



## LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL TURISMO SOSTENIBLE

### CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN SUSTAINABLE TOURISM

Damián Espino Castillo, Eva Lisary González Pinilla

Universidad de Panamá, Panamá.

Correo: [damespino14@gmail.com](mailto:damespino14@gmail.com) ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9577-6431>

Universidad de Panamá, Panamá.

Correo: [evalisary@gmail.com](mailto:evalisary@gmail.com) ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1437-106X>

DOI <https://doi.org/10.48204/societas.v25n2.4108>

\*Autor de correspondencia: [evalisary@gmail.com](mailto:evalisary@gmail.com)

Fecha de recepción: 05/02/2023 / Fecha de aceptación: 14/05/2023

### Resumen

Este estudio aborda la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la actividad turística en general y, sobre todo, en el turismo sostenible, desde la perspectiva de que este sector económico, de gran importancia para el progreso de muchas naciones, se desarrolle a largo plazo con niveles de sostenibilidad aceptables. De lo que tratamos en este caso es de que, el turismo en la actualidad no puede tener éxito si solo busca obtener beneficios económicos, sin considerar que los mismos deben estar en equilibrio con la protección y conservación de los recursos naturales, culturales, sociales e históricos, de los lugares y comunidades donde esta actividad se desenvuelve. Por ello, las acciones de la Responsabilidad Social Empresarial en el turismo deben encaminarse a promover la práctica de un turismo responsable y ecológico, que tome en cuenta a todos los actores de esta industria e incluya a las empresas que se benefician indirectamente y, sobre todo, a los viajeros o turistas a quienes es imprescindible generar una conciencia ecológica sobre el ambiente natural y rural.

Para que el turismo sostenible se consolide, debe ser capaz de alcanzar el máximo equilibrio entre las actividades económicas que desarrollan las empresas del sector turístico y la biodiversidad en la que estas actividades tienen lugar, sin que éstas representen, de ningún modo, factores que aceleren su deterioro, degradación o contaminación. Debe ser capaz de aprovechar, de forma óptima, los recursos medioambientales, manteniendo los procesos ecológicos y conservando la diversidad biológica de los lugares donde se desarrollan sus actividades.

**Palabras clave:** turismo, sostenible, recursos naturales, sector, conciencia ecológica, turistas.



## Abstract

This study addresses Corporate Social Responsibility in tourism in general and especially in sustainable tourism, from the perspective that this economic sector of great importance for the progress of many nations develops in the long term with acceptable levels of sustainability. What we are dealing with is that tourism today cannot be successful if it only seeks to obtain economic benefits, without considering that they must be balanced with the protection and conservation of natural, cultural, social and historical resources, of the places and communities where this activity takes place. For this reason, CSR actions in tourism must be aimed at promoting the practice of responsible and ecological tourism, which not only takes into account all the actors in this industry, but also includes the companies that benefit from it. indirectly, and above all, to travelers or tourists for whom it is essential to generate in them an ecological awareness of the natural and rural environment. For sustainable tourism to be consolidated, it must be able to achieve the maximum balance between the economic activities carried out by companies in the tourism sector and the biodiversity in which these activities take place, without these representing in any way factors that accelerate their growth. deterioration, degradation or contamination. It must be able to make optimal use of environmental resources, maintaining ecological processes and conserving the biological diversity of the places where its activities are carried out.

**Keywords:** tourism, sustainable, natural resources, sector, ecological awareness, tourists.

## Introducción

La Responsabilidad Social Empresarial suele definirse de muchas formas y representa una práctica cada vez más frecuente, no solo de empresas de gran tamaño, sino también de pequeñas, ya que todas, de alguna forma u otra, y en mayor o menor magnitud, desarrollan actividades y procesos que afectan a la sociedad y al ambiente. Sin embargo, en términos generales, este concepto puede definirse como el conjunto de políticas y acciones que las empresas, de manera libre y voluntaria, deciden realizar, con el propósito de contribuir al desarrollo y progreso de la sociedad y a la protección y conservación de los recursos naturales y el medio ambiente.

Con esta herramienta y mediante una serie de estrategias empresariales, destinadas a que sus actividades económicas adquieran sostenibilidad, las empresas responden a las condiciones competitivas del mercado, se mantienen actualizadas con los cambios a nivel



global y favorecen el crecimiento de un respaldo social, amparándose en su reputación y credibilidad.

El turismo es, sin duda alguna, una de las actividades económicas más importantes con las que puede contar un país determinado, ya que es capaz de convertirse en su motor fundamental para el progreso social y económico, lo que puede representar, al final para muchos países, sobre todo en vías de desarrollo, una de sus principales fuentes de ingreso. La Organización Mundial de Turismo (OMT), fundada en 1946, define el turismo de la siguiente manera:

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico. (OMT, 2008).

Este concepto de turismo suele englobar todas aquellas actividades relacionadas con el conocimiento y el disfrute de espacios culturales y recreativos, donde generalmente uno no vive de modo permanente. El mismo puede definirse según los tipos de segmentación del mercado turístico, respondiendo a la naturaleza e interés de las personas, como lo es el turismo de la tercera edad, de jóvenes y de parejas; también puede ser turismo de aventura, alternativo, de salud, cultural, de entretenimiento y otros.

No hay ninguna duda que, cuando se quiera hablar de desarrollo sostenible en una empresa cualquiera, es necesario que todas las acciones que se realicen en la esfera de la Responsabilidad Social Empresarial sean incorporadas como elementos esenciales y normales en el desarrollo de las empresas.



Lo mismo ha de suceder cuando se quiera hablar del turismo en general o del turismo ecológico o sostenible en el ámbito de la Responsabilidad Social Empresarial. Sin embargo, no todas las empresas abordan de la misma forma y con el mismo nivel de comprensión lo relativo a la responsabilidad social.

Por eso, para el caso de las empresas turísticas, el autor Ficapal (2009) sugiere textualmente lo siguiente:

De este modo, es recomendable que las empresas turísticas puedan disponer de certificaciones sobre responsabilidad social o sostenibilidad, que para los consumidores de estos productos turísticos y sus empresas proporcionan beneficios diversos. La reputación y la popularidad de las empresas que dispongan de ofertas comprometidas con el medio ambiente y con sus implicaciones socioeconómicas generan, además, una conciencia pública de prácticas empresariales responsables, lo que contribuye a que los clientes turistas actúen más responsablemente, y las empresas certificadas tiendan a ofrecer servicios de mejor calidad. (p. 121).

La importancia del turismo descansa en dos sostenes fundamentales. Uno de ellos está relacionado con el movimiento económico que genera en el país o región visitada, a través del crecimiento de los empleos, la creación de hoteles y restaurantes, el fomento de infraestructura, transporte aéreo, terrestre, marítimo y la cadena de valor. El otro sostén es el que se ocupa de los aspectos esencialmente socioculturales y de la interculturalidad, es decir, es el que permite a los viajeros o turistas interactuar con realidades diferentes a la propia; enriqueciendo su cultura, sus experiencias personales o el conocimiento de organizaciones humanas que tienen otras formas de vivir y de expresarse culturalmente.

La industria del turismo, a través de esa estrategia de marketing y comunicación que se ha dado en llamar *Marca país*, está logrando favorecer de manera considerable el fortalecimiento de la reputación y posicionamiento de una nación, dándole a conocer a todo



el mundo sus principales fortalezas culturales, empresariales, de entretenimiento, de relajación, de sus sitios históricos. Igualmente, todo el desarrollo turístico que se consiga en un país o región determinada puede contribuir decisivamente a que los gobiernos dediquen los fondos suficientes para mejorar el estado de las carreteras, los servicios médicos, educativos y de infraestructura, que beneficiará la calidad de vida y condiciones sociales de los habitantes de los destinos turísticos.

En la medida en que el número y diversificación de destinos a visitar por las personas o turistas ha ido creciendo, así mismo se ha venido experimentando un incremento del número de turistas internacionales en el mundo. En 2019 y según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), con un crecimiento de casi el 4% con relación al año anterior y con aumentos en todas las regiones del planeta, la cifra de viajeros internacionales fue de 1,500 millones, cuando en el año 1950 apenas alcanzaba los 25 millones.

Un ejemplo de este movimiento lo refleja la OMT en su informe del año 2015, cuando registra lo siguiente

Por regiones de la OMT, las Américas y Asia y el Pacífico registraron ambas un crecimiento de llegadas de turistas internacionales cercano al 6%, mientras que Europa, la región más visitada del mundo, creció un 5%. Las llegadas a Oriente Medio aumentaron un 2%, mientras que en la región d África se cayeron un 3%, debido sobre todo a los malos resultados de África del Norte. (OMT, 2016, p. 3)

El volumen de este negocio llega a ser de tal magnitud que, de acuerdo con esta organización, el mismo es hoy igual o mayor que las exportaciones de petróleo, alimentación, entre otras actividades de importancia global. Es de ese modo que la actividad turística influye directa e indirectamente en la generación de empleos, en muchos sectores de la economía relacionadas con ella, como la producción de alimentos, los restaurantes, hoteles, turoperadores, transporte, gasolineras, etc.



Según cifras de la OMT, más del 80% de las personas que viajan por turismo, pertenecen a los veinte países más ricos del mundo, que son al mismo tiempo los que reciben más del 70% del turismo mundial y cuyos ingresos por este concepto representan poco más del 72%. Sin embargo, resulta casi incomprensible que esto sea así, cuando es en los países en vías de desarrollo, donde la actitud de la población hacia la actividad turística es más favorable y donde se percibe mejor los beneficios que aporta a sus naciones.

Sin embargo, muchas veces se encuentran países, gobiernos y empresarios, donde el ideal de la práctica de un turismo sostenible choca con una política que, en nombre de un supuesto “desarrollo”, justifica y permite una explotación salvaje de los recursos naturales existentes. Además, en muchas naciones, sobre todo en América Latina, viene creciendo el asesinato de activistas que en defensa de la ecología y el ambiente, seres que están muriendo por defender, precisamente, las bellezas del paisaje natural y los recursos que contiene.

Gracias por un lado al gran desarrollo tecnológico y comunicacional alcanzado por la humanidad y, por el otro, al crecimiento de una conciencia en la sociedad sobre la importancia de los problemas medioambientales y sus consecuencias, hoy resulta cada vez más difícil que las empresas en general y las empresas turísticas en particular, evadan la gran responsabilidad que tienen en la protección y cuidado de la biodiversidad y en el bienestar de las personas y organizaciones que durante el desenvolvimiento de sus operaciones sufren el impacto de sus actividades de turismo. Por eso es muy difícil que estas empresas puedan gestionar con éxito sus actividades, sobre todo si las promueven como turismo sostenible o ecológico, sino logran incorporar la participación de las personas que viven en las comunidades afectadas. Es decir, se debe partir en todo momento de que las comunidades anfitrionas han de ser parte integral del turismo que aspira a ser sostenible.

De modo que el turismo es una importante actividad económica, social y cultural, que puede promover cambios significativos en la diversidad económica de las comunidades donde este sector se desarrolla, satisfaciendo en gran medida las necesidades y demandas de



la población local. Con el turismo sostenible se puede proteger espacios naturales de gran importancia cultural y social, se crean condiciones para promover el crecimiento económico y se mejora la calidad de vida de las personas que viven en estas áreas.

Este turismo sostenible debe estar dispuesto a invertir en la capacitación y entrenamiento de las comunidades para la atención de los visitantes y el desarrollo de obras de infraestructura que, no solo permitan mejorar la calidad y los servicios de las ofertas turísticas, sino que también ayuden a que la población diversifique sus actividades productivas. Ello conlleva, además, que se fomenten las condiciones para involucrar a las comunidades con los proyectos turísticos, la repartición justa de los beneficios sociales, culturales y los recursos financieros, respetando, eso sí, en todo momento, las culturas y tradiciones existentes, así como los recursos naturales de los que ellos son celosos custodios.

El impulso de empresas del sector turístico preocupadas por el desarrollo de sus actividades dentro del marco de la sostenibilidad generalmente produce significativas repercusiones a nivel de los empleados de la empresa, clientes, proveedores, grupos de interés, comunidades y otros.

De allí que, para la OMT (2023), el turismo sostenible es aquel “turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”. Por eso, siguiendo la línea de argumentación de esta organización especializada de las Naciones Unidas, debe seguir con las siguientes características:

1. Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
2. Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.



3. Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza. (OMT, 2023).

El turismo sostenible se fundamenta en una serie de principios definidos por la OMT en 1997. En ellos se establece que, para que el turismo sea sostenible, deberá lograr que los recursos naturales y culturales relacionados con las explotaciones turísticas reporten beneficios que se distribuyan entre toda la sociedad y se puedan conservar en el tiempo. Igualmente, se espera que los visitantes sientan gran satisfacción por los servicios turísticos y que los mismos no causen impactos negativos en el ambiente o en el ámbito sociocultural. Para que el turismo sostenible se consolide, debe ser capaz de alcanzar el máximo equilibrio entre las actividades económicas que desarrollan las empresas del sector turístico y la biodiversidad en la que estas actividades tienen lugar, sin que ellas representen, de ningún modo, factores que aceleren su deterioro, degradación o contaminación.

Es por eso que el propósito fundamental de este trabajo busca examinar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) con relación a la necesidad de la sostenibilidad a largo plazo de la actividad turística en general.

## Desarrollo

Sin dudas que el turismo en las últimas décadas, tanto en su modalidad de turismo internacional como turismo interno, se ha convertido en uno de los sectores económicos de mayor crecimiento, expansión y diversificación del mundo, siendo, en muchos países, su principal sector de exportación, al ser clave en su desarrollo socioeconómico, generando la creación de nuevos puestos de trabajo, fomentando el incremento de los ingresos, en las





inversiones, en la formación de nuevas empresas o en la construcción de instalaciones turísticas.

Por ser una actividad con efectos directos y significativos en los ámbitos de la cultura, de la sociedad y de la economía de los países, el turismo es estudiado desde diferentes campos y disciplinas científicas, siendo las más importantes, la economía, la sociología y la antropología.

Con respecto a la economía, ésta aborda el turismo desde los procesos productivos y su distribución monetaria, por una parte, y, por la otra, genera análisis de mercados potenciales y reales del turismo que consumirá la producción antes mencionada, sin olvidar, claro está, que el turismo también es reflexionado micro (transporte, alojamiento, restaurantes) y macroeconómicamente (prioridad del turismo en las economías nacionales, impacto empresarial de las multinacionales y problemas relacionados con el ambiente natural). (Cardoso J. et al., 2014, p. 380).

La actividad turística, como sector económico, genera ingresos directos e indirectos. Directos, a través del pago de alojamientos, restaurantes, venta de artesanías, transporte e indirectos, relacionados sobre todo con el pago a empresas proveedoras y a sus empleados. Pero el turismo, así como produce grandes beneficios económicos a los países, suele ser también una de las actividades que, aunque más afectaciones causan a los ambientes naturales, posee un potencial considerable para contribuir a que esas afectaciones o daños se puedan evitar o disminuir considerablemente.

Ciertamente, no es muy fácil combinar y equilibrar todo lo concerniente a las operaciones turísticas con un desarrollo sostenible del turismo como actividad. Es preciso, entre otras cosas, tener una claridad sobre los conceptos y metodologías relativos a la sostenibilidad y valorar en todo momento el turismo desde una concepción del ambiente



natural, donde lo más importante es aprovechar los paisajes de la naturaleza desde una óptica conservacionista.

A medida que crecen las preocupaciones de la humanidad sobre el cambio climático y sus consecuencias negativas, la práctica de un turismo sostenible ha empezado a transformar y a reorientar las actividades y desarrollo turístico de los destinos hacia el buen uso, conservación y protección de los recursos naturales y culturales que se encuentren en ellos. Ya desde 1992, durante la conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, celebrada en Río Janeiro, Brasil, se adoptó la Agenda Local 21, como un compromiso de las naciones hacia el desarrollo de la sostenibilidad de las actividades humanas y hacia la protección de los recursos medioambientales.

Mientras que, trece años después, el Programa de las Naciones Unidas para el Medioambiente y la Organización Mundial del Turismo, establecen en doce puntos principales las políticas de sostenibilidad que las empresas turísticas debían de observar, para que sus actividades contribuyeran al mejoramiento de los lugares y destinos turísticos y para que la obtención de beneficios económicos no sea a costa de las comunidades y los recursos naturales y culturales donde las mismas se encuentran. Los puntos adoptados fueron los siguientes:

1. **VIABILIDAD ECONÓMICA:** garantizar la viabilidad y competitividad de los destinos y empresas turísticas, de modo que puedan continuar prosperando y ofreciendo beneficios en el largo plazo.
2. **PROSPERIDAD LOCAL:** maximizar la contribución del turismo a la prosperidad económica del destino o anfitrión, incluyendo la proporción de gastos de los visitantes que se retiene localmente.
3. **EMPLEO DE CALIDAD:** fortalecer la cantidad y calidad de trabajos locales creados y apoyados por el turismo, incluyendo el nivel del pago las condiciones del servicio y la disponibilidad para todos sin discriminación por género, raza, etc.



4. EQUIDAD SOCIAL: buscar una amplia y justa distribución de los beneficios económicos y sociales de turismo en toda la comunidad receptora, incluyendo mejores oportunidades, ingresos y servicios disponibles para los pobres.
5. SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES: ofrece una experiencia segura, grata y satisfactoria a los visitantes, disponible para todos.
6. CONTROL LOCAL: involucrar y empoderar a las comunidades locales en la planificación y toma de decisiones sobre la administración y desarrollo futuro de turismo en su área.
7. BIENESTAR DE LA COMUNIDAD: mantener y fortalecer la calidad de vida de las comunidades locales, incluyendo estructuras sociales y acceso a recursos, buenas costumbres y sistema de apoyo de la vida.
8. RIQUEZA CULTURAL: respetar y mejorar el patrimonio histórico, la cultura auténtica, las tradiciones y las cualidades distintas de las comunidades anfitrionas.
9. INTEGRIDAD FÍSICA: mantener y mejorar la calidad de vida de los paisajes, tanto urbanos como rurales y evitar la degradación física y visual ambiental.
10. DIVERSIDAD BIOLÓGICA: apoyar la conservación de áreas naturales, hábitat y vida silvestre y minimizar el daño de estos.
11. EFICIENCIA DE LOS RECURSOS: minimizar el uso de los recursos escasos y no renovables en el desarrollo y operación de instalaciones.
12. PUREZA AMBIENTAL: minimizar la contaminación del aire, el agua y la tierra y la generación de desechos por parte de empresas turísticas y visitantes. (PNUMA y OMT, 2005, p. 5).

Por ello es que la Responsabilidad Social Empresarial es también, en esencia, una forma en que las empresas asumen y responden a los desafíos éticos y a las preocupaciones sociales y ambientales que durante el desarrollo de sus operaciones comerciales son exigidas por los entornos en los que se desenvuelven. Para la Global Reporting Initiative (GRI), institución



que trabaja impulsando memorias de sostenibilidad para todo tipo de empresas y organizaciones, la Responsabilidad Social Empresarial en el turismo debe considerar los seis ámbitos siguientes: la oferta turística, la gestión interna de la empresa turística, los proveedores turísticos, la relación con los clientes turistas, los empleados del turismo y los destinos turísticos.

Las acciones de responsabilidad social de las grandes empresas turísticas suelen tener efectos sobre empresas más pequeñas del sector, con las que tienen relación directa o indirecta. Por eso, para las primeras, un buen gesto de responsabilidad social es ayudar, por ejemplo, a las segundas, en cuanto a divulgar sus acciones en esta área, donde se espera que ambas ofrezcan sus productos y servicios con calidad, seguridad y fiabilidad para sus consumidores y con beneficios económicos para ellas.

El éxito de cualquier empresa, en este caso de una empresa turística, reside en su capacidad de atraer a sus clientes para que visiten lugares o destinos por su seguridad y accesibilidad, con precios módicos y política socioeconómicamente estables. Ese éxito puede ser mayor en aquellas empresas que ofrecen ofertas turísticas comprometidas con la protección del medio natural y cultural de los lugares de destino. Esto también presupone que los clientes, que son turistas y también ciudadanos, deben ser conscientes de los compromisos éticos que adquieren en sus viajes o estancias en otras sociedades, territorios o culturas. Aquí también, las empresas pueden ayudar a su concientización, ya que clientes informados y con conductas responsables con el turismo favorecen que las medidas de responsabilidad social puedan cumplirse en mayor grado. Sobre esto, puede leerse en el trabajo desarrollado por los autores Romero J. (et al., 2018) lo siguiente:

Las empresas de éxito, que son reconocidas y recomendadas, son aquellas que trabajan con y para las comunidades donde se encuentran. Una empresa turística que mantiene buenas relaciones con el grupo con el que convive, adquiere valor agregado, que será percibido por sus clientes.



La responsabilidad social de la empresa turística debe apoyarse en el desarrollo de una cultura interna que procure el impulso socioeconómico de los entornos locales en los que opera, debido a que compromete los recursos de éstas para realizar sus actividades y que facilite el camino hacia una sociedad más equitativa”. (p. 335).

No siempre las empresas turísticas diseñan sus ofertas y planes de crecimiento considerando los intereses culturales y sociales en los que desarrollan sus actividades. Esto ha provocado una serie de impactos negativos que han incidido en los destinos elegidos y la satisfacción de las comunidades y de los clientes. De modo que, los destinos turísticos pueden ser afectados por la acumulación excesiva de residuos, deficiencias en el suministro de agua, crisis políticas, catástrofes naturales, entre otros. Esto, al final, afecta económicamente a las poblaciones, cuyo sustento principal descansa en las explotaciones turísticas. De allí la importancia de que las empresas turísticas, en la actualidad, cuenten con un departamento o sección dedicado a la investigación, los inventarios de los recursos existentes, análisis de calidad, estudio del impacto turístico en el orden estético, empresarial o humanista, que pueda examinar la necesaria compensación y armonía entre los intereses del mercado y la protección medioambiental.

Los orígenes de las primeras prácticas sostenibles en el sector turismo se remontan a la Europa posterior a la Segunda Guerra Mundial, para más tarde volverse más populares entre las décadas de los 80 y 90, cuando la preocupación por los problemas medioambientales comienza a cobrar fuerza y todos los conceptos relacionados, como ecoturismo, agroturismo, desarrollo sustentable, van formando parte del debate en amplios sectores de las poblaciones. El turismo actual depende en casi un 80% de los combustibles fósiles y esta dependencia energética ha de cambiar, con urgencia, a un modelo basado en tecnologías limpias, donde se utilicen fundamentalmente recursos renovables, produciendo la energía en el lugar donde se consume, para un modelo más sostenible que prepare a la industria turística hacia un “*auténtico desarrollo turístico sostenible*”.



El turismo sostenible ha de ser capaz de aprovechar, de forma óptima, los recursos medioambientales, manteniendo los procesos ecológicos y conservando la diversidad biológica de los lugares donde se desarrollan sus actividades. Asimismo, ha de respetar los pilares socioculturales, arquitectónicos y los valores tradicionales de las comunidades, con el fin de garantizar que las actividades económicas que se desarrollen sean, no solo viables, sino que puedan tener sostenibilidad a largo plazo.

Dicho en otras palabras, el turismo sostenible consolida sus bases en hallar el equilibrio entre la actividad económica realizada por las empresas del sector turístico y el medio ambiente con su biodiversidad, de tal manera que estos últimos se mantengan intactos en su estado natural y no se vean expuestos a los efectos negativos que puede traer el turismo si no es manejado de una manera adecuada”. (Lalangui et al., 2017, p. 150).

Para la OMT, existen tres principios fundamentales del Desarrollo Sostenible, que han de ser considerados cuando la aspiración en el turismo es que el mismo se sustente en su sostenibilidad. Estos principios son:

1. La sostenibilidad ecológica garantiza que el desarrollo sea compatible con el mantenimiento de los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los recursos biológicos.
2. La sostenibilidad social y cultural garantiza que el desarrollo aumente el control de los hombres sobre sus propias vidas, que el turismo sea compatible con la cultura y los valores de las personas involucradas y se mantenga la identidad y fortaleza de la comunidad.
3. El principio económico garantiza la equidad en la distribución de ingresos en todos los actores participantes en el desarrollo adecuado de la actividad turística, el progreso e inversión de manera justa para obtener beneficios en el sector público, privado y social. (OMT, 1999).



En 1999, durante la Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo, se aprobó el Código Ético Mundial para el Turismo, como un conjunto de diez principios generales dirigidos al sector turístico, gobiernos, turistas y comunidades, con el objetivo de orientar a los principales agentes clave de esta actividad económica para que obtengan los mayores beneficios con el mínimo impacto negativo en el ambiente, en los recursos culturales y sociales. Aunque este Código no es jurídicamente vinculante, cuenta con un Comité Mundial de Ética del Turismo, que sirve como un órgano imparcial para interpretar, evaluar y aplicar las disposiciones del mismo.

En la Agenda 2030, aprobada en septiembre de 2015, que recoge los 17 objetivos del Desarrollo Sostenible acordados por la ONU, se encuentran las metas específicas que para cada objetivo deberán alcanzarse en los próximos siete años. Para el turismo, estas metas están relacionadas con los objetivos 8, 12 y 14, que se refieren al “crecimiento económico inclusivo y sostenible, el consumo y la producción y el uso sostenible de los océanos y los recursos marinos” (Erquicia, 2020).

El desarrollo del turismo sostenible por los países puede enlazarse de manera armónica con los planes nacionales relacionados con la disminución de la pobreza, el fomento de actividades de emprendimiento por los grupos poblaciones menos favorecidos, entre ellos mujeres, adultos mayores, pueblos indígenas, personas con alguna discapacidad y jóvenes. Este tipo de turismo estimula la producción agrícola para el uso y venta de productos locales en los destinos de acogida.

Puede, además, promover inversiones a largo plazo en fuentes de energía renovables y contribuir con ello a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, que son responsables del cambio climático que toda la humanidad padece. Todo esto, al final, conduce a la generación de ingresos que pueden acabar reinvirtiéndose en mejoramiento del acceso al agua limpia o en los sectores de la salud, la educación y la formación profesional, sobre todo de las personas que viven en las comunidades de acogida.



En la actualidad, para que el turismo sostenible pueda garantizar la sostenibilidad económica, ecológica, social, cultural y ambiental de sus actividades, debe afrontar una serie de desafíos relacionados con su estacionalidad, la necesidad de los turistas actuales, la calidad del medio ambiente, los modelos productivos y de consumo. Para ello, se precisa, entre otras cosas, medir mediante indicadores bien definidos, la sostenibilidad que puede estar experimentando el desarrollo turístico de un lugar, usando en unos casos la subjetividad y, en otros, el método estadístico de datos.

El turismo sostenible o sustentable puede estar entre las preferencias de aquellos viajeros, que buscan experiencias más allá de las de “sol y playas”, inclinándose por aquellos viajes que tengan un impacto ambiental mínimo, por hoteles con sellos verdes, certificaciones ambientales y/o sostenibles, por el interés que despierten los lugares visitados por su cultura, historia, belleza arquitectónica, y también por los precios de los servicios en esos lugares. Su motivación principal los lleva a identificarse con el desarrollo de proyectos turísticos donde prima un enfoque de género, se respetan las pautas socioculturales de los pueblos y donde predomina el énfasis por revertir cualquier deterioro ambiental que se cause, así como monitorear los producidos por las actividades turísticas o productivas.

El turismo sostenible es un proceso continuado que exige el mantenimiento de un equilibrio entre los principios de la sostenibilidad, en los aspectos ambientales, económicos y socioculturales, y una observación constante de los impactos negativos, con el fin de introducir las medidas correctivas o preventivas que hagan falta. De igual modo, este tipo de turismo de concientización, que las empresas turísticas han conseguido transmitir, sobre la sostenibilidad y los problemas que afectan al medio natural y rural.

Otro de los grandes retos que, en la actualidad debe asumir el turismo sostenible, es el hecho de que, con frecuencia, en este sector los trabajadores se encuentran sometidos a jornadas laborales extenuantes, contratos de trabajo temporal, turnos abusivos, mala remuneración, negación de derechos sindicales, entre otras ilegalidades. Esto se vuelve más





repudiable en las llamadas temporadas turísticas, que conllevan, muchas veces, relaciones laborales donde impera el abuso y la falta de protección social y salarial, condiciones totalmente inhumanas.

Al respecto, se citan los aportes de los autores Fletcher et al. (2021) y Abellan et al. (2021, Todo esto ha hecho que, **en estos momentos, sepamos sobradamente los impactos que puede tener el turismo**. Hablamos de cuestiones como: los **niveles insostenibles de consumo de recursos y contaminación**, incluidas las emisiones de gases de efecto invernadero, uno de los causantes de la **crisis climática**; los problemas sociales y el malestar provocados por la **gentrificación** y la saturación turística; la **dependencia económica del sector** en destinos saturados; la **explotación de los trabajadores y trabajadoras** en trabajos precarios con salarios bajos; las dinámicas de subordinación, cosificación, discriminación y desigualdad que sufren las mujeres en una actividad en la que son mayoría”. (Como se citaron en Cañada, 2021).

En muchos lugares, todavía no se valora lo suficiente el papel importantísimo que juega el desarrollo del turismo sostenible en la generación de empleo y, sobre todo, en el desafío de que este empleo sea considerado trabajo decente. Para que los trabajadores del turismo gocen de un trabajo digno, deben tener derecho a la libertad al trabajo y sindicalizarse con plena libertad, que no estén expuestos ni al trabajo infantil ni a su explotación, que no sean forzados a trabajar, ni tampoco sean discriminados por cualquier causa, como por su raza, religión, sexo, convicciones políticas, etc.

Para empezar a corregir, de algún modo esta situación, a finales de 2017, la OIT aprobó “Las Pautas de la OIT sobre Trabajo Decente y Turismo Socialmente Responsable”, con la finalidad de orientar, en el marco de la Agenda 2030, la acción para el logro del trabajo decente y del empleo pleno y productivo en el sector turístico, como instrumento de inversión en el desarrollo de una fuerza de trabajo productiva y calificada, que a su vez sirviera para fortalecer la protección laboral y social de los trabajadores.



Precisamente, en esas pautas, se puede leer lo siguiente:

A pesar del potencial del turismo como vehículo de promoción del crecimiento y el empleo, es necesario abordar los problemas que se plantean en el sector por lo que se refiere al trabajo decente. La alta incidencia de las modalidades informales de trabajo es un obstáculo importante al fomento del trabajo decente en el turismo. Los trabajadores poco cualificados y los trabajadores sin cualificación se encuentran a menudo en los puestos de trabajo más vulnerables, con una mayor probabilidad de experimentar malas condiciones de trabajo, la desigualdad de oportunidades y de trato, la violencia, la explotación, el estrés y el acoso sexual. Por otra parte, algunos puestos de trabajo del sector se caracterizan por los bajos salarios, las jornadas de trabajo prolongadas, una elevada tasa de rotación y una protección social limitada. El trabajo por turnos y el trabajo nocturno, la estacionalidad del empleo, el empleo temporal, el empleo a tiempo parcial, así como otras formas atípicas de empleo, que se acompañan de un aumento de la externalización y la subcontratación, son frecuentes en el turismo. (OIT, 2017, p. 12)

Finalmente, los gobiernos deberían diseñar y promover políticas y estrategias efectivas sobre un desarrollo sostenible del turismo, donde se sume activamente la participación de los interlocutores sociales y entidades interesadas del sector público y privado, al igual que a los representantes de las comunidades donde se encuentran las localidades de destinos turísticos. Esto es primordial, sobre todo ahora que la pandemia del Covid-19 le asestó un golpe demoledor al turismo mundial, que obliga a todo el sector turístico a revisar sus objetivos, estrategias y acciones, con el fin de adaptarse a las nuevas condiciones, de las que no se sabe aún su duración y, lo que es peor...si de pronto habrá un nuevo comienzo.



## Conclusiones

El turismo es, sin duda alguna, una de las actividades económicas más importantes con las que puede contar un país determinado, ya que es capaz de convertirse en su motor fundamental para el progreso social y económico. Esto, al final, puede representar para muchos países, sobre todo en vías de desarrollo, una de sus principales fuentes de ingreso. De modo que, al reconocerse el turismo como un pilar económico fundamental, los países debiesen, por un lado, actualizar el marco normativo legal que regula la actividad, al tiempo que se impulsen acciones que conlleven a la investigación y conservación del patrimonio cultural y natural, que sea potencialmente de carácter turístico; mientras que, por otro lado, se debiese facilitar las condiciones para que la inversión turística, tanto local como extranjera, pueda contribuir al desarrollo de esta industria. Asimismo, podría revisarse la estrategia predominante, que está enfocada en aumentar el número de viajeros por año, en lugar de un enfoque más interesado en el valor o el impacto del visitante, expresado en la duración de las estancias o en sus gastos promedio.

Los destinos turísticos pueden ser afectados por la acumulación excesiva de residuos, deficiencias en el suministro de agua, crisis políticas, catástrofes naturales, entre otros. Esto, al final, afecta económicamente a las poblaciones, cuyo sustento principal descansa en las explotaciones turísticas. De allí la importancia de que las empresas turísticas actuales cuenten con un departamento o sección dedicada a la investigación, los inventarios de los recursos existentes, análisis de calidad, estudio del impacto turístico en el orden estético, empresarial o humanista, que pueda examinar la necesaria compensación y armonía, a fin de generar estrategias para mitigar los efectos negativos del turismo, mediante la creación de alternativas equitativas entre los intereses del mercado y la protección medioambiental.

El desarrollo del turismo sostenible por los países puede enlazarse de manera armónica con los planes nacionales relacionados con la disminución de la pobreza, el fomento de actividades de emprendimiento por los grupos poblaciones menos favorecidos, entre ellos



mujeres, adultos mayores, pueblos indígenas, personas con alguna discapacidad y jóvenes. Este tipo de turismo estimula la producción agrícola para el uso y venta de productos locales en los destinos turísticos. Puede, además, promover inversiones a largo plazo en fuentes de energía renovables y contribuir con ello a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, que son responsables del cambio climático que toda la humanidad padece.

Todo esto, al final, conduce a la generación de ingresos que pueden acabar reinvirtiéndose, en un mejoramiento del acceso al agua limpia o en los sectores de la salud, la educación y la formación profesional, sobre todo de las personas que viven en las comunidades de acogida.

Hoy, los principales retos que tiene el sector turístico en todo el mundo se encuentran en la necesidad de fomentar las actividades turísticas de manera sostenible y responsable, a través del impulso de un modelo competitivo y moderno que incorpore y aproveche la tecnología y la innovación adaptadas a esta actividad.

En muchos lugares, todavía no se valora lo suficiente el papel importantísimo que juega el desarrollo del turismo sostenible en la generación de empleo y, sobre todo, en el desafío de que este empleo sea considerado trabajo decente. Para que los trabajadores del turismo gocen de un trabajo digno, deben tener derecho a la libertad al trabajo y sindicalizarse con plena libertad, que no estén expuestos ni al trabajo infantil ni a su explotación, que no sean forzados a trabajar, ni tampoco sean discriminados por cualquier causa, como por su raza, religión, sexo, convicciones políticas, etc.

Otro de los grandes retos que en la actualidad debe asumir el turismo sostenible es el hecho de que, con frecuencia, en este sector los trabajadores se encuentran sometidos a jornadas laborales extenuantes, contratos de trabajo temporal, turnos abusivos, mala remuneración, negación de derechos sindicales, entre otras ilegalidades. Esto se vuelve más repudiable en las llamadas temporadas turísticas, que conlleva muchas veces, relaciones



laborales donde impera un abuso y una la falta de protección social y salarial, totalmente inhumana.

Los gobiernos deberían diseñar y promover políticas y estrategias efectivas, sobre un desarrollo sostenible del turismo, donde no solo se sume activamente la participación de los interlocutores sociales y entidades interesadas del sector público y privado, sino también a los representantes de las comunidades donde se encuentran localidades de destinos turísticos.

### Referencias Bibliográficas

- Cañada, E. (2021). Retos para una transformación del turismo de proximidad con perspectiva de justicia global. Obtenido de Alba Sud. Investigación y comunicación para el desarrollo: <https://www.albasud.org/noticia/es/1388/retos-para-una-transformacion-del-turismo-de-proximidad-con-perspectiva-de-justicia-global>
- Cardoso J., C., Castillo N., M., & Hernández V., C. (2014). Sosteniendo al Turismo o Turismo Sostenible. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 23(2), 376-395.
- Erquicia, A. (2020). Oriente Medio destaca en medio del auge del turismo global. Obtenido de Atalayar: <https://www.atalayar.com/articulo/sociedad/proa-comunicacion-incorpora-juan-pons-dirigir-nueva-area-defensa-aeronautica-seguridad-espacio/20230714082124188187.html>
- Ficapal, J. (2009). Responsabilidad social de la empresa turística. *Obra Social La Caixa*, 114-130. Barcelona: ESADE – Universidad Ramon Llull.
- Lalangui, J., Espinoza C., C., & Pérez E., M. (2017). Turismo Sostenible. Un aporte a la Responsabilidad Social Empresarial: sus inicios, características y desarrollo. *Universidad y Sociedad*, 9(1), 148-153.



OIT. (2017). Pautas de la OIT sobre trabajo decente y turismo socialmente responsable. Ginebra: Organización Internacional del Trabajo.

OMT. (1999). Desarrollo Turístico Sostenible, Guía para Planificadores Locales. UNWTO.

OMT. (2008). Glosario de Términos de Turismo. Obtenido de The World Tourism Organization (UNWTO): <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos#V>

OMT. (2016). Panorama OMT del turismo internacional Edición 2016. Organización Mundial del Turismo. Madrid: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO).

OMT. (2023). Desarrollo Sostenible. Obtenido de The World Tourism Organization (UNWTO) : <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>

PNUMA, & OMT. (2005). Haciendo un turismo más sostenible: Una guía para los formuladores de políticas. (P. d.-O. (OMT), Ed.)

Romero J., S., Tejeida P., R., & Badillo P., I. (2018). El sistema de responsabilidad social corporativa como fundamento de la innovación en PYME turísticas. Revista de El Colegio de San Luis, VIII(17), 327-354.