

## Turismo y compromiso social, un paradigma frente al desarrollo turístico rural

### Tourism and social commitment, a paradigm against rural tourism development

PADILLA-VARGAS, Martha Raquel\*†

*Universidad de La Habana, Facultad de Turismo*

ID 1° Autor: *Martha Raquel Padilla-Vargas* /ORC ID: 0000-0003-0273-9936, Researcher ID Thomson: F-8913-2018

Recibido 1 Enero, 2018; Aceptado 21 Febrero, 2018

#### Resumen

Sin lugar a dudas, el sector turístico está sediento de contar con entidades sociales que deben constituirse en un actor clave en la planificación de las actividades y servicios de este sector, por ello, se destaca el compromiso social de prácticas responsables entre empresas y turistas, el compromiso de la industria con estrategias sostenibles y el respeto de la biodiversidad y de la diversidad cultural, todo esto implicando a los principios de responsabilidad social. Este estudio, se basa en analizar la importancia de las políticas de responsabilidad social aplicadas en el sector turístico rural, concretamente en los proyectos comunitarios. Hablar de compromiso social en el turismo, es centrarse en las acciones que las empresas turísticas realizan para solventar los problemas sociales, económicos, medioambientales e incluso culturales, que pudieran ocasionar. La principal contribución radica en demostrar que una empresa turística socialmente responsable, puede contribuir al desarrollo y superación de las comunidades rurales a través de la responsabilidad compartida, en la que se involucren no solo el Estado, sino todos los actores o aliados estratégicos del sector turístico con una participación de manera responsable.

**Desarrollo turístico, Proyectos comunitarios, Responsabilidad social**

#### Abstract

Undoubtedly, the tourism sector is thirsty for having social entities that should become a key player in the planning of activities and services in this sector, therefore, highlights the social commitment of responsible practices between companies and tourists, the commitment of the industry with sustainable strategies and respect for biodiversity and cultural diversity, all this implying the principles of social responsibility. This study is based on analyzing the importance of social responsibility policies applied in the rural tourism sector, specifically in community projects. Speaking of social commitment in tourism, is to focus on the actions that tourism companies do to solve the social, economic, environmental and even cultural problems that they may cause. The main contribution lies in demonstrating that a socially responsible tourism company can contribute to the development and improvement of rural communities through shared responsibility, in which not only the State, but all stakeholders or strategic allies of the tourism sector are involved with a responsible participation.

**Tourism development, Community projects, Social responsibility**

**Citación:** PADILLA-VARGAS, Martha Raquel. Omar. Turismo y compromiso social, un paradigma frente al desarrollo turístico rural. Revista de Estrategias del Desarrollo Empresarial. 2018, 4-11: 12-18.

\*Correspondencia al Autor (Correo electrónico: martha\_padilla79@yahoo.es)

† Investigador contribuyendo como primer autor.

## Introducción

Es pertinente mencionar que el turismo representa un enorme potencial para la atenuación de la pobreza en los países en desarrollo, y en el caso de Ecuador, se busca a través del turismo comunitario, una alternativa para desplegar actividades “diferentes” a las habituales en el turismo convencional.

Para ello, es necesario que advirtamos en el desarrollo de la actividad turística un aliado para: generación de empleo, diversificar la economía y desarrollo económico, social, ambiental, cultural.

Un programa de turismo rural comunitario puede llegar a ser exitoso cuando ha logrado ser competitivo, por ello, la estrategia para generar empleo, radica en identificar su oferta y demanda, de manera que los productos o servicios que se comercialicen, sean conocidos y sean de interés para la comunidad.

Adicionalmente, se debe establecer alianzas: público-privadas-comunitarias, a fin de diversificar el sector económico.

Para implementar un desarrollo en el sector social, es importante tomar en cuenta las opiniones surgidas desde el interior mismo de la comunidad y contar con su participación activa.

El sector ambiental, juega un papel importante dentro de la comunidad, pues es “la materia prima” a la que se debe cuidar y conservar para las futuras generaciones.

El desarrollo cultural, trae consigo aspectos enriquecedores a la hora de compartir, experiencias, formas de vivir, de trabajar, costumbres y tradiciones, tanto de turistas cuanto de anfitriones.

Es por esta razón que el presente trabajo, bajo el título: “Turismo y compromiso social, un paradigma frente al desarrollo turístico rural” pretende fundamentar los aspectos relevantes de la responsabilidad social de las empresas turísticas a través de la identificación de mecanismos que promuevan la responsabilidad social junto a actores responsables, visualizar a la responsabilidad social en el conocimiento turístico.

Procurar el compromiso social desde la inclusión a fin de fomentar un turismo para todos y fundamentalmente, promover los principios de responsabilidad que circunden a todos los actores involucrados en el sector para contribuir al mejoramiento continuo de la prestación de servicios de calidad dentro del turismo comunitario.

Es decir, que la responsabilidad social de las empresas turísticas radica en elaborar programas de desarrollo en los cuales, se permita al personal que allí labora, un incremento en ingresos, con igualdad de género y con sentido de dignidad.

No obstante, a la hora de implementar servicios de calidad, es necesario, trabajar por la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes. Procurando que el cliente quede satisfecho por el valor que ha pagado por un bien o servicio.

El valor agregado está dado por el enfoque que se le quiere dar a este trabajo por medio de la participación de los actores vinculados al turismo comunitario, tomando en consideración el compromiso en los ámbitos: económico, social, ambiental y cultural. En ese sentido, el trabajo busca enfocarse claramente en cada una de sus características: responsabilidad social, desarrollo comunitario, atenuación de la pobreza, gestión empresarial, estrategias corporativas.

A continuación se puede observar el problema a solucionar y la hipótesis central. En la Sierra Ecuatoriana, existen comunidades rurales con potencial para constituirse en proyectos comunitarios turísticos emblemáticos, sin embargo, las mismas no utilizan totalmente estas potencialidades y no constituyen una fuerza cohesionada o asociativa, creativa e innovadora, con alianzas estratégicas, que aporten a la sierra y sus comunidades, una sólida participación en el desarrollo turístico con un alto grado de responsabilidad social, comunitaria y sostenible.

El diseño de un proyecto comunitario de turismo rural para la Sierra Ecuatoriana, con un carácter cohesionado y asociativo, con nuevos aportes en la gestión y en sus ofertas turísticas, fortalecerá la potencialidad de su desarrollo turístico con compromiso social.

Cabe mencionar que para la realización de este trabajo, se tomó en consideración a la responsabilidad social, como eje para fijar las directrices que encaminen a una mejor comprensión de las secciones en que se ha dividido este estudio, así tenemos:

- Responsabilidad social y actores responsables
- La responsabilidad social en el conocimiento turístico
- El compromiso social desde la inclusión. Un turismo para todos
- Promover los principios de responsabilidad

### **Responsabilidad social y actores responsables**

En sus inicios, hablar de compromiso social, era una idea atribuida a empresas multinacionales, no obstante, el compromiso social, se aplica a toda empresa, sea grande o pequeña, así como a todos los sectores de la actividad turística. Si bien, es cierto que el objetivo principal de toda empresa es la de generar beneficios económicos, no se puede dejar de lado aspectos tan importantes como el social, el cultural o el medio ambiental.

Por tanto, es importante que la extensión de las prácticas de responsabilidad social se aplique a todo el tejido empresarial. Puerta (2006) afirma:

Las prácticas responsables tendrán éxito y se afianzarán cuando los valores aplicados por las empresas estén alineados con los valores de los consumidores y éstos realmente así lo reconozcan ejercitando sus opciones de elección a través de instrumentos como la inversión socialmente responsable o las propias pautas de consumo. (Puerta, 2006, p.54)

Se torna interesante el hecho de trabajar y hacer esfuerzos en generar “conciencia turística”, es decir, hacer que los turistas se interesan cada vez más por la situación de las zonas que visitan y las consecuencias que esta actividad, puede tener para el medio ambiente y para la población local.

Bramwell & Lane, Middleton & Hawkins, (como se citó en Elizabeth Kastenholtz, 2009) piensan que: “Así, han surgido diversas modalidades, a veces poco diferenciadas, como el denominado turismo sostenible, el ecoturismo, el turismo soft o el turismo responsable” (Kastenholtz, 2009, p.183).

Uno de los ejemplos de la nueva actitud de los turistas es el llamado “turismo solidario”, en el cual los turistas tratan de tener otra mirada de los países que visitan, acercándose a proyectos de desarrollo comunitarios.

Según El Diario, (2017) El turismo solidario, también denominado como responsable o sostenible “promueve la interacción con la población local, respeto hacia el medioambiente y la participación en actividades de cooperación al desarrollo como manera de conocer nuevas realidades y sensibilizar a los grupos de visitantes” (El Diario, 2017, p.2).

Manifiesta De Kadt (como se citó en Elizabeth Kastenholtz, 2009) que resulta “importante para la integración del turismo en la base económica y sociocultural del destino trabajar en una estrategia de turismo sostenible, un turismo con futuro, basado en un desarrollo del sector turístico conciliado con los variados intereses de la comunidad receptora” (Kastenholtz, 2009, p. 185).

### **La responsabilidad social en el conocimiento turístico**

En la actividad turística, la responsabilidad social es un término ampliamente usado, entendido como un compromiso de las empresas hacia la sociedad, lo cultural, ambiental y, por supuesto para sí misma.

Por un lado, resulta innegable que la responsabilidad social, de las empresas en aspectos que tienen que ver con la sociedad, lo cultural y lo ambiental, busca brindar oportunidades a poblaciones rurales que ven en el turismo nuevas fuentes de recursos monetarios que complementen sus ingresos. Por el otro, sabemos que estos recursos monetarios, benefician a unos pocos.

No obstante, si lo vemos en positivo, puede transformar el espacio, el ambiente y el ritmo de vida de la comunidad. Sin embargo, las investigaciones sobre responsabilidad social en el ámbito turístico, se han encaminado a temas como: dirección de la empresa, herramienta de gestión empresarial, imagen corporativa con grupos de interés o stakeholders, así como la capacidad innovadora de la organización.

Para Tovar (2015) “La responsabilidad social se reconoce como una noción que va más allá de los compromisos que adquieren las empresas con el entorno, la sociedad y el medio ambiente; implica producir un conocimiento en el turismo que preserve la libertad del hombre, la integridad de su mundo” (Tovar, 2015, p. 4).

Pero, ¿Cuál es la razón de ser de los stakeholders? Pues, las empresas conscientes del impacto económico, ambiental y social que generan sus actividades, consideran a los stakeholders como aliados estratégicos para conseguir el éxito empresarial. “Son todos los actores sociales que debido a las decisiones de una empresa se pueden ver afectados, ya sea de forma positiva o negativa (Aguirre, 2018, p.1)”.

En ese sentido, gracias a los stakeholders, las empresas pueden:

- Innovar productos o servicios constantemente
- Generar un desarrollo sostenible
- Establecer mejores programas sociales
- Minimizar los riesgos empresariales

La responsabilidad, es un valor que está en la conciencia de la persona, que le permite reflexionar, administrar, orientar y valorar las consecuencias de sus actos. Otra concepción, es la que plantean Vallaey, De la Cruz y Sasía (2009) ellos mencionan que:

La Responsabilidad Social Empresarial es un conjunto de prácticas de la organización que forman parte de su estrategia corporativa, y que tienen como fin evitar daños y/o producir beneficios para todas las partes interesadas en la actividad de la empresa (clientes, empleados, accionistas, comunidad, entorno, etc.), siguiendo fines racionales y que deben redondear en un beneficio tanto para la organización como para la sociedad. (Vallaey, 2014, p. 2)

### **El compromiso social desde la inclusión. Un turismo para todos**

Es innegable la contribución a escala global, que el sector turístico brinda al crecimiento socio-económico, al desarrollo comunitario y al diálogo intercultural, pero también, no es menos cierto, que a pesar de las cifras positivas, que a diario nos muestran, no todos los segmentos de la sociedad disfrutan igualmente de los destinos, las atracciones y los servicios turísticos “Para ello, es necesario entender al turismo como facilitador de la identidad de un grupo en relación con la cultura” (Pozo, 2018, p.36).

En ese sentido, es importante tener en cuenta que existen algunos grupos de la población que puedan manifestar un cierto grado de vulnerabilidad o desventaja a la hora de ser partícipes del desarrollo de la actividad turística, no solo como viajeros, sino también como comunidades anfitrionas, hablamos del turismo comunitario. “Indudablemente, la población del destino turístico tendrá una importante labor en la contribución al desarrollo del turismo en su comunidad desde un punto de vista económico, socio-cultural y medioambiental” (Castillo, 2017, p. 645).

En ese sentido, el objetivo del código ético mundial del turismo trata de ofrecer un marco de referencia para el desarrollo responsable y sostenible del turismo a nivel de todos los actores: gobiernos, empresas turísticas, comunidades receptoras y turistas, para lo cual se aspira a reducir al mínimo los efectos negativos del turismo sobre el medio ambiente, el patrimonio cultural y las comunidades, aprovechando al máximo sus beneficios para la promoción del desarrollo sostenible.

Cabe mencionar la importancia que tiene el Código Ético mundial del Turismo por cuanto sus diez principios, cubren ampliamente los componentes económico, social, cultural y ambiental de los viajes y el turismo.

Así, la Organización Mundial del Turismo (2018) propone:

Artículo 1: Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuos entre hombres y sociedades

Artículo 2: El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo

Artículo 3: El turismo, factor de desarrollo sostenible

Artículo 4: El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad

Artículo 5: El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino

Artículo 6: Obligaciones de los agentes del desarrollo turístico

Artículo 7: Derecho al turismo

Artículo 8: Libertad de desplazamiento turístico

Artículo 9: Derechos de los trabajadores y de los empresarios del sector turístico

Artículo 10: Aplicación de los principios del Código Ético Mundial para el Turismo. (Organización Mundial del Turismo, OMT, 2018)

No obstante, para que exista una verdadera inclusión social, de parte de todos los actores del turismo, se requiere tomar conciencia de que, un “turismo para todos” representa el eje del concepto de turismo social.

En ese sentido, es necesario que las alianzas público privadas se establezcan alrededor de intereses en beneficio de la comunidad, lo que implica convertir proyectos en actuaciones concretas con resultados medibles.

### **Promover los principios de responsabilidad**

Durante mucho tiempo, el sector empresarial consideró que su única responsabilidad era generar sus propios beneficios económicos y cuyas cuentas debían rendirse solo a ellos, por lo tanto, hablar de principios de responsabilidad social, era casi imposible.

Conforme pasó el tiempo, y, en vista de que el Estado no puede resolverlo todo, cambiaron también las visiones, por lo que la empresa tomó en consideración, cambiar su estrategia: retribuir de alguna manera lo que en su momento, la comunidad les ofreció.

En ese sentido, Brown (2010) manifiesta:

El modelo de gestión empresarial debe contemplar los impactos económicos, sociales y ambientales derivados de la actividad empresarial.

La filosofía organizacional reconoce ahora que el éxito debe ir más allá de los buenos resultados económicos para incluir la responsabilidad de la empresa en el desarrollo social y ambiental. (Brown, 2010, p.100).

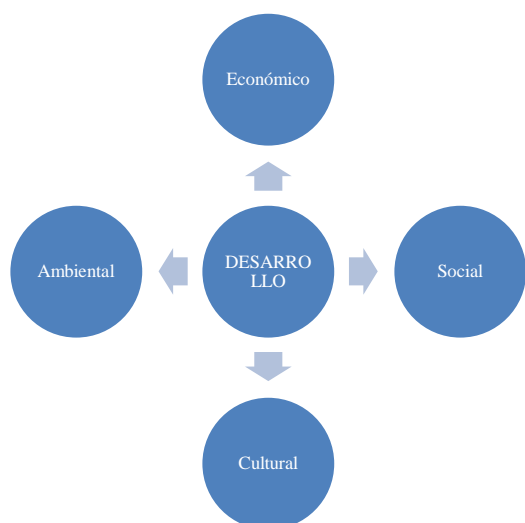
En el caso del sector turístico, no estamos hablando de paternalismo o filantropía social nos referimos a una verdadera obligación de las empresas con la comunidad.

Y prosigue Brown (2010):

La responsabilidad social empresarial debe entenderse como un comportamiento que voluntariamente adoptan las empresas, más allá de sus obligaciones jurídicas, para contribuir al desarrollo económico de la comunidad y de la sociedad con la intención de mejorar la calidad de vida de las personas y sus familias, y que redundará a largo plazo en su propio interés. (Brown, 2010, p.100)

Afortunadamente, el papel de la mayoría de empresas turísticas, ha cambiado, ya no piensan sólo en generar riquezas, producir bienes, ofrecer servicios de calidad, favorecer empleos, pagar impuestos y cumplir las leyes, sino que se dieron cuenta que la responsabilidad que tienen es mucho más amplia, incluso más allá de las obligaciones jurídicas de cada país “Dado que se trata de una actividad intensiva en mano de obra, el turismo genera nuevos puestos de trabajo, especialmente para los trabajadores no calificados (Sandoval, 2017, pp. 63)”.

Por un lado, es evidente que la empresa tiene responsabilidad con sus clientes y consumidores en términos de: mejorar el servicio, claridad en sus transacciones comerciales, mejores productos, cumplimiento con estándares de calidad, respuesta a las exigencias, y por otro, la empresa debe integrarse de manera voluntaria a las preocupaciones sociales y medioambientales con la intención de evitar daños y promover el bienestar social de los grupos o comunidades.



**Figura 1** Ejes estructurales del compromiso social  
Fuente: Padilla, 2018.



**Figura 2** Stakeholders, los verdaderos aliados estratégicos  
Fuente: Padilla, 2018.



**Figura 3** Responsabilidad social Vs. Desarrollo Turístico  
Fuente: Padilla, 2018.

## Metodología a desarrollar

Este estudio, se basa en analizar la importancia de las políticas de responsabilidad social aplicadas en el sector turístico rural, concretamente en los proyectos comunitarios.

Para la investigación se requiere la aplicación de métodos pluralistas combinando metodologías cualitativas y cuantitativas en la investigación, utilizando además para el diagnóstico el análisis documental incorporando la realización de entrevistas a profundidad con los miembros y líderes de las comunidades rurales, gobierno local, propietarios de emprendimientos turísticos, y otros agentes involucrados, para la realización de un proyecto comunitario.

## Resultados

Dentro de la primera sección se tiene como resultado que al trazar prácticas responsables exitosas dentro del turismo comunitario, se obtienen esfuerzos encaminados a crear “conciencia turística” lo que conlleva a crear una nueva actitud de los turistas a través del “turismo solidario”, en el cual los turistas se vinculan a proyectos de desarrollo comunitarios.

En ese sentido, gracias al turismo solidario o turismo alternativo, el turista puede disfrutar de actividades con estas características: “turismo cultural, turismo rural, agroturismo, turismo de aventura, turismo cinegético entre otros” (Conforme, 2016, p. 24)”.

La segunda sección permite comprender que dentro de la actividad turística, la responsabilidad social es un término ampliamente usado, constituyéndose en un valor que permanece en la conciencia de las personas, permitiéndoles: reflexionar, administrar, orientar y valorar las consecuencias de sus actos dentro del sector turístico.

En esta tercera sección, se aspira a reducir al mínimo los efectos negativos del turismo sobre el medio ambiente, el patrimonio cultural y las comunidades, aprovechando al máximo sus beneficios para la promoción del desarrollo sostenible.

Finalmente, esta última sección nos invita a reflexionar, pues considera, que al hablar de turismo y compromiso social, no estamos hablando de paternalismo o filantropía social, sino más bien, nos referimos a una verdadera obligación de las empresas con la comunidad.

### Conclusiones

La responsabilidad social de las empresas puede ser entendida como una nueva cultura empresarial basada en la gestión ética y en la responsabilidad de la empresa ante la sociedad, para mejorar, se debe trabajar en: competitividad.

El turismo, entendido como un fenómeno económico, ambiental, social y cultural, tiene que acompañar a la evolución de la sociedad en dirección a una mayor integración de todas las dimensiones del sistema turístico.

El turismo accesible “para todos” puede constituirse en una importante ventaja competitiva en el mercado general y, sobre todo, en el que se muestra sensible a las causas sociales.

Por último, promover los principios con responsabilidad, es un proceso integral, pues permite conocer un destino turístico globalmente más accesible para un mayor número de visitantes.

### Referencias

Aguirre, M. (24 de febrero de 2018). ¿Qué son los stakeholders?. Recuperado de: <http://www.todomktblog.com/2013/04/que-son-los-stakeholders.html>

Anónimo. (9 de enero de 2017) Turismo solidario, fenómeno sostenible o moda paternalista. El Diario. Recuperado de: [http://www.eldiario.es/edcreativo/viajes/Turismo-solidario-fenomeno-sostenible-paternalista\\_0\\_599840188.html](http://www.eldiario.es/edcreativo/viajes/Turismo-solidario-fenomeno-sostenible-paternalista_0_599840188.html)

Brown, F., (2010). Los principios de la responsabilidad social empresarial. Revista Economía Informa, 36, pp. 100-116.

Castillo, A., y SÁNCHEZ, S., (2017). Desarrollo turístico en Cabo Verde en base al turismo comunitario. Actitudes de los residentes. Estudios y Perspectivas en Turismo. 26, pp. 644-661.

Conforme, L., y LÓPEZ, K., (2016). Propuesta de diseño de una ruta turística express en las comunidades del centro norte de la provincia de Santa Elena como producto alternativo para diversificar la oferta turística y activar el turismo local, (tesis de pregrado). Escuela Superior Politécnica del Litoral, Guayaquil, Ecuador.

Kastenholtz, E., y Galan- Landero, M., (2009). Turismo accesible como ejemplo de responsabilidad social en las empresas y destinos turísticos. El caso de Lousa Portugal. Rotur Revista de Ocio y Turismo (2), 175-194.

Organización Mundial del Turismo, OMT. (23 de febrero de 2018). Código ético mundial para el turismo. Recuperado de: <http://ethics.unwto.org/es/content/codigo-etico-mundial-para-el-turismo>

Pozo, S., y Rengel, K., (2018) Animación turística como aporte al fortalecimiento de la identidad sociocultural en la ciudad de Otavalo, (tesis de pregrado). Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, Sangolquí, Ecuador.

Puerta, J. (2006). El caso Iberdrola: RSE, algo más que una operación de imagen. Marketing & Ventas, (77), 50-54.

Sandoval, N., (2017). Desarrollo de programas de extensión universitaria de inglés turístico y su contribución para la formación de competencias comunicativas en los estudiantes de la Universidad Nacional de Tumbes, (tesis de pregrado). Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Lambayeque, Perú.

Tovar, L., Mendoza, R., y Castillo, M. (2015): La responsabilidad social en el conocimiento turístico: una reflexión filosófica. Cultur Revista de cultura y turismo, 9, (3), 1-24.

Vallaey, F., De La Cruz, C., y Sacia, P., (30 de octubre de 2014) ¿Qué es la Responsabilidad Social Universitaria? Recuperado de: <http://creasfile.uahurtado.cl/RSU.pdf>