; a toda mi familia que fueron siempre actores principales de todos mis buenos momentos y a Dios quien me dio la oportunidad de conocer y elegir a personas maravillosas en este proceso.*

***Carolina Torres Mora.***

## Agradecimientos

A nuestras familias, quienes nos alentaron a seguir trabajando día a día, entregándonos su cariño, apoyo, comprensión y sobre todo, su amor incondicional durante todo nuestro proceso educativo. Viéndonos crecer y esforzarnos para cumplir nuestras metas.

En muchos momentos nos vimos sobrepasadas por la carga académica y por los compromisos que ello conlleva, fue en esos periodos donde más los necesitamos y estuvieron ahí, dándonos siempre una palabra de apoyo y consejo, con empuje y sabiduría.

A nuestra Profesora Karina Krausse, quien a pesar de su carga laboral, aceptó apoyarnos y guiarnos en la última parte de este proceso educativo; siempre con una palabra de aliento, un buen consejo y con la disposición de responder continuamente a nuestras inquietudes.

Por último, agradecemos a nuestros amigos y amigas, quienes estuvieron junto a nosotras desde el primer día, apoyándonos con palabras de aliento y siempre una sonrisa dispuesta para nosotras. Un nombramiento especial a Iliana Ulloa y Carmen Gloria Barriga quienes permanecieron unidas a nosotras hasta el final.

“Si caminas solo, irás más rápido;  
si caminas acompañado, llegarás más lejos”.

A todos ellos, GRACIAS TOTALES.

## Índice General

Dedicatorias.....	2
Agradecimientos.....	3
Resumen.....	12
Abstract.....	13
Introducción general.....	14
<b>CAPÍTULO I: SUSTENTABILIDAD .....</b>	<b>16</b>
1- Introducción al Capítulo.....	17
2- Orígenes del Concepto. ....	18
3- Búsqueda del Concepto Sustentabilidad .....	22
4- Características, Tipos, Clasificación de la Sustentabilidad .....	24
4.1- Características de la Sustentabilidad.....	24
4.2- Clasificación de la Sustentabilidad .....	25
4.2.1- Sustentabilidad Social .....	28
4.2.2- Sustentabilidad Medio Ambiental o Ecológica.....	30
4.2.3- Sustentabilidad Económica .....	33
4.3- Otras clasificaciones. ....	34
4.3.1- Sostenibilidad fuerte y débil.....	34
4.3.1.1- La sostenibilidad fuerte (strong sustainability).....	35
4.3.1.2- La sostenibilidad débil (weak sustainability).....	36

## FIGURAS

Figura N° 1: Modelo de los tres pilares.....	26
--	----

<b>CAPÍTULO II: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL .....</b>	<b>38</b>
1- Introducción al tema. ....	39
2- Origen de la responsabilidad social empresarial .....	40
2.1- Evolución del concepto de responsabilidad social empresarial. ....	42
2.1.1- Innovación. ....	43
2.1.2- Transparencia. ....	43
2.1.3- Eficiencia y rentabilidad. ....	43
2.1.4- Desarrollo sostenible. ....	43
3- Conceptos según autores de RSE. ....	44
3.1- Concepto según autores. ....	45
3.1.1- Friedman (1962):.....	45
3.1.2- Carroll (1979):.....	45
3.1.3- Castillo (1985):.....	45
3.1.4- Fernández (1999): .....	45
3.1.5- McWilliams & Siegel (2000): .....	46
3.1.6- Marín, Rubio & Aragón (2003): .....	46
3.1.7- Martín (2005): .....	46
3.1.8- Castellano & Chércoles (2005): .....	46
3.2- Concepto según organismos internacionales. ....	47
3.2.1- Comisión de las Comunidades Europeas (Unión Europea), Libro Verde (2000): .....	47
3.2.2- Global Compact (1999):.....	47
3.2.3- Global Reporting Initiative (1997):.....	48
3.2.4- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE): .....	48
3.2.5- World Business Council on Sustainable Development (WBCSD):.....	48
3.2.6- Organización Internacional del Trabajo (OIT).....	48
3.3- Concepto según organismos nacionales.....	49
3.3.1- Acción RSE (2000): .....	49
3.3.2- La Fundación PROhumana: .....	49
3.3.3- Los Grupos de Interés (Stakeholders). ....	50
4- Teorías y enfoques.....	51

4.1- Corporate Social Responsibility Europe.....	51
5- Características, Tipos y clasificaciones .....	54
5.1- Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial. ....	54
5.1.1- Ética empresarial .....	54
5.1.2- Preservación del medio ambiente.....	55
5.1.3- Calidad de vida en el trabajo.....	55
5.1.4- Vinculación empresa-sociedad.....	56
6- Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial .....	57
6.1- Normas y estándares Responsabilidad Social Empresarial .....	59

## TABLAS

Tabla N° 1: Comparación de los aspectos de RSE recogidos en los distintos enfoques analizados por los principales organismos.....	52
---	----

<b>CAPÍTULO III: TURISMO SUSTENTABLE.....</b>	<b>60</b>
1- Introducción al capítulo.....	61
2- Origen del turismo .....	62
2.1- Origen del turismo en el mundo.....	62
2.1.1- Situación del turismo en el mundo.....	63
2.2- Origen del turismo en Chile.....	65
3- Concepto de turismo.....	66
3.1- Turismo .....	66
3.1.1- Turismo sustentable.....	72
3.1.1.1- Turismo Cultural.....	73
3.1.1.1.1- Turismo Rural.....	80
3.1.1.1.1.1- Algunas definiciones de turismo rural .....	81
3.1.1.1.2- Turismo Ciudad: .....	88
3.1.1.1.3- Turismo Patrimonial .....	88
3.1.1.1.4- Turismo Ecológico o Ecoturismo .....	89

3.1.1.1.5- Agroturismo.....	90
3.1.1.1.6- Turismo Religioso .....	90
3.1.1.1.7- Turismo de Intereses Especiales (TIE).....	91
4.- Características, tipos, clasificación.....	91
4.1- Características del Turismo Sustentable.....	91
4.2- Beneficios del Turismo Sustentable.....	93
5.- Medición.....	94
5.1- Políticas de Turismo Sustentable .....	94
5.1.1- Declaraciones internacionales sobre turismo sustentable .....	94
5.1.2- Política de turismo sustentable en la Unión Europea.....	95

## **TABLAS**

Tabla N° 2: Contribución del Turismo al PIB y al empleo en el mundo.....	64
Tabla N° 3: Elementos que ayudan a definir el Turismo Rural.....	81
Tabla N° 4: Condiciones para el desarrollo de un verdadero Turismo Rural.....	82
Tabla N° 5: Declaraciones Internacionales sobre Turismo Sustentable.....	90
Tabla N° 6: Elementos claves de las estrategias de la CCE para gestionar los impactos del turismo sobre el medio ambiente.....	92
Tabla N° 7: objetivos estratégicos y recomendaciones de la Agenda 21 Europea para el turismo.....	95

## **CUADROS**

Cuadro N° 1: Evolución de la llegada de turistas al país.....	66
---	----

## **FIGURAS**

Figura N° 2: Modelo de Leiper “El Sistema Turístico”.....	69
Figura N° 3: Modelo teórico de enfoque estructural de Beni.....	71
Figura N° 4: Definición del Turismo Rural.....	79

<b>CAPÍTULO IV: INVESTIGACIÓN EMPÍRICA</b> .....	102
1- Objetivo de la Investigación.....	103
1.1- Objetivo General.....	103
1.2- Objetivos Específicos.....	103
2- Materiales y Métodos.....	104
2.1- Variables a estudiar.....	104
2.1.1- Sustentabilidad.....	104
2.1.2- Responsabilidad Social Empresarial.....	105
2.1.3- Turismo Sustentable.....	105
2.2- Metodología.....	106
2.2.1- Desarrollo del instrumento de medición para el Turismo Sustentable.....	106
2.2.2- Desarrollo del instrumento de medición para las Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.....	109
2.2.3- Instrumento de medición.....	110
2.2.1- Breve descripción del instrumento de medición.....	111
2.2.2- Población en estudio.....	112
2.2.3- Descripción de la muestra.....	112
2.2.4- Metodología de la Aplicación.....	113
3- Resultados.....	113
3.1- Análisis de Datos.....	113
3.1.1- Análisis de Fiabilidad (Coeficiente de consistencia interna o indicador de Unidimensionalidad).....	114
3.1.2- Escala de Turismo Sustentable.....	115
3.1.3- Escala de Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.....	116
3.2- Análisis Descriptivo.....	118
3.2.1- Servicios de alojamiento turístico: ciudad de Concepción y Talcahuano.....	118
3.2.1.1- Primera Parte: Información General.....	118
3.2.1.1.1- Años de operación del establecimiento (ver Tabla N° 17).....	118
3.2.1.1.2- Cargo de quien completa el formulario (ver Tabla N° 18).....	119
3.2.1.1.3- Tamaño de la empresa (ver Tabla N° 19).....	120

3.2.2- Análisis descriptivo de las medias. ....	121
3.2.2.1- Medias de Turismo Sustentable. ....	121
3.2.2.2- Medias de Turismo Sustentable Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.....	123
3.2.3- Análisis de las correlaciones. ....	125
3.2.3.1- Correlación Turismo Sustentable.....	125
3.2.3.2- Correlación Buenas Prácticas RSE. ....	126
3.2.4- Correlación entre variables.....	127
3.2.4.1- Correlación Turismo Sustentable con Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.....	127

## **TABLAS**

Tabla N° 8: Tipos de estudio.....	104
Tabla N° 9: Parte I: Información General.....	105
Tabla N° 10: Parte II: Turismo Sustentable.....	105
Tabla N° 11: Parte III: Buenas Prácticas de RSE.....	106
Tabla N° 12: Parte IV: Total de Ítems.....	106
Tabla N° 13: Escala de Likert.....	106
Tabla N° 14: Distribución de la muestra.....	107
Tabla N° 15: Fiabilidad del cuestionario completo de Turismo Sustentable.....	110
Tabla N° 16: Fiabilidad del cuestionario completo de Buenas Prácticas de RSE.....	112
Tabla N° 17: Datos Descriptivos: Años de Operación.....	113
Tabla N° 18: Datos Descriptivos: Cargo.....	114
Tabla N° 19: Datos Descriptivos: Tamaño.....	115
Tabla N° 20: Resumen de Medias cuestionario completo de Turismo Sustentable.....	116
Tabla N° 21: Resumen de Medias cuestionario completo de Buenas Prácticas de RSE...	119
Tabla N° 22: Correlación de Datos Descriptivos con Turismo Sustentable.....	120
Tabla N° 23: Correlación de Datos Descriptivos con Buenas Prácticas de RSE.....	122
Tabla N° 24: Correlación de Turismo Sustentable con Buenas Prácticas de RSE.....	12

## **GRÁFICOS**

Gráfico N° 1: Años de Operación hotel y hostel.....	114
Gráfico N° 2: Cargo de quien completa el formulario.....	115
Gráfico N° 3: Tamaño de la empresa.....	116
Gráfico N° 4: Resumen de Medias Turismo Sustentable.....	117
Gráfico N° 5: Resumen de Medias Buenas Prácticas de RSE.....	119
<b>CAPÍTULO V: Conclusiones, Limitaciones y Sugerencias.</b> .....	131
1- Conclusiones.....	132
1.1- Conclusiones parte teórica. ....	132
1.2- Conclusiones estudio empírico. ....	136
1.2.1- Conclusiones de análisis de fiabilidad. ....	136
1.2.1.1- Conclusiones fiabilidades de Turismo Sustentable. ....	136
1.2.1.2- Conclusiones fiabilidades de Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.....	138
1.3- Conclusiones análisis descriptivos.....	140
1.4- Conclusiones de las medias. ....	140
1.4.1- Conclusiones de las medias de Turismo Sustentable. ....	140
1.4.2- Conclusiones de las medias de Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.....	141
1.5- Conclusiones de las correlaciones. ....	141
1.5.1- Conclusiones de las correlaciones entre Turismo Sustentable con Datos descriptivos.....	141
1.5.2- Conclusiones de las correlaciones entre Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial con Datos descriptivos. ....	142
1.6- Conclusiones de correlaciones entre variables. ....	142
1.6.1- Conclusiones de las correlaciones entre Turismo Sustentable con Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial. ....	142
1.7- Conclusiones Generales.....	144
2- Limitaciones del estudio.....	147
3- Sugerencias.....	148

Referencias Bibliográficas..... 149

**TABLA**

Tabla N° 25: Resumen de Fiabilidades.....131

**FIGURAS**

Figura N° 5: Cuadro Resumen de Sustentabilidad, RSE y Turismo Sustentable.....130

“ESTUDIO DE TURISMO SUSTENTABLE Y BUENAS PRÁCTICAS DE RSE”. CASO DE ESTUDIO: SECTOR DE SERVICIO DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO, CIUDAD DE CONCEPCIÓN Y TALCAHUANO.

**Resumen**

La presente investigación tiene por objeto determinar la relación existente entre las variables de Turismo Sustentable y Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial. Para establecer lo anterior, se realizó un análisis teórico para estos dos conceptos. A partir de esto, se otorga una base concluyente, según la cual se obtienen conclusiones que son capaces de ser contrastadas empíricamente, mediante la aplicación de un instrumento de medida formulado en base a la fusión de indicadores de reconocidos autores que permitirán establecer si se cumple la relación establecida. La investigación empírica fue aplicada a servicios de alojamiento turístico de la ciudad de Concepción y Talcahuano, tomando como muestra a 31 establecimientos, distribuidos entre hoteles y hostales.

Los resultados obtenidos arrojan que el Turismo Sustentable y las Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en el instrumento de medida se relacionan entre sí, cumpliendo de esta manera el propósito de la investigación. La relación de estas variables es fundamental para mejorar la imagen de los establecimientos frente a los visitantes.

**Palabras clave:** Turismo Sustentable y Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.

**“STUDY OF A SUSTAINABLE TOURISM AND GOOD PRACTICES OF CORPORATE SOCIAL RESPONSABILITY”**

**STUDY CASE: A TOURISTIC ACCOMMODATION SERVICE AREA, CITIES OF CONCEPCIÓN AND TALCAHUANO.**

**Abstract**

The research aim is to determine the relationship between the existing variables, of Sustainable Tourism and Good Practices of CRS (Corporate Social Responsibility). To establish the latter we have done a theoretical analysis of these two concepts. Starting with this, a conclusive basis is given in which the conclusions obtained can be empirically tested by applying a measuring instrument formulated on the basis that the fusion of indicators, from known authors will determine whether the established relationship is held. The empirical research was applied to touristic accommodation services in Concepcion and Talcahuano city, taking 31 accommodations as samples, distributed in hostels and hotels.

The results show that sustainable tourism and CRS, in the measuring instrument, are closely related accomplishing in this way the purpose of the research. The connections of these variables are essential to improve the visitor’s opinion about accommodations.

**Key words:** Sustainable Tourism and Good Practices of CRS (Corporate Social Responsibility).

## Introducción General

Esta investigación pretende analizar los conceptos de Turismo Sustentable y las Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en el servicio de alojamiento turístico. Luego determinar la relación existente entre las variables determinadas y cuáles son los efectos y beneficios que aporta a la actividad empresarial, más allá de su función exclusivamente económica.

Para lograr lo anterior se han propuesto los siguientes objetivos específicos:

1. Conocer y analizar los conceptos de turismo sustentable y RSE.
2. Dar a conocer la relación existente entre turismo sustentable y RSE.
3. Desarrollar y evaluar criterios relacionados al turismo sustentable y verificar cómo se relacionan éstos con el sector hotelero en la ciudad de Concepción y Talcahuano.
4. Cuantificar el rango de sustentabilidad en el sector de servicio de alojamiento turístico de la ciudad de Concepción y Talcahuano.
5. Analizar el efecto y/o beneficio que se obtiene a partir del estudio del turismo sustentable en nuestro caso de estudio.

El cumplimiento de estos objetivos depende de la presente investigación, donde muy pocos establecimientos profundizan y desarrollan en sus estrategias estas variables, así como tampoco conocen los alcances que pudiera tener si se aplicaran.

El interés por desarrollar esta investigación surge debido a la importancia que la ciudad de Concepción y Talcahuano tiene por el turismo e implementarlo mediante buenas prácticas, y así acrecentar la Responsabilidad Social Empresarial en las instituciones.

El interés por desarrollar esta investigación surge debido a la importancia que las ciudades de Concepción y Talcahuano tienen por desarrollar e implementar actividades que fomenten el turismo, donde, debido a su carácter urbano, puedan aprovechar su riqueza arquitectónica, histórica y/o gastronómica; todo esto mediante el desarrollo de buenas prácticas, acrecentando la responsabilidad social empresarial para desarrollar un turismo sustentable en el sector de alojamiento turístico.

El estudiar variables blandas en los diversos establecimientos permite investigar la parte intangible de éstos, logando determinar que en los hoteles y hostales de Concepción y Talcahuano no existe mayor conocimiento respecto a estos temas, ni tampoco dimensionan los beneficios que conlleva implementarlas como estrategia.

En el modelo de Turismo Sustentable, se ha demostrado que no se advierte evolución en el tiempo, esto pasa debido a que los hoteles y hostales no buscan reestructurar sus servicios dependiendo de las tendencias del mercado, solo lo hacen cuando es estrictamente necesario y la competencia los empuja al cambio.

El aporte de las investigaciones de distintos autores de diversas partes del mundo ayuda a formar lineamientos fundamentales para el desarrollo de este estudio, ya que el turismo sustentable es un tema reciente y en crecimiento dentro del país, a diferencia del desarrollo de este concepto en otras partes del mundo.

Este estudio se inicia con una revisión de la bibliografía y estudios teóricos existentes por diversos autores en la literatura, haciendo un hincapié en la relación entre sustentabilidad, responsabilidad social empresarial y turismo sustentable.

Finalmente, dicha relación será contrastada a partir de la aplicación de un instrumento de medida que cuenta con el apoyo de líneas de investigación anteriores en estos temas que ayudan a dar forma y concluir los objetivos planteados en la presente investigación.

**CAPÍTULO I:  
SUSTENTABILIDAD**

## 1- Introducción al Capítulo

Las generaciones pasadas trabajaban poco o nada el argumento de la sustentabilidad en el mundo, era un tema poco comentado debido a que no pensaban que los recursos podrían algún día escasear y al poco interés que presentaban en saber de ello. Pero ya en los últimos años, en todo el mundo se han hecho esfuerzos por preservar los recursos naturales y por conservar el medioambiente.

El término se hizo conocido en el año 1987, cuando la World Commission on Environment and Development de las Naciones Unidas, o Comisión Brundtland, publicó el reporte llamado *Our common future* (Nuestro futuro en común), centrado en el concepto de desarrollo sustentable o sostenible, y que define el desarrollo sostenible como "*aquel desarrollo que satisface las necesidades de las presentes generaciones sin comprometer la habilidad de las futuras para satisfacer sus propias necesidades*". Es decir, mantener o mejorar la calidad de vida de futuras generaciones, las posibilidades y acceso a los mismos recursos naturales que se tiene actualmente; se espera lograr esto, desarrollando la conciencia de las personas y organizaciones, que depende de ellas las secuelas que deberán soportar las generaciones futuras, de las buenas prácticas que se lleven a cabo en la actualidad, debido a los escasos recursos que quedan en el mundo y a cómo son utilizados.

La sustentabilidad no es sólo un término medioambiental, sino más bien, se extiende al contexto económico y social, siendo estos tres indicadores, los que abarcan las variables que pueden explicar el por qué de ciertos comportamientos de empresas y los recursos naturales que explotan.

Además, el recurso de tipo social es un ente muy importante, ya que es el ser humano quien con toda la diversidad que presenta, puede mejorar sus costumbres y tecnologías, los medios de transporte, las técnicas de construcción, la reutilización de sus desechos, y para aprovechar las energías inagotables que coexisten día a día, como el sol y el viento.

## 2- Orígenes del Concepto<sup>1</sup>.

En 1913 se puso en mesa la importancia (a nivel internacional) de la protección de la naturaleza como la fuente de vida para el planeta, en la llamada Conferencia de Berna<sup>2</sup>. Ya para 1948 en Fontainebleau (Francia), se crea la Unión Internacional para la Conservación de los Recursos Naturales (UICN), donde participan gobiernos, instituciones y organizaciones no gubernamentales. Mientras que, en 1949 las Naciones Unidas organizan en Nueva York una conferencia sobre problemas ambientales.

No obstante, el paso más importante hacia la protección del medio ambiente fue dado en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente<sup>3</sup>.

Calderón<sup>4</sup> (2003) comenta que dentro de las consecuencias más importantes se distinguen la creación del Programa de Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente (PNUMA) y la creación del día mundial del medio ambiente.

A inicios de los '80 la agudización del deterioro del medio ambiente era ya inocultable. El futuro de la tierra entra en la agenda de los organismos internacionales. Empieza a utilizarse el concepto de desarrollo sostenido. Así en el documento "*Estrategia mundial para la conservación*" (1980), publicado por la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza, el PNUMA y el World Wildlife Fund<sup>5</sup>, se hace referencia a la necesidad de preservar los recursos vivos para un desarrollo sostenido, entendiéndose por éste "*el crecimiento económico que no vulnera los ecosistemas*" y que tiene un carácter permanente y de largo alcance.

---

<sup>1</sup> Venegas, N. y Muñoz, O. (2011) Memoria para optar a título de Ingeniero Comercial. Estudio de los indicadores de Sustentabilidad: Evaluación y relación con el surgimiento de los negocios inclusivos. Caso: Aplicación. Profesor guía: Karina Krausse Martínez.

<sup>2</sup> Sarazin, P. (1913). Conferencia internacional para la protección de la naturaleza.

<sup>3</sup> Efectuada en Estocolmo los días 5 al 16 de junio de 1972, donde se toma conciencia internacional sobre la necesidad de proteger el medio ambiente.

<sup>4</sup> Calderón, E. 2003. *Política Territorial de la Unión Europea*. Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos de Madrid.

<sup>5</sup> WWF: Durante más de 45 años, WWF ha estado protegiendo el futuro de la naturaleza. La organización mundial de conservación, el WWF trabaja en 100 países y con el apoyo de 1.2 millones de miembros en los Estados Unidos y en el mundo cerca de 5 millones.

Misión: La misión de WWF es la conservación de la naturaleza. Utilizando los mejores conocimientos científicos disponibles y avanzar en el conocimiento, trabajar para preservar la diversidad y abundancia de la vida en la Tierra y la salud de los sistemas ecológicos. La protección de áreas naturales y las poblaciones silvestres de plantas y animales, incluyendo especies en peligro de extinción; la promoción de enfoques sostenibles para el uso de los recursos naturales renovables, y fomentar un uso más eficiente de los recursos y la energía y la reducción máxima de la contaminación.

Meta: Para el año 2020 WWF conservar 19 de los lugares más importantes del mundo natural y el cambio de manera significativa los mercados globales para proteger el futuro de la naturaleza. <http://www.worldwildlife.org/> accesado 29/04/2014

El informe de la doctora Gro Harlem Brundtland<sup>6</sup> publicado en 1987 condujo a la convocatoria de la *Cumbre de la Tierra en Rio de Janeiro*, en 1992. Ella organizó y dirigió la *Comisión Mundial sobre el Desarrollo y Medio Ambiente* en 1983<sup>7</sup>.

Rodríguez<sup>8</sup> (2005), señala que la globalidad del informe queda plasmada cuando dice que los objetivos del desarrollo económico y social se deben definir desde el punto de vista de sus sostenibilidad en todos los países, ya sean desarrollados o en desarrollo.

Lo anterior está dado a que en muchas páginas del informe se describen las aspiraciones de los países pobres de mejorar su calidad de vida, y por otro lado las necesidades de los países desarrollados de mantener su crecimiento por un tiempo indefinido.

Esto lleva a pensar que si bien la preocupación básica es el medio ambiente, el informe no deja de lado el enfoque social del desarrollo sostenible, como herramienta para mejorar la calidad de vida de las personas, por lo tanto aplicable en aspectos económicos y sociales.

A diferencia de los ecologistas puros que parten de la naturaleza, el Informe Brundtland parte del hombre en sí, de sus necesidades, de su imaginación, de sus instituciones, para desde ahí acercarse a la naturaleza y no al revés. Enfatiza las necesidades humanas, en especial las necesidades de los pobres a los que otorga atención sobresaliente. Subraya los límites físicos que el medio ambiente y los recursos naturales ponen al crecimiento económico para satisfacer las necesidades de la generación presente y futura. Indica pues una preocupación explícita por las generaciones venideras, ausente en los anteriores enfoques y estrategias de desarrollo. En esta definición del desarrollo sostenible hace pensar en el planeta y sus recursos en función de las próximas generaciones es un elemento nuevo y medular.

---

<sup>6</sup> La primera ministra de Noruega por tres períodos, en un total de diez años.

<sup>7</sup> El informe de la comisión, fue llamado “Nuestro Futuro Común” (Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo. 1987) acuñó el concepto de Desarrollo Sostenible, desde entonces incorporado en todas las políticas económicas – ambientales.

<sup>8</sup> Rodríguez, J (2005), *Aportación metodológica para la evaluación de sostenibilidad de planes y programas de infraestructuras de transportes*. Aplicación al marco regional: comunidad Madrid. Tesis Doctoral publicada. Universidad politécnica de Madrid. Madrid.

El mencionado informe, expresa inquietud frente al aumento de la población, señalando que ésta no se debe ir más allá de la capacidad de soporte de los ecosistemas. Dicha preocupación se manifiesta en cuanto a la magnitud y velocidad de crecimiento de población en función a los cambios de la naturaleza y los cambios tecnológicos. No sugiere que la población deje de crecer, sino que el crecimiento de la población esté en función al carácter de la economía, la sociedad y la naturaleza.

El desarrollo sostenible también conlleva una postura ética, valores y un planteamiento democrático: la igualdad de oportunidades en la actividad económica. Por último, critica duramente a la forma de desarrollo de los países industrializados del norte, por su exceso de consumo material mercantil y el consiguiente deterioro del medio ambiente. Así, bajo esta contradicción, los países desarrollados dejan de ser los faros ejemplares que iluminaban el camino a seguir por los países del Tercer Mundo a fin de abandonar la condición del subdesarrollo, como sugerían los partidarios de la modernización. Valcárcel<sup>9</sup> (2006).

Rodríguez (2005), señala que los peligros ambientales más importantes son:

- ❖ El efecto invernadero.
- ❖ El agotamiento del ozono de la capa atmosférica.
- ❖ Diversos contaminantes del aire que están acabando con árboles, lagos, dañando edificios y tesoros culturales.<sup>10</sup>
- ❖ Residuos tóxicos.
- ❖ Desertización.
- ❖ Pérdida de bosques y otras reservas naturales

---

<sup>9</sup> Valcárcel, M. (2006). *Génesis Y Evolución Del Concepto Y Enfoques Sobre El Desarrollo*, Departamento De Ciencias Sociales, Pontificia Universidad Católica Del Perú, Lima, Junio 2006.

<sup>10</sup> A este fenómeno se le da el nombre de acidificación. Las emisiones de los tres contaminantes ácidos más importantes, el dióxido de azufre (SO<sub>2</sub>), los óxidos de nitrógeno (NOX) y el amoníaco (NH<sub>3</sub>) a la atmosfera regresan a la superficie directamente en forma de deposición seca sobre la vegetación o de deposición húmeda si viene arrastrada por lluvias. Sus efectos se manifiestan con defoliación de árboles, pérdida de vitalidad, reducción de poblaciones de organismos acuáticos en lagos, ríos y arroyos, eutrofización de ecosistemas terrestres y marinos por aporte de nitrógeno, y además altera la composición del suelo. También afecta a edificios de piedra y a vidrieras, deteriorando el patrimonio histórico y artístico.

Luego de la identificación de los anteriores temas críticos Rodríguez (2005), identifica los siguientes objetivos básicos del informe Brundtland:

- ❖ Revitalizar el crecimiento.
- ❖ Cambiar la calidad del crecimiento.
- ❖ Satisfacer las necesidades esenciales de trabajo, alimentos, energía, agua, higiene, etc.
- ❖ Asegurar el nivel de población sostenible.
- ❖ Conservar y acrecentar la base de recursos.
- ❖ Reorientar la tecnología y controlar los riesgos.
- ❖ Tener en cuenta el medio ambiente y la economía en la adopción de decisiones.

Posteriormente en el año 1992, en la llamada “Cumbre de la Tierra” realizada en la ciudad de Río de Janeiro, a la que concurrieron representantes de todos los gobiernos del planeta, se insiste en que el modelo de industrialización y desarrollo de occidente, el cual ha llevado al hiper-consumismo a degradar y poner en peligro los recursos naturales, no es un modelo viable para el resto de regiones y naciones. Por lo tanto, una vez más se rehúsa uno de los postulados centrales de la teoría de la modernización: el modelo de desarrollo de los países occidentales debe ser imitado por las naciones atrasadas.

La declaración de Río de Janeiro dice: *"Los países industrializados aportarán recursos financieros nuevos y adicionales a los países en desarrollo a fin de cubrir los gastos suplementarios ocasionados por las medidas que hubiera que tomar para hacer frente a los problemas del medio ambiente y para generar el desarrollo sustentable"*.

Valcárcel (2006) comenta que “la Agenda 21” un documento que constituye una suerte de Programa de Acción procedente de la “Cumbre de la Tierra”, compromete a los países desarrollados a proveer el 0.7% del PNB a la asistencia nacional al desarrollo (AOD), lo que en la práctica no se cumple. El Fondo de Recursos Financieros (FMAM), es un fondo de Naciones Unidas que garantiza la implementación de los instrumentos estipulados en la Agenda 21, para asegurar el acceso de parte de los países pobres a recursos adicionales para

la protección del medio ambiente mundial y fomento del desarrollo económico sostenible y ambientalmente racional. Sin embargo, cada vez más los diversos programas creados para afrontar los desafíos sobre el medio ambiente están sectorizados, consumiendo de manera creciente la financiación dispuesta según el Consejo de Administración del PNUMA.

Finalmente, otro elemento fundamental para que el desarrollo sostenible sea viable, radica en el hecho de que en la realidad funcione lo que la misma Declaración de Río postula: La denominada "*alianza mundial nueva y equitativa*". Cabe preguntarse también, en qué medida es posible que pueda concretizarse y avanzar esta alianza si el mundo está dividido en núcleo, semi-periferia y periferia, donde no hay una verdadera relación de igualdad entre países. Resulta pues altamente improbable poner en marcha tal "alianza mundial" y que ésta sea sostenible.

En efecto después de la declaración de Río, la Asamblea General de Naciones Unidas (28 de junio de 1997) reconoció en su resolución que: "*...Las tendencias con respecto al desarrollo sostenible son hoy peores que en 1992(...) la implementación integral de la Agenda 21 es de vital importancia y más urgente que nunca*".

Al margen de sus limitaciones de orden práctico, el concepto de Desarrollo sostenible ha adquirido una impresionante difusión y legitimidad universal.

### **3- Búsqueda del Concepto Sustentabilidad**

El concepto de sustentabilidad tiene variadas perspectivas donde toma diferentes nombres, como desarrollo sustentable (sostenible), sostenibilidad, y es porque diferentes opiniones de autores (economistas, ideólogos, ecólogos) las hacen nacer según sus visiones propias.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Para fines del presente documento, los términos de "sostenibilidad" y "sustentabilidad", así como "desarrollo sustentable" y "desarrollo sostenible" serán términos considerados por los autores como sinónimos.

Según la Guía práctica para la elaboración de Reportes de Sustentabilidad (2007)<sup>12</sup> estos terminos españoles provienen del concepto inglés Sustainability Report (Reporte de Sustentabilidad) donde reemplazan la palabra sustentable por sostenible, dado que la primera en rigor significa “que se puede sustentar o defender con razones”; mientras la segunda alude a “que puede mantenerse por sí mismo”.

Los siguientes autores aclaran lo siguiente al respecto:

Fernández<sup>13</sup> (2009) explica que *“La noción de sustentabilidad es un concepto relacional, no absoluto, ya que algo se articula con cierta externalidad y entre ambas entidades se sustancia la función o circunstancia de que una sustenta a otra.”*

Adams<sup>14</sup> (2006, citado en García<sup>15</sup> 2007) aclara que *“El concepto es holístico, atractivo y elástico, pero impreciso. La idea de desarrollo sostenible puede unir a las personas, pero no necesariamente les ayuda a convenir en las metas. Indudablemente, al implicar todo, el término desarrollo sostenible acaba por no significar nada.”*

Negrão<sup>16</sup> (2000) comenta que *“Sustentar significaría, por lo tanto, prolongar la productividad del uso de los recursos naturales a lo largo del tiempo, al mismo tiempo que se mantiene la integridad en base a esos recursos, viabilizando la continuidad de su utilización.”*<sup>17</sup>

La definición más conocida de Desarrollo sostenible es la expuesta por el Reporte Brundtland UNWCED<sup>18</sup> (1987, citado en Cuello & Durbin<sup>19</sup>, 1993) que dice:

---

<sup>12</sup> Guía Práctica para la Elaboración de Reportes de Sustentabilidad (2007) es una publicación de Acción RSE, organización chilena creada en 2000 para promover las buenas prácticas en materia de Responsabilidad Social Empresarial.

<sup>13</sup> Fernández, R. (2009). Plataformas de sustentabilidad, Soportes urbano-territoriales, problemáticas y gestión ambiental. *Revista THEOMAI/ THEOMAI Journal* (20).

<sup>14</sup> Adams, William M. (2006), El futuro de la sostenibilidad: Repensando el medio ambiente y el desarrollo en el siglo veintiuno, Zurich:IUCN/The World Conservation Union. Accesado el 13 de enero de 2007, en: [http://www.iucn.org/members/future\\_sustainability/](http://www.iucn.org/members/future_sustainability/).

<sup>15</sup> García, E. (2007). Los límites desbordados, Sustentabilidad y decrecimiento. *Trayectorias*, IX (24), 7-19.

<sup>16</sup> Docente en el Departamento de Administración y Política de Recursos Minerales del Instituto de Geociencias de la UNICAMP (Universidad Estadual de Campinas), Brasil.

<sup>17</sup> Notas de clases dictadas en el II Curso Internacional de Aspectos Geológicos de Protección Ambiental, 5 al 20 de junio de 2000. Disponible en la página visitada el 18 de abril del 2014 <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163153s.pdf>

<sup>18</sup> UNWCED: United Nations World Commission on Environment and Development 1987 *Our Common Future* (más comúnmente referido como el Reporte Brundtland), Nueva York, Oxford University Press.

*“El desarrollo sostenible es aquel desarrollo que satisface las necesidades de las presentes generaciones sin comprometer la habilidad de las futuras para satisfacer sus propias necesidades”.*

También, el informe Brundtland<sup>20</sup> explica que el mundo es concebido como: *“un sistema global cuyas partes están interrelacionadas considerándose el concepto de desarrollo sostenible como un proceso multidimensional que afecta al sistema económico, ecológico y social pasando a ser una variable a tener en cuenta en las decisiones de política económica.”*

Por otra parte, el informe continúa con la definición, y sigue con palabras que entran en materia de discusión y disputa:

*“El concepto de desarrollo sustentable implica límites -no límites absolutos, sino limitaciones que imponen a los recursos del medio ambiente el estado actual de la tecnología y de la organización social y la capacidad de la biosfera de absorber los efectos de las actividades humanas-, pero tanto la tecnología como la organización social pueden ser ordenadas y mejoradas de manera que abran el camino a una nueva era de crecimiento económico” (p.29).*

#### **4- Características, Tipos, Clasificación de la Sustentabilidad**

##### **4.1- Características de la Sustentabilidad**

Sustentabilidad y desarrollo sostenible son nociones que se interpretan de forma diferente según los puntos de partida y las metas que se pretendan conseguir. Los significados van a variar entre ecologistas, economistas o planificadores ambientales

---

<sup>19</sup> Cuello, C., & Durbin, P. (1993). Organización de Estados Iberoamericanos. Desarrollo sostenible y Filosofía de la Tecnología, César Cuello y Paul Durbin (*Departamento de Filosofía, Universidad de Delaware*).Accesado el 18 de Abril de 2014, de <http://www.oei.es/salactsi/tef02.htm>

<sup>20</sup> Brundtland, Go Harlem y la Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo (1988). *Nuestro futuro común*, (“Informe Brundtland”), Alianza Editorial, Madrid.(versión original).

Redclift<sup>21</sup> (1995, citado en Paniagua & Moyano<sup>22</sup>, 1998). Esto demuestra la variedad de brechas y puntos de vista idealistas, paradigmáticos y científicos entre otros que puedan disputar.

Myers<sup>23</sup> (1993, citado en Paniagua & Moyano, 1998) señala que la complejidad del concepto de sustentabilidad deriva de las distintas y simultáneas asociaciones que establece entre los problemas que trata de resolver. Según este autor, la sustentabilidad establece asociaciones del siguiente contexto:

- ❖ Entre diferentes problemas ambientales, es decir entre un problema ambiental y otro.
- ❖ Entre diferentes esferas de la actividad humana, como la protección ambiental y el desarrollo.
- ❖ Entre el mundo desarrollado y el mundo en desarrollo.
- ❖ Entre la generación presente y la futura.
- ❖ Entre la protección de los recursos naturales y las necesidades humanas básicas.
- ❖ Entre la ecología y la economía.
- ❖ Entre la eficiencia económica y la equidad social.

#### **4.2- Clasificación de la Sustentabilidad**

Según la autora García<sup>24</sup> (2009) aclara que el primer enfoque que se le dio a la sustentabilidad era solo en el medioambiente y posteriormente se llegó al enfoque de tres variables reconocidas ampliamente. La autora dice:

*“El concepto formulado en el Reporte Brundtland adoptó diversos enfoques, siendo el más común que el desarrollo sustentable se centra únicamente en el medio ambiente. De esta manera, posterior a la Cumbre de la Tierra, celebrada en 1992,*

<sup>21</sup> Redclift, M. (1995). Desarrollo sostenible: ampliación del alcance del debate, en A. Cadenas (ed.), *Agricultura y desarrollo sostenible*, Madrid, MAPA, 39-70.

<sup>22</sup> Paniagua, A. & Moyano, E. (1998). Instituto de Economía y Geografía. CSIC. Madrid y IESA – Andalucía. CSIC. Córdoba.

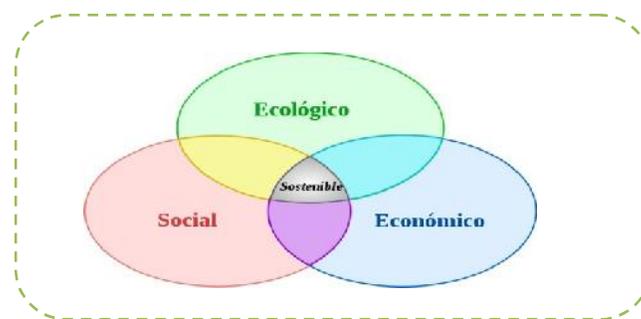
<sup>23</sup> Myers, M. (1993): “The question of linkages in environment and development”, *Bioscience*, 43, pp. 302-310.

<sup>24</sup> García, B. (2009). “Modelos de sustentabilidad y su relación en la disciplina del diseño”, MX Design Conference 2009, Universidad Iberoamericana. Ciudad de México.

*la idea original sufrió una modificación, de aquella centrada en la preservación del medio ambiente y el consumo prudente de los recursos naturales no renovables, hacia la idea de “tres pilares”, unificados con el objeto de buscar un crecimiento económico favorable, la justicia social y la preservación del medio ambiente. Es decir, la sustentabilidad fue colocada en medio de los tres pilares, indicando que se alcanzará únicamente cuando, de manera equitativa, converjan las tres dimensiones.”*

Basado en lo anterior, las tres clasificaciones de la sustentabilidad que se utilizarán son las que se presentan a continuación (ver figura N°1):

**Figura N°1: Modelo de los tres pilares.**



Fuente: Elaboración propia, basado en Modelo de los “tres pilares” propuesto posteriormente a la Cumbre de la Tierra, disponible en: <http://www.dis.uia.mx/conference/2009/articulos/modelosdesustentabilidad.pdf> Accesado el 29 de Abril del 2014.

La mayoría de autores separan el término en varios componentes. En este sentido el autor Castro (2009), destaca el esquema de los tres pilares del desarrollo sostenible propuesto por Munasinghe<sup>25</sup> (1993, citado en Castro, 2009), que distingue entre sostenibilidad medioambiental, económica y social. La primera apunta hacia la conservación de los sistemas soporte de la vida (tanto como fuentes de recursos, como destino o depósito de residuos); la sostenibilidad económica se refiere al mantenimiento del capital económico; lo social es definido como el desarrollo del capital social. Entonces, el desarrollo sostenible es el concepto integrador de los tres anteriores.

El autor Goodland<sup>26</sup> (1995) también integra estas variables y aclara que en un desarrollo

<sup>25</sup> Munasinghe, M. (1993): *Environmental Economics and Sustainable Development*. Environmental Paper n° 3. World Bank. Washington DC.

<sup>26</sup> Goodland, R. 1995. The concept of environmental sustainability. *Annual Review of Ecology and Systematics*. 26:1-24.

y las explica brevemente de la siguiente forma: “*La primera se refiere a una serie de valores morales comunitarios que requieren mantenimiento y reforzamiento; la segunda busca mejorar el bienestar humano mediante la protección de las fuentes de materias primas; y la tercera busca la estabilidad o mantenimiento del capital económico*”.

Por otra parte Jiménez<sup>27</sup> (2000) explica que: “*La sostenibilidad tiene que contemplarse desde una perspectiva amplia y en sus diferentes contextos locales o globales, pero, en cualquier caso, de forma integral: en tal sentido, no haría falta distinguir entre «distintas sostenibilidades» (económica, ecológica y social), ya que todas y cada una de ellas dependen sistemáticamente de las demás*”.

Antonini<sup>28</sup> (2009), autor que también se une a esta triple partición de dimensiones y explica que la naturaleza heterogénea y articulada de la sostenibilidad es origen de una parte de su complejidad y de las diferentes interpretaciones: de hecho entre los debates más importantes trata la posibilidad de substituir entre ellos del capital natural, social y económico.

Según Foladori & Tommasino<sup>29</sup> (2000) las dimensiones son dos ya que desde un principio la discusión del desarrollo sustentable fue por un primer enfoque llamado sustentabilidad ecológica, y que se refiere a la depredación de los recursos, el incremento de la contaminación, la pérdida de los valores ecológicos como la biodiversidad, el paisaje y el ambiente de vida en general. Y un segundo enfoque sobre la sustentabilidad social, que se considera, comúnmente, a la pobreza y el incremento poblacional. La pobreza es considerada en forma extendida, incluyendo hambre, falta de habitación, de agua potable, de sistema de salud, etc.

El problema de la pobreza, que aparece en la mayoría de los discursos sobre desarrollo sustentable, le da una inclinación social a la sustentabilidad.

---

<sup>27</sup> Jiménez, L. (2000), *Desarrollo Sostenible. Transición hacia la coevolución global*. Editorial Pirámide. Madrid.

<sup>28</sup> Antonini, A. (2009) *La Medida De La Sostenibilidad De La Ciudad Histórico-Turística*, Tesis Doctoral, Càtedra Unesco De Sostenibilitat. Universitat Politècnica De Catalunya, Catalunya España. 2009.

<sup>29</sup> Foladori, G. & Tommasino, H. (2000), *El Enfoque Técnico y el Enfoque Social de la Sustentabilidad*, Universidad Nacional Autónoma de México.

La pobreza genera problemas ambientales porque los pobres no tienen los recursos para una estrategia productiva sustentable, o porque el crecimiento población que los pobres impulsan implica una mayor demanda de recursos y presiona sobre los ecosistemas. Debe ser mencionado que la pobreza como un problema ambiental no está restringido a los pobres; sus efectos alcanzan a los ricos, como en el caso de las altas tasas de natalidad de los pobres que incrementan la población mundial y demandan mayores recursos.

A continuación se desarrollarán los tópicos de sustentabilidad, como tipos de sustentabilidad:

#### **4.2.1- Sustentabilidad Social**

Para Alario & Baraja <sup>30</sup>(2006), hay “*una sostenibilidad que es básicamente social y tiene un objetivo principal: fijar la población en unos espacios marcados por la debilidad demográfica, el vaciamiento y el envejecimiento progresivo, y que, en muchos núcleos, no tienen garantizada su supervivencia más allá de una o dos décadas si se mantiene la actual dinámica demográfica*”.

Según los autores Alario & Baraja (2006), su significado, en el enfoque de Goodland<sup>31</sup> (1994) está asociado a la reducción de la pobreza como su principal meta, porque lo único que se verifica actualmente, es que ésta es creciente, a pesar de las tasas positivas de crecimiento económico. En su opinión, la sustentabilidad social sólo podrá resultar del desarrollo cualitativo y no del crecimiento cuantitativo, de la redistribución de renta y de estabilidad de la población que, a su vez, sólo podrá ser alcanzado con intensa y sistemática participación de la sociedad civil.

La concepción anterior es mucho más próxima a la de Sachs<sup>32</sup> (1993), que define sustentabilidad Social como la consolidación de un proceso de desarrollo basado en otro

---

<sup>30</sup> Alario, M., y Baraja, E (2006): “*Políticas públicas de desarrollo rural en Castilla y León: ¿Sostenibilidad consciente o falta de opciones? LEADER II*” Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, 41, 267-293.

<sup>31</sup> Goodland, R. (1994) *Environmental Sustainability and the Power Sector. Impact Assessment*. v.12, n.3, p. 275-304, Fall 1994. (sostenibilidad del medio ambiente y el sector de la energía. Evaluación de impacto. otoño de 1994.)

<sup>32</sup> Sachs, I. (1993) *Estratégias de Transição para o Século XXI - Desenvolvimento e Meio Ambiente*. São Paulo, Studio Nobel Ltda/ FUNDAP, 1993. (Estrategias de transición para el siglo XXI - Desarrollo y Medio Ambiente. São Paulo, Ltda. Estudio Nobel / FUNDAP, 1993.)

tipo de crecimiento, orientado por una visión alternativa de lo que es una buena sociedad. Su principal objetivo ha sido bien caracterizado como la construcción de la civilización del “ser”, condicionada por la mayor equidad en la distribución del “tener” y de la renta, mejorando sustancialmente los derechos y condiciones de la mayoría de la población, disminuyendo las distancias entre las naciones.

Autores como Sachs (1993) analizan separadamente otro tipo de clasificación o enfoque, la sustentabilidad cultural, y la define como: “*La búsqueda de las raíces endógenas de los modelos de modernización y de los sistemas rurales integrados de producción, privilegiando procesos de cambios en el seno de la continuidad cultural y traduciendo el concepto normativo de eco-desarrollo en una pluralidad de soluciones particulares que respeten las especificidades de cada ecosistema, de cada cultura y de cada área*”.

Según Negrão (2000), es una vertiente de alcance muy amplio pues, cuando estudia los sistemas de producción y modelos de modernización, podría ser parte integrante de los objetivos de la sustentabilidad económica; por otro lado, se preocupan con las especificidades de ecosistemas o de culturas que podrían ser parte de la sustentabilidad ambiental o de la sustentabilidad social.

Para el análisis, planificación e implementación de la sustentabilidad social, los seres humanos según Serageldin<sup>33</sup> (1993) son los “*actores claves, cuyo patrón de organización social es crucial para visualizar soluciones viables para alcanzar el desarrollo*”.

Con el hombre como centro, existen otros elementos que componen el capital social, como menciona Goodland (1994). Algunos de estos elementos son: cohesión social, identidad cultural, asociaciones, sentido de comunidad, amistad, fraternidad, amor, convivencia, instituciones, leyes, disciplina, aceptación común de patrones de honestidad. También designando como capital moral, este conjunto de elementos, que a pesar de no ser mensurables, deben ser preservados como una premisa básica de la sustentabilidad.

---

<sup>33</sup> Serageldin, I. (1993). *Making Development Sustainable*. Finance & Development, v.30. (Hacer el Desarrollo Sostenible. Finanzas y Desarrollo)

Su mantenimiento y reabastecimiento son posibles a través de la religión y de la vida cultural de la sociedad. Exclusivamente a través de la preservación de estos elementos, los individuos de una sociedad estarán aptos para participar activamente de la vida de su comunidad o nación, estimulando e influenciando las decisiones, que interferirán en la calidad de sus vidas. Solamente de esa forma será mantenida y garantizada la presencia de uno de los integrantes fundamentales del flujo circular, que compone la cadena de movimientos de acción y reacción entre la sociedad civil, gobierno y empresas. Negrão (2000).

En un ámbito más político-social las autoras Cancela & Dumpiérrez<sup>34</sup> (2004) explican que: *“La sustentabilidad y sostenibilidad de la democracia, y por ende de la paz, están basadas en la democratización de las instituciones y de los procedimientos, en el desarrollo permanente de los instrumentos que hacen posible el diálogo social, el desarrollo económico, la eliminación de las desigualdades sociales y la discriminación y al fin la propia democracia como virtud de los pueblos: la verdadera ciudadanía social”*.

El definitiva Paniagua & Moyano<sup>35</sup> (1998) dice: *“La sustentabilidad social se alcanzaría cuando los costes y beneficios del desarrollo fuesen distribuidos de manera equitativa entre la población actual (...), pero teniendo en cuenta el bienestar de las generaciones futuras (...)”*.

#### **4.2.2- Sustentabilidad Medio Ambiental o Ecológica**

El principal objetivo de la sustentabilidad ambiental es el mantenimiento de los sistemas de soporte de la vida, o sea, preservar la integridad de los subsistemas ecológicos que son críticos para la estabilidad del ecosistema global, protegiendo igualmente las fuentes de materias primas necesarias para mejorar el bienestar humano.

---

<sup>34</sup> Cancela, I. & Dumpiérrez, A. (2004). Diálogo social. Legitimador del sistema democrático. Instrumento para la sostenibilidad y sustentabilidad de la paz social. boletín cinterfor (Boletín Técnico Interamericano de Formación Profesional), N° 156, 149-166.

<sup>35</sup> Paniagua, Á., & Moyano, E. (1998). Medio Ambiente, Desarrollo Sostenible y Escalas de Sustentabilidad. Reis, Revista Española de Investigaciones Sociológicas, 83, 151-175.

Se evidencia la interdependencia entre la sustentabilidad ambiental, social y económica desde el momento que una no es efectiva sin la complementariedad de las demás. La separación es metodológica dado que en los procesos económicos los recursos deberán ser usados racionalmente por los hombres de manera de aumentar la equidad y la justicia social, reduciendo al mismo tiempo la desintegración social. De esta forma se puede considerar que el capital natural es el elemento común a todos ellos, representando por ello, uno de los mayores desafíos de la sustentabilidad. Para esto Goodland (1994) explica que *“la humanidad debe aprender a vivir dentro de los límites del medio ambiente físico, como proveedor de insumos y receptor de residuos”*.

La sustentabilidad ambiental se refiere, por tanto, al capital natural, que se define como stock de bienes ambientalmente suministrados, tales como suelo, recursos del subsuelo, bosques, fauna, agua y atmósfera, y que proporcionan un flujo de bienes y servicios útiles para el hombre.

Negrão (2000), dice que este flujo está representado tanto por los recursos renovables como por los no renovables, además de los recursos comercializables o no. Por esta razón lo que se define como sustentabilidad ambiental es el mantenimiento de los recursos ambientales.

El estado actual de degradación física del planeta se viene transformando en una de las preocupaciones fundamentales de la comunidad global, principalmente si se considera el fin de los conflictos ideológicos que dominaban los asuntos internacionales hasta hace poco tiempo. La realidad puede determinar que la sustentabilidad ambiental se defina como el *“principio organizador del nuevo orden mundial”*, según el cual, *“la agenda mundial debe tornarse más ecológica de que ideológica, denominada menos por las relaciones entre naciones en sí y más por la relación entre las naciones y la naturaleza. Por primera vez, desde la emergencia de la nación estado, todos los países se unen en*

torno a un tema común” Brown <sup>36</sup> (1992). Esta tendencia está siendo fijada por la noción creciente de las sociedades, de manera general, de la urgencia de encontrar formas de mejorar la atención de las necesidades de la población actual, sin comprometer las responsabilidades futuras.

Paniagua & Moyano (1998) “*La sustentabilidad ecológica se refiere al objetivo de mantener aquellas características de los ecosistemas que son esenciales para su supervivencia a largo plazo*”.

Figuroa, Calfucura, Pastén (2009), también aportan sobre el enfoque ecológico al desarrollo sostenible. Estos autores explican que el aspecto central en este enfoque es la visión de que el sistema económico y el sistema social son subsistemas del sistema ecológico y por lo tanto, los aspectos económicos y sociales están sujetos al aspecto ecológico.

El desarrollo, desde este punto de vista, destaca como un punto de primordial importancia la capacidad o salud de los ecosistemas para responder positivamente a los cambios y oportunidades o la capacidad dinámica de los ecosistemas para adaptarse a las perturbaciones externas. Golley <sup>37</sup>(1990, citado en Figuroa, Calfucura, Pastén, 2009).

Figuroa (2009) concluye que la estimación de la salud de los ecosistemas para adaptarse a las perturbaciones externas depende primero, de las medidas de presión ejercida por las actividades del ser humano sobre los ecosistemas, la extracción de materiales y energía, la reestructuración física, las emisiones contaminantes, la apropiación del espacio y la productividad del ecosistema, entre otros. En segundo lugar, depende de la medida de las respuestas de los ecosistemas a las presiones humanas.

---

<sup>36</sup> Brown, L. R. (1992) A nova ordem Mundial. Boletim de Conjuntura Internacional, Secretaria Nacional de Planejamento/Departamento de Assuntos Internacionais, n.5, p. 39- 57. (El nuevo orden mundial. Boletín situación internacional, el Secretario Nacional de Planificación y el Departamento de Asuntos Internacionales)

<sup>37</sup> Golley B, (1990). The Ecological Context of a National Policy of Sustainability. In Towards and Ecologically Sustainable Economy, Aniansson, B. and U. Svedin (eds.), Stockholm: Swedish Council for Planning and Coordination of Research.

### 4.2.3- Sustentabilidad Económica

La definición más común y reconocida de sustentabilidad económica, corresponde a la noción simple del bienestar asociado al mantenimiento del stock de capital intacto.

Según Goodland (1994), la idea es la misma de la noción introducida al final de la Edad Media, por los contadores, para aclarar a los comerciantes la cantidad de sus ingresos que ellos y sus familias podrían consumir, con el propósito de poder generar renta futura. Como capital era entendido, todo el stock de bienes negociables en propiedad de comerciante. Cita también a John Hicks<sup>38</sup> que en 1946, definía renta como la cantidad de capital financiero o natural que se puede consumir durante un período y permanecer tan bien como en el inicio del período.

De acuerdo con Sachs (1993), la sustentabilidad económica debe ir mucho más lejos, buscando la disposición y la gestión más eficiente de los recursos, a través de un flujo regular de las inversiones públicas y privadas. Por eso, esta tarea será posible tan sólo si algunas de las condiciones actuales son superadas, tales como: relaciones de cambios adversos; el interés del servicio de la deuda y su correspondiente flujo líquido de recursos financieros del Sur hacia el Norte; las barreras proteccionistas aún existentes en los países desarrollados; limitaciones de acceso a la ciencia y la tecnología.

Es necesario ahora entender el concepto de *capital natural* que Negrão (2000) aclara diciendo que este capital supone la aplicación de la teoría del capital a los recursos naturales y a la calidad ambiental. Por capital se entiende todo patrimonio o riqueza de naturaleza acumulativa que provoca rentas o rendimientos. Lo componen recursos reales o ficticios destinados a funciones económicas (inversión, ahorro, producción, consumo). Negrão cita a Pearce, D., Markandya, A. y Barbier, E. B.<sup>39</sup> (1990) y Pearce & Atkinson<sup>40</sup> (1995) para distinguir varios tipos de capital:

<sup>38</sup> John Richard Hicks (Warwick, 8 de abril de 1904 - 20 de mayo de 1989), fue un economista inglés, uno de los más influyentes del siglo XX. Recibió el Premio Nobel de economía en 1973. Hicks es uno de los principales contribuidores de la síntesis neoclásica.

<sup>39</sup> Pearce, D., Markandya, A. y Barbier, E. B. (Eds) (1989). *Blueprint for a Green Economy*. Londres: Earthscan Publication.

<sup>40</sup> Pearce, D.W. y G.D. Atkinson (1995): *Measuring sustainable Development*. En Bromley, D. (ed.): *Handbook of Environmental Economics*. Oxford. Blackwell. Pags. 166-181.

a) El capital artificial (manufacturado, hecho por el hombre, reproducible o económico): es el que se deriva de la actividad económica.

b) El capital humano o cultural: es el stock de conocimiento y habilidades humanas.

c) El capital natural: los aportes dentro de la Teoría del Crecimiento consideran como capital natural únicamente los recursos naturales. No obstante, se ha de incluir cualquier bien natural que provea un flujo de servicios ecológicos susceptible de valor económico a lo largo del tiempo. Por tanto, se puede diferenciar entre recursos no renovables (petróleo, etc.), recursos renovables (energía solar, etc.) y calidad medioambiental (atmósfera, biodiversidad, etc.).

### **4.3- Otras clasificaciones.**

#### **4.3.1- Sostenibilidad fuerte y débil.**

Según Norton <sup>41</sup> (1992) existen dos tipos de sostenibilidad diferentes que responden a dos paradigmas distintos: una sostenibilidad débil (formulada desde la racionalidad propia de la economía estándar) y otra fuerte (formulada desde la economía de la naturaleza que es la ecología). Para entender mejor sus diferencias hay que partir del concepto de capital, entendido como los medios que proporcionan nuestro bienestar, los recursos de que depende la actividad socioeconómica, y distinguir dentro del capital total tres categorías:

❖ Capital natural: Comúnmente llamados recursos naturales, son elementos de la naturaleza empleados por el hombre para su actividad socio-económica.

❖ Capital hecho por el hombre: comprende artefactos e invenciones, así como las habilidades y capacidades del ser humano para modificar su medio.

❖ Capital cultivado: animales domesticados y plantas cultivadas, así como sus derivados, según Holland<sup>42</sup> (1999).

---

<sup>41</sup> Norton, B. (1992) "Sustainability, Human Welfare and Ecosystem Health", *Ecological Economics*, vol. 14, no. 2, págs. 113-127.

<sup>42</sup> Holland, A (1999) "Sustainability: Should We Start From Here?", en A. Dobson (comp.), *Fairness and Futurity. Essays on Environmental Sustainability and Social Justice*, Oxford University Press, Oxford, 1999, pag. 78.

#### **4.3.1.1- La sostenibilidad fuerte (strong sustainability).**

La sostenibilidad fuerte<sup>43</sup> trata de asegurar un nivel no descendente de capital natural, concentrándose en la escala del impacto humano sobre el ecosistema global y basándose en los límites termodinámicos que se imponen a la macroeconomía. El capital natural y el hecho por el hombre son comparables en términos económicos, por eso aquel puede ser valuado en términos monetarios. Aunque no haga distinción entre capital natural y artificial, requiere que el primero se mantenga, no sólo donde la sustitución por el capital artificial no es posible (hasta aquí no hay diferencia con la sostenibilidad débil, mientras que si el capital natural no puede ser sustituido su pérdida sería una pérdida del capital total, lo que la sostenibilidad débil no reconoce), sino siempre que sea posible hacerlo.

Según el estudio de los autores Figueroa, Calfucura, Pastén (2009) se reconoce que el medio ambiente y el sistema económico están estrechamente relacionados, y que se hace necesario determinar las condiciones que aseguren la sustentabilidad de la explotación de los recursos naturales y el medio ambiente. Ellos creen que la llamada regla de Sustentabilidad Fuerte, establece que es necesario cumplir con ciertas condiciones, esto significa que no es posible explotar los recursos y el medio ambiente más allá de su tasa de regeneración.

#### **4.3.1.2- La sostenibilidad débil (weak sustainability)**

La sostenibilidad débil tan sólo requiere que el capital total permanezca constante a lo largo del tiempo, sin que importe la reducción de un recurso mientras exista otro que aumente para compensarlo, es decir, garantiza sólo un nivel no descendente del capital total asumiendo que las tres formas de capital son completamente comparables y sustituibles entre sí.

---

<sup>43</sup> Redefiniendo la sostenibilidad en términos de la capacidad de adaptación, de la vulnerabilidad y del nivel crítico de los sistemas naturales, algunos economistas ambientales como R.K. Turner identifican dos interpretaciones más de la sostenibilidad: sostenibilidad muy fuerte. Fundamentada más en un punto de vista de ecología profunda, a través del cual el valor intrínseco de los objetos naturales está cobrando importancia, de igual manera que la está cobrando la humildad (o el reconocimiento de la incapacidad) de la humanidad a la hora de gestionar los recursos del Planeta. Sostenibilidad muy débil: asume que no existen cambios en el capital agregado, pero si que existe una gama infinita para que tengan lugar sustituciones entre recursos naturales y sistemas protectores medioambientales, y sustitutos artificiales, talento humano y adaptabilidad. R.K. Turner (comp.), "Sustainability: Principles and Practice", en Sustainable Environmental Economics and Management, Belhaven Press, Londres, 1993.

Lo que distingue esencialmente a estas versiones de sostenibilidad es ante todo, la idea de sustituibilidad entre distintos tipos de capital. Con este término, los economistas quieren decir que si se reduce la cantidad de algún bien en “la canasta” de un consumidor, es posible aumentar la cantidad de otro bien para no perjudicar a la persona a causa del cambio. En otras palabras, un aumento en la cantidad del segundo bien puede sustituir o compensar por la pérdida del primero. La propiedad de la sustituibilidad está en el núcleo del concepto de valor de los economistas, porque establece las pautas de intercambio entre los bienes que le importan a la gente.

Los cálculos de la sostenibilidad débil no tienen en cuenta los límites biofísicos del planeta en que vivimos, sino que para evaluarla sólo se consideran los mecanismos de mercado, que no siempre son sensibles a la escasez de recursos naturales, y que no incluyen bienes no mercantiles en su valoración.

Su aproximación es tecnológicamente optimista y confía en la *resiliencia*<sup>44</sup> de la biosfera. Sus defensores piensan que los desequilibrios producidos en la actualidad podrán corregirse siempre en el futuro, gracias a mejores tecnologías. Sin embargo, el progreso tecnológico, si bien permite reducir el impacto de la economía sobre el entorno, es incapaz de brindar los servicios de soporte de la vida, la base de materiales y los flujos de energía que proporciona la biosfera. Desde esta perspectiva, se permite la degradación del medio ambiente mientras el bienestar del ser humano siga estando asegurado.

Para los autores antes mencionados Figueroa, Calfucura, Pastén (2009), esta segunda clasificación llamada regla de Sustentabilidad Débil, basada en los conceptos de sustituibilidad y eficiencia, y que define algunas condiciones a cumplir, es por un lado, el

---

<sup>44</sup> Resiliencia es la capacidad de los ecosistemas para resistir el cambio. Son los márgenes en los cuales es posible vivir, reproducirse y adaptarse tanto de las especies como para el ecosistema en general. Por lo tanto, el equilibrio de adaptación de una especie o del ecosistema no es estático sino que se mueve dentro de determinados límites, los cuales no se pueden traspasar. Las condiciones ambientales pueden cambiar dentro de determinados límites y el sistema puede persistir. Si se traspasan estos límites, el sistema se derrumba y es imposible reconstruirlo. Resiliencia es un concepto ecológico: alude a la capacidad que tiene un sistema vivo para restituirse a sí mismo a su condición original, después de estar sometido a una perturbación externa que no resulte excesiva. Por analogía, los psicólogos hablan de resiliencia como “la capacidad de un individuo de reaccionar y recuperarse ante las adversidades, lo que implica un conjunto de cualidades que fomentan un proceso de adaptación exitosa y de transformación, a pesar de los riesgos y de la propia adversidad”. De forma más general, para las ciencias sociales la resiliencia correspondería a la capacidad humana de hacer frente a las adversidades de la vida, superarlas y salir de ellas fortalecido o, incluso, transformado. Probablemente el origen del concepto se halle en la metalurgia, donde se refiere a la capacidad de los metales de resistir impactos y recuperar su estructura.

stock de recursos renovables (RR) que no deben decaer en el tiempo. Por otro lado, como los recursos no renovables (RA) serán agotados algún día, es necesario incorporarlos a la regla, lo que podría lograrse de dos maneras:

- ❖ Asegurando que la disminución del stock de los recursos no renovables sea compensada a través de un incremento del stock de recursos renovables.

- ❖ Asegurando alcanzar un determinado estándar de calidad de vida a partir de menores stocks de recursos.

**CAPÍTULO II**  
**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

## **1- Introducción al tema.**

A diferencia de tiempos preliminares, la responsabilidad social empresarial actualmente busca personas hábiles que puedan amoldarse a la complejidad de las situaciones. La empresa debe comportarse como un ciudadano responsable, capaz de adelantarse a las necesidades de la sociedad y sus habitantes, y generar soluciones que contribuyan a su sustentabilidad futura.

La Responsabilidad Social Empresarial dejó de ser un concepto relativamente “nuevo” en el mundo. Su práctica, cada vez más frecuente, se ha establecido a nivel internacional de los negocios, y cada vez son más las empresas que disfrutan sus beneficios y hacen público su fuerte compromiso.

La organización lo que en tiempos anteriores buscaba alcanzar era la creación de valor para sus accionistas sin mayor importancia del impacto económico, social y ambiental que estas provocaban a través de sus actividades.

En la sociedad moderna, las empresas y organizaciones son instituciones dentro de las cuales se da la mayor parte de la actividad humana. A su vez, las organizaciones tienen influencia sobre toda la comunidad como consecuencia de sus acciones. A partir de esta concepción, la Responsabilidad Social Empresarial surge de la relación existente entre la empresa y la sociedad en la que se encuentra. Dentro de este marco social donde existen mayores expectativas y exigencias, la Responsabilidad Social Empresarial conforma un nuevo modelo de gestión para las Organizaciones. La misma permite abrir un camino diferente para trabajar en el ámbito relacional y generar así valor en todos los públicos con los que se comunica; por lo que, la empresa no sólo es responsable de sus actos ante sus propietarios o accionistas, sino también ante todos aquellos agentes o grupos que pueden tener interés en la organización y cuya contribución es necesaria para lograr el éxito.

De esta manera, se contempla en un nuevo concepto que interpreta la estrecha relación del éxito de los negocios de una empresa o institución con la percepción del cliente o

consumidor según el grado de compromiso o involucramiento social de la misma, a través de las buenas prácticas empresariales. Siendo esto último, lo que hace ver que la ejecución de políticas que establecen la responsabilidad social empresarial, sea vista como una estrategia de inversión, la cual beneficie a la empresa para poder verla de manera más sólida y comprometida, transformándose en reputación favorable frente a la sociedad.

## **2- Origen de la responsabilidad social empresarial<sup>45</sup>**

La mayoría de la información que se encuentra en diversos medios da a entender que el origen de la responsabilidad social empresarial se puede situar en 1920 con el desarrollo de la filantropía empresarial de manera sistemática, la que estaba muy vinculada al principio de caridad y a la acción de la empresa como tal. Dentro de este principio de la caridad se consideraba que la filantropía ya no era un acto individual centrado en la acción del empresario o del dueño de la empresa, sino que era algo que se vinculaba con la empresa. Este principio sería posteriormente complementado por el principio de la administración, el cual supondrá que las empresas, en especial sus directivos, deberán generar riqueza y beneficios pero también deberán convertirse en administradores de recursos sociales considerando el impacto de estas acciones.

Por otro lado, las consecuencias económicas de la segunda guerra mundial que pueden considerarse como otro punto de partida para situar el debate sobre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) debido al impacto de los cambios en el sistema económico, social y político mundial. Este fenómeno adquirió mayor connotación como respuesta a una serie de demandas provenientes de distintos sectores de la economía mundial, periodo en que algunos autores suelen fijar el surgimiento del interés en los temas relacionados con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), en los comienzos de los años 70, cuando en Estados Unidos el líder religioso, reverendo Leon Sullivan,<sup>46</sup> desarrolló los denominados principios de Sullivan como marco de referencia para los accionistas e inversionistas al momento de decidir dónde invertir.

---

<sup>45</sup>Hernández, V. & Tarbes, C. (2009). *Comercialización Y Marketing Responsable: Medición, Análisis Y Relación de la Empresa Con Los Consumidores*. Memoria para optar al Título de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad del Bío Bío, Concepción, Chile.

<sup>46</sup>El famoso líder de derechos civiles Leon H. Sullivan Charleston el 16 de octubre de 1922.

Estos principios se empezaron a adoptar como un estándar a nivel mundial, especialmente en Estados Unidos, Reino Unido y Canadá, e impulsaron a otras organizaciones y movimientos que vieron en ellos una manera en que los consumidores podían privilegiar un producto por sobre otro, entonces se hizo un llamado a preferir productos y servicios de empresas que mostraban un comportamiento socialmente responsable, desde ahí surge entonces una preocupación por la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) a partir de los grupos de presión de la empresa, como son sus accionistas, inversionistas, trabajadores y sindicatos, consumidores y organismos no gubernamentales (ONGs) o movimientos globales. Lo que no se puede decir, a ciencia cierta, es qué fue primero y cuál fue el factor más relevante que gatilló el vuelo de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Simultáneo a estas presiones, las empresas empezaron a diseñar, elaborar y hacer públicos sus códigos de conducta para guiar su labor con los trabajadores, la comunidad y el medio ambiente. Si bien esto pudiera parecer una reacción instantánea a las presiones antes mencionadas, lo cierto es que muchas empresas a nivel mundial y regional (América Latina) ya llevaban más de 90 años haciendo un aporte a la sociedad, conscientes de su rol en la economía nacional, y es por esto que cuesta definir con exactitud el momento y origen de esta nueva tendencia que ha llevado al sector privado a tomar mayor conciencia y participación en favor de un desarrollo económico sustentable y exitoso.

Pero es sin duda hasta los años 90 en que el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y la utilización de ese nombre comienzan a cobrar protagonismo dentro la sociedad global. Esta profundización y tendencia creciente se debe al impulso de organismos internacionales y grupos sectoriales que han promovido la creación de códigos de conducta, directrices, normas y otros instrumentos para la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como una estrategia de negocios integral y a largo plazo, que busca convertir a la empresa en un actor que promueva el desarrollo sostenible de su localidad, país y región.

## **2.1- Evolución del concepto de responsabilidad social empresarial.<sup>47</sup>**

La evolución que ha tenido el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) consiste en lograr integrar las acciones con el negocio de la organización. Así de la etapa de Filantropía (algunas donaciones esporádicas y sin relación con el negocio), se pasa a Inversión Social (etapa en la que se define un presupuesto) para pasar a Inversión Social Estratégica (que es cuando se define estratégicamente donde es bueno hacer esa inversión para un beneficio de la organización) y finalmente se llega a la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la organización, en donde se hace una identificación clara de cuáles son las partes interesadas de la organización, como se están impactando y se planifica en torno a los mecanismos para crear valor a esas partes interesadas.

Existen factores que han ayudado a la evolución del concepto de la Responsabilidad Social Empresarial y que han promovido fuertemente el desarrollo de esta tendencia, lo que obliga a las empresas a ser proactivas en todas las estrategias que se quieran emprender. Algunos de estos factores son los siguientes:

❖ Las nuevas tecnologías y, particularmente, de Internet, herramienta que abrió a las sociedades y forzó a las compañías a ser más transparentes en sus transacciones.

❖ La globalización, por su parte, ha dejado en evidencia la creciente brecha entre los que tienen tecnología y quienes no la tienen, y como las empresas pueden ser una fuerza impulsora de estos temas y asumir su responsabilidad.

❖ Desarrollo de la sociedad civil, estando frente a una sociedad cada vez más participativa e informada que busca ser parte de las decisiones de las empresas, siendo capaces de organizarse para conseguir un bien común.

❖ Actualmente existe una nueva orientación de las estrategias que emplea cada empresa, lo que significa un gran cambio, tomándose como una opción de agregar valor en el desarrollo de la gestión empresarial. Entre los factores que se trabaja para la creación de valor se encuentra:

---

<sup>47</sup>Arias, S. (2009). *Experiencias sobre prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en Chile*. Ponencia presentada al Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas, Costa Rica.

### **2.1.1- Innovación.**

Genera innovación porque cambia el modelo de relaciones en la empresa, existe un cambio en los objetivos de buscar maximizar los beneficios y el valor para los accionistas, para generar valor y beneficios suficientes para todas las partes. También sustituye los objetivos individuales en conflicto por objetivos de grupo de tipo solidario.

### **2.1.2- Transparencia.**

Aplica los modelos de información empresarial que reflejan la triple dimensión económica, social y medioambiental. Se parte de que la información va dirigida a todos los grupos de interés y no solo a accionistas y analistas financieros. La información tanto la cualitativa y la cuantitativa es totalmente voluntaria.

### **2.1.3- Eficiencia y rentabilidad.**

Ayuda a reducir los costos al mejorar los procesos productivos, mediante la disminución de gases contaminantes, la reducción de desperdicio lo que conlleva reducción del consumo de energía. Por otra parte, al interesarse por los empleados reduce el ausentismo, aumenta la retención de talento con lo que reduce costos de despido y control. Incrementa las ventas al generar fidelidad del cliente, aumentando los resultados económicos y volviendo a la empresa más atractiva al ser una inversión socialmente responsable.

### **2.1.4- Desarrollo sostenible.**

Genera desarrollo sostenible porque va de acuerdo a un modelo que busca compatibilizar la explotación racional de recursos naturales y su regeneración, eliminando el impacto nocivo de la acción del ser humano, en general, y de los procesos productivos en particular, para satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin poner en peligro las generaciones futuras.

### **3- Conceptos según autores de RSE.**

Hoy en día existe una gran diversidad de conceptos entre los distintos organismos, autores y stakeholders, tanto a nivel nacional como internacional y que cada vez va incorporando distintas variables acordes a los cambios a nivel global. Además, va exigiendo que se tomen en consideración nuevas áreas, orientadas a una mirada más integral de la empresa. Sin embargo muchas de estas definiciones comparten algunos aspectos en común tales como:

❖ **Compromiso de las empresas:** Referido a la responsabilidad o compromiso de las compañías de operar de tal forma que agregue valor a la sociedad.

❖ **Decisión voluntaria:** Varias definiciones resaltan el enfoque de carácter exclusivamente voluntario de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y no regulada por ley.

❖ **Beneficios para la sociedad y públicos de interés (stakeholders):** Éste es un tema amplio, sin embargo algunas definiciones son específicas en listar a las comunidades, clientes, proveedores, empleados y familias como parte de la sociedad que debe beneficiarse de las operaciones de la compañía.

❖ **Conducta ética:** La ética en estas definiciones se mueve más allá de las expectativas tradicionales de los negocios, e incluye las expectativas de la sociedad acerca de lo que significa prácticas de negocio aceptables.

❖ **Desempeño ambiental:** Aunque la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un concepto amplio que atañe varios aspectos de la operación del negocio en distintos ámbitos, el desempeño en el cuidado del medio ambiente es comúnmente resaltado.

❖ **Adaptabilidad:** Una de las definiciones hace referencia a la importancia de adaptar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) al contexto y realidad de las sociedades en las que operan las empresas, es decir en diseñar un modelo de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que considere las particularidades del entorno en que se desenvuelven.

### 3.1- Concepto según autores.

#### 3.1.1- Friedman (1962)<sup>48</sup>:

*“Sólo los individuos tienen responsabilidades no así las corporaciones, que son personas artificiales cuya única responsabilidad social es la de obtener beneficios por y para los accionistas”*

#### 3.1.2- Carroll (1979)<sup>49</sup>:

*“La forma en que la empresa da respuesta a sus obligaciones económicas, legales, éticas o discrecionales”.*

#### 3.1.3- Castillo (1985)<sup>50</sup>:

*“La responsabilidad social de la empresa es la obligación ética o moral, voluntariamente aceptada por la empresa como institución hacia la sociedad en conjunto, en reconocimiento y satisfacción de sus demandas o en reparación de los daños que puedan haberle sido causados a ésta en sus personas o en su patrimonio común por la actividad de la empresa”.*

#### 3.1.4- Fernández (1999)<sup>51</sup>:

*"... el ser socialmente responsable no significa sólo cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento, avanzando voluntariamente hacia nuevas exigencias mayor inversión en capital humano, mejor relación con los interlocutores, mayor respeto al medio ambiente".*

---

<sup>48</sup> Friedman, M. (1962). *Capitalism and Freedom*. Chicago: University of Chicago Press.

<sup>49</sup> Carroll, A. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, 4 (4), 497-505.

<sup>50</sup> Castillo C. (1985). *La responsabilidad social de la empresa en el contexto social: su articulación, gestión y control*. Tesis doctorado, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Málaga, España.

<sup>51</sup> Pérez, I. (2008). *Investigación Cultural Ética Regional*. Ponencia presentada a alumnos en el curso de Responsabilidad Social Empresarial. Universidad de Cienfuegos, Cuba.

**3.1.5- McWilliams & Siegel (2000)<sup>52</sup>:**

*“Las acciones que parecen promover algún bien social, más allá de los intereses de la empresa y de lo que exige la legislación”.*

**3.1.6- Marín, Rubio & Aragón (2003)<sup>53</sup>:**

*“La forma en la que la empresa afronta sus obligaciones de tipo económico, legal, ético o discrecional en beneficio de todos sus grupos de interés”.*

**3.1.7- Martén (2005)<sup>54</sup>:**

*“La responsabilidad social empresarial surge como expresión de la voluntad de las empresas de actuar responsablemente de acuerdo con los intereses sociales y como fiel reflejo de los valores éticos que se ponen de manifiesto en el respeto a las personas, al medio ambiente y a las reglas del juego de la sociedad”.*

**3.1.8- Castellano & Chércoles (2005)<sup>55</sup>:**

*“La Responsabilidad Social Corporativa nace del propio concepto de ser humano y está ligada a la necesidad que hay en las personas de dignidad para nuestros semejantes y de libertad responsable. Donde ser responsables implicaría participar en un proyecto en el que la libertad y los derechos de cualquier persona sean reconocidos”*

---

<sup>52</sup> McWilliams, A. & Siegel, D. (2000) Corporate social responsibility and financial performance: correlation or misspecification? *Strategic Management Journal*, nº 21, 603-609.

<sup>53</sup> Aragón, A. Rubio, A. & Marín (2003), Competitividad y recursos estratégicos en las pymes. *Revista de Empresa*, 28, 32-47.

<sup>54</sup> Martén, I. (2005). Responsabilidad social empresarial: un debate de actualidad. *Economistas*, 106,22-30.

<sup>55</sup> Castellano, J & Chércoles, B. (2005). Aproximación Metodológica al Contenido de la Responsabilidad Social de la Empresa. *Cuadernos de Ciencias Económicas y Empresariales*, 19, 34-41,

### 3.2- Concepto según organismos internacionales.

#### 3.2.1- Comisión de las Comunidades Europeas (Unión Europea), Libro Verde (2000)<sup>56</sup>:

La Unión Europea en su Libro Verde, el cual fue creado para fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas, define a la RSE como:

*“Integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”.*

#### 3.2.2- Global Compact<sup>57</sup> (1999):

El Pacto Mundial (Global Compact) es una iniciativa internacional que tiene como objetivo fomentar la ciudadanía corporativa involucrando a las empresas en la gestión de algunos de los principales retos sociales como medioambientales.

Dicho pacto ofrece el medio por el cual las empresas de todo el mundo pueden participar en la asunción de estos retos. El Pacto Mundial comenzó a operar en julio de 2000 y hoy en día más de 8000 empresas de 130 países se han adherido a él.

El referido Pacto Mundial hace referencia a una definición de RSE tomada del Informe del Foro de Expertos en Responsabilidad Social de las Empresas del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales Español (2007):

*“La responsabilidad social de la empresa es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medio ambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo*

<sup>56</sup> Unión Europea. (2000). Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Bruselas, Bélgica. Comisión de las Comunidades Europeas.

<sup>57</sup> Global Compact (1999). Accesado el 24 de marzo, 2014 de <http://unglobalcompact.org/un/gc/unweb.nsf>

*transparente con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones”.*

### **3.2.3- Global Reporting Initiative<sup>58</sup> (1997):**

*“Organizaciones que deseen informar sobre los aspectos económicos, medioambientales y sociales de sus actividades, productos y servicios”.*

### **3.2.4- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)<sup>59</sup>:**

*“Potenciar el aporte de las empresas multinacionales al desarrollo sostenible para garantizar una coherencia entre los objetivos sociales, económicos y ambientales”.*

### **3.2.5- World Business Council on Sustainable Development (WBCSD)<sup>60</sup>:**

*“El compromiso continuo de las empresas de comportarse éticamente y contribuir al desarrollo económico, mejorando a la vez la calidad de vida de los trabajadores y sus familias así como el de la comunidad local y sociedad en general”.*

### **3.2.6- Organización Internacional del Trabajo (OIT)**

La Organización Internacional del Trabajo (OIT), es la institución internacional responsable de la elaboración y supervisión de la aplicación de las Normas Internacionales del Trabajo. La misma es una agencia de las Naciones Unidas conformada por representantes de los gobiernos, empleadores y trabajadores que participan juntos en la creación de sus políticas y programas, así como en la promoción de trabajo digno para todos. La OIT define la RSE del modo siguiente:

*“Manera en que las empresas toman en consideración las repercusiones que tienen sus actividades sobre la sociedad y en la que afirman los principios y valores por los que se*

<sup>58</sup> Reporting Initiative (1997). Accesado el 24 de Marzo, 2014 de <http://www.globalreporting.org/Home/LenguajesBar/SpanishPage.htm/>

<sup>59</sup> Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. Accesado el 24 de Marzo de 2014, de [http://www.oecd.org/pages/0,3417,es\\_36288966\\_36288120\\_1\\_1\\_1\\_1\\_1,00.html](http://www.oecd.org/pages/0,3417,es_36288966_36288120_1_1_1_1_1,00.html)

<sup>60</sup> World Business Council on Sustainable Development. Accesado el 24 de Marzo de 2014, de Base de datos en línea disponible en: <http://www.wbcsd.org/templates/TemplateWBCSD5/layout.asp?MenuID=1>

*rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores. La RSE es una iniciativa de carácter voluntario y que solo depende de la empresa, y se refiere a actividades que se considera rebasan el mero cumplimiento de la ley”.*

### **3.3- Concepto según organismos nacionales.**

#### **3.3.1- Acción RSE (2000)<sup>61</sup>:**

*“Generalmente se refiere a una visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente”. Identificándola con “un amplio set de políticas, prácticas y programas que son integrados a través de la operación empresarial y que soporta el proceso de toma de decisiones y es premiado por la administración”.*

#### **3.3.2- La Fundación PROhumana<sup>62</sup>:**

Fundación PROhumana es una organización Chilena sin fines de lucro que desarrolla su trabajo en el área de la Responsabilidad Social Empresarial y Ciudadana, fundada en 1988, que promueve una cultura de RSE y responsabilidad ciudadana en Chile a través de una ciudadanía proactiva mediante el desarrollo de conocimientos, creación de espacios de diálogo que recojan la diversidad y la generación de acciones específicas. A su vez cuenta con un modelo de gestión propio de la RSE, el cual cuenta con variadas herramientas de diagnóstico, desarrollo e implementación de modelos de gestión de la RSE; actúa en el desarrollo de reportes de RSE de las empresas basándose en Global Reporting Initiative (GRI); también ha desarrollado modelos de evaluación de RSE, entre otras tantas cosas.

Para Fundación PROhumana:

*“Como la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y la confianza de la empresa hacia sus empleados y las familias de éstos, hacia la sociedad en*

---

<sup>61</sup> Acción RSE (2000). Accesado el 26 de Marzo, 2014 de <http://www.accionrse.cl>

<sup>62</sup> Fundación Prohumana, (1998). *¿Qué es la RSE?*. Accesado el 26 de Marzo, 2014 de [http://www.prohumana.cl/index.php?option=com\\_content&task=view&id=44&Itemid=60/](http://www.prohumana.cl/index.php?option=com_content&task=view&id=44&Itemid=60/)

*general y hacia la comunidad local, en pos de mejorar el capital social y la calidad de vida de toda la comunidad”.*

### **3.3.3- Los Grupos de Interés (Stakeholders).**

De acuerdo con Dejo (2005), estos grupos se clasifican en:

- ❖ Internos: accionistas/propietarios y empleados.
- ❖ Externos: clientes, proveedores, competidores, agentes sociales, administraciones públicas, comunidad local, sociedad y público en general, y medio ambiente y generaciones futuras

Borjas (2007), en relación con este tema, señala que las organizaciones no son sólo responsables ante sus accionistas, sino que también deben incorporar multiplicidad de demandas de diversos grupos de interés que pueden afectar o ser afectados por los objetivos de la organización y no siempre son congruentes entre sí.

Gibson (2000) comenta que estos grupos de interés pueden ser entendidos como aquellos grupos o individuos con quienes la organización interactúa o tiene algún tipo de interdependencia, que pueden afectar o ser afectados por las acciones, decisiones, políticas, prácticas o metas de la organización.<sup>63</sup>

Además, la guía ISO 26.000<sup>64</sup> define a los grupos de interés o stakeholders como un *“individuo o grupo que tiene interés en cualquier decisión o actividad de la organización”*. Por otra parte, el estándar de relacionamiento con stakeholders AA1000 los define como *“aquellos grupos que afectan y/o podrían ser afectados por las actividades de una organización”*. A nuestro entender, esta última definición es más completa, pues asume que la relación entre empresa y grupo de interés es bidireccional y ambos se pueden afectar mutuamente, de manera positiva o negativa. Una vez identificados estos tres ámbitos claves, es necesario gestionarlos de manera adecuada integrándolos entre sí para un

<sup>63</sup> Ojeda R., Jiménez O. (2011) *Responsabilidad Social Empresarial en el sector servicios de Mérida, Yucatán*.

<sup>64</sup> International Organization for Standardization. (2010). Guidance on Social Responsibility. Accesado el 23 de Abril de 2014, de <http://www.accionrse.cl/uploads/files/RSEgobernanza.pdf>

desarrollo exitoso de la RSE. Y para lograrlo es indispensable contar con un Modelo de Gestión de RSE.

#### **4- Teorías y enfoques**

##### **4.1- Corporate Social Responsibility Europe.**

Corporate Social Responsibility Europe (CSR Europe) es una red de ámbito europeo creada en 1995 por 48 empresas europeas con el nombre de European Business Network for Social Cohesion.

En los documentos presentados en su página web no ofrece una definición única de RSE, sino que incluye los diferentes enfoques desarrollados por cada uno de sus socios nacionales en los distintos países de la Unión Europea. A título de ejemplo, para *Businesses in the Community*, en el Reino Unido, *“la RSE es entendida generalmente como la expresión del compromiso de una empresa con la sociedad y la aceptación de su rol en ella. Esto incluye el pleno conocimiento de la ley y acciones adicionales para asegurar que la empresa no opera a sabiendas en detrimento de la sociedad. Para ser efectivo y visible, este compromiso debe estar respaldado por recursos, liderazgo y ser medible y medido”*.

Por otra parte, la Fundación Empresa y Sociedad, el socio español de CSR Europe, define la RSE como “el operar una empresa de una forma que excede las expectativas generales que la sociedad tiene con relación a las empresas. La RSE es más que una colección de prácticas específicas o iniciativas ocasionales motivadas por razones de *marketing*, relaciones públicas u otros beneficios para la empresa. Debe ser vista como una serie completa de políticas, prácticas y programas que están integrados en todas las operaciones y políticas de la empresa”.

En la Tabla N° 1 se muestra una comparación de los aspectos de RSE recogidos en los distintos enfoques analizados por los principales organismos internacionales, públicos y privados. En este sentido, se observa un relativo consenso en torno a las principales áreas temáticas con nombres más o menos equivalentes, aunque al descender al detalle se

observan diferencias entre los aspectos considerados dentro de cada una de ellas por las distintas instituciones.

**TABLA N° 1: Comparación de los aspectos de RSE recogidos en los distintos enfoques analizados por los principales organismos.**

Aspectos de RSE considerados con *	GRI	Guía OCDE	SA 8000	Normas ONU	Global Compact
<b>CONDUCTA EMPRESARIAL</b>					
Cumplimiento de la legislación		*	*	*	*
Actitud Competitiva	*	*		*	
Corrupción y soborno	*	*		*	
Contribuciones políticas	*	*		*	*
Propiedad de la información/ Derecho a la propiedad intelectual		*		*	
Prácticas Ilegales		*		*	
<b>IMPLICACIÓN EN LA COMUNIDAD</b>					
Referencia general	*	*		*	*
Desarrollo económico – comunidad	*	*		*	*
Empleo de mano de obra local o de colectivos con dificultades de acceso al empleo	*	*		*	*
Filantropía	*				
<b>GOBIERNO CORPORATIVO</b>					
Referencia general	*	*			*
Derechos de los accionistas	*				
Fuente: Elaboración propia. Adaptado de Rivera, J. (2004)					

**TABLA N° 1: Comparación de los aspectos de RSE recogidos en los distintos enfoques analizados por los principales organismos (continuación)**

Aspectos de RSE considerados con *	GRI	Guía OCDE	SA 8000	Normas ONU	Global Compact
<b>DERECHOS HUMANOS</b>					
Referencia General	*	*	*	*	*
Seguridad y salud en trabajo	*	*	*	*	*
Trabajo infantil	*	*	*	*	*
Trabajo forzoso	*	*	*	*	*
Libertad de asociación o de negociación colectiva	*	*	*	*	*
Remuneraciones	*		*	*	*
Derechos de los pueblos indígenas	*			*	
Nombramiento de un responsable en el área de derechos humanos	*		*		*
Medidas disciplinarias	*		*	*	*
Comportamiento del personal de seguridad	*			*	*
Horas de trabajo/ Horas extras			*	*	*
<b>ACTITUD HACIA EL MERCADO/CONSUMIDORES</b>					
Referencia general		*			
Marketing/Publicidad	*	*		*	
Calidad o seguridad del producto	*	*		*	
Privacidad de Consumidor	*	*			
Tratamiento de producto defectuoso y gestión de quejas		*			
<b>LUGAR DE TRABAJO/EMPLEADOS</b>					
Referencia general				*	
No discriminación	*	*	*	*	*
Formación	*	*	*	*	*
Reducciones de plantilla/ despido		*			
Acoso/Abusos	*		*	*	*
Cuidado del mayor y del niño			*	*	*
Permiso de maternidad/paternidad					*

Fuente: Elaboración propia. Adaptado de Rivera, J. (2004)

## 5- Características, Tipos y clasificaciones

### 5.1- Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial.<sup>65</sup>

Cómo determinar el grado de responsabilidad social de las empresas, dimensiones que se reconocen como líneas estratégicas básicas a seguir de toda actividad de las empresas:

#### 5.1.1- Ética empresarial

Esta temática lo que busca en la responsabilidad social es dar orientación al desarrollo de las diferentes actividades de la empresa por medio de la ética empresarial con la finalidad que considere a los diferentes grupos de interés que rodean a la empresa en las consecuencias de sus acciones para así responder de manera satisfactoria sus expectativas.

Esta ética empresarial busca integrar un conjunto de valores (honestidad, confianza, respeto, justicia y otros) a sus propias políticas, prácticas y en la toma de decisiones en todos sus niveles jerárquicos, lo que se conoce como códigos de éticas que son considerados como medio de comunicación entre los miembros de la empresa lo que ayuda a que se genere un buen clima organizacional. Un aspecto importante que se debe considerar es la coherencia, es decir lo que dice la empresa con lo que hacen, es su propio compromiso lo que les obliga a cumplirlo de manera ejemplificadora buscando balancear las responsabilidades económicas con las éticas.

Algunos de los principales contenidos que se deben considerar al momento de establecer un código de ética son<sup>66</sup>:

❖ Definición clara de cómo se relacionará la empresa con los distintos grupos de interés, tales como proveedores, consumidores, comunidad y con los miembros de la empresa en general.

<sup>65</sup> Buenas prácticas en RSE en el sector turístico.

<sup>66</sup> Fundación Prohumana. (2006). *Manual de Responsabilidad Social Empresarial para pymes*. (1<sup>era</sup> ed.). Santiago.

❖ Identificación de las personas responsables de velar por la aplicación y el respeto al Código de Ética.

❖ Descripción de cuáles son las conductas éticas a seguir en la forma de relación que se establecerá con los distintos grupos de interés. Por ejemplo: una conducta ética es el rechazo a la corrupción, al cohecho.

❖ Descripción de conductas éticas en la toma de decisiones del Gobierno Corporativo.

❖ Definición de las formas de sanción a la infracción del Código de Ética.

❖ Instancias o canales de comunicación que permitan generar procedimientos para enfrentar faltas al Código de Ética.

### **5.1.2- Preservación del medio ambiente.**

Esta área tiene directa relación con la forma y mecanismos de comercialización de productos y servicios por parte de las empresas. En la actualidad la empresa lo que busca a través de sus actividades es generar valor adicional a lo ofrecido, como estrategia de diferenciación frente a la competencia buscando la lealtad y el compromiso de los consumidores, lo que los lleva a un éxito sostenible en el tiempo.

### **5.1.3- Calidad de vida en el trabajo.**

Esta temática está relacionada con todos los aspectos del trabajo que pueden ser relevante para la satisfacción, la motivación y el rendimiento laboral, es decir está relacionado con todo lo que tenga que ver con su entorno laboral. Hoy en día el éxito del trabajo ya no depende de cómo ha sido diseñado y supervisado, sino también de la de que tan integrado se siente el trabajador con la empresa y como ambos responden a sus expectativas.

Una empresa responsable en esta área velará por un entorno laboral agradable en donde los trabajadores tengan sus herramientas que le permitan desarrollar sus tareas, donde se empleen las políticas de seguridad e higiene y sus derechos como trabajadores más allá de lo exigido por las normas legales, además se debe considerar las políticas que cada empresa tiene al momento de trabajar con un capital humano en el sentido de las capacitaciones, de

ascenso de cargos, el evitar la rotación de personal, también hacer que ellos tengan participación en la decisiones, guardar siempre por una buena comunicación entre el alto mando y los subordinados, los horarios de trabajo, el dar a conocer las normas de producción, sueldo, bonos, protocolo, el no discriminar (raza, sexo, religión, discapacidad, etc.), y esto entre otras temáticas mas.

El trabajar por una calidad de vida laboral es un beneficio mutuo en donde tenemos trabajadores motivados a cambio de una mayor productividad, por esto es importante estar siempre innovando en las prácticas laborales las cuales reflejan y respetan las necesidades de todos los trabajadores de acuerdo al conjunto de objetivos de la empresa, y que incluyen la atracción y retención de los mejores talentos.

#### **5.1.4- Vinculación empresa-sociedad.**

Esta área está vinculada a la relación que la empresa tiene con la comunidad, en donde se busca tener un rol activo en el desarrollo social, ambiental y económico del lugar en que se opera, lo que genera una empatía con la comunidad, que permite desarrollar proyectos que benefician a ambas partes. Una inserción en la comunidad de manera positiva, genera relaciones de confianza y transparencia que permite a la empresa contar con una red de apoyo que es propicia para el éxito y el desarrollo sustentable.

La manera en que la empresa busca una aceptación en la comunidad es por medio de un trabajo en conjunto que hacen en diversas áreas como por ejemplo: educación, vivienda, drogadicción, nutrición, forestación, respeto a minorías, entre otros y por lo general están estrechamente relacionada con la misión, visión o actividad productiva que desarrolla la empresa. Cuando iniciativas como la de integrar a personal del sector en la empresa, la de colaborar con sus productos o servicios a entidades sin fines de lucro, destinar cierto porcentaje de sus ganancias a una institución, apoyar obras sociales, entre otras, al ser ejecutadas de manera estratégica y programada, no tan sólo se entrega un beneficio a los receptores, sino que además estas iniciativas refuerzan la reputación de las empresas y sus

marcas, productos y valores en las comunidades locales donde ellas tienen intereses comerciales significativos.

## **6- Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial**

Los indicadores constituyen una herramienta para medir impactos y para concretar resultados, pero también para realizar feedback y revisión. El uso de indicadores forma parte de un sistema de control que incluye también un sistema de evaluación y medición de los resultados.

Dos de los autores más influyentes en el tema de memorias e indicadores, Simon Zadek y Ernst Ligteringen, sostienen que el uso de indicadores de RSE tiene dos motivos: El primero es “ayudar a gestionar e implementar prácticas de negocio más responsables y transparentes”. El otro, es “proveer de una visión clara acerca de cuáles son los principales conceptos del desarrollo sostenible y la RSE”.

Los indicadores no financieros tienen que poder medir los impactos de las actividades de la empresa en la sociedad y en el medio ambiente. Para lograr estas mediciones se han desarrollado indicadores cualitativos y cuantitativos, que son no financieros, o en otras palabras, indicadores del triple resultado, económico, social y ambiental. El hecho de definir y medir los indicadores puede ser relativamente sencillo como puede ser también muy difícil; por eso, los indicadores deben cumplir tres requisitos para lograr su objetivo: ser fiables, comparables y tener validez.

### **❖ Fiabilidad**

Una medida es fiable si ofrece la misma respuesta cuando se aplica más de una vez. No obstante, al considerar medidas no financieras, esto puede ser difícil de lograr. Un método aplicado a menudo para medidas no financieras son las encuestas, cuyas respuestas pueden variar mucho, por ejemplo, si se completan en diferentes momentos y por diferentes personas.

### ❖ **Comparabilidad**

Relacionada con la fiabilidad se encuentra la comparabilidad de un indicador. Para que un indicador sea comparable, debe poder compararse a través del tiempo y entre distintas empresas a su vez, ofreciendo siempre un resultado homogéneo. Este requisito permite, por ejemplo, establecer un ranking de empresas o evaluar el desempeño de una empresa, y también identificar asuntos clave de la RSE.

### ❖ **Validez**

Otro elemento fundamental es la validez de un indicador. La validez se cumple cuando éste mide aquello para lo que ha sido proyectado. Una medida que no mide lo que es socialmente y ambientalmente importante puede tener un efecto opuesto al deseado, esto es, puede disminuir el resultado social o ambiental.

La validez de un indicador depende además del contexto en el que se aplica. Por ejemplo, los indicadores del consumo de agua a menudo sólo informan en términos de metros cúbicos de agua usada. Sin embargo, no es lo mismo el uso de agua en regiones donde el agua es abundante que en aquellas regiones donde el agua es escasa.

Respecto al tema de RSE, la validez se refiere a si un indicador identifica y mide resultados que son importantes para los grupos de interés. Sin embargo, no se trata de prestar atención a un cierto impacto ambiental sólo porque sea importante para los grupos de interés, sino que hay que valorar igualmente aquellos impactos no tan conocidos.

El concepto de validez en sí depende, en gran parte, de los valores de los grupos de interés, pero también de los valores de la sociedad y los percibidos en los medios de comunicación acerca de la cuestión tratada. Son los grupos de interés afectados, o los que puedan afectar al proceder de la empresa, y, además, son ellos quienes serán los lectores e intérpretes de los indicadores. Para los grupos de interés, los indicadores pueden proporcionar información útil en su toma de decisiones. El hecho de medir puede ayudar a

los directivos y a otras partes interesadas a asegurar que los directivos estén trabajando según los objetivos establecidos. En este sentido, los indicadores no financieros pueden ayudar a crear relaciones y activos de largo plazo, y promover así valor para los accionistas a largo plazo. Para los clientes, las comunidades, los reguladores y los empleados, estos indicadores ayudan a valorar los resultados sociales y ambientales de la organización.

### **6.1- Normas y estándares Responsabilidad Social Empresarial**

Por su definición y naturaleza, no hay normativas que rijan la RSE (la idea es que sea todo iniciativa propia del empresariado, aunque en Inglaterra y Dinamarca existen ministerios dedicados a la RSE), pero sí hay guías, lineamientos y estándares que sirven de referencia; siendo el primero, el Pacto Mundial.<sup>67</sup>

Las normas y certificación de RSE sirven como garantía ética para los consumidores y usuarios de productos y servicios en general. Los beneficios de la normalización RSE para la empresa son múltiples, pero el principal es que mejora la relación entre la empresa, trabajadores, gobierno y comunidad. También desarrolla la confianza y satisfacción de las organizaciones por parte de los públicos de interés –stakeholders- y aumenta la conciencia por estos principios de responsabilidad social en la empresa. La globalización es un factor relevante para el proceso de normalización. En el caso de Chile las empresas son competitivas a nivel internacional, por lo cual demostrar lo que se lleva a cabo en cuestión de RSE a través de certificación es un valor agregado muy apreciado que hace más fácil y más responsable los negocios internacionalmente.

---

<sup>67</sup> Biblioteca del Congreso Nacional de Chile (Diciembre de 2005), Accesado el 05 de Abril de 2014, en: [http://www.bcn.cl/carpeta\\_temas/temas\\_portada.2005-10-27.0843131984](http://www.bcn.cl/carpeta_temas/temas_portada.2005-10-27.0843131984)

**CAPÍTULO III**  
**TURISMO SUSTENTABLE**

## 1- Introducción al capítulo.

En la actualidad, las sociedades desarrolladas no conciben un crecimiento económico fuera de un marco de desarrollo sustentable. Factores como el cambio climático, la escasez de agua y energía, la destrucción de recursos naturales y culturales y la pérdida de identidad en las comunidades, han motivado el surgimiento de una nueva tendencia mundial orientada al uso sustentable de los recursos. El turismo es una actividad que aumenta su valor con la conservación de los atractivos naturales y culturales, razón por la que adquiere un carácter estratégico el impulso de la sustentabilidad hacia el resto de las industrias. Solo cuando los países ven la sustentabilidad desde un punto de vista integrado, logran su plenitud en tres ámbitos: económico, sociocultural y ambiental.

El año 1925 se fundó en La Haya<sup>68</sup>, la Unión Internacional de Organismos Internacionales de Turismo, que en 1975 se transformó en la Organización Mundial del Turismo, cuya sede desde 1976 ha estado en Madrid.

La OMT<sup>69</sup>, como principal organización internacional en el ámbito turístico, aboga por un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental, y ofrece liderazgo y apoyo al sector para expandir por el mundo sus conocimientos y políticas turísticas.

La OMT defiende la aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo<sup>70</sup> para maximizar la contribución socioeconómica del sector, minimizando a la vez sus posibles impactos negativos, y se ha comprometido a promover el turismo como instrumento para alcanzar los Objetivos de Desarrollo de las Naciones Unidas para el Milenio (ODM)<sup>71</sup>, encaminados a reducir la pobreza y a fomentar el desarrollo sostenible.

---

<sup>68</sup> Ciudad de La Haya, ubicado en los Países Bajos.

<sup>69</sup> Organización Mundial del Turismo, organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos <http://www2.unwto.org/es>

<sup>70</sup> Son 10 Artículos que promueven el turismo responsable y un mundo más sostenible y justo.

<sup>71</sup> Son 8 Objetivos de Desarrollo del Milenio de la ONU que constituyen un plan convenido por todas las naciones del mundo y todas las instituciones de desarrollo más importantes a nivel mundial. Los objetivos han reavivado esfuerzos sin precedentes para ayudar a los más pobres del mundo.

La OMT genera conocimiento de los mercados, promueve políticas e instrumentos de turismo competitivo y sostenible, fomenta la enseñanza y la formación en materia de turismo y trabaja con el fin de hacer del turismo una herramienta eficaz para el desarrollo mediante proyectos de asistencia técnica en más de 100 países del mundo.

Entre sus miembros figuran 156 países, 6 miembros asociados y más de 400 Miembros Afiliados que representan al sector privado, a instituciones de enseñanza, a asociaciones de turismo y a autoridades turísticas locales.<sup>72</sup>

## **2- Origen del turismo**

### **2.1- Origen del turismo en el mundo.**

Durante la época antigua, no era conocida la existencia del turismo como tal; aún así, la Organización Mundial del Turismo determina que *“desde los orígenes del hombre, éste se ha visto impulsado a trasladarse a diferentes emplazamientos por distintas razones: caza, religión, comercio, guerra, ocio”* ([OMT], 1998, p. 9).

Al momento de ir en retrospectiva; se da a entender que por motivos de caza, las personas realizaban incansables caminatas persiguiendo a los animales y así lograr adquirir comida para su familia y/o clan. Por impulsos religiosos, los fieles podían realizar peregrinaciones largas y exhaustas sólo movidos por su fe. Por motivaciones comerciales, los negociantes incluso podían llegar a cruzar un océano en busca de la compra-venta necesaria. Por la guerra, eran arrastrados miles de hombres de ciudad en ciudad para alcanzar sus designios. Debido al ocio, las personas recorrían kilómetros sólo por su impulso de conocer costumbres y edificaciones de otros pueblos, las maravillas del mundo antiguo eran muy conocidas por todos, por lo que constituían los principales atractivos. Además, tenían motivos políticos, debido al modo de producción esclavista necesitaban conquistar nuevos territorios, adquirir esclavos para aumentar sus riquezas, lo cual está muy ligado al interés económico y comercial, pues los mercaderes hacían largos viajes para

---

<sup>72</sup> Organización Mundial del Turismo OMT. Accesado el 20 de Marzo de 2014, de: <http://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt>

buscar productos raros y codiciados, ejemplo: la ruta de las especias, el comercio con los fenicios, etc.

En lo que se refiere al turismo internacional, cabe destacar que su evolución ha registrado un crecimiento casi ininterrumpido a lo largo del tiempo, aumentando en periodos de auge económico, moderando su crecimiento en periodos de recesión y recuperando rápidamente su elevado ritmo de crecimiento tras un período de crisis económica. Por consiguiente, la actividad turística está claramente influenciada por el crecimiento económico, distinguiéndose distintas etapas en su evolución:

1) Desde los años cincuenta hasta la década de los ochenta, el número de viajes internacionales en el ámbito mundial duplicó cada diez años aproximadamente. Además, cabe referir que en este periodo de tiempo la demanda de todo tipo de bienes se caracterizó por un continuo crecimiento.

2) En la década de los años ochenta, el mercado del sector turístico alcanzó un mayor grado de madurez, caracterizándose por un crecimiento más lento de la demanda y por un exceso de oferta. Así, el aumento medio de las llegadas de turistas internacionales a los destinos concretos creció a un ritmo más lento, el torno al 4,5% anual.

### **2.1.1- Situación del turismo en el mundo**

El turismo es considerado como uno de los sectores económicos más activos y con mayor crecimiento del mundo (OMT, n d). El crecimiento de este sector en los últimos años, a pesar de la crisis económica de 2008-2009, lo hacen considerar como un motor promotor del desarrollo económico regional y social en diversos países.

Dos indicadores que señalan la importancia del turismo a nivel global son su contribución al PIB y al empleo mundial. En la Tabla N° 2 puede observarse el comportamiento de estos dos indicadores desde 2005 hasta 2010. En general, los valores de éstos han descendido en los últimos tres años debido a la recesión económica, sin embargo

en 2010 se notó una leve mejoría, para este mismo año el turismo contribuyó con el 9% del PIB mundial, dato que comparado con el de la agricultura (5,7%) (CIA, 2011) da cuenta de la importancia económica del sector.

**TABLA N° 2: Contribución del turismo al PIB y al empleo en el mundo.**

MUNDO	2005	2006	2007	2008	2009	2010
<b>Contribución directa al PIB</b>						
Crecimiento real (%)	0,4	2,4	2,8	-1,5	-3,4	3,2
Participación (%)	3	2,9	2,9	2,8	2,8	2,8
<b>Contribución total al PIB</b>						
Crecimiento real (%)	3,3	3,6	3,6	0	-3,9	1,7
Participación (%)	9,6	9,6	9,6	9,4	9,3	9
<b>Contribución directa al empleo</b>						
Crecimiento real (%)	1,1	3,3	-0,6	-0,2	-2,3	0,9
Participación (%)	3,5	3,5	3,4	3,4	3,3	3,3
<b>Contribución total al empleo</b>						
Crecimiento real (%)	0,6	2,7	3,1	-4	-3,1	-0,8
Participación (%)	9,4	9,5	9,6	9,1	8,8	8,6

Fuente: Elaboración propia. Adaptado de World Travel & Tourism Council (WTTC), 2011.

Las anteriores cifras cobran importancia dado que si bien todas las regiones registraron crecimiento de las llegadas internacionales, los países con economías emergentes fueron los principales impulsores del desempeño positivo del sector. El mayor crecimiento se registró en América del Sur (10%) (Kester, 2011), lo cual es positivo para numerosos países dado las potencialidades que tienen para desarrollar su industria turística.

El turismo además de los beneficios potenciales que puede brindar al desarrollo de las regiones, tiene la característica de ser versátil en cuanto al tipo de actividades que se pueden realizar en torno a él, lo que permite a las áreas donde se quiera implementar, adaptarlo a los recursos y condiciones con las que se cuentan mirándolo como actividad económica complementaria.

## 2.2- Origen del turismo en Chile.

El turismo nacional se vio favorecido en su desarrollo por factores similares, como la creciente utilización del automóvil y demás medios de transporte, que mejoraron las posibilidades de movilidad personal y colectiva dentro del propio país. Por otra parte, las continuas mejoras que se estaban produciendo en el nivel de vida de los ciudadanos de los países más desarrollados permitieron dedicar un mayor tiempo libre a nuevas formas de ocio, así como también invertir en las infraestructuras básicas de las ciudades con el objeto de mejorar los desplazamientos y el acceso a una mayor información<sup>73</sup>.

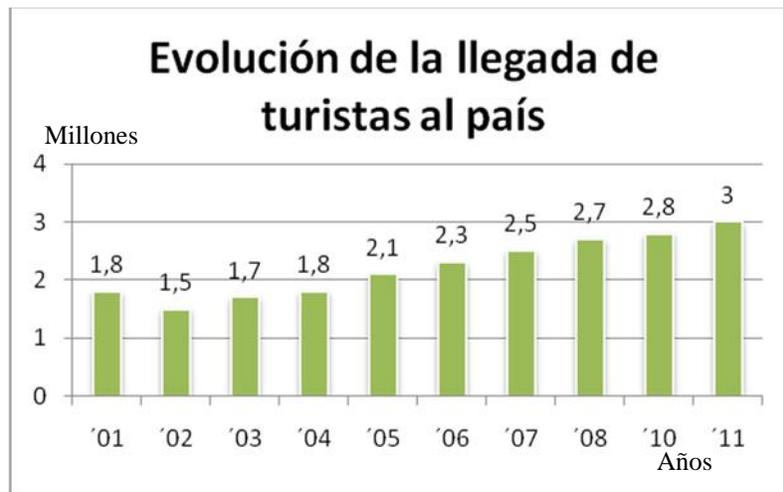
Chile es un actor pequeño en el contexto mundial, aportando un 0,3% a las llegadas internacionales y un 0,2% al gasto internacional en turismo. No obstante lo anterior, el turismo se ha transformado en el cuarto sector exportador de Chile (después de las industrias de minería, frutícola y de celulosa y papel) y representa el 5% de sus ingresos (equivalentes a 2.357 millones de dólares sólo por concepto del turismo receptivo). De este modo, el sector turístico se sitúa por sobre la industria vitivinícola, forestal y salmonera.

Durante el 2011, sobre 3 millones de turistas internacionales llegaron a Chile, un 11% más que el año 2010, crecimiento debido al notable aumento en la llegada de turistas brasileños, entre otros factores (ver Cuadro N° 1). Del total de visitantes, un 39% ingresaron por vía aérea, un 55% por vía terrestre y un 6% por vía marítima.

---

<sup>73</sup> Sancho A. (2008) *Introducción al Turismo*. Organización Mundial del Turismo (OMT)

**Cuadro N° 1: Evolución de la llegada de turistas al país.**



Fuente: Elaboración propia. Adaptado de World Tourism Organization (UNWTO), Abril 2011.

El turismo interno es parte vital de la industria turística, ya que ayuda a sostener los negocios turísticos durante la temporada media y baja, le da mayor dinamismo a la industria y genera una plataforma para el desarrollo de oferta turística exportable.

Considerando todas las actividades ligadas al turismo interno, receptivo y emisor, se estima que esta industria genera aproximadamente USD 11 mil millones de ingresos para Chile.<sup>74</sup>

### 3- Concepto de turismo.

#### 3.1- Turismo

Desde el incipiente nacimiento del turismo a mediados del siglo XIX, pasando por su auge y reconocimiento como industria o negocio rentable en la década del 50, hasta finales de la primera década del siglo XXI, se han establecido varios modelos y definiciones de *turismo* que pretenden comprenderlo, desde visiones meramente relacionadas con el espacio, hasta aquellas que involucran una mirada holística de la actividad.

<sup>74</sup> Gobierno de Chile (2011) *Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020*.

El perfil actual del turismo es el resultado de una serie de condiciones que se han dado para que este, sea el fenómeno que es hoy en día, entre éstas se tienen: la concentración y expansión urbana, el acelerado crecimiento económico de los países capitalistas, modernización de las infraestructuras y acceso masivo a los medios de transporte, y consolidación y expansión de la conquista obrera de las vacaciones pagadas (Ros, 2005), que no pueden ser perdidas de vista al intentar su conceptualización. A continuación se realizará una breve revisión de varias definiciones dadas al turismo, que resaltan las características propias de ésta actividad y la evolución del término.

Entre las definiciones más elementales sobre el turismo, pero de carácter formal se tiene la de los profesores Hunziker y Krapf (1942) y más tarde la de Burkart y Medlik (1981), que le acuñaron al turismo la relación con los viajes. Los primeros definían el turismo como: *“la suma de fenómenos y de relaciones que surgen de los viajes y de las estancias de los no residentes,... en cuanto no están ligados a una residencia permanente ni a una actividad remunerada”*; los segundos como *“los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos”* (citados en OMT, 1998).

Con las anteriores definiciones suceden algunos inconvenientes para la comprensión del concepto “turismo”, debido a la utilización de términos indeterminados como “fenómenos” y “desplazamientos cortos” que no son aclarados, restándole solidez a las tesis propuestas (OMT, 1998).

En 1982, Mathieson y Wall modificaron en parte las anteriores definiciones expresando que el turismo *“es el movimiento temporal de la gente, por períodos inferiores a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas”*. En la propuesta surgen dos avances importantes: la acotación temporal y la vinculación de la actividad a la satisfacción de las necesidades de los turistas (citados en OMT, 1998).

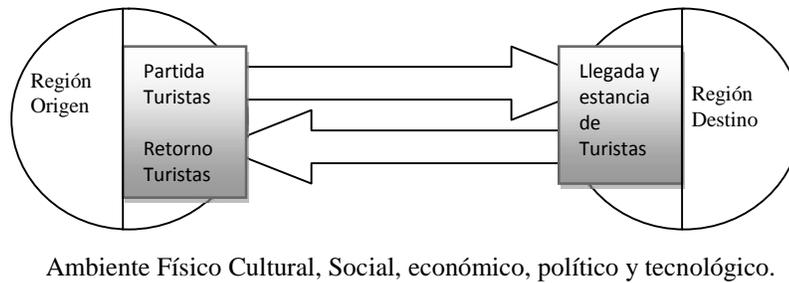
Una visión reconocida en la literatura científica es el trabajo de Leiper (1979) “The Framework of Tourism: Towards a Definition of Tourism, Tourist and the Tourism Industry”, en el cual conceptualiza de manera amplia y tomando varios puntos de vista el “turismo”. En este se avanza hacia la interpretación del término de forma sistémica.

En primer lugar identifica dos factores que interactúan en el proceso del turismo: el turista y los diversos recursos que proveen experiencias, servicios y facilidades al turista, estos últimos pueden ser vistos como entradas u ofertas para solventar la demanda básica de la economía del turismo. Leiper agrupó los recursos en cinco categorías: ocio; organización de los turistas y los recursos sociales, culturales y materiales; recursos inherentes y naturales (clima, paisaje, playas, recursos de agua, flora, fauna y población local); industria incidental o accesorio (almacenes, servicios públicos, instalaciones deportivas de uso local); y la industria turística.

La industria turística está compuesta por todas las firmas, organizaciones e instalaciones dirigidas a servir y satisfacer las necesidades y deseos de los turistas. La cual se describe y define dividiéndola en seis sectores funcionales: el mercado turístico, servicios de transporte, servicios de acomodación, atracciones turísticas, servicios variados, y regulación turística (Leiper, 1979).

Teniendo en cuenta los sectores funcionales y los recursos necesarios, es posible definir el turismo como un sistema que involucra viajes y la estancia temporal de personas fuera de su lugar habitual de residencia por una o más noches. Se identifican cinco elementos que interactúan en el espacio y de forma funcional: los turistas, las regiones de origen de los turistas, rutas de transito, regiones de destino y la industria turística y dado que es un sistema abierto los elementos interactúan ampliamente con diversos ambientes: el físico, el cultural, el social, el económico, el político y el tecnológico (Leiper, 1979) (ver Figura N°2).

**Figura N° 2: Modelo de Leiper “El Sistema Turístico”.**



Fuente: Elaboración propia. Adaptado de Leiper (1979).

En el modelo de Leiper, se representa la dinámica del turista con los elementos geográficos y la interacción de la industria turística con los dos anteriores. Se resalta el hecho que la industria está representada en las tres regiones geográficas, pero no en todo el espacio, por lo cual siempre hay posibilidades de utilizar recursos que no están específicamente volcados a la atención de los turistas. Este modelo brinda una estructura básica sobre la cual se pueden realizar análisis de acuerdo a los puntos de vista de diferentes disciplinas (Cooper, Hall y Petrocchi, 2001 citado por De Oliveira, 2007).

Otro modelo fue el propuesto por Beni (1998), que planteó que la actividad del turismo es el resultado de la sumatoria de la interacción entre recursos naturales del ambiente, de la cultura, de la sociedad y la economía, considera en primer lugar la identificación de características y la clasificación de los factores que determinan los motivos de viaje y la elección de las áreas de destino turístico-recreativas. Con el fin de entender este fenómeno ideó el Sistema de Turismo (SISTUR) donde los elementos son organizados y categorizados en tres diferentes conjuntos: de las Relaciones Ambientales, de la Organización Estructural y de las Relaciones Operacionales. Establece los siguientes subsistemas organizados en los anteriores conjuntos: el ecológico, el económico, el social y cultural, el de superestructura<sup>75</sup>, el de infraestructura<sup>76</sup>, de mercado, de oferta, de demanda,

<sup>75</sup> Organización pública como privada que permite armonizar la producción y venta de los servicios del sistema, incluye la política oficial de turismo en sus ordenes jurídica y administrativa (Beni, 1998)

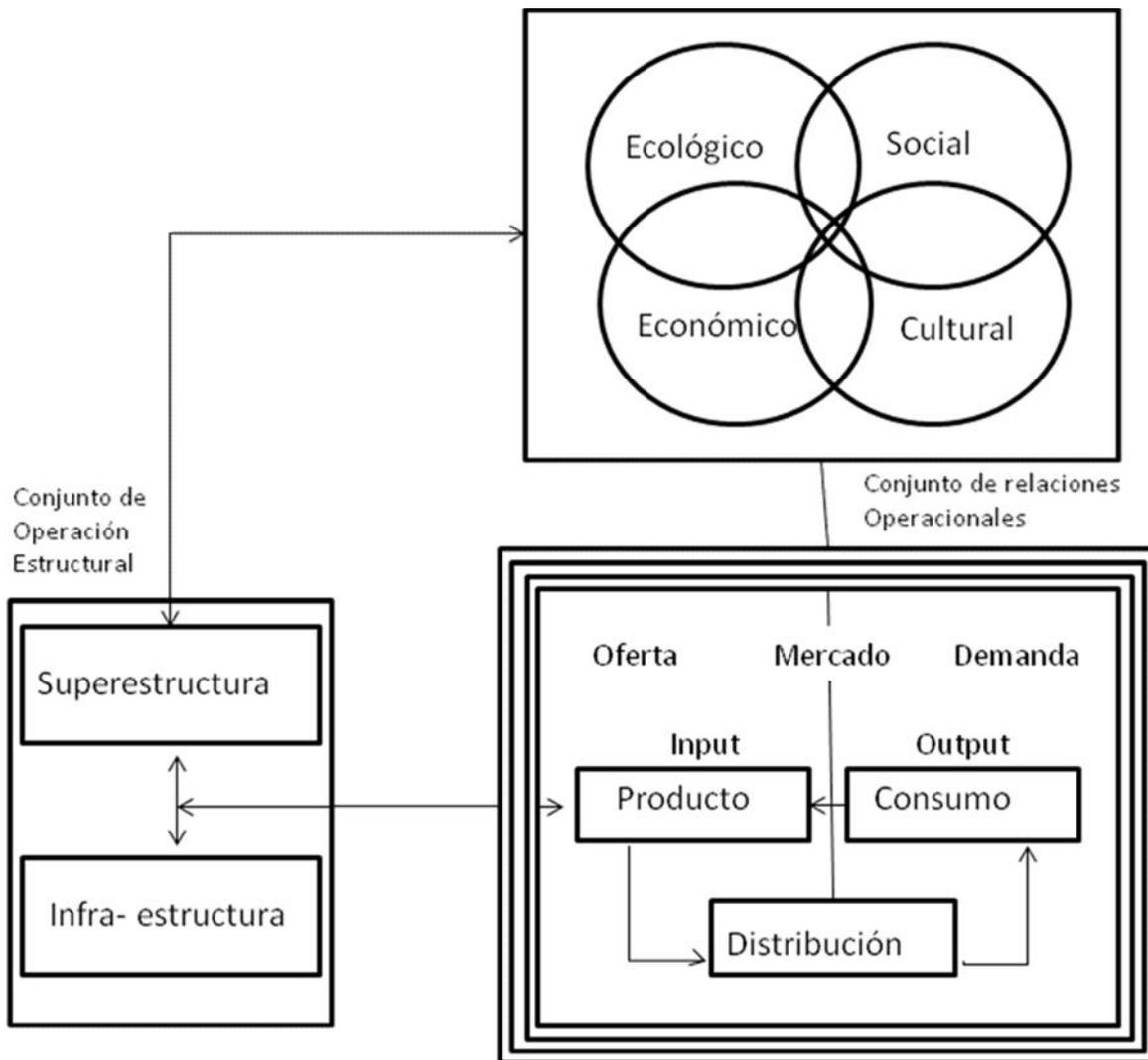
de producción, de distribución y de consumo (ver Figura N° 3) (Beni, 1998 citado en de Oliveira 2007).

En la concepción de SISTUR, se puede desprender claramente que los subsistemas ecológico, económico, social y cultural se agruparon en el conjunto de relaciones ambientales. Dado que estos subsistemas son de mayor alcance que de solo el turismo su representación no indica que el SISTUR va a determinar por ejemplo el sistema económico, si no que el turismo va a estar influenciado por este, por tanto esta fuera del sistema (Beni, 1998).

---

<sup>76</sup> Que incluye: Los servicios de apoyo a la comunidad como saneamiento básico, agua potable, energía; sistema de acceso a transporte; sistema de comunicaciones; sistema de seguridad y equipamientos sociales (Beni, 1998).

Figura N° 3: Modelo teórico de enfoque estructural de Beni.



Fuente: Elaboración propia. Adaptado de Beni, 1998 citado por de De Oliveira, 2007.

De otro lado, la perspectiva institucional de la Organización Mundial del Turismo (OMT), ha definido que el turismo “*comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su estancia habitual, por un periodo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos*” (OMT, 1991 citado por Pérez, 2004).

La OMT indica que la actividad turística resulta de la interrelación entre los diferentes elementos que componen el sistema turístico, los cuales son: la demanda, conjunto de consumidores de bienes y servicios turísticos; la oferta, conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados activamente en la experiencia turística; el espacio geográfico, base física donde tiene lugar la actividad turística y interrelación con la población local; y los operadores del mercado, empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda (OMT, 1998).

### 3.1.1- Turismo sustentable

Según la Organización Mundial del Turismo, “*el turismo sustentable es aquel que atiende las necesidades de los viajeros actuales y de las regiones receptoras, al mismo tiempo que protege y fomenta las oportunidades para el futuro*”.

El turismo sostenible es definido también con claridad por la Asociación de Monitores Medioambientales Almirajara, de España: “*Es aquel que engloba las actividades turísticas respetuosas con el medio natural, cultura y social, y con los valores de una comunidad; el que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes; en el que la relación entre el turista y la comunidad es justa; en el que los beneficios de la actividad son repartidos de forma equitativa; y en el que los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje*”. Desde su primera mención, la temática del turismo sustentable fue instalándose con fuerza en los principales encuentros internacionales (Cumbre de la Tierra, en Río de Janeiro, 1992; Conferencia Ecomediterránea en Francia, en 1993; Carta Mundial de Lanzarote, en Islas Canarias, en 1995; etc.). Justamente la Carta de Lanzarote, redactada por los asistentes a la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, señala que siendo el turismo un potente instrumento de desarrollo, puede y debe participar activamente en la estrategia del desarrollo sostenible de una nación.<sup>77</sup>

---

<sup>77</sup> Turismo Sustentable, accesado el 21 de Marzo de 2014, < [http://www.turismo-sustentable.com.ar/turismo\\_sustentable.html](http://www.turismo-sustentable.com.ar/turismo_sustentable.html)>

### **3.1.1.1- Criterios globales de Turismo Sustentable.<sup>78</sup>**

Para desarrollar y llevar a cabo un turismo sustentable es necesario abordar tres ámbitos, los que constituyen la estructura base a partir de la cual se desprenden los planes de acción y pautas a seguir; económico, sociocultural y ambiental, y son explicados con más detalle en el presente manual y otros manuales específicos de esta misma serie.

Los responsables de velar por el desarrollo sustentable del turismo son todos los actores del turismo, es decir: autoridades, empresarios, residentes, visitantes y en general todas las personas involucradas en el desarrollo y la operación de las actividades turísticas. Se trata de responsabilidades comunes pero especificadas para cada tipo de actor.

El Consejo Global de Turismo Sustentable es una iniciativa dedicada a la promoción de prácticas sustentables del turismo, y de la que participan organizaciones públicas nacionales e intergubernamentales y empresas representantes de los distintos sectores de la industria pertenecientes a más de 50 países, los que en conjunto desarrollaron los Criterios Globales de Turismo Sustentable. Estos criterios constituyen la base mínima de sustentabilidad a los que una empresa turística debe aspirar y están inspirados en las prácticas internacionales de empresas y países líderes en la materia, teniendo aplicabilidad en toda la industria turística. Estos criterios son:

#### **a- Gestión Eficaz**

- ❖ La empresa ha puesto en práctica un sistema de gestión sustentable que se ajusta a su realidad y tamaño y considera temáticas ambientales, económicas, socioculturales, de calidad, salud y seguridad laboral.
- ❖ La empresa cumple todas las leyes y reglamentos internacionales, nacionales y locales pertinentes (con relación a temáticas de salud, seguridad laboral y medio ambiente).

---

<sup>78</sup> SERNATUR (2011). Manual de Buenas Prácticas: Chile por un Turismo Sustentable.

- ❖ Todo el personal recibe formación periódica sobre su responsabilidad en la gestión de temáticas ambientales, socioculturales, de salud y seguridad laboral.
- ❖ La empresa mide la satisfacción de los clientes y adopta medidas correctivas cuando procede.
- ❖ Los materiales promocionales son veraces y completos, y no prometen más de lo que la empresa puede ofrecer.

El diseño y la construcción de edificios e infraestructuras:

- ❖ La empresa cumple con las ordenanzas locales de planificación urbana y las normas aplicables a espacios protegidos o del patrimonio.
- ❖ La empresa respeta los entornos del patrimonio natural o cultural en los siguientes aspectos: el emplazamiento, el diseño, los derechos y la adquisición de suelos y la evaluación de los impactos.
- ❖ La empresa se adapta al contexto y realidad local utilizando los principios de construcción sustentable.
- ❖ La empresa permite el acceso a personas con necesidades especiales y facilita a sus clientes información para el conocimiento y la interpretación de los entornos naturales, la cultura local y el patrimonio cultural.
- ❖ La empresa difunde y promueve información relativa a comportamientos apropiados de los turistas durante sus visitas a zonas naturales, culturales y sitios considerados patrimonio cultural.

#### **b- Patrimonio Cultural**

- ❖ La empresa sigue las directrices o el código de comportamiento fijados a nivel local o regional para las visitas a sitios de importancia cultural o histórica a fin de minimizar los efectos negativos para esos sitios durante las visitas y maximizar los positivos.

- ❖ La empresa difunde y pone en conocimiento de los turistas que las piezas históricas y arqueológicas no son objeto de venta, operaciones comerciales o exposición, salvo cuando la ley lo permite.
- ❖ La empresa contribuye a la protección de importantes bienes y sitios históricos, arqueológicos, culturales y espirituales locales y no impide el acceso de residentes locales a los mismos.
- ❖ La empresa utiliza elementos del arte, la arquitectura o el patrimonio cultural local en sus actividades, diseño, decoración, alimentación o comercio, respetando los derechos de propiedad intelectual de las comunidades locales.

### **c- Comunidad Local**

- ❖ La empresa apoya activamente iniciativas para el desarrollo social de la comunidad y la creación de infraestructuras en ámbitos de la educación, salud, saneamiento ambiental y otros.
- ❖ La empresa ofrece oportunidades laborales para residentes locales, independiente de si son cargos ejecutivos, administrativos, técnicos y/o auxiliares. En cualquiera de los casos se imparte capacitación cuando procede.
- ❖ En caso de existir, la empresa prioriza adquirir bienes y servicios locales y/o procedentes del comercio justo.
- ❖ La empresa ofrece a pequeños empresarios locales alternativas para crear y vender productos sustentables que promuevan los recursos naturales nativos tales como alimentos y bebidas típicas, artesanías y eventos culturales, a la vez que la historia y cultura local.
- ❖ La empresa elaboró de manera participativa con las comunidades locales e indígenas un código de conducta para actividades de la empresa, priorizando una política de lucha contra la explotación comercial de niños y adolescentes, si existiese.
- ❖ Se pone especial énfasis en contratar en condiciones de igualdad a mujeres y miembros de minorías locales.

- ❖ La empresa respeta las normas jurídicas internacionales y nacionales de protección de los empleados que reciben un salario mínimo.
- ❖ Las actividades de la empresa no ponen en peligro el suministro de servicios básicos (agua, energía, saneamiento, etc.) para las comunidades aledañas.

#### **d- Medio Ambiente**

Conservar los recursos naturales:

- ❖ La empresa, en su política de adquisiciones otorga preferencia a productos respetuosos con el medio ambiente en lo relativo a materiales de construcción, equipos utilizados, alimentos y artículos de consumo entre otros.
- ❖ La empresa evita la adquisición de artículos desechables y consumibles tales como baterías y paralelamente promueve y facilita el uso de artículos recargables y reutilizables.
- ❖ El consumo de recursos naturales y energéticos por la empresa (agua y luz) debiera ser moderado con relación a la escala de su actividad productiva: debieran indicarse las fuentes de abastecimiento a la vez que comprometerse a implementar medidas para reducir el consumo global y fomentar el uso de energías renovables.

Reducir la contaminación:

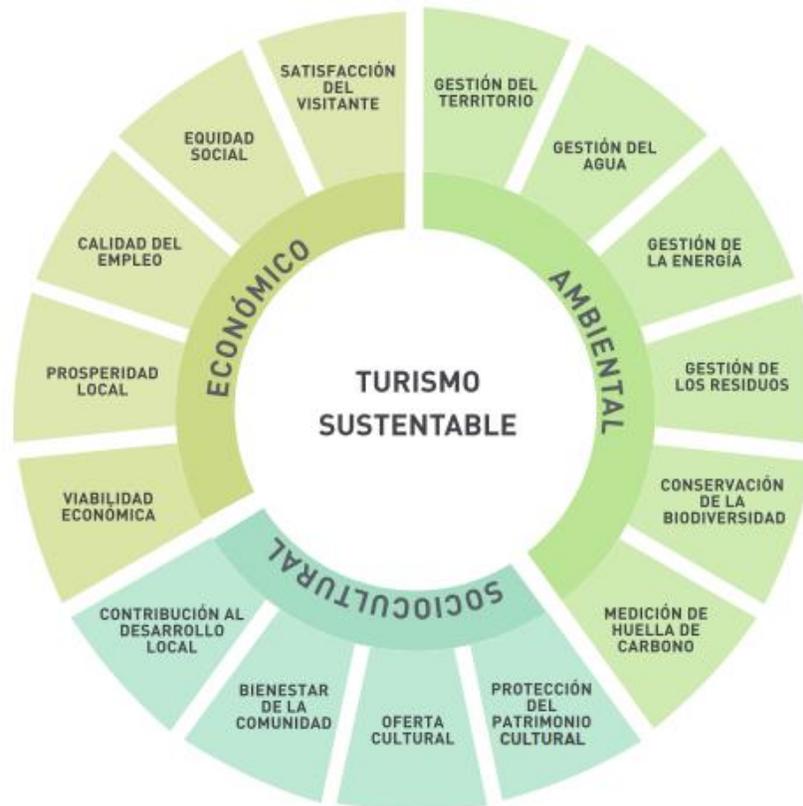
- ❖ La emisión de gases de efecto invernadero de todas las fuentes controladas por la empresa debiera ser cuantificada y se debieran aplicar procedimientos de reducción y compensación por sus efectos.
- ❖ Las aguas residuales (aguas grises incluidas) debieran ser tratadas eficazmente y ser reutilizadas cada vez que sea posible.
- ❖ La empresa debiera contar con un plan de gestión de residuos sólidos en el cual se detallan objetivos cuantitativos para minimizar el uso de residuos sin posibilidad de ser re-utilizados y/o reciclados.

- ❖ La empresa debiera minimizar el uso de sustancias nocivas, tales como las contenidas en pesticidas, pinturas, desinfectantes de piscina y productos de limpieza. Estos productos debieran ser sustituidos cuando sea posible por productos inocuos. El uso de productos químicos debiera ser adecuadamente.
- ❖ La empresa adopta prácticas de reducción de la contaminación con relación a la emisión de ruido, excesiva luz, escurrientías, erosión, emisión de sustancias que reducen la capa de ozono y los contaminantes del aire y suelo.

Conservar la biodiversidad, los ecosistemas y paisajes naturales:

- ❖ La flora y fauna nativa sólo debiera ser extraída de su medio natural para fines de consumo, exposición, venta o comercialización internacional en el marco de una actividad regulada que garantice su uso sustentable.
- ❖ Sólo para el caso de actividades reguladas formalmente, las especies silvestres no debieran ser mantenidas en cautiverio. Sólo personal autorizado y en posesión de equipos y tecnología adecuada debiera recoger ejemplares de especies silvestres nativas para usos específicos.
- ❖ La empresa debiera priorizar la utilización de especies nativas para fines ornamentales del paisaje y de restauración, adoptando siempre medidas para impedir la introducción de especies exóticas e invasoras.
- ❖ La empresa debiera contribuir a la conservación de la biodiversidad apoyando el desarrollo y adecuado uso de espacios naturales protegidos y zonas de conservación.
- ❖ La interacción con las especies silvestres no debe afectar negativamente la existencia de las poblaciones en sus medios naturales; los ecosistemas naturales se alteran lo mínimo posible y se rehabilitan; se hacen contribuciones compensatorias a la gestión de la conservación.

### El camino de la Sustentabilidad.



Elaboración: SERNATUR (2011). Manual de Buenas Prácticas: Chile por un Turismo Sustentable.

#### 3.1.1.2- Turismo Cultural

Turismo Cultural es aquel tipo especial de turismo que incorpora los aspectos, culturales, sociales y económicos en su oferta y demanda de bienes y servicios. Buscando rentabilizar económica y socialmente el espacio local o lugar donde se desarrolla y se centra en que las personas viajan con la intención de desarrollar actividades turísticas que les permitan acercarse y comprender culturas distintas. Es decir, conocer los estilos de vida, costumbres, tradiciones, festividades, historia, arquitectura y monumentos del lugar visitado.

La UNESCO señala que el turismo Cultural corresponde a una “*dimensión cultural en los procesos socioeconómicos para lograr un desarrollo duradero de los pueblos*” como un “*modelo de desarrollo humano integral y sostenible*”. Es considerada una “*actividad que, no sólo contribuye al desarrollo económico, sino a la integración social y al acercamiento entre los pueblos; siendo el turismo cultural una modalidad en la que se convergen políticas culturales y turísticas, portador de valores y respeto por los recursos, tanto culturales como naturales (UNESCO, 1982)*”<sup>79</sup>

A partir de esa descripción, se desprende que el Turismo Cultural es una actividad que tiene implicancias en diversas áreas:

1) Área social: ya que está dirigido a satisfacer las necesidades e intereses de las personas.

2) Área Económica: ya que, a partir de bienes culturales, es capaz de generar ingresos y rentabilidad a favor de la comunidad local.

3) Área Cultural: ya que permite conocer los modos de vida diferentes, además de promover un intercambio cultural entre la comunidad anfitriona y los visitantes.

4) Área Educativa: ya que puede ser un medio de formación o aprendizaje y respeto por otra u otras culturas.

5) Área Medioambiental: ya que debe presentar un enfoque de conservación de los recursos naturales, y no degradar o destruir el escenario natural donde se desarrolla la actividad turístico cultural.

6) Área política: ya que permite responder a los lineamientos, programas y planes de desarrollo a nivel nacional, regional y comunal.

---

<sup>79</sup> UNESCO (1982) Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales.

### 3.1.1.2.1- Turismo Rural

Hasta el momento se han brindado algunos aspectos claves que conllevan al entendimiento parcial de lo que es y cómo funciona el turismo rural, pero sin llegar a una definición absoluta.

Se entenderá como turismo rural<sup>80</sup>, aquella actividad turística desarrollada en un espacio no urbano. Comprende la prestación de servicios (alojamiento, restaurantes y/u oferta complementaria), en los que el turista participa de las faenas productivas y/o vive experiencias turísticas que valoricen la cultura e identidad campesina.

Según la Organización Mundial del Turismo, el Turismo Rural “*supone el desarrollo de alojamientos de estilo local en los pueblos tradicionales o en sus inmediaciones donde puedan pernoctar los turistas, disfrutar de la cocina local, y observar y compartir las actividades populares*” (OMT, 1999)<sup>81</sup>

El turismo en los sectores rurales se presenta como una oportunidad para complementar los ingresos silvoagropecuarios y diversificar las fuentes de trabajo para jóvenes y mujeres, evitando así el éxodo hacia la ciudad y el despoblamiento de estos sectores.

Sin embargo, los emprendimientos de turismo rural suelen responder a modelos familiares de carácter informal, con un nivel empresarial poco desarrollado y baja capacidad de promoción de sus productos turísticos, lo que hace que aún se mantengan las brechas en cuanto al fortalecimiento y competitividad de sus iniciativas.

Si bien son varias las coincidencias que muestran los diferentes autores que han escrito sobre turismo rural, la ambigüedad del término se ha identificado por muchos otros, debido posiblemente a que éste se presenta como una realidad diversa de “*límites y definiciones algo imprecisos, que denotan a su vez la amplitud de los aspectos que intervienen en él*” (García, 1996). A su vez la incorporación de los términos turismo y rural que en la actualidad no tienen una aceptación universal (Montiel, Estévez, & Oliveros, 2000)

<sup>80</sup> Gobierno de Chile (2011) *Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020*.

<sup>81</sup> SERNATUR- Departamento de Planificación (2008) Glosario de Términos Técnicos relacionados con la actividad turística habitualmente empleados en Chile. Boletín Turístico N°1/2008. Publicaciones Gobierno de Chile: Santiago de Chile.

aumentando el grado de dificultad para esclarecer su definición. Estas imprecisiones han ocasionado problemas como el abordaje del tema a través de conceptos genéricos que no vinculan miradas sistémicas contribuyendo a aumentar la confusión respecto al tema (Barrera, 2009).

#### **3.1.1.2.1.1- Algunas definiciones de turismo rural**

García (1996), quien la definió como *“aquella actividad que se basa en el desarrollo, aprovechamiento y disfrute de nuevos productos presentes en el mercado e íntimamente relacionados con el medio rural”*.

Otra es la consideración del turismo rural como *“las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en espacios rurales, con una permanencia mínima de una noche, con motivo de disfrutar de los atractivos de lo rural y de las posibilidades que ofrecen estos espacios para la satisfacción de necesidades más específicas. Las manifestaciones más comunes de turismo rural son: el agroturismo, ecoturismo, turismo deportivo, turismo cultural, turismo de interior”* (Antoni, 2000).

Martínez (2000), define el turismo rural como *“cualquier actividad turística o de esparcimiento que se desarrolle en el medio rural y áreas naturales, compatibles con el desarrollo sostenible. Esto último implica permanencia y aprovechamiento “óptimo” de los recursos, integración de la población local, preservación y mejora del entorno, en contraposición al concepto de la máxima rentabilidad”*, como puede analizarse el término se define por el ámbito en que los turistas o visitantes desarrollan sus actividades más que por el contenido de las tareas que realizan. De acuerdo a esta definición las modalidades de turismo rural que pueden plantearse son: agroturismo, turismo deportivo, turismo de aventura, turismo cultural, ecoturismo.

Montiel, Estévez, & Oliveros (2000) autores de Cuba, describen el TR haciendo énfasis en que es un proceso turístico que *“aprovecha las particularidades y potenciales propios del ambiente rural con el fin de satisfacer las motivaciones del que viaja y el afán de*

*desarrollo local de las comunidades rurales, manteniendo niveles aceptables de impacto sobre los recursos y la rentabilidad de la empresa que comercializa el producto*". Como medio rural se asume que es un sistema organizado complejamente que incluye tres subsistemas el medio natural, el antropotecnógeno constituido por actividades productivas (agrícolas, pecuarias) y de recreo ocio; y el psicosocial, caracterizado por la organización social del territorio (campesinos, individuales, colectividades).

Para Cabrini, (2002), el término turismo rural se utiliza cuando uno de los componentes claros del producto ofertado es la cultura rural. Como rasgo característico de los productos de turismo rural es *"el deseo de ofrecer a los visitantes un contacto personalizado, de brindarles la oportunidad de disfrutar del entorno físico y humano de las zonas rurales y, en la medida de lo posible, de participar en las actividades, tradiciones y estilos de vida de la población local"*. Como actividades partes del turismo rural se tienen: el montañismo, la equitación, el turismo de aventura, los viajes educativos, el turismo orientado al deporte y la salud y el turismo cultural.

Para Chanchani (2006), los parámetros claves que definen el turismo rural son: la localización en áreas rurales, la funcionalidad rural<sup>82</sup>, las actividades que se basan en la pequeña escala y tradicional de las empresas rurales, en las cualidades tradicionales del campo y se desarrolla lentamente bajo el control de la población local y no es uniforme (lo que refleja la complejidad del medio rural).

Para el Ministerio de Turismo de Brasil, no todas las actividades turísticas realizadas en medios rurales son turismo rural, pero éste, si está inserto dentro de las actividades que pueden realizarse en Espacio Rural. En este sentido, el turismo rural es definido como *"un conjunto de actividades turísticas desarrolladas en el medio rural, comprometido con una producción agropecuaria, agregando valor a productos y servicios, rescatando y promoviendo el patrimonio cultural y natural de las comunidades"*<sup>83</sup> (Ministério do Turismo. Brasil, 2004).

---

<sup>82</sup> La funcionalidad rural, aquí es interpretada como la función de las áreas rural en la producción agraria.

<sup>83</sup> Traducción de Diretrizes Para O Desenvolvimento Do Turismo Rural No Brasil, 2004.

Bajo la anterior definición, un aspecto importante que no debería dejarse de lado, es la situación en cuanto a las empresas turísticas establecidas en las zonas rurales que no muestran la identidad con el medio rural y por lo tanto no cumple con la definición de Turismo Rural propuesta por el Ministerio; sin embargo, este reconoce que éstos emprendimientos son capaces de generar nuevos puestos de trabajo y muchos otros beneficios y en general, puede contribuir al desarrollo de otras actividades económicas en la región, incluido el verdadero turismo rural (Ministério do Turismo. Brasil, 2004).

En el año 2006, Barrera, definió al Turismo Rural como *“aquella actividad turística realizada en el espacio rural, compuesto por una oferta integrada de ocio dirigida a una demanda cuya motivación incluye el contacto respetuoso con el entorno natural y una interrelación con la población local. Con el objetivo de mejorar la calidad de vida de la población local, proveer una experiencia de alta calidad a los visitantes y mantener la calidad del ambiente de la que ambos dependen: locales y visitantes,... este tipo de turismo se caracteriza por la AUTENTICIDAD, en la medida que si se pierde la misma el producto tiende a desvalorizarse. Naturalmente la autenticidad está reñida en este caso con la MASIVIDAD. Es un turismo: de iniciativa local, de gestión local, y con efectos locales”*. El turismo rural permite ahora la valorización del trabajo de los pequeños agricultores, ya que éstos no sólo han mantenido el paisaje sino también la cultura.

Una de las definiciones más populares sobre lo que es el turismo rural es la brindada por Lane (2004 citado por Tchetchik, 2006), para quien el turismo rural es *“el turismo localizado en zonas rurales, a escala rural, en carácter y función, lo que refleja los patrones únicos del medio rural, economía, historia y ubicación”*, para este autor, cualquier actividad que no es una parte integral del tejido rural y no emplea los recursos locales no se puede considerar como turismo rural.

Para el SENA<sup>84</sup> (2005) al generalizar el turismo rural, *“es una actividad turística que se desarrolla en el medio rural y cuya motivación principal es la búsqueda de atractivos asociados al descanso, paisaje, cultura tradicional y huida de la masificación y que se*

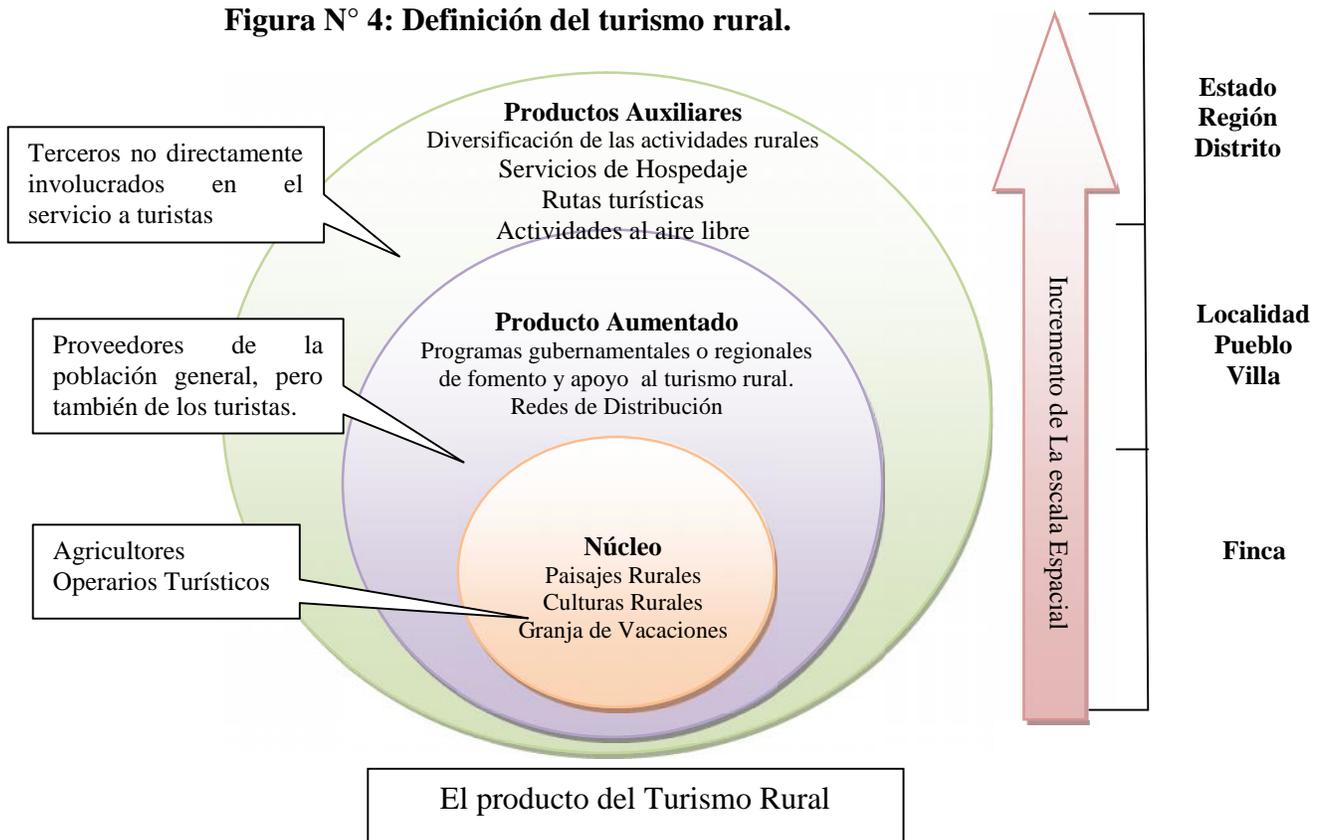
---

<sup>84</sup> Servicio Nacional del Aprendizaje de Colombia (2013). <http://www.sena.edu.co/Paginas/Inicio.aspx>

*concibe como un factor y componente básico del desarrollo local, a partir del respeto por el patrimonio cultural y natural, y por la participación directa de la población rural”.*

Una definición que resulta interesante por su análisis desde la óptica del mercado, es la propuesta por Knowd (2001), la cual involucra la función de cada uno de los stakeholders (ver Figura N° 4).

**Figura N° 4: Definición del turismo rural.**



Fuente: Elaboración propia. Adaptado Knowd 2001.

En la Figura N° 4, el núcleo o centro de la actividad describe aquellas definiciones que involucran el turismo que tiene como base el Agroturismo y que define al turismo rural como actividades realizadas en paisajes agrícolas y se caracteriza por el disfrute de la naturaleza domesticada o de paisajes altamente modificados que coloca la agricultura y las

granjas como la base sobre la que la atracción se construye (Knowd, 2001), y donde el turismo es un complemento de la explotación para la diversificación de los ingresos rurales.

En un segundo nivel se encuentran agrupados los servicios auxiliares, conformado por los interesados directos e indirectos del turismo quienes están involucrados con lo local, más que con las explotaciones agrícolas, regionales, estatales ó nacionales. En un tercer nivel se encuentra el producto aumentado, sobre el cual tienen dominio los gobiernos o las redes regionales que tienen influencia sobre la experiencia del turismo rural, pero no directamente de los servicios brindados a los turistas y se interesan por su promoción y gestión (Knowd, 2001).

Una aclaración realizada por el autor es que el turismo rural es el agroturismo y el turismo no agrícola en las zonas rurales y las comunidades, pero no incluye las actividades en áreas de recreación al aire libre tales como parques nacionales, bosques o áreas silvestres (Knowd, 2001 citado en Oppermann, 1996).

La definición clara de los límites del turismo rural son dados por la motivación de viaje del turista, ya que si bien este se realiza en el campo no todo lo que se puede realizar allí puede ser catalogado como turismo rural, aunque las diversas actividades si pueden estar contenidas como complementos de la experiencia, pero si la motivación del viaje no son las experiencias basadas en la agricultura no es TR<sup>85</sup>, estas experiencias no solo se basan en el turismo agrícola o de finca, sino que también está compuesto por el paisaje y la cultura creada por la agricultura (Knowd, 2001).

Dentro de las tipologías de TR definidas por el autor, la turiagricultura, es decir aquel turismo que se realiza en centros temáticos con alusión a lo agrícola, se encuentra en un borde difuso que desde la interpretación de la investigación no es un verdadero TR, debido a la masificación a la que se ve expuesto, a la dependencia total que hay del turismo y al uso de léxico rural o de la cultura rural de forma utópica que le quitan realismo a la experiencia del turista. Es una puesta en escena de lo rural entorno al turista que no recoge

---

<sup>85</sup> De ahora en adelante el Turismo Rural estará abreviado como "TR".

la complejidad de lo rural y que además es peligrosa en cuanto le quita plurifuncionalidad a los territorios.

En la Tabla N° 3 se pueden observar algunos elementos que ayudan a definir el turismo rural, y que están vinculados a las definiciones vistas:

<b>TABLA N° 3: Elementos que ayudan a definir el turismo rural.</b>						
<b>AUTOR</b>	<b>ASPECTOS</b>					
	Espacio rural	Vinculación agropecuaria	Vinculación población local	Disfrute de la naturaleza	Disfrute de la cultura	Aporte al desarrollo local
<b>García (1996)</b>	X					
<b>Montiel et al. (2000)</b>	X			X		X
<b>Martínez (2000)</b>	X		X	X		
<b>Antoni (2000)</b>	X			X		
<b>Knowd (2001)</b>	X	X		X		X
<b>Cabrini (2002)</b>	X		X	X	X	
<b>Chanchani (2002)</b>	X		X			
<b>Ministerio de turismo de Brasil (2004)</b>	X	X		X	X	X
<b>Lane (2004)</b>	X		X	X	X	
<b>SENA (2005)</b>	X		X	X	X	X
<b>Barrera (2006)</b>	X		X	X	X	X

Fuente: Elaboración propia. Adaptado de investigación: "El Turismo Rural como estrategia de desarrollo sostenible: caso municipio de La Mesa", Bogotá, 2012.

De las anteriores propuestas puede encontrarse que todas vinculan el TR con un espacio geográfico definido, y la mayoría indican en sus definiciones que el contacto con la naturaleza, la cultura propia del sitio y la vinculación de la población local a la experiencia del turista tienen importancia, logrando que la experiencia del turista sobre lo rural se expanda más allá de lo meramente geográfico.

Antes de definir el TR, se recuerda que lo rural está dado por una serie de atributos ligados a la dependencia de un territorio por su base de recursos naturales y a las actividades agrícolas, pecuarias, silvícolas y pesqueras que hacen uso de éstos, por tanto, si bien todas las definiciones estudiadas no hacen explícita la vinculación de éstas actividades al producto turístico rural, no hay que perder de vista que estas hacen parte del atractivo y la funcionalidad de éstos territorios.

Se propone el TR como un tipo de turismo que tiene como propósito el mejoramiento del estado de desarrollo de una población rural; a través del uso de la cultura rural local, los paisajes propios del medio y las actividades cotidianas; para la consolidación de productos turísticos que satisfagan los deseos y necesidades de la demanda turística de conocer y vivir la experiencia rural; en periodos de ocio y descanso de menos de un año, en lugares diferentes a los sitios habituales de residencia.

Dado lo anterior el turismo rural debe cumplir una serie de requisitos o condiciones que le permita ser una actividad sostenible en el tiempo y el espacio, éstas son descritas en la Tabla N° 4 y serán ampliadas en el capítulo de resultados de la investigación:

<b>TABLA N° 4: Condiciones para el desarrollo de un verdadero turismo rural.</b>	
<b>CONDICIONES</b>	
<b>Se desarrolla en el ámbito rural.</b>	Su función debe ser el de mejorar la calidad de vida de la población local.
<b>Respeto y preservación del patrimonio natural, histórico, cultural y social propios del medio rural.</b>	Contacto e interrelación con la cultura local.
<b>Debe ser un turismo difuso en el espacio y en el tiempo (contrario al turismo de masas).</b>	Debe proveer una experiencia de alta calidad a los turistas y excursionistas.
<b>Las realizaciones y productos del turismo rural deben estar enmarcados dentro de un proyecto de territorio con propósito compartido por todos los actores que la integran.</b>	Evitar los conflictos que el turismo puede ocasionar en una comunidad.
<b>El turismo rural no puede ser un turismo de colonización sino, por lo contrario, un turismo de comunicación.</b>	Debe tratarse como alternativa productiva del territorio, no como única opción de desarrollo.
Fuente: Elaboración propia. Adaptado de Ernesto Barrera, 2009; Fourneau, 1998.	

### 3.1.1.1.2- Turismo Ciudad:

El Turismo Urbano (o Ciudad), implica diversos tipos de actividades turísticas según los intereses y motivaciones de los visitantes. Según la Organización Mundial de Turismo<sup>86</sup> consiste en “*visitas realizadas a centros urbanos de distintas dimensiones, vale decir, desde grandes a pequeñas ciudades, con el fin de conocer o visitar lugares de interés, entre ellos se consideran los parques, museos, edificios históricos o comercios*”.

Al interior del turismo urbano, destacan:

- 1) Las visitas a museos, monumentos y exposiciones de arte con el propósito de enriquecimiento cultural;
- 2) Las actividades con motivos profesionales, donde encontramos la visita a ferias, congresos o simposios; y
- 3) Las visitas con propósitos recreativos, como la asistencia a parques temáticos, conciertos, obra de teatro, entre otros.

### 3.1.1.1.3- Turismo Patrimonial

Corresponde al desplazamiento de personas motivadas por el interés especial que presentan los recursos patrimoniales de un lugar o zona específica.

Por lo general, se tiende a confundir el turismo patrimonial y el turismo cultural. Es cierto, su relación es muy estrecha; sin embargo, el turismo cultural representa un concepto más amplio que el turismo patrimonial (Ashworth, G. J. 2005)<sup>87</sup>. El turismo patrimonial se centra principalmente en los bienes y expresiones patrimoniales como motivación turística.

De acuerdo a la UNESCO<sup>88</sup> “*el patrimonio cultural es el legado que recibimos del pasado, lo que vivimos en el presente y lo que transmitimos a futuras generaciones*”. Este

<sup>86</sup> SERNATUR- Departamento de Planificación (2008) Glosario de Términos Técnicos relacionados con la actividad turística habitualmente empleados en Chile. Boletín Turístico N°1/2008. Publicaciones Gobierno de Chile: Santiago.

<sup>87</sup> Citado en CNCA (2008) Estudio de identificación y caracterización de recursos institucionales, normativos y financieros disponibles para el desarrollo del turismo cultural en Chile. Corporación Chile Ambiente: Santiago de Chile.

<sup>88</sup> UNESCO (1982) Conferencia Mundial sobre Patrimonio Cultural. México.

legado puede ser de carácter material e inmaterial, manifestándose en monumentos, edificios, festividades, ritos, costumbres, valores, tradiciones, lenguajes, artesanías, sitios de valor históricos, estético, científico, arqueológicos, etnológico, antropológicos, etc.

El turismo patrimonial aporta beneficios a la comunidad anfitriona y motiva el cuidado de sus bienes culturales y las tradiciones vivas mediante un compromiso entre la ciudadanía, los empresarios turísticos y las entidades públicas relacionadas, en post de gestionar los sitios patrimoniales para un uso turístico sustentable, aumentando su protección en beneficio de las generaciones futuras.

#### **3.1.1.1.4- Turismo Ecológico o Ecoturismo**

Se distingue por su énfasis en la conservación de la naturaleza, la educación, la responsabilidad del viajero y la participación activa de la comunidad.

La Sociedad Internacional de Ecoturismo (2007) define ecoturismo “*un viaje responsable a áreas naturales que conservan el ambiente y mejoran el bienestar de la población local*”.<sup>89</sup>

Se caracteriza principalmente por la presencia de turistas con una alta conciencia ambiental, dispuestos a aprender y promover actividades relacionadas con la naturaleza, centrado principalmente en actividades de pequeña escala como excursiones, caminatas, cabalgatas, etc. que reduzcan en los posible su impacto sobre el medio ambiente. También presenta un componente educativo y científico, radicado en la visita a áreas naturales con la finalidad de observar, estudiar, tomar muestras de la flora, fauna o algún otro elemento biológico.

---

<sup>89</sup> The International Ecotourism Society. Disponible en: [http://www.ecotourism.org/site/c.orLQKXPCLmF/b.4835251/k.A114/Our\\_Mission.htm](http://www.ecotourism.org/site/c.orLQKXPCLmF/b.4835251/k.A114/Our_Mission.htm)

### 3.1.1.1.5- Agroturismo

Es un derivado del turismo rural, al centrar su oferta también en el paisaje y tradiciones rurales; pero se caracteriza o diferencia por acercar al visitante de las actividades propias del mundo agrario y sus procesos productivos, mostrándole los sistemas de cultivo de la tierra, cosechas o formas de riego; y dándoles la posibilidad que participen de algunas tareas y se familiaricen con la vida rural. Como parte de este tipo de turismo, se ofrece alojamiento y alimentación a los visitantes.

La Fundación para Innovación Agraria del Ministerio de Agricultura (FIA, 1999) define el agroturismo *“como el conjunto de actividades organizadas por agricultores como complemento de su actividad principal, a las cuales se invita a participar a los turistas y que constituyen servicios por los cuales se cobra; además es considerado como un turismo diferente, generalmente opuesto a la masificación de flujos”*<sup>90</sup>

### 3.1.1.1.6- Turismo Religioso

Este tipo de turismo está relacionado con los flujos de personas que se desplazan por motivaciones de carácter religioso, destacando las romerías o peregrinaciones que los fieles realizan a lugares considerados santos o con alto valor espiritual. Algunas de las actividades del Turismo religioso corresponden a<sup>91</sup>:

1) Recorridos a los Santuarios: Los santuarios que se encuentran inmersos en poblaciones urbanas, muchas veces se suman a la vida cotidiana de la población local como un recito religioso más o inclusive monumento.

2) Recorridos por Templos con Valor Histórico: Existe una diversidad de construcciones de carácter religioso con un alto valor cultural, que considera temas de historia del arte y temas religiosos.

<sup>90</sup> CNCA (2010) Fundamentos Teóricos y Políticos para la Elaboración del Plan Nacional de Turismo Sustentable para Chile. Consultoría desarrollada por DUOC UC. Valparaíso

<sup>91</sup> SERNATUR- Departamento de Planificación (2008) Glosario de Términos Técnicos relacionados con la actividad turística habitualmente empleados en Chile. Boletín Turístico N°1/2008. Publicaciones Gobierno de Chile: Santiago de Chile.

3) Recorridos por Fiestas Populares: En diversos lugares, la tradición y la religiosidad popular se encuentran tan arraigadas, que han creado un sin número de expresiones de fervor y arte popular únicos.

#### **3.1.1.1.7- Turismo de Intereses Especiales (TIE)**

Se refiere a tipos de viajes basados en motivaciones específicas más allá de los objetivos habituales de los viajes turísticos o vacaciones. En este sentido, se caracteriza por presentar un valor agregado centrado en la autenticidad de la oferta, no ser masivo y mantener un fuerte componente de sustentabilidad ambiental, cultural y social. Se reconocen 3 componentes básicos en este tipo de turismo:

- 1) La motivación del turista para visitar el lugar.
- 2) Zona específica donde pretende desarrollar esta actividad (zonas naturales, rurales, indígenas, urbanas, culturales, etc.)
- 3) Responsabilidad y cuidado con los recursos culturales y naturales que intervienen en su visita turística.

El TIE está orientado fuertemente a turistas que buscan conocer rasgos específicos de la zona visitada, además de demandar servicios acordes con dicha especialidad<sup>92</sup>, dando cuenta de un mercado con elevada segmentación y flexibilidad de la demanda. Algunos de estos tipos de turismo corresponden a: Ecoturismo, Turismo Aventura, Turismo Cultural, Turismo Indígena, Turismo Científico, entre otros.

### **4.- Características, tipos, clasificación.**

#### **4.1- Características del Turismo Sustentable.**

Las directrices para el Desarrollo Sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible deben aplicarse a todas las formas de éste y a todos tipos de destinos. Es fundamental garantizar la sostenibilidad económica, social y medioambiental del turismo,

<sup>92</sup> SERNATUR- Departamento de Planificación (2008) Glosario de Términos Técnicos relacionados con la actividad turística habitualmente empleados en Chile. Boletín Turístico N°1/2008. Publicaciones Gobierno de Chile: Santiago de Chile.

tanto para contribuir a dicho desarrollo, como para la viabilidad y competitividad de este sector. Los retos que afronta el Turismo Sostenible deben estar relacionados con:

- a. Modelos de consumo, atendiendo especialmente a la estacionalidad y al tipo de turismo.
- b. Modelos productivos, teniendo en cuenta la oferta y los destinos turísticos.

Compatibilizar la industria turística y la protección del medio ambiente ha de ser el principal objetivo del Turismo Sostenible.

La OMT plantea el concepto de Desarrollo Sostenible del turismo, en base a los siguientes puntos:

- a. Dar un uso óptimo a los recursos ambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- b. Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales vivos y sus valores tradicionales, así como contribuir al entendimiento y a la tolerancia intercultural.
- c. Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos suficientes bien distribuidos.

El Desarrollo Sostenible del turismo exige la participación de todos los agentes relacionados con el sector.

*“Además, este modelo de turismo debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas acordes con ese principio”.* OMT (Organización Mundial del Turismo).

#### 4.2- Beneficios del Turismo Sustentable<sup>93</sup>

El Turismo Sostenible incorpora una nueva ética del turismo y del turista, la sensibilidad hacia la naturaleza, la cultura y las formas de vida de las poblaciones receptoras. A la vez que conlleva numerosos beneficios para todos los agentes relacionados con el sector.

El Turismo Sustentable:

- ❖ Facilita la comprensión de los impactos que genera el turismo en el medio natural, cultural y humano.
- ❖ Asegura un adecuado equilibrio entre beneficios y costos.
- ❖ Genera empleo local de manera directa en el sector servicios.
- ❖ Estimula la rentabilidad de las industrias domésticas locales.
- ❖ Genera entrada de divisas en el país e inversiones en la economía local.
- ❖ Diversifica la economía local, particularmente en áreas rurales donde el empleo agrario puede ser esporádico e insuficiente.
- ❖ Procura el entendimiento y la toma de decisiones entre todos los colectivos sociales para su coexistencia con otros recursos.
- ❖ Incorpora una planificación que asegura un desarrollo turístico adecuado a la capacidad de carga del ecosistema.
- ❖ Estimula la mejora de los transportes locales, las comunicaciones y las infraestructuras básicas.
- ❖ Oferta actividades que pueden ser disfrutadas tanto por la comunidad local como por los turistas. Ayuda a la preservación del patrimonio histórico y cultural.
- ❖ Anima, por una parte, a la recuperación de usos agrarios en tierras marginales y, por otra, favorece el mantenimiento de la vegetación natural en grandes áreas.
- ❖ Mejora la autoestima de la población local y la revalorización de su entorno y sus características culturales. Ofrece oportunidad para una mayor comunicación y entendimiento entre personas de distintas procedencias.

---

<sup>93</sup> Sustainable Tourism Development: Guide for local planners. World Tourism Organization. 1993.

- ❖ Demuestra la importancia de los recursos naturales y culturales para el bienestar económico y social de la comunidad local, y cómo ésta puede ayudar a preservarlos.
- ❖ Controla y valora los impactos provocados por el turismo, desarrolla métodos fiables de responsabilidad ambiental y contrarresta los efectos negativos.

## **5.- Políticas de Turismo Sustentable<sup>94</sup>**

### **5.1- Declaraciones internacionales sobre turismo sustentable**

A medida que se ha desarrollado el debate alrededor del concepto de turismo sustentable, se ha extendido mas allá de un análisis de los impactos causados por el turismo y una discusión sobre la definición más apropiada para proponer la puesta en práctica de medidas concretas. Desde diversos foros se han discutido los compromisos respecto al desarrollo sustentable del turismo, y son muchas las declaraciones y documentos promovidos por diferentes organismos internacionales de representantes de gobiernos, industria turística y ONG. Con el tiempo la incipiente consideración de los aspectos medioambientales de la actividad turística se ha extendido también a cuestiones culturales, sociales y económicas. En la Tabla N°5, se enumeran algunas de las iniciativas internacionales más importantes, y a continuación se describen brevemente las principales.

La WTO, el único organismo intergubernamental en el campo de los viajes y del turismo que representa los intereses del sector público y privado de 139 países y territorios del mundo, ha promovido políticas turísticas ambiental y culturalmente respetuosas desde los años 80. En abril de 1995 auspicio, junto a otras organizaciones internacionales (UNEP, UNESCO, UE), la primera conferencia mundial de Turismo sustentable en la isla de Lanzarote. Esta conferencia abordó de manera específica la sustentabilidad del turismo, inspirándose claramente en la conferencia de Rio 92. Uno de los principales logros fue la promulgación de la “carta del Turismo Sustentable”, compuesta por 18 principios, donde se apuesta por la sostenibilidad a nivel local. La carta elaborada considera el desarrollo sustentable como “un proceso orientado que contempla una gestión global de los recursos con el fin de asegurar su durabilidad, permitiendo conservar el capital natural y cultural”.

---

<sup>94</sup> Ayuso, S. Gestión Sostenible en la Industria Turísticas (2003)

La carta insiste en la necesidad de preservar el entorno y prever una evolución aceptable respecto a la incidencia del turismo sobre los recursos naturales, la biodiversidad y la capacidad de asimilación de los impactos y residuos producidos.

**TABLA N° 5: Declaraciones internacionales sobre Turismo Sustentable.**

Año	Declaración
1980	Declaración de Manila sobre Turismo Mundial (WTO)
1982	Documentos de Acapulco sobre los Derechos de las Vacaciones (WTO)
1985	Declaración de Derechos del Turismo y Código del Turista de Sofía (WTO)
1989	Declaración de La Haya sobre turismo (WTO)
1995	Carta del Turismo Sustentable de Lanzarote de la conferencia Mundial de Turismo Sustentable ( WTO, UNEP, UNESCO, UE )
	Guías para un Turismo Ambientalmente Responsable ( UNEP)
	Declaración de Calviá de la conferencia internacional sobre Turismo y Desarrollo Sostenible en el Mediterraneo.
1996	Agenda 21 para la industria de viajes y Turismo ( WTO, WTTC, EC)
1997	Declaración de Berlín sobre Diversidad Biológica y Turismo Sustentable (convenio sobre la diversidad Biológica)
	Declaración de Manila sobre el impacto Social del Turismo (WTO)
	Declaración de Calviá de la conferencia Internacional sobre Turismo y Desarrollo sustentable en el Mediterráneo.
1998	Declaración de las ONG del Mediterráneo sobre Turismo Sustentable y participación de la Sociedad Civil (Med Forum)
1999	Decisión de la comisión de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sustentable “Turismo y Desarrollo Sustentable” (UN)
	Código Ético Mundial para el Turismo (WTO)
2000	Principios para la Implantación del Turismo Sustentable (UNEP)
2001	Carta de Rimini de la conferencia Internacional sobre Turismo Sustentable
	Directrices internacionales sobre Turismo Sustentable ( Convenio sobre la Diversidad Biológica)
2002	Declaración de Quebec sobre el Ecoturismo (WTO, UNEP)
	Plan de Aplicación de Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sustentable ( UN)
2003	Declaración de Djerba sobre Turismo y cambio Climático ( WTO)

Fuente: Elaboración propia. Adaptado de “Gestión Sostenible en la Industria Turística”, Setiembre 2003.

### 5.1.1- Política de turismo sustentable en la Unión Europea

Las competencias de la UE en turismo son relativamente limitadas. Aunque el Tratado de Maastrichy no ofrece amparo para establecer una política comunitaria de turismo (UE 2003). Sin embargo, la Comisión Europea puede proponer actuaciones comunitarias sobre turismo, siempre y cuando sirvan para alcanzar los objetivos generales de la Comunidad

Europea, como el fomento del crecimiento, la prosperidad y el empleo. En este sentido, las medidas tomadas pueden dividirse en dos tipos: iniciativas directas promovidas por la Unidad de Turismo de la Dirección General de Empresa y el Comité Consultivo de Turismo para mejorar la calidad y competitividad del turismo europeo, y acciones indirectas en las cuales los intereses del turismo se subordinan a otras políticas y programas como el desarrollo regional o la cohesión social (por ejemplo, los Fondos Estructurales y los Fondos de Cohesión).

Pero las actuaciones para promover el turismo europeo no siempre han tenido en cuenta la sustentabilidad (Pridham 1999). La relación del turismo con el desarrollo sustentable se hace patente a partir del Quinto Programa de Acción Comunitaria en Materia de Medio Ambiente de la UE y de la publicación del libro Verde sobre el papel de la Unión en el campo del turismo.

El Quinto Programa de Acción, “Hacia un desarrollo sustentable” (1993- 2000), presenta la estrategia comunitaria en materia de medio ambiente y de las acciones para lograr un desarrollo sustentable a largo plazo (CCE 1992). El Programa pretende la integración de consideraciones medioambientales en todas las políticas sectoriales y selecciona el turismo como uno de cinco sectores prioritarios, para el cual desarrolla una estrategia e identifica los instrumentos, los plazos, los agentes y las metas necesarias para implementar las acciones (ver Tabla N° 6).

**TABLA N° 6: Elementos clave de la estrategia de la CCE para gestionar los impactos del turismo sobre el medio ambiente (CCE 1992).**

Objetivos	Medidas hasta el año 2000	Instrumentos	Calendario	Agentes
<b>Tipos de Turismo</b>	Mejor gestión del turismo de masas	Control más eficaz de los usos del suelo.	A partir de 1993.	AL
		Normas estrictas para las construcciones nuevas.	A partir de 1993.	AL
	Planes nacionales y regionales de gestión integrada para zonas costeras y de montaña.	Gestión de los flujos de tráfico en dirección a zonas turísticas y procedentes de ellas.	A partir de 1993.	EM + AL
		“Gestión de visitantes”; intercambio de conocimientos técnicos.	1992 – 1993.	EM + AL
		Modelos piloto de turismo sustentable.	1992 – 1993.	EM + AL
		Aplicación y vigilancia estrictas de las normas ambientales sobre ruido, agua potable, aguas de baño, tratamiento de aguas residuales y emisiones a la atmósfera.	En curso.	EM + AL + CE
Creación de zonas tampón en torno a las zonas sensibles.	A partir de 1993.	EM + AL		
<b>Comportamiento de los turistas.</b>	Sensibilización a favor del medio ambiente.	Desarrollo y promoción de un código de conducta.	1993 – 1995.	EM + AL + IT + CE

Fuente: Elaboración propia. Adaptado de “Gestión Sostenible en la Industris Turística”, Setiembre 2003.

**TABLA N° 6: Elementos clave de la estrategia de la CCE para gestionar los impactos del turismo sobre el medio ambiente (CCE 1992) (cont.)**

Objetivos	Medidas hasta el año 2000	Instrumentos	Calendario	Agentes
		Campañas en los medios de comunicación y conferencias.	1993 – 1995.	EM + AL + IT + CE
	Liberalización del transporte aéreo y por carretera – Red de TAV.	Política comunitaria de transportes y políticas nacionales de transporte.	A partir de 1993.	CE + EM
	Aumento de los costos marginales que implica el uso de vehículos privados y promoción de medios alternativos de transporte	Incentivos económicos tales como el impuesto CO <sub>2</sub> /energía y el peaje urbano y promoción del uso de los transportes públicos.	1993. A partir de 1993.	CE + EM EM + CE
	Escaloneamiento más adecuado de las vacaciones.	Cooperación e intercambio de información.	Antes de 1998.	EM + CE + IT
	Diversificación del turismo (incluidos el turismo cultural y el turismo rural)	Planes nacionales y regionales.	Antes de 1995.	AL + EM + CE
		Fondo de Desarrollo Regional de la CE	Antes de 1995.	AL + EM + CE
		Plan comunitario para el turismo.	Antes de 1995.	AL + EM + CE
		Comité Consultivo de Turismo de la CE	Antes de 1995.	AL + EM + CE
<b>Calidad de los servicios turísticos</b>	Promoción de nuevas formas de turismo respetuosas del medio ambiente.	Folletos	A partir de 1993.	IT + AL
		Formación de profesionales	A partir de 1993.	IT + AL
		Proyectos piloto	A partir de 1993.	IT + AL
	Selección cuidadosa del alojamiento.	Formación y educación de profesionales e intercambio de las prácticas más correctas.	A partir de 1993.	EM + AL + CE + IT
	Sensibilización a favor del medio ambiente de los gestores de zonas turísticas.			
Sensibilización a favor del medio ambiente de los habitantes y de los prestadores de servicios en las zonas turísticas.				

Fuente: Elaboración propia. Adaptado de “Gestión Sostenible en la Industria Turística”, Setiembre 2003.

Donde: CE: Comunidad Europea; EM: Estado miembro; AL: Administraciones locales; IT: Industria turística.

Sin embargo, la evaluación de la puesta en práctica del Quinto Programa de Acción pone de manifiesto la falta de integración de las exigencias ambientales en el sector del turismo (CCE 1999). La integración de la dimensión ambiental en las demás políticas es uno de los enfoques estratégicos del Sexto Programa de Acción Comunitaria en Materia del Medio Ambiente de la UE. El Sexto Programa, “Medio Ambiente 2010: el futuro está en nuestras manos”, describe la orientación estratégica de la política ambiental para la década actual y establece los objetivos y prioridades ambientales que van a formar parte de la estrategia del desarrollo sustentable de la Comunidad Europea (CCE 2001b). En comparación con el Programa anterior, abandona la determinación de sectores prioritarios y se centra en objetivos más estratégicos para fomentar la participación activa de todos los sectores de la sociedad en la búsqueda de soluciones más sostenibles a los problemas medioambientales (cambio climático, la naturaleza y la biodiversidad, el medio ambiente y la salud, y la gestión de los recursos naturales y de los residuos). Un aspecto innovador que merece destacarse es la Política Integrada de Productos, cuyo objetivo es desarrollar un mercado más ecológico a través de la reducción del impacto ambiental de los productos a lo largo de su ciclo de vida (CCE 2001c). El proceso de integración del medio ambiente en la definición e implantación de políticas, legislación y subvenciones ha llevado a la Comisión Europea a diseñar una estrategia de desarrollo sustentable (CCE 2001). La propuesta adoptada por la Comisión en Mayo 2001 señala cómo la UE puede mejorar su política a largo plazo, y se centra en el cambio climático, los transportes, la salud y los recursos naturales.

Con respecto al turismo, se crea un grupo de trabajo dedicado a la promoción de la protección ambiental y el desarrollo sustentable en turismo, durante los trabajos de la Comisión Europea en su estrategia de actuación bajo el lema de “Turismo y Empleo” entre los años 1997 y 2001 (UE 2003). La principal recomendación de este grupo de trabajo consiste en diseñar una Agenda 21 europea para el turismo. Paralelamente a la Agenda 21 de Río, la propuesta para la Agenda 21 europea para el turismo establece principios generales, objetivos estratégicos y recomendaciones para llevar a la práctica los objetivos (ver Tabla N° 7). En un intento de conseguir el compromiso y la participación activa de todos los actores turísticos en sus respectivas áreas de competencia, cada recomendación se

ilustra con actuaciones a tomar a nivel comunitario, nacional, regional y local (Groupe de travail D 2001).

**TABLA N° 7: Objetivos estratégicos y recomendaciones de la Agenda 21 europea para el turismo (Groupe de travail D 2001)**

Objetivos estratégicos	Recomendaciones
<b>Prevenir y reducir los impactos territoriales y ambientales del turismo en los destinos</b>	Reforzar las gestiones estratégicas de planificación del desarrollo turístico en el plano regional.
	Dar preferencia a la rehabilitación de las instalaciones y equipamientos turísticos existentes y asegurar la durabilidad de urbanizaciones turísticas nuevas.
	Proteger, administrar y valorizar el patrimonio natural y cultural.
	Reducir el consumo de los recursos renovables y la polución inducida por los alojamientos y equipamientos turísticos.
	Anticipar y gestionar la evolución de las prácticas turísticas y el ocio de naturaleza.
	Aumentar la contribución de las actividades turísticas en la financiación de la reservación del medio ambiente en los destinos.

Fuente: Elaboración propia. Adaptado de “Groupe de travail D”, 2001.

**TABLA N° 7: Objetivos estratégicos y recomendaciones de la Agenda 21 europea para el turismo (Groupe de travail D 2001) (cont.)**

Objetivos estratégicos	Recomendaciones
<b>Controlar el crecimiento del transporte ligado al turismo y sus efectos negativos sobre el medio ambiente.</b>	Investigar las estrategias de gestión del volumen de desplazamientos turísticos.
	Limitar los impactos ambientales de los transportes y de las infraestructuras.
	Incitar al uso de los transportes colectivos en las conexiones turísticas infraeuropeas.
	Desarrollar una oferta de transporte alternativa en los destinos.
<b>Fomentar un turismo favorable al desarrollo local sustentable gestionado por los actores del sector.</b>	Basar las estrategias de turismo sustentable en gestiones participativas y en la transparencia de las decisiones.
	Reforzarla oferta de territorios en materia del turismo sustentable.
	Sostener la competitividad de las pequeñas y medianas empresas del sector turismo como creación de empleo.
	Favorecer la cooperación entre los profesionales y agentes del turismo para la organización de grupos y el intercambio de experiencias.
	Promover el turismo sustentable como factor de atractivo de Europa.
<b>Promover un turismo responsable como factor del desarrollo social y cultural.</b>	Desarrollar programas de sensibilización y educación del público en favor de un turismo sustentable, más respetuoso con el medio ambiente y los hombres.
	Favorecer el turismo para todos.
	Mejorar la formación y las condiciones socioeconómicas del personal del sector turismo.
	Convertir a las poblaciones anfitriones en actores y beneficiarios del turismo sustentable.
	Comprometer a los países candidatos a la adhesión a la Unión a preservar y valorizar sus atractivos turísticos sobre las bases de la sustentabilidad.
	Reforzar el apoyo de la Unión a favor de los países que ayudan al compromiso de iniciativas de turismo sustentable fuera de Europa, en particular en los países mediterráneos.

Fuente: Elaboración propia. Adaptado de "Groupe de travail D", 2001.

**CAPÍTULO IV**  
**INVESTIGACIÓN EMPÍRICA**

## **1- Objetivo de la Investigación.**

A través del estudio empírico se pretende obtener resultados que aporten a la investigación realizada, por lo cual se establecieron los siguientes objetivos generales y específicos.

### **1.1- Objetivo General.**

Esta investigación tiene por objetivo conocer y analizar las buenas prácticas empresariales en la industria turística chilena, con orientación de la investigación hacia la creación de valor y a los esfuerzos que se han desarrollado para diseñar un sistema para distinguir destinos turísticos sustentables en el sector de servicio de alojamiento turístico de la ciudad de Concepción y Talcahuano.

Aplicando estos conceptos al estudio de las variables y evaluar el rango de sustentabilidad en el sector hotelero de la ciudad de Concepción y Talcahuano.

### **1.2- Objetivos Específicos.**

1. Conocer y analizar los conceptos de turismo sustentable y RSE.
2. Dar a conocer la relación existente entre turismo sustentable y RSE.
3. Desarrollar y evaluar criterios relacionados al turismo sustentable y verificar cómo se relacionan éstos con el sector hotelero en la ciudad de Concepción y Talcahuano.
4. Reconocer e identificar el rango de sustentabilidad en el sector de servicio de alojamiento turístico de la ciudad de Concepción y Talcahuano.
5. Analizar el efecto y/o beneficio que se obtiene a partir del estudio del turismo sustentable en nuestro caso de estudio.

## **2- Materiales y Métodos.**

### **2.1- Variables a estudiar.**

#### **2.1.1- Sustentabilidad.**

Se entiende por sustentabilidad al estado de condición (vinculado al uso y estilo) del sistema ambiental en el momento de producción, renovación y movilización de sustancias o elementos de la naturaleza, minimizando la generación de procesos de degradación del sistema (presentes o futuros).

En 1987, se realizó el Informe Brundtland, dentro de la acción de Naciones Unidas, y que la definió como” la capacidad de satisfacer necesidades de la generación humana actual sin que esto suponga la anulación de que las generaciones futuras también puedan satisfacer las necesidades propias.”

La sustentabilidad como un modelo integral para el futuro exige la integración de tres aspectos principales: sustentabilidad económica, ambiental y social.

- La dimensión Medio Ambiental o ecológica: considera aquellos aspectos que tienen que ver con preservar y potenciar la diversidad y complejidad de los ecosistemas, su productividad, los ciclos naturales y la biodiversidad.

- La dimensión social: considera el acceso equitativo a los bienes de la naturaleza, tanto en términos intergeneracionales como intrageneracionales, entre géneros y entre culturas, entre grupos y clases sociales y también a escala del individuo.

- La dimensión económica: incluye a todo el conjunto de actividades humanas relacionadas con la producción, distribución y consumo de bienes y servicios. Resultando necesario redefinir conceptos de la economía tradicional, en especial los conceptos de necesidades y satisfactores, las necesidades materiales e inmateriales sociales e individuales.

### **2.1.2- Responsabilidad Social Empresarial.**

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es una herramienta de gestión empresarial, una nueva visión de negocios que incorpora la preocupación por el desempeño económico de la empresa y su impacto en los stakeholders. Es una actitud estratégica que se manifiesta en la capacidad de la empresa para oír, comprender y satisfacer las expectativas e intereses legítimos de sus diversos públicos.

La RSE comienza a institucionalizarse a nivel mundial de manera creciente a partir de principios del nuevo siglo. En el año 2000 el Reino Unido crea un ministerio de Responsabilidad Social Corporativa y en 2002 el primer ministro de Francia nombra un Ministerio de Desarrollo Sustentable. Se trata de acciones gubernamentales dirigidas a darle vida a las iniciativas de RSE y a las políticas de Estado en esta materia.

Actualmente, el concepto de RSE se encuentra en pleno desarrollo. Aún no se ha cristalizado. La mayoría de las instituciones empresariales, nacionales e internacionales, le brindan una dimensión operativa, pragmática, y equiparan el término (Responsabilidad Social Empresarial o Corporativa) a otros conceptos, que no son sinónimos pero si complementarios, como son sustentabilidad y ciudadanía corporativa.

### **2.1.3- Turismo Sustentable.**

El Turismo Sustentable es aquel que hace un uso óptimo de los recursos naturales, respeta la autenticidad socio-cultural de las comunidades anfitrionas y asegura un desarrollo económico viable en el largo plazo. Los principios y prácticas de la sustentabilidad son aplicables e indispensables para todos los tipos y formas de turismo, tanto para el turismo urbano o ciudad, como para el turismo de naturaleza o rural.

Para desarrollar y llevar a cabo un turismo sustentable es necesario abordar tres ámbitos, los que constituyen la estructura base a partir de la cual se desprenden los planes de acción y pautas a seguir; económico, sociocultural y ambiental.

- El ámbito Económico: se preocupa de que, junto a unos beneficios empresariales perdurables en el tiempo, la población obtenga ventajas tangibles de la actividad turística, se sienta parte de su desarrollo, y esté capacitada para interactuar con los visitantes.

- El Ámbito Sociocultural: donde el turismo debe procurar siempre y en todo momento no alterar los hábitos culturales de las comunidades locales, por el contrario, valorarlos, protegerlos y fomentarlos, para que su difusión tenga una base sólida.

- El Ámbito Ambiental: en donde La implementación de prácticas sustentables por las empresas, organizaciones y destinos turísticos es clave para afrontar responsablemente los desafíos medioambientales del presente y el futuro.

## 2.2- Metodología

### 2.2.1- Tipos de estudio

TABLA N° 8: Tipos de Estudio.		
Estudio	Hipótesis	Diseño
1 Exploratorio	No se establecen, lo que se puede formular son conjeturas iniciales.	- Transeccional descriptivo. - Preexperimental.
2 Descriptivo	Se describen cada una de las variables a tomar mediante la teoría.	- Preexperimental. - Transeccional descriptivo.
3 Correlacional	Correlacional	- Cuasiexperimental - Transeccional correlacional - Longitudinal (no experimental).

Según el cuadro anterior esta investigación es de diseño no experimental, de tipo transeccional; descriptivo y correlacional.

### 2.2.2- Desarrollo del instrumento de medición para el Turismo Sustentable.

Después de una profunda investigación en el tema y haber tomado como punto de partida el Turismo Sustentable, se puede concluir que para que éste se lleve a cabo, se requiere fomentar la adopción de prácticas sustentables en la industria turística, que permita

conservar el patrimonio natural y cultural, así como también entregar oportunidades de desarrollo socioeconómico en el sector turístico de la empresa, es por esto que el instrumento de medición que se aplicó, evalúa el comportamiento de la empresa en todas las áreas que abarca el Turismo Sustentable.

El instrumento de medición fue elaborado en base a diferentes herramientas de medición relacionados con el Turismo Sustentable, los cuales son:

- ❖ Sistema de Distinción Turismo Sustentable aplicable a establecimientos de Alojamiento turístico en Chile “S” - SERNATUR.<sup>95</sup>
- ❖ Sello de Calidad Turística “Q”.<sup>96</sup>
- ❖ Encuesta de Sustentabilidad para CESFAM.

- **Conocimiento del concepto de Turismo Sustentable:** se refiere a qué es lo que sabe el establecimiento del concepto de Turismo Sustentable.

- **Viabilidad Económica:** Se refiere a que el éxito de los negocios turísticos tienen que estar estrechamente relacionados con los beneficios que obtenga la comunidad local del desarrollo turístico; donde un buen asesoramiento y una planificación del negocio a largo plazo son requisitos para el éxito de proyectos destinados a suministrar productos y/o servicios de turismo sustentable.

- **Política de abastecimiento:** los establecimientos de alojamiento turístico necesitan para su funcionamiento diario una cantidad grande y variada de productos, que van desde artículos de aseo, alimentos, materiales de oficina, hasta vehículos, mobiliario, ropa de cama y productos de aseo personal para los huéspedes.

La cadena de valor, desde la fabricación, distribución, utilización y eliminación de estos productos, puede producir efectos negativos si se fabrican con prácticas laborales inadecuadas o ambientalmente irresponsables. Por esta razón, es necesario priorizar

<sup>95</sup> Chile Sustentable. Accesado el 10 de Julio de 2014, de: <http://www.chilesustentable.travel/>

<sup>96</sup> Calidad Turística. Accesado el 10 de Julio de 2014, de: <http://www.calidadturistica.cl/>

aquellos proveedores que promueven buenas prácticas ambientales y socio-culturales durante su fabricación, producción y distribución.

- **Prosperidad local:** integra el ámbito económico con el socio cultural, fomentando que el turista no sólo interactúe con la empresa proveedora de productos y/o servicios turísticos, sino que también con el supermercado local, el bus y/o taxi, las casas de cambio entre otros.

- **Empleo de calidad:** consiste en que las organizaciones debieran aumentar el número y la calidad de empleos en la localidad, asegurando un salario justo, buenas condiciones laborales e igualdad de oportunidades sin discriminación de sexo, raza, discapacidad u otra forma. Debido a que mientras mejores son las condiciones para los trabajadores, se pueden lograr mejores resultados, mayor retención del personal y mayor eficacia y productividad. Esto a su vez se traduce en las buenas relaciones entre el personal y el cliente, la que contribuye a una mayor satisfacción con el conjunto de la experiencia vacacional.

- **Contribución al desarrollo local:** el turismo es una actividad multidisciplinaria inclusiva que, al integrar a varios actores en la cadena de comercialización, permite una buena distribución de los ingresos y contribuye a un desarrollo local equilibrado y más equitativo.

- **Bienestar de la Comunidad:** El turismo puede influir en el bienestar de la comunidad tanto de manera positiva como negativa. Por esta razón, es importante que el turismo contribuya a mantener y fortalecer la calidad de vida de las comunidades y evite la degradación o explotación social o medio-ambiental.

- **Cumplimiento Normativo:** detectar y gestionar los riesgos de incumplimiento de las obligaciones regulatorias internas y externas, mitigando los riesgos de sanciones y las pérdidas que deriven de tales incumplimientos.

### 2.2.3- Desarrollo del instrumento de medición para las Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.

Después de una profunda investigación en el tema y haber tomado como punto de partida la responsabilidad social empresarial, se puede concluir que para que la RSE se lleve a cabo, se requiere una visión estratégica por parte de la empresa; para ello, el instrumento de medición que se aplicó, evalúa el comportamiento de la empresa en todas las áreas que abarca la responsabilidad social empresarial.

El instrumento de medición fue elaborado en base a diferentes herramientas de medición relacionados con la responsabilidad social empresarial, los cuales son:

- ❖ Manual de Buenas Prácticas: “Chile por un Turismo Sustentable”. (Publicación de SERNATUR)

En este caso el instrumento de medición se compone de los siguientes ítems:

- **Factores de creación de valor:** es el conjunto de actividades interrelacionadas que se desarrollan en el mismo y que añaden valor a la experiencia turística.

- **Marketing:** se refiere a si se utilizan las técnicas de marketing de forma ética, transparente y responsable.

- **Satisfacción del visitante:** es fundamental que el visitante viva una experiencia segura, satisfactoria y completa en el destino turístico escogido y sea tratado sin discriminaciones de ningún tipo.

- **Redes Sociales:** consiste en las diferentes formas para interactuar entre el establecimiento y el consumidor, acercándose a éstos y a sus potenciales clientes.

#### 2.2.4- Instrumento de medición.

Luego de lo explicado anteriormente se llega al instrumento de medición, el cual ha sido elaborado a partir de diferentes herramientas de medición relacionado a las variables estudiadas.

Esta fusión de variables se produjo mediante la necesidad de correlacionar ambas variables formando una encuesta con 59 ítems que separados en dimensiones se descomponen de la siguiente forma:

<b>TABLA N° 9:</b>		
<b>Parte I: Información General.</b>		
<b>Factores</b>		<b>N° Ítems</b>
1	Razón social Empresa	
2	Rut Empresa	
3	Nombre Establecimiento	
4	Años de operación del establecimiento	
5	Dirección Establecimiento	
6	Nombre del Representante legal de la empresa	
7	Nombre de quien completa el formulario	
8	Cargo de quien completa el formulario	
9	Fono contacto	
10	Correo electrónico de quien completa el formulario	
11	Sitio web/correo/redes sociales del establecimiento	
12	Tamaño de la empresa (marque con una X)	4 ítems
<b>Total</b>		<b>4 ítems</b>

**TABLA N° 10:**

**Parte II: Turismo Sustentable.**

<b>Dimensiones</b>		<b>N° Ítems</b>
1	Conocimiento del concepto de Turismo Sustentable	5 ítems
2	Viabilidad Económica	4 ítems
3	Política de abastecimiento	4 ítems
4	Prosperidad local	4 ítems
5	Empleo de calidad	5 ítems
6	Contribución al desarrollo local	4 ítems
7	Bienestar de la Comunidad	4 ítems
8	Cumplimiento Normativo	4 ítems
<b>Total</b>		<b>34 ítems</b>

**TABLA N° 11:**

**Parte III: Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.**

<b>Dimensiones</b>		<b>N° Ítems</b>
1	Factores de creación de valor	5
2	Marketing	4
3	Satisfacción del visitante	6
4	Redes Sociales	6
<b>Total</b>		<b>21 ítems</b>

**TABLA N° 12:**

**Parte VI: Total de Ítems.**

<b>Dimensiones</b>		<b>N° Ítems</b>
1	Turismo Sustentable	34 ítems
2	Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial	21 ítems
<b>Total</b>		<b>55 ítems</b>

### 2.2.5- Breve descripción del instrumento de medición

El instrumento de medición es un cuestionario entregado por mano a los encuestados, es decir, son ellos mismos los que leen y anotan sus propias respuestas sin control de tiempo, situación que otorga al encuestado una sensación de privacidad facilitando la mayor meditación de las respuestas. El carácter de fácil comprensión del instrumento solo requiere

de instrucciones básicas, siendo la más importante de ellas el carácter confidencial de la misma.

La encuesta fue diseñada utilizando una Escala de Likert con intensidad creciente con un total de 5 puntos disponibles (ver Tabla N° 13):

<b>TABLA N° 13: Escala de Likert.</b>		
Nunca	N	1
Casi nunca	CN	2
A veces	AV	3
Casi siempre	CS	4
Siempre	S	5

#### 2.2.6- Población en estudio

La población en estudio corresponde a los servicios de alojamiento turístico de la ciudad de Concepción y Talcahuano, enfocándose principalmente en hoteles y hostales. Existiendo actualmente, 35 hoteles y 8 hostales en ambas ciudades.

#### 2.2.7- Descripción de la muestra

La aplicación del instrumento de medida en la población total de estudio, se obtuvo una muestra que considera a los servicios de alojamiento turístico de la ciudad de Concepción y Talcahuano alcanzando a 31 encuestas respondidas de un total de 43, que corresponden a un 72,09% (ver Tabla N° 14).

<b>TABLA N° 14: Distribución de la Muestra.</b>			
	<b>Universo</b>	<b>Total encuestados</b>	<b>Porcentaje de respuestas</b>
Hoteles	35	26	74,28 %
Hostales	8	5	62,5 %
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>31</b>	<b>72,09 %</b>

### **2.2.8- Metodología de la Aplicación**

La aplicación del instrumento de medición se desarrolló de manera personal acercándonos a los servicios de alojamiento turístico de la ciudad de Concepción y Talcahuano. Se le aplicó a Gerentes, Jefe de recepción, Administradores y a Recepcionistas; explicándole de qué trataba nuestra encuesta, realizándose una breve inducción a cada uno, primeramente al recepcionista, debido a que éste se encargaba de enviarnos a la persona encargada, en aquellos casos en que había una.

Dicha encuesta fue tomada en distintos días debido a lo lejano que se encuentran los establecimientos y al poco tiempo con el que contaban éstos, llevándose a cabo durante el lunes 16 de Junio al lunes 30 de Junio de 2014, entre las 11:00 horas y 18:00 horas.

Debido a lo extenso de la encuesta, se optó por dejarla en poder del encuestado para su mejor comprensión en aquellos casos donde los servicios de alojamiento contaban con menos tiempo, como la mayoría de los hoteles; donde posteriormente y en diversas ocasiones se fue a consultar si estaban listas, para así luego retirarlas. Mientras que en el caso de hostales y algunos hoteles, se les aplicó la encuesta en el mismo momento, respondiéndola de manera rápida y expedita.

Al momento de aplicar este instrumento se desarrolló de manera general, encuestando a todos los estratos sin establecer prioridad de orden.

Cabe señalar que, la base de datos de hoteles y hostales se construyó a partir de la información adquirida por parte de los servicios de alojamiento turístico inscritos en SERNATUR, como también de la búsqueda exhaustiva vía web y presencial en terreno.

## **3- RESULTADOS**

### **3.1- Análisis de Datos**

Para llevar a cabo el análisis de datos de los instrumentos de medición utilizados se debe, organizar, clasificar y resumir de forma adecuada, para posibilitar un análisis de

información obtenida. Para ello se utilizó el paquete estadístico SPSS 21.0 y el programa Microsoft Office Excel 2007, obteniendo a través de ellos los resultados descriptivos y las relaciones existentes entre las variables estudiadas.

### 3.1.1- Análisis de Fiabilidad (Coeficiente de consistencia interna o indicador de Unidimensionalidad)

Por fiabilidad se entiende lo que indican los coeficientes de consistencia interna expresada por medio del coeficiente Alpha de Cronbach's. Lo que se quiere comprobar es si cada ítem mide lo mismo y si las respuestas tienden a covariar, es decir, si los sujetos responden de una manera coherente, para de esta forma deducir si los ítems expresan el mismo rasgo. La ventaja de este coeficiente reside en que requiere de una sola administración del instrumento de medición y puede tomar valores entre 0 y 1, donde 0 significa nula confiabilidad y 1 representa la confiabilidad total.

Schmitt, N.<sup>97</sup> (1996, citado en Krausse, K.<sup>98</sup>, 2007) señala que es usual considerar un valor de coeficiente de fiabilidad de 0,70 como aceptable. En el caso de esta investigación el valor para Turismo Sustentable es de 0,786, y el de Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial es de 0,799.

Otra posible interpretación bastante extendida de un coeficiente *alfa* alto es que la escala está midiendo una única dimensión, pero esto es algo que no puede deducirse de forma directa. Tal como señalan Green, S., Lissitz, R. & Mulaik, S.<sup>99</sup> (1977) una elevada consistencia interna no necesariamente indica unidimensionalidad.

<sup>97</sup>Schmitt, N. (1996). Uses and Abuses of Coefficient Alpha. *Psychological Assessment* 8(4) 350-353 [http://ist\\_socrates.berkeley.edu/~maccoun/pp279\\_schmittpdf](http://ist_socrates.berkeley.edu/~maccoun/pp279_schmittpdf).

<sup>98</sup>Krausse, K. (2007). La Reputación Corporativa en base al modelo de Fombrun: Desarrollo, identificación de la Responsabilidad Social Empresarial y su relación con la satisfacción laboral. Memoria para optar al Título de Magister en Dirección de Empresas (MBA), Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad del Bío Bío, Concepción, Chile.

<sup>99</sup>Schmitt, N. (1996). Uses and Abuses of Coefficient Alpha. *Psychological Assessment* 8(4) 350-353 [http://ist\\_socrates.berkeley.edu/~maccoun/pp279\\_schmittpdf](http://ist_socrates.berkeley.edu/~maccoun/pp279_schmittpdf).

### 3.1.2- Escala de Turismo Sustentable

En la Tabla N° 15, se muestra el Alpha de Cronbach's del cuestionario completo de Turismo Sustentable y el número de ítems que componen el cuestionario.

Los valores por encima de 0,8 se suelen considerar meritorios y los valores superiores a 0,9 excelentes. El Alpha de Cronbach's es 0,786 para Turismo Sustentable, lo que indica una moderada consistencia interna entre los elementos de la escala:

TABLA N° 15: Fiabilidad del cuestionario completo de Turismo Sustentable.		
Alpha de Cronbach's del cuestionario completo		Número de elementos del cuestionario completo.
0,786		31
Escala de Turismo Sustentable.	Alpha de Cronbach's	Aumenta el Alpha de Cronbrach's
Conocimiento del concepto de Turismo Sustentable	(0,411)	Sí, ítem 1, pregunta N° 1.5 (0, 784)
Viabilidad Económica	(0,440)	No.
Política de abastecimiento	(0,521)	Sí, ítem 3, pregunta N° 3.4 (0,608)
Empleo de calidad	(0,649)	No.
Contribución al desarrollo local	(0,611)	Sí, ítem 6, pregunta N° 6.4 (0,784)
Bienestar de la Comunidad	(0,695)	No.

❖ El coeficiente de fiabilidad para el cuestionario completo de la variable Turismo Sustentable es aceptable, con tendencia a meritorio (0,786) y se ven variaciones en los ítems. Si se prescinde de algunas preguntas los ítems aumentan su fiabilidad.

❖ El coeficiente de fiabilidad para el factor “*Conocimiento del concepto de Turismo Sustentable*” es bajo (0,411), y se observa que al eliminar la pregunta que corresponde a “*El concepto es desconocido para mi, o sé muy poco*” la fiabilidad aumenta de forma significativa (0,784).

❖ El coeficiente de fiabilidad para el factor “*Viabilidad Económica*” es bajo (0,440), sin embargo, la escala no posee elementos que aumenten el coeficiente de fiabilidad. A

pesar que en la escala si se elimina el elemento 2.1 “*El establecimiento cuenta con toda la legislación y normas relativas a temas laborales, municipales, tributarios, otros.*” el coeficiente de fiabilidad (0,475) aumenta en una pequeña cantidad que no es significativa para eliminar.

❖ El coeficiente de fiabilidad para el factor “*Política de abastecimiento*” es bajo (0,521), y se observa que al eliminar la pregunta que corresponde a “*El establecimiento adquiere sus insumos y servicios siguiendo las prácticas del comercio justo*” la fiabilidad aumenta (0,608).

❖ El coeficiente de fiabilidad para el factor “*Empleo de calidad*” es aceptable (0,649), sin embargo, la escala no posee elementos que aumenten el coeficiente de fiabilidad. A pesar que en la escala si se elimina el elemento 5.4 “*El monto mínimo de remuneración ofrecido por el establecimiento es igual o superior al salario mínimo vigente*” el coeficiente de fiabilidad (0,677) aumenta en una pequeña cantidad que no es significativa para eliminar.

❖ El coeficiente de fiabilidad para el factor “*Contribución al desarrollo local*” es aceptable (0,611) y se observa que al eliminar la pregunta que corresponde a “*Emplea materiales locales en el diseño y/o construcción de sus instalaciones*” la fiabilidad aumenta de forma significativa (0,784).

❖ El coeficiente de fiabilidad para el factor “*Bienestar de la Comunidad*” es aceptable (0,695), sin embargo, la escala no posee elementos que aumenten el coeficiente de fiabilidad. A pesar que en la escala si se elimina el elemento 7.1 “*El establecimiento provee acceso a personas con necesidades especiales (ejemplo: rampas de acceso, señalética braille, etc.)*” el coeficiente de fiabilidad (0,970) aumenta considerablemente, pero no se puede eliminar ya que no se logra determinar la fiabilidad con tan pocos elementos (dos elementos).

### **3.1.3- Escala de Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial**

En la Tabla N° 16, se muestra el Alpha de Cronbach's del cuestionario completo de Turismo Sustentable y el número de ítems que componen el cuestionario.

Los valores por encima de 0,8 se suelen considerar meritorios y los valores superiores a 0,9 excelentes. El Alpha de Cronbach's es (0,799) para Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, lo que indica una aceptable consistencia interna entre los elementos de la escala:

**TABLA N° 16: Fiabilidad del cuestionario completo de Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.**

Alpha de Cronbach's del cuestionario completo		Número de elementos del cuestionario completo.	
(0,799)		31	
Escala de Buenas Prácticas de RSE	Alpha de Cronbach's	Aumenta el Alpha de Cronbrach's	
Factores de creación de valor	(0,428)		No.
Marketing	(0,586)		No.
Satisfacción del visitante	(0,658)		No.
Redes Sociales	(0,614)		No.

❖ El coeficiente de fiabilidad para el cuestionario completo de la variable Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial es aceptable, con tendencia a meritorio (0,799) y se ven variaciones en los ítems.

❖ El coeficiente de fiabilidad para el factor “*Factores de creación de valor*” es bajo (0,428), sin embargo, la escala no posee elementos que aumenten el coeficiente de fiabilidad. A pesar que en la escala si se elimina el elemento 9.1 “*Es innovador y avanzado tecnológicamente*” el coeficiente de fiabilidad (0,440) aumenta en una pequeña cantidad que no es significativo para eliminar.

❖ El coeficiente de fiabilidad para el factor “*Marketing*” es moderado, con tendencia a aceptable (0,586), sin embargo la escala no posee elementos que aumenten el coeficiente de fiabilidad.

❖ El coeficiente de fiabilidad para el factor “*Satisfacción del visitante*” es aceptable (0,658), sin embargo la escala no posee elementos que aumenten el coeficiente de fiabilidad.

❖ El coeficiente de fiabilidad para el factor “*Redes Sociales*” es aceptable (0,614), sin embargo, la escala no posee elementos que aumenten el coeficiente de fiabilidad. A pesar que en la escala si se elimina el elemento 12.1 “*El establecimiento cuenta con Instagram*” el coeficiente de fiabilidad (0,636) aumenta en una pequeña cantidad que no es significativa para eliminar.

### 3.2- Análisis Descriptivo

#### 3.2.1- Servicios de alojamiento turístico: ciudad de Concepción y Talcahuano.

##### 3.2.1.1- Primera Parte: Información General.

##### 3.2.1.1.1- Años de operación del establecimiento (ver Tabla N° 17).

TABLA N° 17: Datos descriptivos: Años de Operación.						
		Entre 0 y 10 años	Entre 11 y 20 años	Entre 21 y 30 años	31 ó más años	Total
1	Hotel	15 (78,95%)	5 (83,33%)	2 (100%)	4 (100%)	26 (83,87%)
2	Hostal	4 (21,05%)	1 (16,67%)	0 (0%)	0 (0%)	5 (16,13%)
	Total	19 (61,29%)	6 (19,36%)	2 (6,45%)	4 (12,9%)	31 (100%)

Según los encuestados de los servicios de alojamiento turístico de la ciudad de Concepción y Talcahuano, con un total de 26 hoteles y 5 hostales, representando el 83,87% y 16,13% respectivamente.

Entre el rango de 0 y 10 años, se encuentran 15 (78,95%) hoteles y 5 (21,05%) hostales; entre 11 y 20 años, se encuentran 5 (83,33%) hoteles y 1 (16,67%) hostal; entre 21 y 30 años, se encuentran 2 (100%) hoteles y 0 (0%) hostales; y, de 31 ó más años, se encuentran 4 (100%) hoteles y 0 (0%) hostales.



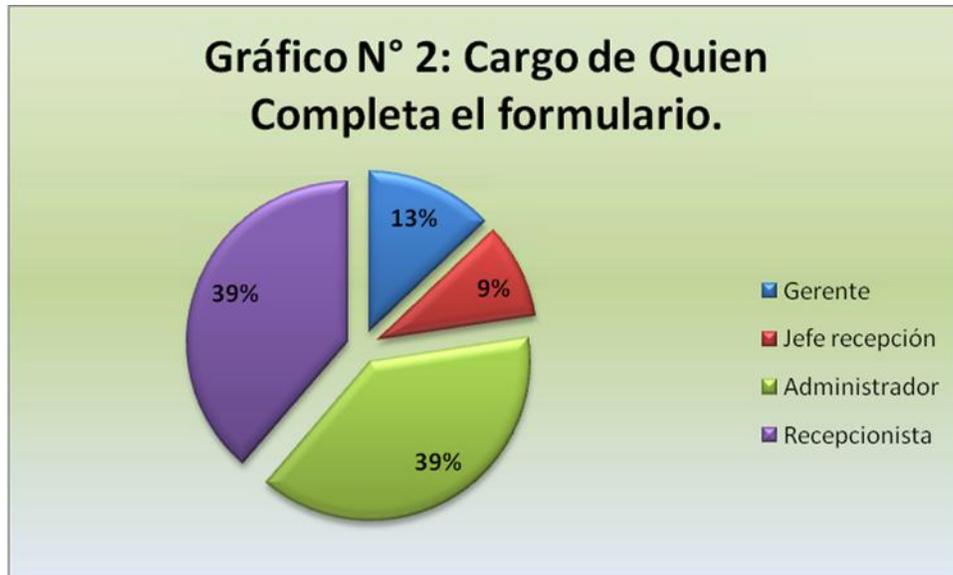
### 3.2.1.1.2- Cargo de quien completa el formulario (ver Tabla N° 18).

**TABLA N° 18: Datos Descriptivos: Cargo.**

	Gerente	Jefe recepción	Administrador	Recepcionista	Total
1 Hotel	4 (100%)	3 (100%)	9 (75,00%)	10 (83,33%)	26 (83,87%)
2 Hostal	0 (0%)	0 (0%)	3 (25,00%)	2 (16,67%)	5 (16,13%)
Total	4 (12,90%)	3 (9,68%)	12 (38,71%)	12 (38,71%)	31 (100%)

Según los encuestados de los servicios de alojamiento turístico de la ciudad de Concepción y Talcahuano, con un total de 26 hoteles y 5 hostales, representando el 83,87% y 16,13% respectivamente.

Entre el rango de Gerente, se encuentran 4 (100%) hoteles y 0 (0%) hostales; en Jefe recepción, se encuentran 3 (100%) hoteles y 0 (0%) hostales; en Administrador, se encuentran 9 (75,00%) hoteles y 3 (25,00%) hostales; y, de Recepcionista, se encuentran 10 (83,33%) hoteles y 2 (16,67%) hostales.



### 3.2.1.1.3- Tamaño de la empresa (ver Tabla N° 19).

**TABLA N° 19: Datos Descriptivos: Tamaño.**

		Grande	Mediana	Pequeña	Micro	Total
1	Hotel	3 (100%)	13 (86,67%)	8 (100%)	2 (40,00%)	26 (83,87%)
2	Hostal	0 (0%)	2 (13,33%)	0 (0%)	3 (60,00%)	5 (16,13%)
	Total	3 (9,68%)	15 (48,39%)	8 (25,80%)	5 (16,13%)	31 (100%)

Según los encuestados de los servicios de alojamiento turístico de la ciudad de Concepción y Talcahuano, con un total de 26 hoteles y 5 hostales, representando el 83,87% y 16,13% respectivamente.

Entre el rango de Grande, se encuentran 3 (100%) hoteles y 0 (0%) hostales; en Mediana, se encuentran 13 (86,67%) hoteles y 2 (13,33%) hostales; en Pequeña, se encuentran 8 (100%) hoteles y 0 (0%) hostales; y, de Micro, se encuentran 2 (40,00%) hoteles y 3 (60,00%) hostales.



### 3.2.2- Análisis descriptivo de las medias.

En este estudio a partir de la escala de Likert las respuestas de Turismo Sustentable y Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, se encasillan en uno de las cinco escalas: nunca (1), casi nunca (2), a veces (3), casi siempre (4) y siempre (5). Se procede a indicar las medias por variable de la investigación considerando el total de encuestas.

#### 3.2.2.1- Medias de Turismo Sustentable.

A partir de los resultados obtenidos las medias para Turismo Sustentable por ítem son las que se detallan a continuación (ver Tabla N° 20):

**TABLA N° 20: Resumen de medias cuestionario completo de Turismo Sustentable.**

Ítems	Medias	
1	Conocimiento del concepto de Turismo Sustentable	2,88
2	Viabilidad Económica	4,04
3	Política de abastecimiento	3,48
4	Prosperidad local	4,71
5	Empleo de calidad	3,45
6	Contribución al desarrollo local	2,19
7	Bienestar de la Comunidad	4,08
8	Cumplimiento Normativo	1,61
<b>Media general</b>		<b>3,55</b>



❖ **Conocimiento del concepto de Turismo Sustentable (2,88):** Los resultados de este ítem se clasifican en “*casi nunca*”, con tendencia al a veces. Lo que quiere decir que el general de los servicios de alojamiento encuestados se encuentra con poco o nulo conocimiento del concepto de Turismo Sustentable.

❖ **Viabilidad Económica (4,04):** Los resultados de este ítem muestran que la media se encuentra en “*casi siempre*”. Lo que quiere decir que el general de los servicios de alojamiento encuestados cumple con la legislación y sus obligaciones sociales para con sus empleados.

❖ **Política de abastecimiento (3,48):** Los resultados de este ítem corresponden a “*a veces*”. Lo que quiere decir, que los encuestados, no conocen o tienen información de productores locales, para apoyar o promover sus insumos y/o servicios.

❖ **Prosperidad local (4,71):** Los resultados de este ítem corresponden a “*casi siempre*”, con tendencia a siempre. Lo que quiere decir que el general de los servicios de

alojamiento encuestados promueve la contratación de personas de la comunidad local, además de no discriminar por sexo, raza, etnia, etc.

❖ **Empleo de calidad (3,45):** Los resultados de este ítem corresponden a “*a veces*”. Lo que quiere decir, que los encuestados no cuentan con normativa de capacitación para su personal o no saben de ella.

❖ **Contribución al desarrollo local (2,19):** Los resultados de este ítem corresponden a “*casi nunca*”. Lo que quiere decir que el general de los servicios de alojamiento encuestados no apoya iniciativas sociales para la comunidad.

❖ **Bienestar de la Comunidad (4,08):** Los resultados de este ítem corresponden a “*casi siempre*”. Lo que quiere decir que el general de los servicios de alojamiento encuestados respeta los derechos de la comunidad local, no interviniendo en ellos.

❖ **Cumplimiento Normativo (1,61):** Los resultados de este ítem corresponden a “*nunca*”, con tendencia a casi nunca. Lo que quiere decir que los encuestados respetan la normativa, al no ser sancionados con algún tipo de multa.

### **3.2.2.2- Medias de Turismo Sustentable Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.**

A partir de los resultados obtenidos las medias para Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial por ítem son las que se detallan a continuación (ver Tabla N° 21):

**TABLA N° 21: Resumen de medias cuestionario completo de Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.**

Ítems	Medias
1 Factores de creación de valor	4,03
2 Marketing	3,72
3 Satisfacción del visitante	3,76
4 Redes Sociales	1,83
<b>Media general</b>	<b>3,33</b>



❖ **Factores de creación de valor (4,03):** Los resultados de este ítem corresponden a “*casi siempre*”. Lo que significa que los servicios de alojamiento encuestados buscan mejorar continuamente sus servicios y estar vigentes para competir en el mercado.

❖ **Marketing (3,72):** Los resultados de este ítem que se encuentra en “*a veces*”, con tendencia a siempre. Lo que significa que los servicios de alojamiento encuestados desconocen o no cuenta con normas que promuevan el establecimiento.

❖ **Satisfacción del visitante (3,76):** Los resultados de este ítem corresponden a “*a veces*”, con tendencia a siempre. Lo que significa que los encuestados cuentan con medidas para evaluar la calidad de sus servicios, relacionando estos con la percepción del cliente, pero pocos verifican e implementan alguna de estas medidas o no conoce de ella.

❖ **Redes Sociales (1,83):** Los resultados de este ítem corresponden a “*nunca*”, con tendencia a casi nunca. Lo que significa que los servicios de alojamiento encuestados no cuentan con las diversas redes sociales debido a que no tienen acceso o no saben usarlas.

### 3.2.3- Análisis de las correlaciones.

#### 3.2.3.1- Correlación Turismo Sustentable.

La Tabla N° 22 muestra los resultados de las correlaciones entre datos descriptivos con las variables de Turismo Sustentable. El análisis indica los porcentajes de significancia y la correlación más alta entre ellas.

**TABLA N° 22: Correlación de Datos descriptivos con Turismo Sustentable.**

Dimensiones		Datos Descriptivos		
		Años de operación	Cargo de quien completa	Tamaño de la empresa
Turismo Sustentable	Conocimiento del concepto de Turismo Sustentable	-0,205 (0,269)	0,038 (0,841)	0,058 (0,757)
	Viabilidad Económica	0,043 (0,818)	-0,023 (0,904)	0,111 (0,554)
	Política de abastecimiento	0,014 (0,941)	0,053 (0,777)	0,148 (0,426)
	Empleo de calidad	0,176 (0,343)	0,090 (0,629)	<b>0,428*</b> (0,016)
	Contribución al desarrollo local	0,102 (0,587)	0,053 (0,778)	0,219 (0,236)
	Bienestar de la Comunidad	0,229 (0,215)	0,205 (0,268)	<b>0,471**</b> (0,007)

\*\*La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).  
\*La correlación es significante al nivel 0,05 (bilateral).

Los Datos descriptivos y las Variables de Turismo Sustentable presentan las siguientes correlaciones:

❖ Existe una correlación positiva estadísticamente significativa de un 99% entre las variable de Turismo Sustentable “*Bienestar de la Comunidad*” y datos descriptivos “*Tamaño de la empresa*” (0,471\*\*). Estos valores quieren decir que las variables tienen una relación lineal baja.

❖ Existe una correlación positiva estadísticamente significativa de un 95% entre las variables de Turismo Sustentable “Empleo de calidad” y datos descriptivos “*Tamaño de la empresa*” (0,428\*). Estos valores quieren decir que las variables tienen una relación lineal baja.

❖ Las variables de Turismo Sustentable “*Conocimiento del concepto de Turismo Sustentable*”, “*Viabilidad Económica*”, “*Política de abastecimiento*” y “*contribución al desarrollo local*” no presentan una correlación estadísticamente significativa con las variables de datos descriptivos “*Años de operación*”, “*Cargo de quien completa*” y “*Tamaño de la empresa*”.

❖ Las variables de datos descriptivos “*Años de operación*” y “*Cargo de quien completa*”, no presentan una correlación estadísticamente significativa con las variables de Turismo Sustentable “*Conocimiento del concepto de Turismo Sustentable*”, “*Viabilidad Económica*”, “*Política de abastecimiento*”, “*Empleo de calidad*”, “*contribución al desarrollo local*” y “*Bienestar de la Comunidad*”.

### **3.2.3.2- Correlación Buenas Prácticas RSE.**

La Tabla N° 23 muestra los resultados de las correlaciones entre datos descriptivos con las variables de Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial. El análisis indica los porcentajes de significancia y la correlación más alta entre ellas.

**TABLA N° 23: Correlación de Datos descriptivos con Buenas Prácticas RSE.**

Dimensiones		Datos Descriptivos		
		Años de operación	Cargo de quien completa	Tamaño de la empresa
Prácticas	Factores de creación de valor	-0,154 (0,409)	-0,022 (0,908)	0,023 (0,901)
	Marketing	-0,071 (0,704)	-0,170 (0,359)	0,330 (0,069)
Buenas RSE	Satisfacción del visitante	-0,016 (0,933)	0,109 (0,561)	0,280 (0,128)
	Redes Sociales	-0,253 (0,170)	0,021 (0,232)	0,019 (0,917)

\*\*La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).  
\*La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Los Datos descriptivos y las variables de Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial presentan las siguientes correlaciones:

❖ Las variables de datos descriptivos “Años de operación”, “Cargo de quien completa” y “Tamaño de la empresa” no presentan una correlación estadísticamente significativa con las variables de Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial “Factores de creación de valor”, “Marketing”, “Satisfacción del visitante”, y “Redes Sociales”.

### 3.2.4- Correlación entre variables.

#### 3.2.4.1- Correlación Turismo Sustentable con Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.

La Tabla N° 24 muestra los resultados de las correlaciones entre las variables de Turismo Sustentable y Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial. El análisis indica los porcentajes de significancia y la correlación más alta entre ellas.

**TABLA N° 24: Correlación Turismo Sustentable y Buenas Prácticas RSE**

Dimensiones		Turismo Sustentable					
		Conocimiento del concepto de Turismo Sustentable	Viabilidad Económica	Política de abastecimiento	Empleo de calidad	Contribución al desarrollo local	Bienestar de la Comunidad
Buenas Prácticas RSE	Factores de creación de valor	-0,188 (0,311)	<b>0,564**</b> (0,001)	0,293 (0,109)	0,350 (0,054)	0,337 (0,063)	0,345 (0,058)
	Marketing	-0,031 (0,867)	<b>0,719**</b> (0,000)	<b>0,426*</b> (0,017)	<b>0,689**</b> (0,000)	<b>0,474**</b> (0,007)	<b>0,652**</b> (0,000)
	Satisfacción del visitante	0,083 (0,659)	<b>0,646**</b> (0,000)	<b>0,422*</b> (0,018)	<b>0,567**</b> (0,001)	<b>0,462**</b> (0,009)	<b>0,401*</b> (0,025)
	Redes Sociales	0,036 (0,848)	0,329 (0,070)	0,121 (0,517)	0,221 (0,233)	0,313 (0,087)	-0,083 (0,659)

\*\*La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).  
\*La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Las variables de Turismo Sustentable y Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial presentan las siguientes correlaciones:

❖ Existe una correlación estadísticamente significativa de un 99% entre la variable Turismo Sustentable “*Viabilidad económica*” y la variable de Buenas Prácticas RSE “Factores de creación de valor” (0,564\*\*). Este valor quiere decir que las variables tienen una relación lineal moderada.

❖ Existe una correlación estadísticamente significativa de un 99% entre la variable Turismo Sustentable “*Viabilidad económica*” y la variable de Buenas Prácticas RSE “Marketing” (0,719\*\*). Este valor quiere decir que las variables tienen una relación lineal fuerte.

❖ Existe una correlación estadísticamente significativa de un 99% entre la variable Turismo Sustentable “*Viabilidad económica*” y la variable de Buenas Prácticas RSE “Satisfacción del visitante” (0,646\*\*). Este valor quiere decir que las variables tienen una relación lineal aceptable.

❖ Existe una correlación estadísticamente significativa de un 95% entre la variable Turismo Sustentable “*Política de abastecimiento*” y la variable de Buenas Prácticas RSE “Marketing” (0,426\*). Este valor quiere decir que las variables tienen una relación lineal baja.

❖ Existe una correlación estadísticamente significativa de un 95% entre la variable Turismo Sustentable “*Política de abastecimiento*” y la variable de Buenas Prácticas RSE “Satisfacción del visitante” (0,422\*). Este valor quiere decir que las variables tienen una relación lineal baja.

❖ Existe una correlación estadísticamente significativa de un 99% entre la variable Turismo Sustentable “*Empleo de Calidad*” y la variable de Buenas Prácticas RSE “Marketing” (0,689\*\*). Este valor quiere decir que las variables tienen una relación lineal aceptable.

❖ Existe una correlación estadísticamente significativa de un 99% entre la variable Turismo Sustentable “*Empleo de Calidad*” y la variable de Buenas Prácticas RSE “Satisfacción del visitante” (0,567\*\*). Este valor quiere decir que las variables tienen una relación lineal moderada.

❖ Existe una correlación estadísticamente significativa de un 99% entre la variable Turismo Sustentable “*Contribución al Desarrollo local*” y la variable de Buenas Prácticas RSE “Marketing” (0,474\*\*). Este valor quiere decir que las variables tienen una relación lineal baja.

❖ Existe una correlación estadísticamente significativa de un 99% entre la variable Turismo Sustentable “*Contribución al Desarrollo local*” y la variable de Buenas Prácticas RSE “Satisfacción del visitante” (0,462\*\*). Este valor quiere decir que las variables tienen una relación lineal baja.

❖ Existe una correlación estadísticamente significativa de un 99% entre la variable Turismo Sustentable “*Bienestar de la comunidad*” y la variable de Buenas Prácticas RSE “Marketing” (0,652\*\*). Este valor quiere decir que las variables tienen una relación lineal aceptable.

❖ Existe una correlación estadísticamente significativa de un 95% entre la variable Turismo Sustentable “*Bienestar de la comunidad*” y la variable de Buenas Prácticas RSE “Satisfacción del visitante” (0,401\*). Este valor quiere decir que las variables tienen una relación lineal baja.

❖ La variable de Turismo Sustentable “*Conocimiento del concepto de Turismo Sustentable*” no presenta una correlación estadísticamente significativa con todas las variables de Buenas Prácticas RSE.

❖ La variable de Buenas Prácticas RSE “*Redes Sociales*” no presentan una correlación estadísticamente significativa con todas las variables de Turismo Sustentable

❖ La variable de Buenas Prácticas RSE “*Creación de valor*” no presentan una correlación estadísticamente significativa las variables de Turismo Sustentable “*Política de abastecimiento*”, “*Empleo de calidad*”, “*Contribución al Desarrollo local*” y “*Bienestar de la comunidad*”.

**CAPÍTULO V**  
**Conclusiones, Limitaciones y Sugerencias.**

## **1- Conclusiones.**

### **1.1- Conclusiones parte teórica.**

Existe una tendencia mundial hacia la conservación ambiental, aún así esto no es suficiente. Por ello, se ha promovido e implementado un nuevo concepto de desarrollo económico, social y ecológico: la sustentabilidad. Siendo una de las alternativas para detener y revertir los daños al planeta.

La sustentabilidad es un proceso que se refiere a una forma de desarrollo que busca el bienestar humano, conservando el equilibrio del medio ambiente con sus recursos naturales, considerándolos la base de todas las formas de vida.

Además, no está de más recordar que la finalidad del desarrollo sustentable es lograr un desarrollo más justo y equitativo, permitiendo así, que la sociedad satisfaga sus necesidades pero sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas.

El concepto incluye no sólo legar a las futuras generaciones un mundo material (biótico y abiótico) igual o mejor al actual, sino también, una equidad en las relaciones intrageneracionales actuales. A partir de ello, se entiende por sustentabilidad al estado de condición (vinculado al uso y estilo) del sistema ambiental en el momento de producción, renovación y movilización de sustancias o elementos de la naturaleza, minimizando la generación de procesos de degradación del sistema (presentes o futuros). En este sentido la podemos identificar tres dimensiones de la sustentabilidad, las cuales interactúan entre sí:

- ❖ La dimensión medioambiental o ecológica, la que considera aquellos aspectos que tienen que ver con preservar y potenciar la diversidad y complejidad de los ecosistemas, su productividad, los ciclos naturales y la biodiversidad.
  
- ❖ La dimensión social – cultural, la que considera el acceso equitativo a los bienes de la naturaleza, tanto en términos intergeneracionales como intrageneracionales, entre

géneros y entre culturas, entre grupos y clases sociales y también a escala del individuo.

- ❖ La dimensión económica, la cual incluye a todo el conjunto de actividades humanas relacionadas con la producción, distribución y consumo de bienes y servicios; y,

A partir de lo anterior, las empresas comienzan a tener en cuenta al medio ambiente dentro de sus estrategias de negocios. Esto se debe, no solamente a las presiones legales y sociales, sino también a la comprensión que una empresa es un sistema abierto y, por lo tanto, se encuentra en un proceso de intercambio continuo y recíproco con el medio ambiente.

De esta manera, el desarrollo sustentable brinda como beneficio conservar los recursos naturales y así cuidar el planeta, aumentando el crecimiento en el desarrollo de la humanidad.

La Responsabilidad Social Empresarial es un concepto que se redefine durante el transcurso del tiempo según las necesidades de cada empresa y según los requerimientos de cada sociedad. Además, es un estado consciente que adopta la empresa en su rol de ciudadana empresarial, que la lleva al cumplimiento de las expectativas generadas por la sociedad y se realiza con soporte en normas, valores, compromisos y consecuencia con todos sus grupos de interés.

Cabe señalar, que para la óptima adopción de estrategias de RSE por parte de las empresas en cualquier parte del mundo, existe una serie de requisitos básicos que aseguren su implementación exitosa. Requisitos como respeto al derecho sobre la propiedad, confianza, ausencia de corrupción, transparencia, responsabilidad gubernamental, educación, incentivos tributarios para la inversión social privada, equidad distributiva y protección del medio ambiente.

Actualmente, el concepto de RSE se encuentra en pleno desarrollo. Aún no se ha cristalizado. La mayoría de las instituciones empresariales, nacionales e internacionales, le brindan una dimensión operativa, pragmática, y equiparan el término (Responsabilidad Social Empresarial o Corporativa) a otros conceptos, que no son sinónimos pero si complementarios, como son sustentabilidad y ciudadanía corporativa.

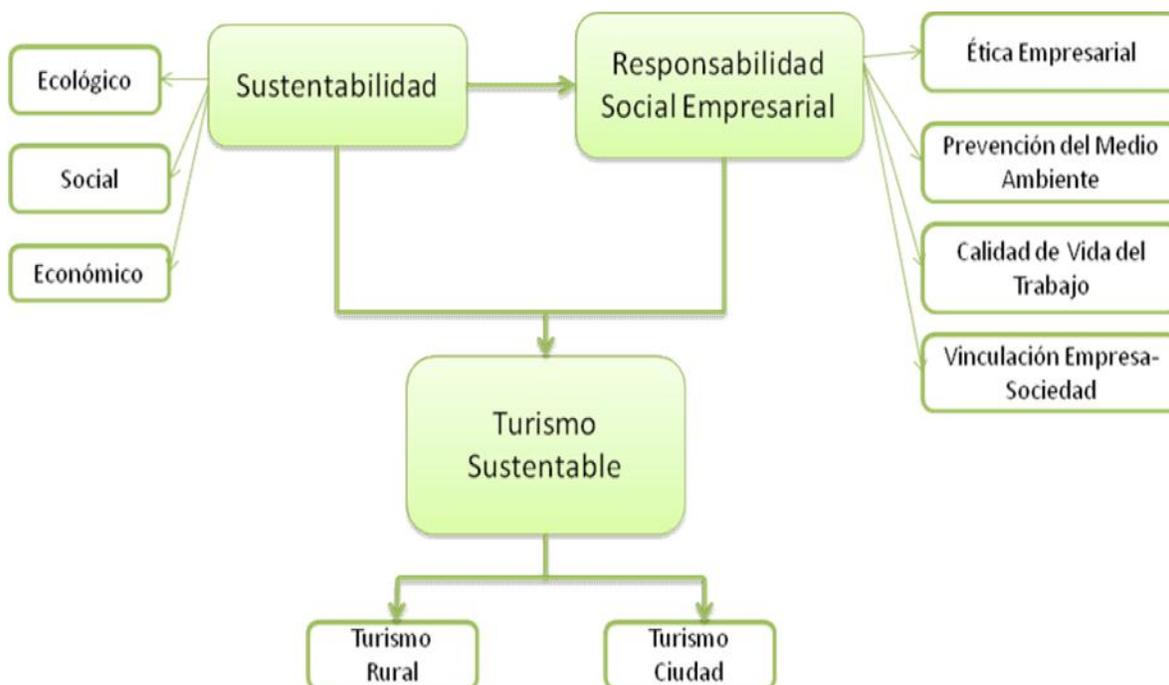
El cumplimiento de la responsabilidad social no puede asumirse por legislación u obligación, sino que se acoge por conciencia empresarial, voluntad y correspondencia con la sociedad que le permite a la Empresa operar, crecer y existir en su razón de ser. Sus beneficios y costos no necesariamente son financieros. Los beneficios en su gran parte son intangibles y pasan a formar parte del capital social, que en la administración moderna son los factores claves o estratégicos que soportan la gestión de la organización.

En el ámbito internacional, la actividad turística atraviesa por transformaciones muy profundas tanto en su estructura económica, como en sus objetivos y alcances, En este marco de la globalización, la evidencia disponible muestra que el turismo se ha expandido considerablemente durante los últimos veinte años. Por un lado, la expansión ha sido impulsada por el incremento sostenido del ingreso real y del tiempo disponible de ocio de los individuos, particularmente en los países desarrollados lo que ha provocado una fuerte demanda por servicios turísticos que respondan a la existencia de nuevos perfiles de preferencia entre los consumidores.

El turismo *“es probablemente la única actividad económica que involucra a muchos otros sectores, niveles e intereses de la sociedad, siendo a su vez la protección del medio ambiente parte esencial de su propio desarrollo, ya que sin una adecuada calidad ambiental en turismo actual y su desarrollo futuro pueden verse comprometidos, al igual que las organizaciones turísticas, los turistas y las comunidades receptoras”* (Cater, 1995) *“por el doble papel que el turismo implica; por un lado contribuyendo positivamente al desarrollo socioeconómico y cultural mientras al mismo tiempo puede conllevar a la degradación del medio ambiente y la pérdida de la identidad local”* (Beni, 1999; Carranza, 2002; Capacci, 2003).

Bajo lo anterior, el turismo sustentable se propuso como una estrategia de desarrollo. Es un tipo de turismo que tiene como propósito el mejoramiento del estado de desarrollo de una población rural (transformación) y de la población urbana; mediante el uso de la cultura rural local, los paisajes propios del medio y las actividades cotidianas; para la consolidación de productos turísticos que satisfagan los deseos y necesidades de la demanda turística de conocer y vivir la experiencia rural (transformación); en períodos de ocio y descanso, en lugares diferentes a los sitios habituales de residencia. Cuya identidad es dada por una serie de atributos dados por el entorno en el que se desarrolla (lo rural). Mientras que, a través del uso de la cultura urbana, se involucran numerosas actividades turísticas que pueden realizarse, dependiendo de los intereses y motivaciones de los visitantes, con el fin de darse a conocer.

**Figura N° 5: Cuadro Resumen de Sustentabilidad, Responsabilidad Social Empresarial y Turismo Sustentable.**



## 1.2- Conclusiones estudio empírico.

### 1.2.1- Conclusiones de análisis de fiabilidad.

A continuación se presenta un resumen de las fiabilidades del cuestionario completo de análisis de Fiabilidad (ver Tabla N° 25):

<b>Tabla N° 25: Resumen de Fiabilidades.</b>	
<b>Escala de Turismo Sustentable.</b>	<b>Alpha de Cronbach's</b>
Conocimiento del concepto de Turismo Sustentable	(0,411)
Viabilidad Económica	(0,440)
Política de abastecimiento	(0,521)
Empleo de calidad	(0,649)
Contribución al desarrollo local	(0,611)
Bienestar de la Comunidad	(0,695)
<b>Escala de Buenas Prácticas de RSE</b>	<b>Alpha de Cronbach's</b>
Factores de creación de valor	(0,428)
Marketing	(0,586)
Satisfacción del visitante	(0,658)
Redes Sociales	(0,614)

De acuerdo al análisis de fiabilidad para Turismo Sustentable el Alpha de Cronbach's del cuestionario completo es de (0,786), posee fiabilidad aceptable con tendencia a meritorio, lo que significa que ostenta una moderada consistencia interna y homogeneidad entre sus elementos de cada escala. Mientras que el Alpha de Cronbach's del cuestionario completo de Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial es (0,799), también posee fiabilidad aceptable con tendencia a meritorio, lo que significa que exhibe una moderada consistencia interna y homogeneidad entre sus elementos de cada escala

#### 1.2.1.1- Conclusiones fiabilidades de Turismo Sustentable.

De acuerdo a los datos entregados por el análisis de fiabilidad el Alpha de Cronbach's para el cuestionario de Turismo Sustentable es aceptable (0,786), esto indica que posee fiabilidad aceptable con tendencia a meritorio, lo que significa que ostenta una alta consistencia interna y homogeneidad entre sus elementos de cada escala. En el estudio se

observa que los factores que la integran se encuentran entre (0,4 – 0,7) en la escala compuesta por 6 ítems, lo que demuestra variabilidad entre las escalas.

En la variable “*Turismo Sustentable*”, la fiabilidad más baja se nota en el ítem “*Conocimiento del Concepto de Turismo Sustentable*” (0,411), lo que muestra poca concordancia entre las respuestas, manifestándose en que los encuestados sesgaron sus respuestas con respecto al Concepto de Turismo Sustentable. En ésta, se elimina la pregunta N° 1.5 “*El concepto es desconocido para mi, o sé muy poco*”, debido a que la fiabilidad aumenta de forma significativa (0,784).

En el ítem “*Viabilidad Económica*”, la fiabilidad es baja (0,440), lo cual muestra poca concordancia entre las respuestas, debido a que los encuestados no fue de gran relevancia la viabilidad económica que presenta el hotel u hostel, se presume que esto se debe a que aceptan las condiciones y normativas con las que trabajan. Cabe mencionar que en este ítem si se elimina el elemento N° 2.1, la fiabilidad del ítem aumenta pero no en gran proporción, por lo que no se consideró eliminarla, siendo importante para medir el Turismo Sustentable en los hoteles y hostales.

En el ítem “*Política de abastecimiento*”, la fiabilidad es baja (0,521), lo cual muestra poca concordancia entre las respuestas, ya que los encuestados no saben o no influyen en la compra de insumos a productores locales. Cabe mencionar que en este ítem si se elimina el elemento N° 3.4, la fiabilidad del ítem aumenta (0,608).

En el ítem “*Prosperidad local*”, la fiabilidad es baja (0,319), lo cual muestra poca concordancia entre las respuestas. Si bien al eliminar el ítem 4.1 aumenta la fiabilidad, no se puede prescindir de ello, ya que no responde a las reglas de fiabilidad mínimas. De esta manera, dicho elemento no será considerado.

En el ítem “*Empleo de calidad*”, la fiabilidad es aceptable (0,649), lo cual muestra que existe concordancia entre las respuestas, lo que refleja que para los encuestados, los temas tratados en este ítem son relevante, por lo que se puede inferir que las preguntas realizadas

midieron bien este ítem. Cabe mencionar que en este ítem si se elimina el elemento N° 5.5, la fiabilidad del ítem aumenta pero no en gran proporción, por lo que no se consideró eliminarla, siendo importante para medir el Turismo Sustentable en los hoteles y hostales.

En el ítem “*Contribución al desarrollo local*”, la fiabilidad es baja (0,611), lo cual muestra que existe cierta concordancia entre las respuestas, ya que para los encuestados no es de gran relevancia aportar con el desarrollo local.

En el ítem “*Bienestar de la comunidad*”, la fiabilidad es baja (0,695), lo cual muestra que existe concordancia entre las respuestas, lo que refleja que para los encuestados, los temas tratados en este ítem son relevante, por lo que se puede inferir que las preguntas realizadas midieron bien este ítem.

En el ítem “*Cumplimiento Normativo*”, la fiabilidad es (-0,213), lo cual no muestra concordancia entre las respuestas. Lo cual viola los supuestos del modelo de fiabilidad, por lo cual, dicho elemento no será considerado en este estudio.

En los resultados se puede notar que el Alpha más alto lo muestra el ítem “*Bienestar de la comunidad*” (0,695). Por otro lado el Alpha más bajo lo muestra el ítem “*Conocimiento del Concepto de Turismo Sustentable*” (0,411).

En general los resultados arrojan que si se elimina un o unos de los ítems, la fiabilidad del cuestionario completo aumenta en su proporción, por lo que se eliminaron algunas preguntas, suponiendo mejor aplicación y resultado del modelo.

### **1.2.1.2- Conclusiones fiabilidades de Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.**

De acuerdo a los datos entregados por el análisis de fiabilidad el Alpha de Cronbach's para el cuestionario de Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial es (0,799), esto indica que posee fiabilidad aceptable con tendencia a meritorio, lo que significa que ostenta una alta consistencia interna y homogeneidad entre sus elementos de cada escala.

En el estudio se observa que los factores que la integran se encuentran entre (0,4 – 0,7) en la escala compuesta por 4 ítems, demostrando variabilidad entre las escalas.

En el ítem “*Factores de creación de valor*”, la fiabilidad es baja (0,428), lo cual muestra poca concordancia entre las respuestas, debido a que para los encuestados no es de gran relevancia o desconocen este elemento. Cabe mencionar que en este ítem si se elimina el elemento N° 9.1, la fiabilidad del ítem aumenta pero no en gran proporción, por lo que no se consideró eliminarla, siendo importante para medir las Buenas Prácticas de RSE en los servicios de alojamiento turístico.

En el ítem “*Marketing*”, la fiabilidad es baja con tendencia a aceptable (0,586), lo cual muestra poca concordancia entre las respuestas. No existen elementos con mayor fiabilidad, por lo que no se eliminan.

En el ítem “*Satisfacción del visitante*”, la fiabilidad es aceptable (0,658), lo cual muestra cierta concordancia entre las respuestas, debido a que para los trabajadores son importantes las afirmaciones que conciernen a este ítem. Esta importancia se da, porque para los encuestados es relevante satisfacer y ayudar al cliente. No existen elementos con mayor fiabilidad, por lo que no se eliminan.

En el ítem “*Redes Sociales*”, la fiabilidad es aceptable (0,614), lo cual muestra cierta concordancia entre las respuestas. Cabe señalar que en este ítem si se elimina el elemento N° 12.3, la fiabilidad del ítem aumenta pero no en gran proporción, por lo que no se consideró eliminarla, siendo importante para medir las Buenas Prácticas de RSE en los servicios de alojamiento turístico.

En los resultados se puede notar que el Alpha más alto lo muestra el ítem “*Satisfacción del visitante*” (0,658). Por otro lado, el Alpha más bajo lo muestra el ítem “*Factores de creación de valor*” (0,428).

En general los resultados arrojan que si se elimina un o unos de los ítems, la fiabilidad del cuestionario completo aumenta en su proporción, por lo que se eliminaron algunas preguntas, suponiendo mejor aplicación y resultado del modelo.

### **1.3- Conclusiones análisis descriptivos.**

La aplicación del instrumento de medida en los servicios de alojamiento turístico en la ciudad de Concepción y Talcahuano, a las 31 encuestas respondidas, que corresponden a un 72,09 %

Entre los rangos de “*Años de operación*” de hoteles y hostales, el mayor número de éstos se encuentra “*Entre 0 y 10 años*”, con un 61,29% del total de hoteles y hostales encuestados. Mientras que, el menor número de éstos se encuentra “*Entre 21 y 30 años*”, con un 6,45%.

Según el rango “*Cargo de quien completa el formulario*”, el mayor número de éstos, se presenta en “*Administrador*” y “*Recepcionistas*” con un 38,71% en ambos casos. Mientras que, el menor número de dicho rango, se encuentre en “*Jefe recepción*” con un 9,68%.

Por último, para el rango “*Tamaño de la empresa*” el mayor número de éstos, se encuentra en “*Mediana*” con un 48,39%. Mientras que, el menor número de dicho rango, se encuentre en “*Grande*” con un 9,68%.

### **1.4- Conclusiones de las medias.**

#### **1.4.1- Conclusiones de las medias de Turismo Sustentable.**

Los resultados del análisis de las medias arrojaron que los ítems de Turismo Sustentable se encuentran en “*a veces*”, con tendencia a “*casi siempre*”. Lo que implica que son dimensiones que están parcialmente desarrolladas en la empresa, debido a la desinformación que hay desde la administración a los trabajadores.

Del resto de los ítems de la variable Turismo Sustentable, el ítem más alto es “*Prosperidad local*”, lo que quiere decir que, en general los servicios de alojamiento encuestados promueve la contratación de personas de la comunidad local, además de no discriminar por sexo, raza, etnia, etc. Mientras que, el más bajo es “*Cumplimiento Normativo*”, debido a que los encuestados respetan la normativa vigente, al no ser sancionados con algún tipo de multa.

#### **1.4.2- Conclusiones de las medias de Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.**

Los resultados del análisis de las medias arrojaron que los ítems de Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial se encuentran en “*a veces*”. Lo que implica que son dimensiones no están muy difundidas entre sus trabajadores, ni desarrolladas por la empresa, esto se debe a que los hoteles y hostales no buscan un reconocimiento a través de sus buenas prácticas, sino más bien, mediante la cantidad de usuarios que retorna.

Del resto de los ítems de la variable Buenas Prácticas de RSE, el ítem más alto es “*Factores de creación de valor*”, lo que quiere decir que, los servicios de alojamientos encuestados, buscan mejorar continuamente sus servicios y estar vigentes para competir en el mercado. Mientras que, el más bajo es “*Redes Sociales*”, debido a que los servicios de alojamientos no cuentan con las diversas redes sociales, debido a que no tienen acceso o no saben usarlas.

#### **1.5- Conclusiones de las correlaciones.**

##### **1.5.1- Conclusiones de las correlaciones entre Turismo Sustentable con Datos descriptivos.**

De las 2 correlaciones que hay entre la variable de Turismo Sustentable y el dato descriptivo “*Tamaño de la empresa*”, se correlacionan de manera positiva, con un 99% y 95% de nivel de significancia.

De las dimensiones de Turismo Sustentable, “Empleo de calidad” con el dato descriptivo “*Tamaño de la empresa*”. De esto se concluye que, mientras mayor sea el tamaño de la empresa, mejor será la calidad del empleo dentro de ésta y la satisfacción de los trabajadores de los trabajadores para con su empleo. Mientras que, “Bienestar de la comunidad” con el dato descriptivo “*Tamaño de la empresa*”, nos dice que mientras sea el tamaño de la empresa, mayor será el compromiso con la comunidad.

### **1.5.2- Conclusiones de las correlaciones entre Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial con Datos descriptivos.**

No existe una correlación significativa estadísticamente entre la variable de Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial y los datos descriptivos.

## **1.6- Conclusiones de correlaciones entre variables.**

### **1.6.1- Conclusiones de las correlaciones entre Turismo Sustentable con Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.**

Existen 11 correlaciones entre las variables de Turismo Sustentable y Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, donde 9 de ellas tienen correlación positiva moderada con un nivel de un 99% de significancia y 2 correlaciones positiva con un nivel de significancia de un 95%.

La correlación positiva, entre la dimensión “*Viabilidad Económica*”, que pertenece a la variable Turismo Sustentable y la dimensión “*Factores de creación de valor*” de la variable Buenas Prácticas de RSE, se explica que para mantener una solidez económica de los hoteles y hostales en el tiempo, necesitan crear valor a través de la perfección de sus servicios, la innovación y la diferenciación frente a sus competidores.

Respecto a la correlación entre la dimensión “*Viabilidad Económica*” de la variable Turismo Sustentable y la dimensión “*Marketing*” vemos que ésta es positiva y actúan de

forma recíproca, debido a que la inversión en promoción de los servicios de alojamiento, traerá consigo beneficios económicos para la empresa, materializado en nuevos clientes.

Respecto a la correlación entre la dimensión “*Viabilidad Económica*” de variable Turismo Sustentable y la dimensión “*Satisfacción del visitante*”, vemos que ésta es positiva, esto se explica en que al tener una evaluación periódica de satisfacción, es posible mejorar los servicios para sus clientes, satisfaciendo sus necesidades y así mantenerlos fieles a la empresa.

Existe una correlación positiva estadísticamente significativa entre la variable de Turismo Sustentable “*Política de abastecimiento*” y la variable de Buenas Prácticas de RSE “*Marketing*”. Esto hace referencia a que si la empresa se abastece de productores locales y promueve este tipo de iniciativas, les resulta beneficioso ya que les significa como publicidad al mostrarse responsables y solidarios con la comunidad.

Respecto a la correlación entre la dimensión “*Política de abastecimiento*” de la variable Turismo Sustentable y la dimensión “*Satisfacción del visitante*”, vemos que ésta es positiva, siendo reflejado en que si los hoteles y hostales poseen u aconsejan productos locales, los visitantes tendrán una visión más responsable y sustentable de éste, dado que los visitantes prefieren productos locales, para así conocer más de cerca las costumbres de la comunidad.

Respecto a la correlación entre la dimensión “*Empleo de calidad*” de la variable Turismo Sustentable y la dimensión “*Marketing*”, vemos que ésta es positiva, quiere decir que mientras más satisfechos se sientan los empleados con sus trabajos, mejor será su visión respecto a la calidad de servicios del hotel u hostel, de esta manera, lo promocionarán a través de la buena imagen que poseen del establecimiento.

Respecto a la correlación entre la dimensión “*Empleo de calidad*” de la variable Turismo Sustentable y la dimensión “*Satisfacción del visitante*”, vemos que ésta es positiva, ya que mientras mejor sean las condiciones de trabajo, mejor será el desempeño de

los empleados, trayendo consigo un buen trato con los clientes y una buena perspectiva de los visitantes para con el establecimiento, haciéndolos que vuelvan a él.

Respecto a la correlación entre la dimensión “*Contribución al desarrollo local*” de la variable Turismo Sustentable y la dimensión “*Marketing*”, vemos que ésta es positiva, debido a que al tener un crecimiento en el apoyo a iniciativas sociales en la comunidad, se promocionará el establecimiento mediante la buena imagen que poseen de éste.

Respecto a la correlación entre la dimensión “*Contribución al desarrollo local*” de la variable Turismo Sustentable y la dimensión “*Satisfacción del visitante*”, vemos que ésta es positiva, donde el establecimiento al contribuir con la comunidad, solidarizando con las actividades del entorno, ofrecerá a los visitantes la oportunidad de tener mayor acceso a estas actividades; donde a su vez, mejorarán la imagen del hotel u hostel.

Respecto a la correlación entre la dimensión “*Bienestar de la comunidad*” de variable Turismo Sustentable y la dimensión “*Marketing*”, vemos que ésta es positiva, lo que quiere decir que los establecimientos, al no interferir con la comunidad que los rodea y respetar sus espacios, proyectan una imagen consciente y responsable, ayudándolos a utilizar esta característica como herramienta de publicidad.

Existe una correlación positiva estadísticamente significativa entre la dimensión del Turismo Sustentable “*Bienestar de la comunidad*” y la dimensión “*Satisfacción del visitante*”, percatándonos que al ver que mientras más se compromete el establecimiento con la comunidad, el visitante se siente más cercano y satisfecho a ésta, comprometiéndose con los valores del hotel u hostel.

### **1.7- Conclusiones Generales**

Al haber terminado los capítulos y los análisis de las variables, se puede concluir que las variables estudiadas tienen cierta relación, siendo 11 de ellas las que se relacionan de manera directa; es decir, que una correcta implementación de las Buenas Prácticas de

Responsabilidad Social Empresarial, puede tener diversos efectos positivos en la realización del Turismo Sustentable.

En el sector de alojamiento turístico es difícil diferenciarse, debido a que son establecimientos uniformes, es por ello que están en una continua búsqueda de mejorar, reestructurar e innovar sus servicios, tanto en la estructura física como en los servicios que satisfacen las necesidades y deseos de sus usuarios.

Así bien, las estrategias de diferenciación que se puedan adoptar pueden ser fácilmente imitadas, puede implementarse una estrategia que involucre al Turismo Sustentable, el cual no es fácil de imitar, debido a que para implementar la Sustentabilidad se requiere de esfuerzos económicos, para reestructurar o acomodar las instalaciones de dichos establecimientos haciéndolos más amigables con todo tipo de usuarios (ramplas de acceso, ascensores, habitaciones especiales, señalética braille, etc.). Por lo demás, el Turismo Sustentable no es un término muy conocido en Chile, por lo que no se tiene mayores antecedentes de sus beneficios.

Por lo general, los turistas que viajan a la ciudad de Concepción y Talcahuano son en mayor cantidad por motivos profesionales.

En relación al Turismo Sustentable existe un instrumento diseñado por el SERNATUR, el cual mide si un servicio de alojamiento turístico tiene características sustentables para poseer el Sello Verde (S). Asimismo, dicha evaluación está enfocada principalmente en zonas rurales, lo que dificulta la postulación a este sello a los servicios de alojamiento turístico que se encuentran en el sector urbano.

Llama la atención que en la investigación realizada, la fiabilidad que arrojaron las escalas tanto en los ítems de las variables como el del cuestionario completo, tienden a variar entre (0,4 – 0,8) lo que indica que posee fiabilidad aceptable, esto debido a que los ítems son homogéneos y la mayor parte de ello se relacionan entre sí.

Con respecto a las medias del estudio realizado podemos percatarnos que la tendencia para todos los ítems de la variable Turismo Sustentable fue “*a veces*” con tendencia a “*casi siempre*”. Mientras que, la tendencia para todos los ítems de la variable Buenas Prácticas de RSE fue “*a veces*” con tendencia a “*casi siempre*”. Lo que indica, que en los hoteles y hostales de la ciudad de Concepción y Talcahuano, desconocen los beneficios de ambas variables, y aunque hacen un esfuerzo por implementar características sustentables en algunas de sus áreas, esto no es suficiente ya que en su mayoría son ajenos a contribuir al desarrollo local y crear políticas de abastecimiento que ayuden a la localidad y su comunidad.

Cabe destacar, que en las medias de la variable Buenas Prácticas de RSE dejan de lado el tema de las redes sociales, desconociendo los beneficios de éstas para dar a conocer y promocionar sus servicios.

Donde se presenta un mayor número de correlaciones es entre las dimensiones de la variable Buenas Prácticas de RSE “*Satisfacción del visitante*” y “*Marketing*” con la mayoría de las dimensiones de la variable Turismo Sustentable. Siendo esto, porque ambas variables de Buenas Prácticas de RSE son las que están mayormente relacionadas con la visión que tienen los clientes con el hotel u hostal; de esta manera para los servicios alojamientos turístico es de prioridad mejorar su funcionamiento interno, para entregar un mejor servicio y así dar a conocer una buena imagen del establecimiento para poder captar a potenciales clientes.

Finalmente, se puede decir que a mayor implementación de Buenas Prácticas de RSE, se puede llegar a una mejora del Turismo Sustentable, traduciéndose en más prestigio, mejor imagen y en consecuencia un aumento de visitantes en los hoteles y hostales de la ciudad de Concepción y Talcahuano.

## **2- Limitaciones del estudio.**

La primera limitación que se presentó a lo largo del desarrollo de esta investigación, fue encontrar una base de datos de los hoteles y hostales de la provincia de Concepción, debido a lo extenso de la provincia y lo difícil que es llegar a cada comuna se decidió acotar el sector de estudio a la ciudad de Concepción y Talcahuano.

Otra limitación importante, se debió a que en la página del SERNATUR no se encuentran los nombres de todos los establecimientos de alojamiento turístico; por lo que, se optó por buscar en internet, en la guía de Publiguía y en terreno, formando una propia base de datos.

Otra limitación fue el tiempo, ya que los establecimiento se encuentran a gran distancia uno del otro, por lo que se debió extender el tiempo estimado para encuestarlos. Asimismo, se vio en la obligación de reiterar las visitas en los hoteles y hostales para retirar las encuestas ya que no estaban contestadas, y poseían poco tiempo para responderla.

Además, el estudio se vio afectado por la poca disposición de los empleados de responder la encuesta, ya sea por la mala disposición, desconfianza u otros por temor a futuras consecuencias negativas en sus empleos.

Algunos de los establecimientos que se pretendían encuestar cuestionaban la validez de la investigación, no contestando la encuesta por mala disposición o por falta de tiempo.

Otra de las limitaciones, fue los términos usados en la encuesta, debido a que aunque les resultaran conocidos no existía un mayor conocimientos acerca de éstos, lo que se traducía muchas veces en dudas y no saber qué responder. Igualmente, el desconocimiento por parte de los trabajadores de las actividades que realiza la empresa les hace responder de manera errada y hasta a veces indiferente, esto se debe prácticamente a una falta de comunicación.

### **3- Sugerencias.**

De los resultados obtenidos en la investigación antes expuesta se puede concluir lo siguiente:

El estudio arrojó que los hoteles y hostales de la ciudad de Concepción y Talcahuano no conocen mayormente los conceptos de Turismo Sustentable y Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, por lo que deberían mejorar este aspecto y así perfeccionar el sector hotelero, acomodándolo para una sociedad más responsable.

Los establecimientos deberían desarrollar la importancia de las Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, implementarla como estrategia, ya que cada uno de ellos aporta desde su visión para mejorar el quehacer institucional, además de esta manera se consigue que se siga y respete los lineamientos a implementar.

Se debería crear una base de datos más completa de los servicios de alojamiento turístico de la ciudad de Concepción y Talcahuano, de manera de crear una plataforma donde los diversos establecimientos puedan dar a conocer sus servicios al público en general y donde los visitantes puedan tener un fácil acceso y así comparar una institución con otro de acuerdo a los requerimientos y necesidades de cada uno.

Se sugiere que los hoteles y hostales estén actualizados con las redes sociales y que cuenten con una persona destinada a trabajar el funcionamiento de esta área de manera que logre aprovechar dichas aplicaciones, además de crear campañas de publicidad para el establecimiento y así captar la atención de los visitantes.

Ya que Concepción y Talcahuano son ciudades urbanas e industriales, mayoritariamente sin sectores rurales, se sugiere que se cree un plan de ruta por parte de los establecimientos, que se enfoque principalmente en el turismo cultural de la ciudad, de manera que puedan dar a conocer su localidad, incorporado aspectos históricos, arquitectónicos, gastronómicos, literarios, artesanía tradicional, etc.

## Referencias Bibliográficas

### A

Alario, M., y Baraja, E (2006). *Políticas públicas de desarrollo rural en Castilla y León: ¿Sostenibilidad consciente o falta de opciones? LEADER II*. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, 41, 267-293.

Adams, William M. (2006), El futuro de la sostenibilidad: Repensando el medio ambiente y el desarrollo en el siglo veintiuno, Zurich:IUCN/The World Conservation Union. [http://www.iucn.org/members/future\\_sustainability/](http://www.iucn.org/members/future_sustainability/). Accesado el 13 de enero de 2007.

Antonini, A. (2009). *La Medida De La Sostenibilidad De La Ciudad Histórico-Turística*. Tesis Doctoral, Càtedra Unesco De Sostenibilitat. Universitat Politècnica De Catalunya, Cataluña España.

Aragón, A. Rubio, A. y Marin (2003). *Competitividad y recursos estratégicos en las pymes*. Revista de Empresa, 28, 32-47.

Arias, S. (2009). *Experiencias sobre prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en Chile*. Ponencia presentada al Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas, Costa Rica.

### B

Brown, L. R. (1992). A nova ordem Mundial. Boletim de Conjuntura Internacional, Secretaria Nacional de Planejamento/Departamento de Assuntos Internacionais, n.5, p. 39- 57. (El nuevo orden mundial. Boletín situación internacional, el Secretario Nacional de Planificación y el Departamento de Asuntos Internacionales)

## C

- Calderón, E. (2003). *Política Territorial de la Unión Europea*. Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos de Madrid.
- Cancela, I, y Dumpiérrez, A. (2004). Diálogo social. Legitimador del sistema democrático. Instrumento para la sostenibilidad y sustentabilidad de la paz social. Boletín cinterfor (Boletín Técnico Interamericano de Formación Profesional), N° 156, 149-166.
- Carroll, A. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, 4 (4), 497-505.
- Castellano, J y Chércoles, B. (2005). *Aproximación Metodológica al Contenido de la Responsabilidad Social de la Empresa*. Cuadernos de Ciencias Económicas y Empresariales, 19, 34-41,
- Castillo C. (1985). *La responsabilidad social de la empresa en el contexto social: su articulación, gestión y control*. Tesis doctorado, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Málaga, España.
- Cuello, C. y Durbin, P. (1993). Organización de Estados Iberoamericanos. Desarrollo sostenible y Filosofía de la Tecnología, César Cuello y Paul Durbin (Departamento de Filosofía, Universidad de Delaware). <http://www.oei.es/salactsi/tef02.htm> Accesado el 18 de Abril de 2014.

## F

- Fernández, R. (2009). *Plataformas de sustentabilidad, Soportes urbano-territoriales, problemáticas y gestión ambiental*. Revista THEOMAI/ THEOMAI Journal (20).

Friedman, M. (1962). *Capitalism and Freedom*. Chicago: University of Chicago Press.

Foladori, G. y Tommasino, H. (2000). *El Enfoque Técnico y el Enfoque Social de la Sustentabilidad*. Universidad Nacional Autónoma de México.

## G

García, B. (2009). *Modelos de sustentabilidad y su relación en la disciplina del diseño*. MX Design Conference 2009, Universidad Iberoamericana. Ciudad de México.

García, E. (2007). *Los límites desbordados, Sustentabilidad y decrecimiento*. Trayectorias, IX (24), 7-19.

Golley B, (1990). The Ecological Context of a National Policy of Sustainability. In *Towards and Ecologically Sustainable Economy*, Aniansson, B. and U. Svedin (eds.), Stockholm: Swedish Council for Planning and Coordination of Research.

Goodland, R. (1994) *Environmental Sustainability and the Power Sector. Impact Assessment*. v.12, n.3, p. 275-304, Fall 1994. (sostenibilidad del medio ambiente y el sector de la energía. Evaluación de impacto. otoño de 1994.)

Goodland, R. (1995). *The concept of environmental sustainability*. Annual Review of Ecology and Systematics. 26:1-24.

## H

Hernández, V. y Tarbes, C. (2009). *Comercialización Y Marketing Responsable: Medición, Análisis Y Relación de la Empresa Colum Con Los Consumidores*. Memoria para optar al Título de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad del Bio Bío, Concepción, Chile.

Holland, A (1999). *Sustainability: Should We Start From Here?*. En A. Dobson (comp.), *Fairness and Futurity. Essays on Environmental Sustainability and Social Justice*, Oxford University Press, Oxford, 1999, pag. 78.

J

Jiménez, L. (2000). *Desarrollo Sostenible. Transición hacia la coevolución global*. Editorial Pirámide. Madrid.

K

Krausse, K. (2007). *La Reputación Corporativa en base al modelo de Fombrun: Desarrollo, identificación de la Responsabilidad Social Empresarial y su relación con la satisfacción laboral*. Memoria para optar al Título de Magister en Dirección de Empresas (MBA), Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad del Bio Bio, Concepción, Chile.

M

Martín, I. (2005). *Responsabilidad social empresarial: un debate de actualidad*. *Economistas*, 106,22-30.

McWilliams, A. y Siegel, D. (2000) Corporate social responsibility and financial performance: correlation or misspecification? *Strategic Management Journal*, nº 21, 603-609.

Munasinghe, M. (1993). *Environmental Economics and Sustainable Development*. Environmental Paper N° 3. World Bank. Washington DC.

Myers, M. (1993). *The question of linkages in environment and development*. *Bioscience*, 43, pp. 302-310.

N

Norton, B. (1992). *Sustainability, Human Welfare and Ecosystem Health*. Ecological Economics, vol. 14, no. 2, págs. 113-127.

O

Ojeda, R. y Jiménez O. (2011) *Responsabilidad Social Empresarial en el sector servicios de Mérida, Yucatán*.

P

Paniagua, Á. y Moyano, E. (1998). Instituto de Economía y Geografía. CSIC. Madrid y IESA – Andalucía. CSIC. Córdoba.

Paniagua, Á. y Moyano, E. (1998). *Medio Ambiente, Desarrollo Sostenible y Escalas de Sustentabilidad*. *Reis*. Revista Española de Investigaciones Sociológicas, 83, 151-175.

Pearce, D.W. y G.D. Atkinson (1995). *Handbook of Environmental Economics*. Measuring sustainable Development. En Bromley, D. (ed.). Oxford. Blackwell. Págs. 166-181.

Pearce, D., Markandya, A. y Barbier, E. B. (Eds) (1989). *Blueprint for a Green Economy*. Londres: Earthscan Publication.

Pérez, I. (2008). *Investigación Cultural Ética Regional*. Ponencia presentada a alumnos en el curso de Responsabilidad Social Empresarial. Universidad de Cienfuegos, Cuba.

R

Redclift, M. (1995). Desarrollo sostenible: ampliación del alcance del debate, en A. Cadenas (ed.), *Agricultura y desarrollo sostenible*, Madrid, MAPA, 39-70.

Rodríguez, J (2005), *Aportación metodológica para la evaluación de sostenibilidad de planes y programas de infraestructuras de transportes*. Aplicación al marco regional: comunidad Madrid. Tesis Doctoral publicada. Universidad politécnica de Madrid. Madrid.

S

Sachs, I. (1993) *Estratégias de Transição para o Século XXI - Desenvolvimento e Meio Ambiente*. São Paulo, Studio Nobel Ltda/ FUNDAP, 1993. (Estrategias de transición para el siglo XXI - Desarrollo y Medio Ambiente. São Paulo, Ltda. Estudio Nobel / FUNDAP, 1993.)

Sancho A. (2008) *Introducción al Turismo*. Organización Mundial del Turismo (OMT)

Sarazin, P. (1913). Conferencia internacional para la proteccion de la naturaleza.

Schmitt, N. (1996). *Uses and Abuses of Coefficient Alpha*. Psychological Assessment 8(4) 350-353 [http://ist\\_socrates.berkeley.edu/~maccoun/pp279\\_schmittpdf](http://ist_socrates.berkeley.edu/~maccoun/pp279_schmittpdf).

Serageldin, I. (1993). *Making Development Sustainable*. Finance & Development, v.30. (Hacer el Desarrollo Sostenible. Finanzas y Desarrollo).

V

Valcárcel, M. (2006). *Génesis Y Evolución Del Concepto Y Enfoques Sobre El Desarrollo*. Departamento De Ciencias Sociales, Pontificia Universidad Católica Del Perú, Lima, Junio 2006.

Venegas, N. y Muñoz, O. (2011) *Estudio de los indicadores de Sustentabilidad: Evaluación y relación con el surgimiento de los negocios inclusivos. Caso: Aplicación. Profesor guía: Karina Krausse Martínez*. Memoria para optar a título de Ingeniero Comercial.

**PÁGINAS WEB**

Acción RSE (2000). <http://www.accionrse.cl>. Accesado el 26 de marzo, 2014.

Biblioteca del Congreso Nacional de Chile (Diciembre de 2005), de 2014, en:  
[http://www.bcn.cl/carpeta\\_temas/temas\\_portada.2005-10-27.0843131984](http://www.bcn.cl/carpeta_temas/temas_portada.2005-10-27.0843131984).  
Accesado el 05 de Abril.

Calidad Turística. <http://www.calidadturistica.cl/>. Accesado el 10 de Julio de 2014.

Chile Sustentable. <http://www.chilesustentable.travel/> Accesado el 10 de Julio de 2014.

Global Compact (1999). <http://unglobalcompact.org/un/gc/unweb.nsf> Accesado el 24 de marzo, 2014.

Fundación Prohumana, (1998). *¿Qué es la RSE?*. [http://www.prohumana.cl/index.php?option=com\\_content&task=view&id=44&Itemid=60/](http://www.prohumana.cl/index.php?option=com_content&task=view&id=44&Itemid=60/) Accesado el 26 de marzo, 2014.

International Organization for Standarization. (2010). Guidance on Social Responsibility., de <http://www.accionrse.cl/uploads/files/RSEgobernanza.pdf>. Accesado el 23 de abril de 2014.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. [http://www.oecd.org/pages/0,3417,es\\_36288966\\_36288120\\_1\\_1\\_1\\_1\\_1,00.html](http://www.oecd.org/pages/0,3417,es_36288966_36288120_1_1_1_1_1,00.html)  
Accesado el 24 de marzo de 2014.

Organización Mundial del Turismo OMT. <http://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt>. Accesado el 20 de Marzo de 2014.

Reporting Initiative (1997).  
<http://www.globalreporting.org/Home/LanguajesBar/SpanishPage.htm/> Accesado el  
24 de marzo, 2014

Turismo Sustentable. [http://www.turismo-sustentable.com.ar/turismo\\_sustentable.html](http://www.turismo-sustentable.com.ar/turismo_sustentable.html).  
Accesado el 21 de Marzo de 2014.

World Business Council on Sustainable Development. Base de datos en línea disponible en:  
<http://www.wbcsd.org/templates/TemplateWBCSD5/layout.asp?MenuID=1>  
Accesado el 24 de marzo de 2014.