

EJE TEMÁTICO: ÉTICA, RESPONSABILIDAD SOCIAL Y AMBIENTE

**DESARROLLO SOSTENIBLE DEL TURISMO EN LA CIUDAD DE
RIOHACHA BASADO EN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL DE LOS HOTELES.**

**SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF TOURISM IN THE CITY OF
RIOHACHA BASED ON CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF
HOTELS.**

AUTORES:

DOLKA PATRICIA MAESTRE CORDOBA¹

dmaestre@uniguajira.edu.co

3014565778

UNIVERSIDAD DE LA GUAJIRA

SARA ROSA DAZA MAESTRE ²

s.daza26@hotmail.com

3136521515

UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA

¹ DOLKA PATRICIA MAESTRE CORDOBA, Magister en desarrollo de Empresa Social, Universidad Simon Bolivar, docente Universidad de la Guajira.

² SARA ROSA DAZA MAESTRE, Profesional en Finanzas, gobierno y relaciones internacionales, Universidad Externado de Colombia.

RESUMEN

El propósito de esta investigación es analizar el desarrollo sostenible del turismo en el sector hotelero de la ciudad de Riohacha basado en el concepto de Responsabilidad Social Empresarial, teniendo en cuenta que es un tema importante por los diversos impactos que las actividades turísticas generan y, por otra parte, el riesgo que corre el mundo con los abusos del hombre en el desarrollo de las actividades.

El tipo de investigación utilizada es la no experimental-cuantitativa a partir del método de investigación no experimental con diseño traseccional- descriptivo, cuyo propósito es describir las variables de la responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible, y a su vez analizar la incidencia e interrelación de ambos conceptos. La población objeto de estudio se constituye por los hoteles en la ciudad de Riohacha que tienen una capacidad entre 7 y 100 habitaciones reportados en la Dirección Departamental de Turismo, los cuales fueron categorizados por estrellas aplicando la norma sectorial NTSH-006 según el autor, teniendo en cuenta la calidad de los servicios y la infraestructura del hotel, quedando como muestra un total de 21 hoteles. Ahora bien, la encuesta se usó como técnica para obtener la información, utilizando un cuestionario tipo likert para medir las variables, conformado por 32 preguntas y aplicado a los gerentes y/o propietario de los hoteles de la ciudad de Riohacha.

Palabras clave: Desarrollo sostenible, Responsabilidad Social Empresarial, Hoteles, Turismo.

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze sustainable tourism development in the hotel sector in the city of Riohacha based on the concept of Corporate Social Responsibility, considering that is an important issue since they are different impacts that tourism generated and moreover, the risk to the world with the abuses of man in the development of activities.

The type of research used is non-quantitative experimental method from non-experimental research design traseccional- descriptive, whose purpose is to describe the variables of corporate social responsibility and sustainable development, and in turn analyze the incidence and interrelation of both concepts. The study population is constituted by hotels in the city of Riohacha having a capacity of between 7 and 100 rooms reported in the Departmental Tourism, which were categorized by stars using the industry standard NTSH-006 according to the author, having Consider the quality of services and infrastructure of the hotel, staying as shows a total of 21 hotels. However, the survey was used as a technique for obtaining information, using a Likert-type questionnaire to measure the variables, consisting of 32 questions and applied to the managers of the hotels in the city of Riohacha.

Keywords: Sustainable Development, Corporate Social Responsibility, Hotels, Tourism

INTRODUCCION

El desarrollo sostenible, es un término que está ligado a la responsabilidad social empresarial, esta es un compromiso social con el medio que rodea la empresa; la teoría dice que son esos compromisos legales o éticos por el impacto que la empresa a dado en el mundo; en la práctica son las cosas buenas que se pueden hacer por la sociedad para resarcir el daño que pueda ocasionar nuestro negocio. Las compañías tienen un rol económico esencial en el mundo escaso de valores, las empresas tienen la oportunidad de hacer su parte en la búsqueda de valores de convertirse en empresas responsables socialmente. (Gerencie.com, 2012)

El desarrollo sostenible y la Responsabilidad social son definiciones que se a extendido a nivel mundial, pasando de los países desarrollados a los países subdesarrollados, son tantos los problemas que se afrontan, que el tema está siendo una constante para todos los gobernantes y hasta la iglesia se ha pronunciado con el cuidado que se debe tener en con el medio ambiente, es asi como las empresas han entrado en conciencia de la aplicación de principios y la realización de acciones en pro de los grupos de interés.

Las empresas turísticas caso de los hoteles no pueden ser ajenos a los problemas que existen a nivel mundial y en Colombia, como son los casos del calentamiento global, los daños de la capa de ozono, la contaminación del medio ambiente, la reducción de los recursos naturales , la desnutrición , el

analfabetismo, la pobreza, el desempleo; problemas en los que ellos tienen un grado de responsabilidad ya que las actividades turísticas requieren y explotan el medio ambiente, es por eso el interés de conocer el grado de responsabilidad social que tienen los hoteles de la ciudad de Riohacha, para el logro del desarrollo sostenible del turismo, buscando contribuir con la identificación de falencias que puedan tener en este tema y así realizar un aporte para el mejoramiento en el desarrollo de las actividades.

1. MARCO REFERENCIAL

1.1.1.1. Desarrollo sostenible

Se llama desarrollo sostenible aquel desarrollo que es capaz de satisfacer las necesidades actuales sin comprometer los recursos y posibilidades de las futuras generaciones (Brundtland Report, 1987)

Sostenibilidad es aquella relación entre los sistemas económicos humanos y los sistemas ecológicos- más dinámicos pero donde los cambios son normalmente más lentos-, en la que (1) la vida humana puede continuar indefinidamente, (2) los individuos pueden prosperar, y (3) las culturas humanas pueden desarrollarse; pero en la que los efectos de las actividades humanas permanecen dentro de unos límites, de manera que destruyan la diversidad, la complejidad y la función de los sistemas ecológicos soportes de la vida. (Costanza, 1991).

El desarrollo sostenible supone una gestión de recursos renovables sometida a dos principios: las tasas de recolección debe ser iguales a las tasas de regeneración (producción sostenible) y las tasas de emisión de residuos deben ser iguales a las capacidades naturales de asimilación de los ecosistemas donde se emiten residuos. Los recursos no renovables se deben gestionar de manera que su tasa de vaciado se limite a la tasa de creación de sustitutos renovables. Otros factores, como la tecnología o la escala de la economía, también tiene que armonizarse con el desarrollo sostenible (Daly, 1997).

De acuerdo con estas tres definiciones se busca el cuidado de la naturaleza, también tiene que ver con la conciencia que debe tener el ser humano con ellos mismo y con los demás, buscando que las actividades que realicen sean cuidadosas con el medio ambiente tanto en la utilización como en la emisión de residuos y que las actividades que se realicen deben ir en pro de un buen usos de planeta.

Es importante atender este tema, por las afectaciones que está teniendo la naturaleza y la misma sociedad y de esa manera disminuir los impactos que se generan.

El desarrollo sostenible, es un término que implica el cuidado que se debe tener con los recursos de la naturaleza, de una manera racional, teniendo en cuenta que los recursos renovables que se utilicen sean repuestos en la misma cantidad y que los residuos puedan ser asumidos por la misma naturaleza, por otra parte los recursos no renovables se debe tratar de consumir los más mínimo previendo que no se pueden reproducir.

1.1.1.1.1. Estrategias

Las estrategias son los medios a través de los cuales se alcanzaran los objetivos a largo plazo. Son posibles cursos de acción que requieren de decisiones por parte de los altos directivos y de grandes cantidades de recursos de la empresa. (David, 2013)

Es la dirección y el alcance de una organización a largo plazo, y permite conseguir ventajas para la organización a través de su configuración de recursos en un entorno cambiante, para hacer frente a las necesidades de los mercados y satisfacer las expectativas de los “grupos de interés (Jhonson, 2001)

Estrategia es el patrón de los objetivos, propósitos o metas y las políticas y planes esenciales para conseguir dichas metas, establecidas de tal manera que definan en qué clase de negocio la empresa está o quiere estar y qué clase de empresa es o quiere ser. Es un modo de expresar un concepto persistente de la empresa en un mundo en evolución, con el fin de excluir algunas nuevas actividades posibles y sugerir la entrada de otras” (Andrews, 1965).

1.1.1.1.2. Alianzas estratégicas

Alianzas estratégicas: es una estrategia popular que ocurre cuando dos o más empresas forman una asociación temporal o consorcio con el fin de aprovechar alguna oportunidad. (David, 2013)

Alianzas estratégicas Iniciativas conjuntas, coordinadas de los sectores gubernamental, comercial y civil, en los que cada uno contribuye con recursos esenciales [financieros, humanos, técnicos, informativos y políticos] y participa en el proceso de toma de decisión, creando sinergias que potencien la utilización de los recursos. (Fundación Prohumana, 2004)

Una alianza estratégica es el acuerdo mediante el cual unen esfuerzos dos o más empresas para incrementar los niveles de eficiencia productiva y rentabilidad. En términos generales, son los convenios o acuerdos en los que dos o más empresas cooperan para alcanzar ciertos objetivos comunes o complementarios, como es el caso de las organizaciones temporales entre productores y distribuidores de productos, básicamente del sector agroalimentario, para asegurar determinados niveles de calidad y producción, así como mercados específicos (Morales, 2001).

La finalidad de las alianzas estratégicas es asociar capacidades y recursos entre empresas relacionadas con el medio rural y organizaciones económicas de productores para incrementar el valor agregado de sus actividades (Fira-Banco de Mexico- Sagarpa, 2002). El fortalecimiento de organizaciones integradoras resulta crucial para impulsar la innovación de productos, mejorar la capacidad de gestión y negociación ante los organismos reguladores, entre otras acciones (Castellanos, 2001).

Al respecto, (Estevez, 2000) puntualiza que “se plantea la generación de alianzas estratégicas que procuren la vinculación, intercambio, apoyo y cooperación interinstitucional, con el propósito de satisfacer las necesidades básicas de funcionamiento y desarrollo entre quienes la conformen” . De esta forma se facilita a

los socios el control de los procesos y trayectorias tecnológicas, lo que reduce los riesgos que entraña la competencia global. Vale acotar, que una alianza estratégica debe ser asimilada profundamente en términos de capital humano y de desarrollo del conocimiento, el cual avanza rápidamente generando la necesidad de actualización y capacitación permanente (Vazquez, 2004)

- 1.1.1.1.3 Sostenibilidad económica: se da cuando la actividad que se mueve hacia la sostenibilidad ambiental y social y es financieramente posible y rentable.
- 1.1.1.1.4 Sostenibilidad social: basada en el mantenimiento de la cohesión social y de su habilidad para trabajar en la persecución de objetivos comunes. Implica la mitigación de impactos sociales negativos causados por la actividad que se desarrolla, así como la potencialización de los impactos positivos. Se relaciona también con el hecho de que las comunidades locales reciban beneficios por el desarrollo de la actividad desarrollada en aras de mejorar sus condiciones de vida. Lo anterior se deben aplicar para todos los grupos humanos involucrados en la actividad. Por ejemplo, en el caso de una empresa, debe cubrir a los trabajadores (condiciones de trabajo, nivel salarial, etc.), los proveedores, los clientes, las comunidades locales y la sociedad en general.
- 1.1.1.1.5 Sostenibilidad ambiental: compatibilidad entre la actividad considerada y la preservación de la biodiversidad y de los ecosistemas, evitando la degradación de las funciones fuente y sumidero. Incluye un análisis de los impactos derivados de la actividad considerada en términos de flujos, consumo de recursos difícil o lentamente renovables, así como en términos de generación de residuos y emisiones. Este último pilar es necesario para que los otros dos sean estables. (Oñate & Pereira, 2002)

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2004), establece las dimensiones:

La dimensión económica implica “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.

La dimensión medioambiental se refiere 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” (Ibíd).

La dimensión social, referida a “respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales arquitectónicos y vivo y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y a la tolerancia interculturales”

1.1.1.2. Responsabilidad social

David (2013), La RS se refiere a las medidas que la empresa implementa mas alla de sus obligaciones legales para proteger y mejorar el bienestar de los sere vivos .

Carroll (1979), definió la RSC como “aquella que abarca todas las expectativas económicas, legales, éticas y discrecionales que la sociedad tiene en las organizaciones en un momento dado”.

Según Castillo (1985), la RSE es la obligación ética o moral, voluntariamente asumida por la empresa como institución hacia la sociedad en su conjunto, en reconocimiento y satisfacción de sus demandas o en reparación de los daños que puedan haber sido causados a ésta en sus personas o en su patrimonio común por la actividad de la empresa.

De la Cuesta et al (2002a) definen la RSE como el reconocimiento e integración en sus operaciones por parte de las empresas u organizaciones de las preocupaciones sociales y medioambientales, dando lugar a prácticas empresariales que satisfagan dichas preocupaciones y configuren sus relaciones con sus interlocutores.

En el Libro Verde (2001), ser socialmente responsable significa no sólo cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá del cumplimiento de la legislación invirtiendo más en el capital humano, en el entorno y en las relaciones con los interlocutores.

Siguiendo el documento nº. 1 de AECA (2004), mostramos a continuación los elementos y términos que integran la RSC y son: - Responsabilidad como la capacidad para reconocer, aceptar y, en su caso, plantear respuestas a las consecuencias de un comportamiento realizado consciente y libremente. - Lo social, hace referencia a la cualidad de la persona como elemento integrante de un sistema social o colectivo de individuos. - La corporación, es la entidad de interés público, comúnmente asociada a un proyecto económico en particular la empresa

El compromiso voluntario, debemos señalar que este aspecto ha suscitado debate, ya que hay autores que opinan que debería ser obligatoria y otros en cambio están de acuerdo con el carácter voluntario ya que la RSC va más allá de las obligaciones legales.

Respecto a la organización, está formada por un conjunto de personas estable, institucionalizado y estructurado adecuadamente dotado de medios para alcanzar determinados fines.

La sociedad, agrupación natural o pactada de personas, que constituyen unidad distinta de cada uno de sus individuos, con el fin de cumplir, mediante mutua cooperación, todos o alguno de los fines de la vida. - El medio ambiente lo constituyen: el entorno

físico natural, incluidos el aire, el agua, la tierra, la flora, la fauna y los recursos no renovables, tales como los combustibles fósiles y los minerales. - Las personas o individuos de la especie humana. - Los grupos de interés, partes interesadas o stakeholders, son los grupos de personas o individuos afectados de una u otra forma por la existencia o acción de las organizaciones y con algún interés legítimo sobre las mismas. A modo de resumen, en la siguiente tabla, presentamos las distintas definiciones consultadas sobre la RSC/RSE:

1.1.1.2.1. Principios éticos

Los principios son imperativos de tipo general que nos orientan acerca de que hay de bueno y realizable en una acciones y de malo y evitable en otras. Es un imperativo universal que prescribe determinadas acciones, en razón de determinadas características descriptivas que siempre que se den y en igualdad de circunstancias obligan a actuar obedeciendo a ese principio universal. (Hortal, 2001).

Aquellas proposiciones que contienen la idea de una determinación general de la voluntad que abraza muchas reglas prácticas. Los clasifica como máximas si son subjetivos o leyes si son objetivos. (Kant, 2001)

Los principios éticos son reglas o normas que orientan la acción de un ser humano. Se trata de normas de carácter general, máximamente universales Los principios morales también se llaman máximas o preceptos.

Los principios son declaraciones propias del ser humano, que apoyan su necesidad de desarrollo y felicidad, los principios son universales y se los puede apreciar en la mayoría de las doctrinas y religiones a lo largo de la historia de la humanidad. (es.wikipedia.org, 2015)

1.1.1.2.2. Fundamentos éticos

La ética estudia la bondad o la maldad del comportamiento humano, y la ética en las organizaciones es una forma de Ética Aplicada a una circunstancia particular –la propia organización, y sus aspectos específicos (Guillén, 2006a)

La Real Academia Española da como definición “principio y cimiento en que estriba y sobre el que se apoya un edificio u otra cosa”; “seriedad, formalidad de una persona”; “razón principal o motivo con que se pretende afianzar y asegurar algo”; “raíz, principio y origen en que estriba y tiene su mayor fuerza algo no material” y “fondo o trama de los tejidos”. Dentro del ámbito jurídico se utiliza este término en los juicios para denominar a la argumentación que intenta la justificación de determinada acción o excepción, basándose en los preceptos legales establecidos en la legislación civil, penal, administrativa, entre otras. En cuanto al verbo fundamentar, se puede definir como “establecer la razón o el fundamento de una cosa” y “echar los fundamentos o cimientos de un edificio”. (Academia de la Lengua española, 2014)

1.1.1.2.3. Grupos de interés o Stakeholders

Los Grupos de Interés se definen como todos aquellos grupos que se ven afectados directa o indirectamente por el desarrollo de la actividad empresarial, y por lo tanto, también tienen la capacidad de afectar directa o indirectamente el desarrollo de éstas (Freeman, 1983).

Los grupos de interés son individuos o conjuntos de personas poseedores de algún derecho sobre la compañía, están constituidos por personas, grupos, instituciones o comunidades capaces de influenciar significativamente el proceso para la formulación e implementación de estrategias, en acuerdo con su interés y poder sobre el quehacer corporativo. (Hill, 1996)

Los grupos de interés como un individuo o grupo, dentro o fuera de la compañía, que tiene interés en ella y puede influir en el desempeño de la organización. (Dess, 2003)

Stakeholders internos: vinculados directamente a la empresa u organización bien sea en calidad de accionistas, socios, directivos, sindicatos, trabajadores, socios estratégicos.

Stakeholders externos: los restantes grupos de interés no vinculados orgánicamente a la empresa, como autoridades, grupos de presión ONGs, competidores, consumidores etc. (Navarro, 2013)

2. MARCO METODOLOGICO

Este capítulo tiene como fin identificar la parte instrumental de la investigación, muestra el la determinación de la investigación, diseño, técnicas, población y muestra para recolectar la información, convirtiéndose en derrotero útil para el desarrollo del trabajo.

El marco metodológico es el apartado del trabajo que dará el giro a la investigación, es donde se expone la manera como se va a realizar el estudio, los pasos para realizarlo, su método. Según Bonilla,(2011) y Hernadez, Fernandez, & Baptista, (2014)

De acuerdo con las definiciones de los tipos de investigación, se considera que el tipo de investigación que se desarrolla en este caso es una investigación mixta ya que se desarrollara recolectando la información directa de los gerentes o propietarios de los hoteles y documental porque se consultan libros, revistas e investigaciones referentes a la responsabilidad social y al desarrollo sostenible.

Investigación no Experimental: como lo definen Hernández y Bonilla las variables que se trabajaran en la investigación que son el desarrollo sostenible y la Responsabilidad social no serán manipuladas, se trabajaran de acuerdo a la información suministrada

Es una Investigación Cuantitativa: porque se interpretaran los datos numéricos que arrojan las encuestas aplicada a los gerentes , mediante la interpretación estadística descriptiva.

Es una investigación Transversal: ya que se descubrirá y se analizara el comportamiento del desarrollo sostenible basado en la responsabilidad social en el mes de septiembre del 2015.

Transeccional Descriptivo: Porque se van a identificar y a describir la forma de conducta de los hoteles frente a la responsabilidad social para lograr un desarrollo sostenible del turismo.

2.1. METODO DE INVESTIGACION

Para el desarrollo de este trabajo y de acuerdo a los objetivos específicos propuestos y el problema formulado el método que se va a utilizar para la obtención y/o producción del conocimiento son

Método observacional: la respuesta que se obtendrán de la investigación serán obtenidas por medio del instrumento que es la encuesta.

Otro método que se utilizara será el Deductivo: Porque se obtendrá la información de la realización de algunas acciones que realizan los hoteles permitiendo identificar si son responsables socialmente y si esas actividades contribuirán con el desarrollo sostenible del turismo.

2.2. POBLACION Y MUESTRA

2.2.1. Población

La población definida por (Lepkowki, 2008b) como el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones. En este caso la población comprende los 66 hoteles ubicados en la ciudad de Riohacha, que en el 2015 tienen entre 7 y 100 habitaciones reportados por la Dirección Departamental de Turismo.

2.2.2. Muestra

La muestra no probabilística, en esta investigación fueron los 21 propietarios y/o administradores de los hoteles de la ciudad de Riohacha, dado que era una población pequeña, y según (Johnson, 2014, Hernandez- Sampieri et al, 2013 y Battaglia, 2008b) la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o los propósitos del investigador, en este caso se tomó los hoteles más representativos de la ciudad categorizados por el autor según la norma sectorial NTSH-006, teniendo en cuenta la calidad de los servicios y la infraestructura, para tener unos resultados concretos del comportamiento de los hoteleros para lograr un desarrollo sostenible del turismo, en este caso se tomaron los hoteles mejores dotados, delimitando el corte de la muestra analizar, esto era muy

importante, ya que debía estar representada en la mayoría de las organizaciones hoteleras, pero, a la vez había que evitar el riesgo de diluir el estudio en pequeños establecimientos que al final empobrecieran los objetivos del trabajo. Esta decisión de obtener un punto de corte que garantizara los objetivos planteados en la investigación, la tomamos en base a la aportación de Dyché (2001), quién establece que el número de la muestra ha de ser lo suficientemente representativo, a la vez que apartar a las organizaciones menores, con la finalidad de asegurar la calidad del trabajo.

2.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Las técnicas utilizadas para obtener la información son mediante fuentes primarias y secundarias. Según Méndez (2006), las técnicas son los medios empleados para recolectar la información. El mismo autor define la validez como el grado en que un investigador mide lo que se propone probar.

2.3.1. Fuente de información primaria.

Es aquella información que se obtiene directamente a partir de la realidad misma, sin sufrir ningún proceso de elaboración previa. Son las que el investigador o sus auxiliares recogen por sí mismo, en contacto con la realidad, Vergel (1997). Para este proyecto la fuente primaria la constituyen las personas implicadas en el proceso como son los propietarios y/o administradores de los hoteles.

2.3.2. Fuente de información secundaria.

Son registros escritos que proceden también de un contacto con la realidad, pero que han sido recogidos y muchas veces procesados por sus investigadores. Las técnicas de recolección que se emplean en uno y otro son disímiles, Vergel (1997). Para este trabajo las fuentes de información son de tipo documental o bibliográfico, recogidos de libros,

páginas de internet, revistas entre otros que brindan información útil al desarrollo del trabajo.

2.4. MECANISMO DE OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN PRIMARIA

Son aquellas en las que la información se encuentra en su origen, y por lo tanto debe ser elaborada por primera vez y de forma específica.

2.4.1. Instrumentos.

Teniendo en cuenta los objetivos de la investigación, la técnica de investigación aplicada fue la encuesta, y el instrumento fue el cuestionario, este fue validado por tres pares expertos en el tema del turismo, los cuales aportaron numerosas sugerencias sobre la estructura y redacción del mismo, resultado de ellas se mejoró la comprensión, que concluyó con un primer cuestionario y la valoración por parte de un experto de la Universidad Simón Bolívar. Ya establecido el primer cuestionario el objetivo era determinar previamente el cuestionario definitivo, teniendo en cuenta algunos aspectos relacionados con el grado de dificultad en su respuesta, la utilización de un lenguaje adecuado, el nivel de conocimiento de los encuestados según la pirámide de dirección, lo cual podría, ser un indicativo de la motivación potencial de respuesta antes de empezar el trabajo de campo.

La prueba piloto del cuestionario de 32 preguntas cerradas, se aplicó a seis los propietarios y/o administradores de los hoteles, que no hacen parte de la muestra, lo cual permitió obtener la confiabilidad del instrumento. Luego fue aplicado a la muestra que fueron los 21 los propietarios y/o administradores de los hoteles, quienes colaboraron con el suministro de la información de las acciones que van encaminadas al desarrollo sostenible del turismo por el sector hotelero de la ciudad de Riohacha, los cuales fueron medidas a través de la escala de Likert, esta sirve para medir el grado de interés o actitud de una persona respecto a la variable de desarrollo sostenible y

responsabilidad social empresarial, por medio de la puntuación que se le da a cada afirmación y una puntuación total respecto al cuestionario, permitiendo así establecer las conclusiones respecto a la variable.

3. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

- Los resultados demuestran que los hoteles de tres. estrellas de la ciudad de Riohacha, desarrollan más actividades de Responsabilidad social que benefician el desarrollo sostenible, teniendo en cuenta las dimensiones encontramos:.
- En la dimensión económica de desarrollo sostenible los hoteles de tres estrellas son los que mejor comportamiento demuestran en cuanto a la explotación limitada de los recursos, el establecimiento de programas que ayudan a mejorar las condiciones de vida de sus grupos de interés, la minimización de los efectos negativos de la actividad económica, pensando en las generaciones futuras y el desarrollo de proyectos que beneficien a la comunidad de influencia; continúan los hoteles de dos estrella y por último los de una estrella que demuestran que el poco compromiso que tienen ellas ya que los porcentaje más altos de estos fueron el nunca y el casi nunca, de igual forma es la participación de las empresas con las entidades del estado y las empresas privadas.
- En la dimensión social: el nivel de realización de estudios sobre el impacto social de los proyectos que ejecutan es bajo en los tres tipos de hoteles, en los hoteles de tres, dos y una estrella regularmente cuenta con políticas que minimizan los riesgos de pérdidas de las costumbres ancestrales de la etnia Wayuu, mientras que en un nivel más bajos están los de una estrella que no lo hacen; en la identificación, discusión y solución de problemas de la comunidad en su entorno, quienes más se involucran son los hoteles de tres estrellas, mientras que los de dos y una estrella no lo hacen.
- En la dimensión medio ambiental, solo las empresa de tres estrellas de manera regular contratan a una persona encargada de temas ambientales los hoteles de dos y de tres no lo hacen, lo mismo sucede con el desarrollo de proyectos encaminados a cuidar el medio ambiente; existe un alto nivel de compromiso por parte de los hoteles en la realización de campañas de sensibilización

ambiental con los empleados y clientes de la empresa; los hoteles grandes son los que mas propenden por el uso de energía limpia.

- Los hoteles de tres estrellas están conscientes de la importancia de la RSE el 67% han implementado documentos éticos y procuran difundirlos utilizando más de una alternativa, un 33% se encuentran en proceso de elaboración, en los de dos estrellas el 53% regularmente implementan documentos éticos y 27% consideran que pueden implementar la ética sin documentos y el otro 20% no ve la utilidad de aplicar RSE

4. CONCLUSIONES

- Es posible hoteles que favorezcan el desarrollo sostenible del turismo, en la medida que sean hoteles grandes y con características de hoteles de tres estrellas hacia arriba
- Que todos los hoteles son conscientes de la importancia de la responsabilidad social y la incidencia que este tienen en el desarrollo sostenible, pero argumentan que las actividades que se deben desarrollar para el logro de esta son muy costosas y sus ingresos no permiten la implementación de esas actividades.
- Es indispensable que las entidades públicas y privadas que tienen que ver con el sector del turismo involucren más a los hoteles en el desarrollo de actividades que contribuyan con el desarrollo sostenible.
- La enseñanza aprendizaje del tema sostenible en la formación de administradores de turismo o de todas las personas que tengan que ver con el desarrollo del turismo requiere de procesos participativos de intento y error que florezcan y vigoricen la metodología propuesta.
- La gestión sostenible que requiere este modelo de desarrollo turístico debe basarse en un trabajo conjunto entre los hoteles, agencias, restaurantes, prestadores de servicios de transporte, guías turísticos, agremiaciones, las autoridades locales, departamentales y nacionales, centros de enseñanza especialmente las de turismo y la sociedad organizada

BIBLIOGRAFÍA

- Blog turismo sostenible.* (2006). Recuperado el 14 de 07 de 2015, de www.turismo-sostenible.org
- Alcaldía de Riohacha- La Guajira.* (28 de 09 de 2012). Recuperado el 31 de 07 de 2015, de www.riohacha-laguajira.gov.co/turismo.shtml
- es.wikipedia.org.* (11 de 08 de 2015). Recuperado el 14 de 08 de 2015, de [https://es.wikipedia.org/wiki/principio_\(etica\)](https://es.wikipedia.org/wiki/principio_(etica))
- Revista El Congreso Siglo XXI.* (17 de 06 de 2015). Recuperado el 31 de 07 de 2015, de <http://www.revistaelcongreso.com/riohacha-es-declarada-districto-turistico-y-cultural/>
- Wikipedia.* (24 de 07 de 2015). Recuperado el 31 de 07 de 2015, de <http://www.revistaelcongreso.com/riohacha-es-declarada-districto-turistico-y-cultural/>
- Academia de la Lengua española. (2014). *El diccionario de la lengua española.*
- Andrews, K. R. (1965). *Text and Cases.*
- Ansoff, I. I. (1965). *Corporate Strategy.*
- Benayas, J. y. (1993). *Educacion, crisis ambiental y desarrollo sostenible.* Malaga : Instituto de Investigacion Ecologicas.
- Bonilla, E. (2011). *Metodologia de la Investigacion un Enfoque practico.* Bogota: Gente Nueva Editorial.
- Bringas, r. N. (2000). *El ecoturismo : ¿una nueva modalidad del turismo de masa?* Mexico: El Colegio de la Frontera Norte.
- Brundtland Report. (1987). *Our Common Future.* United Nations World Commission on Environment and Development.
- Capece. (1997). *Turismo sostenido y sustentable. Una vision holistica.* El Bolson: Agencia periodistica CID.
- Castellanos, A. y. (2001). *Competitividad.* Rev Agrosinte.
- Chandler, A. J. (1962). *Strategy and Structure.* Massachusetts: The M.I.T Press.

- Costanza, R. (1991). *Ecological Economics: The Science and Management of Sustainability*. Columbia University press.
- Daly, H. E. (1997). *Criterios operativos para el desarrollo sostenible*. Valencia.
- David, F. R. (2013). *Concepto de Administracion estretetica*. Mexico: Pearson Educacion .
- Dess, G. y. (2003). *Direccion Estrategica: Creando ventajas competitivas*. España: Mc Graw-Hill.
- Estevez, M. (2000). Las Alianzas Estrategicas. *Revista Venezolana para La Comunidad Educativa*, 2(4-5), 6-28.
- Fira-Banco de Mexico- Sagarpa. (2002). *Curso Alianza estrategicas empresariales una alternativa para incrementar el valor agregado en actividades rurales*. Mexico.
- Gerencie.com. (02 de 03 de 2012). *gerencie.com*. Recuperado el 25 de 07 de 2015, de www.gerencie.com
- Gestionado con WordPress. (s.f.). *Definicion.de*. Recuperado el 31 de julio de 2015
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. (2014). *Metodologia de la Investigacion*. Mexico: Edamsa Impresiones , S.A DE C.V.
- Hidalgo A y Fuentes, F. (2007). Actitudes hacia la responsabilidad social de la empresa: un analisis empirico en estudiantes universitarios y preuniversitarios. *XXI Congreso Anual AEDEM, Vol 1* . Madrid: Universidad Rey Juan Carlos .
- Hill, C. y. (1996). *Administacion Estrategica: un enfoque integrado*. Bogota: Mc Graw Hill Interamericana.
- Hortal, A. (2001). *Etica de la profesiones*. Bilbao: Desclee.
- Jhonson, G. y. (2001). *Direccion estrategica*. Madrid: Prentice Hall.
- Kant, E. (2001). *Critica de la razon practica*. Madrid: Mestas Ediciones.
- Maria, V. A. (2012). *Responsabilidad Social Corporativa en la cadenas hoteleras Españolas, factores determinantes de su nivel de desarrollo y consecuencias*. Huelva: Geidetur.
- Morales, A. (2001). *Alianzas estrategicas y funciones*. Administrate Hoy.
- Navarro, F. (2013). *Responsabilidad Social Corporativa Teoria y practica*. Madrid: Alfaomega Grupo Editor, S.A. de C.V.

Oñate, J., & Pereira, D. S. (2002). *Evaluacion Ambiental Estratigica: la evaluacion ambiental de Politicas, planes y Programas*. Madrid: Ediciones Mundi_Prensa.

Organizacion Mundial del Turismo. (2014). *Panorama OMT del Turismo internacional, Edicion 2014*.

Periañez y Ramos, J. A. (2003). Delimitacion del marketing con causa o marketing social corporativo mediante el analisis de empresas que realizan acciones de responsabilidad social.

Portafolio.co. (11 de julio de 2011). *Portafolio-plus*. Recuperado el 24 de julio de 2015, de www.portafolio.co

RODRIGUEZ, A. (2010). *Determinacion de la Poblacion Riesgo para las Enfermedades de Transmision Sexual*. Caracas: Mision Barrio Adentro.

Secretaria de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nacion , PNUD ; Argentina. (2008). *Estrategia de Turismo Sustentable en Reservas de Biosfera y Sitios Ramsar de Argentina*. Buenos Aires.

SECRETARIA DE TURISMO (SECTUR). (2001-2006). *Identificacion de potencialidades turisticas en regiones y municipios" Mexico: Rectores de Plan Nacional de Desarrollo (PND) y El programa Nacional de Turismo*. Mexico.

Vazquez, A. (2004). *Las Fuerzas del desarrollo. Papeles para el cambio mesa de trabajo No 2*. Madrid: Fondo de Cultura Economica.

Viajeros.com. (30 de noviembre de 2007). *Viajeros.com*. Recuperado el 24 de julio de 2015, de [Viajeros.com: www.viajeros.com](http://Viajeros.com)