



**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFÍA Y
TURISMO**

TESINA DE LICENCIATURA EN TURISMO

**“Responsabilidad Ambiental Empresarial en
alojamientos turísticos. Estudio de caso: Sierra
de la Ventana.”**

Tesista: María Candela Badano

Directora: Mg. Soledad Gallucci

Co-Directora: Mg. Cecilia Alejandra Rodríguez

BAHÍA BLANCA, 2018

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	3
1. ABORDAJE METODOLÓGICO.....	6
1.1. Objetivos e Hipótesis.....	6
1.2. Metodología y Técnicas.....	6
2. MARCO DE REFERENCIA.....	8
2.1. Marco histórico conceptual.....	8
2.1.1. Evolución histórica-conceptual de la Responsabilidad Social Empresarial....	8
2.1.1.1. Responsabilidad Social Empresarial en Europa y en América Latina.....	12
2.1.1.2. Beneficios de la aplicación de Responsabilidad Social Empresarial.....	14
2.1.1.3. Camino evolutivo de la Responsabilidad Social en las organizaciones.....	15
2.1.1.4. Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial.....	16
2.1.1.5. Responsabilidad Ambiental Empresarial.....	18
2.1.1.5.1. Indicadores de Responsabilidad Ambiental Empresarial	22
2.1.1.5.2. La Responsabilidad Ambiental Empresarial en alojamientos turísticos.....	23
2.2. Marco normativo de la Responsabilidad Social Empresarial y Responsabilidad Ambiental Empresarial en Argentina.....	25
3. ESTUDIO DE CASO.....	29
3.1. Caracterización de Sierra de la Ventana dentro del Sudoeste Bonaerense.....	29
3.1.2. Oferta turística de Sierra de la Ventana.....	31
3.1.3. Demanda turística de Sierra de la Ventana.....	33
3.2. Antecedentes de la Responsabilidad Social Empresarial en el Sudoeste Bonaerense.....	33
4. CRITERIOS PARA LA EVALUACIÓN DE LA PERCEPCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD AMBIENTAL EMPRESARIAL.....	36
5. RESULTADOS.....	38

5.1. Resultados generales de encuestas.....	38
5.2. Síntesis de la información obtenida.....	46
5.3. Lineamientos	50
6. CONCLUSIONES.....	53
7. BIBLIOGRAFÍA.....	55
8. ANEXOS.....	62
8.1. Anexo I.....	62

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Pirámide de la Responsabilidad Social Empresarial.....	10
Figura 2: Beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial	15
Figura 3: Etapas de la Responsabilidad Social Empresarial en las organizaciones...	16
Figura 4: Perfil del empresario de alojamientos turísticos	38
Figura 5: Perfil del alojamiento turístico	39
Figura 6: Prácticas de RAE: ahorro de agua	40
Figura 7: Prácticas de RAE: ahorro de energía	41
Figura 8: Medidas adoptadas para desechar el aceite de cocina utilizado.....	42
Figura 9: Medidas realizadas para la reducción de residuos.....	42
Figura 10: Medidas realizadas para la capacitación del personal en materia de RAE	43
Figura 11: Frecuencia del control de instalaciones.....	44
Figura 12: Nivel de importancia de las cuestiones ambientales para la organización.	45

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla I: Beneficios de aplicar instrumentos de certificación.....	21
Tabla II: Normativas referidas a Responsabilidad Social Empresarial y Responsabilidad Ambiental Empresarial en Argentina.....	27

Introducción

El turismo se ha convertido en una de las actividades más importantes para la economía y el desarrollo del país, permitiendo el intercambio cultural entre diferentes comunidades, el afianzamiento de sus identidades, la conservación de recursos y el fomento de acciones en beneficio de diferentes destinos. No obstante, el creciente flujo de turistas que genera la actividad ocasiona un impacto directo en el ambiente y en consecuencia en la sostenibilidad de los destinos.

La actividad turística se encuentra directamente ligada a los recursos naturales y culturales para su funcionamiento, y un incorrecto uso de los mismos puede producir su posterior agotamiento y deterioro. Por tal motivo, en 1992 la Conferencia de Naciones Unidas Sobre Medio Ambiente y Desarrollo (en Fernández, Narváez, Revilla, 2009), también conocida como Cumbre de la Tierra, aborda y expone el concepto de desarrollo sostenible, con el fin de promover una relación consciente con el ambiente, un adecuado uso de los recursos para impulsar su conservación y posterior aprovechamiento por parte de las generaciones futuras; como así también destaca el concepto de *responsabilidad ambiental*, entendido como la administración y gestión en forma consciente y ética de todos los bienes y servicios generados por las organizaciones o el individuo y su respectivo impacto en cuestiones relacionadas con la salud, seguridad y ambiente.

Por lo tanto, la incorporación de acciones sostenibles en la cotidianeidad de la vida en sociedad obliga a producir cambios en los modelos culturales dominantes, principalmente en la relación sociedad-naturaleza. Se torna imprescindible guiar la vida social hacia la sostenibilidad, pero, sobre todo, reorientar el funcionamiento de las organizaciones hacia este aspecto, dado que son ellas, los motores generadores de impactos en el ambiente.

El desarrollo del turismo, que se halla en constante interacción con el ambiente, efectúa múltiples efectos en él, tanto en forma positiva como negativa. Ante los efectos nocivos generados por el sector, se estimulan presiones sobre los actores involucrados, principalmente por parte de los consumidores, cada vez más concientizados en materia de conservación ambiental, forjando a la toma de decisiones y acciones ambientalmente responsables por parte de las organizaciones turísticas.

Desde una perspectiva sostenible busca alcanzar una rentabilidad sin perjudicar el medio natural o construido, ni afectar a la comunidad, sino por el contrario, intenta incorporar a los individuos de la sociedad en su actividad para, de este modo, lograr un trabajo

conjunto en beneficio del desarrollo sostenible. De este modo, se afirma que cuando el turismo asimila acciones socialmente responsables se convierte en una actividad que busca soluciones sobre el desarrollo sostenible, dando paso al surgimiento del concepto de *turismo responsable* (Martínez, Rosenfeld, 2012). Dicho concepto estimula la concientización de las organizaciones turísticas, quienes han de efectuar voluntariamente acciones éticas y transparentes ante las consecuencias generadas por su operación, medidas que se engloban en la noción de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

En este sentido, la organización turística adopta una perspectiva de RSE debido a que le permite incorporar, en forma voluntaria, todos aquellos aspectos sociales y ambientales, dentro del proceso de toma de decisiones, y de esta manera, beneficiar a todos aquellos que estén vinculados a la actividad, de forma directa o indirecta.

El alojamiento, como elemento clave de la cadena de valor del sector turístico genera, de manera significativa, impactos sobre el ambiente, un consumo elevado de recursos tales como el agua, la energía y de otros materiales, así como también produce emisiones de efluentes líquidos, gases de efecto invernadero, residuos sólidos y desechos producidos por sus operaciones (João Lunkes, Silva da Rosa, 2012). Es por ello, que las organizaciones de alojamiento aplican medidas de responsabilidad ambiental en su actividad, con el fin de atenuar sus efectos sobre el ambiente, generar una percepción óptima de su actividad por parte de la sociedad, y sobre todo del cliente, y, al mismo tiempo, reducir costes (Valle, 2000 en Fenandes Guzzo, Machado do Nascimento, 2013).

En síntesis, se torna indispensable en la actualidad la aplicación de medidas ambientalmente responsables por parte de alojamientos turísticos para la preservación del entorno natural y sociocultural, pero así también, para estimular la sostenibilidad y desarrollo de su actividad.

En este marco, los destinos turísticos del sudoeste bonaerense poseen una variedad de recursos turísticos que otorgan la posibilidad de posicionarse en mercados turísticos. En particular, la oferta de alojamiento turístico presenta un tipo de explotación microempresarial de carácter familiar, atomizado, atendido por sus propios dueños y complementados con personal temporario.

A partir de las entrevistas realizadas en una primera instancia y ante el carácter de destino turístico posicionado en el mercado regional, la presente investigación aborda como área de estudio la localidad de Sierra de la Ventana. La localidad representa uno de los destinos

de mayor relevancia de la región del Sudoeste Bonaerense dado que concentra mayor desarrollo comercial, una amplia y diversificada oferta de alojamiento, una variedad de recursos turísticos naturales, la presencia de un área protegida y una gran oferta de productos y servicios locales. A su vez, es la localidad más significativa de la actividad turística de La Comarca Serrana, área como mayor afluencia de turistas del Sudoeste Bonaerense, y se desarrolla como centro de estadía y distribución. Al mismo tiempo, simboliza uno de los pocos destinos de la región, que, si bien sufre una disminución de la demanda de turista en determinados meses del año, mantiene flujos turísticos importantes anualmente. En este sentido, se considera un destino turístico consolidado a nivel regional capaz de contar con empresarios de alojamientos turísticos involucrados en la conservación del entorno en el cual operan. Finalmente, si bien se han realizado estudios referidos a la estructura de la oferta y demanda turística en el área de estudio, se carece de información respecto al tema propuesto.

1. ABORDAJE METODOLÓGICO

1.1. Objetivos

Objetivo general

- Evaluar la percepción de los empresarios de alojamientos turísticos sobre la responsabilidad ambiental empresarial en la localidad de Sierra de la Ventana.

Objetivos específicos

- Caracterizar la estructura y composición del sector alojamiento en la localidad de Sierra de la Ventana.
- Caracterizar el perfil del empresariado de alojamientos turísticos de la localidad de Sierra de la Ventana.
- Establecer indicadores de la responsabilidad ambiental empresarial, adaptados al contexto objeto de estudio.
- Aplicar indicadores para caracterizar las iniciativas y la percepción del empresario respecto a la responsabilidad ambiental empresarial de alojamientos turísticos del área objeto de estudio.

Hipótesis de investigación

H1: Las acciones de responsabilidad ambiental representan una práctica escasa en los alojamientos turísticos de Sierra de la Ventana.

1.2. Metodología y Técnicas

La investigación se llevará a cabo bajo un enfoque mixto, el cual permitirá abordar el problema de la misma desde dos perspectivas, una cuantitativa, dado que desarrolla un análisis estadístico de los datos recolectados para establecer patrones de comportamiento; y una cualitativa, ya que se elabora un análisis de las percepciones obtenidas a partir de las entrevistas estructuradas realizadas a los actores a estudiar (Hernández Sampieri y otros, 2006).

El objeto de estudio de la investigación no cuenta con una cantidad relevante de estudios aplicados en el sudoeste bonaerense dado que aborda un concepto contemporáneo en el campo del turismo. En este sentido, se determina que en función de los objetivos el alcance de la investigación será exploratorio-descriptivo. Por un lado, se considera exploratorio ya que busca, mediante una revisión de la literatura, incrementar el grado de conocimiento de los fenómenos a investigar (Hernández Sampieri y otros, 2006:101).

Por otro lado, se establece un alcance descriptivo dado que pretende caracterizar las propiedades de dichos fenómenos a través de la medición, evaluación y recolección de datos sobre los mismos (Hernández Sampieri y otros, 2006), y de este modo, poder determinar cómo se desarrollan las diversas dimensiones de la Responsabilidad Ambiental Empresarial en los alojamientos turísticos de los principales destinos del sudoeste bonaerense.

En un principio se elabora la revisión y análisis de la literatura, para el cual se seleccionan, recopilan y abordan bibliografía especializada, publicaciones relevantes en la temática e información obtenida desde sitios webs oficiales de organizaciones especialistas en el objeto de investigación. Al mismo tiempo, la revisión bibliográfica del concepto resulta la base para la selección de indicadores que miden la variable a estudiar. Luego, a partir de la selección y aplicación de dichos indicadores, se diseña el instrumento con el cual se obtienen los datos que permiten comprender la situación de la Responsabilidad Ambiental Empresarial en el sudoeste bonaerense. La última etapa de la investigación implica el análisis y la interpretación de los datos recolectados, de sus características, similitudes, singularidades, e interrelación con las hipótesis previamente desarrolladas. Finalmente, se lleva a cabo la elaboración y redacción de las conclusiones y consideraciones finales obtenidas a partir de la interpretación de los datos recabados. En esta etapa, se desarrollan las líneas posibles de investigación, así como también la caracterización de la responsabilidad ambiental percibida por el empresariado objeto de estudio.

2. MARCO DE REFERENCIA

2.1. Marco histórico conceptual

2.1.1. Evolución histórica-conceptual de la Responsabilidad Social Empresarial

A lo largo del tiempo, el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha sido abordado por diversos investigadores y organismos. Si bien, las diferentes perspectivas que se le atribuyeron al concepto diferían en algunos aspectos, todas han contribuido a desarrollar los pilares fundamentales que, en la actualidad, definen a la RSE.

En este sentido, no sólo convive una única definición de RSE, sino que existen múltiples perspectivas con diversos matices. A pesar de ello, “cualquiera sea la definición adoptada, todas coinciden en la necesidad de promover las buenas prácticas en los negocios a través de asumir, por parte de la empresa, la responsabilidad de los impactos que genera la actividad productiva a la que se dedica” (Núñez, 2003).

El concepto en sí emerge hacia mediados del siglo XX en los Estados Unidos como respuesta a la inexistencia de acciones por parte del Estado en solucionar las preocupaciones culturales, económicas y ambientales que impactaban sobre la sociedad en general (Frederick y otros, 1996 en Espeche, 2010).

Hasta ese momento, el mercado se encontraba dominado por las grandes organizaciones debido a un abuso de su poder. La sociedad comienza a cuestionar el accionar de las organizaciones, el cual generaba efectos directos y negativos sobre ella, tales como el deterioro ambiental y de la calidad de vida, la precarización laboral, entre tantos otros, y a destacar la ausencia de reglamentaciones especializadas en la materia. De este modo, algunos investigadores elaboran una nueva forma de gestión de la organización, donde ésta lograse rentabilidad y la satisfacción de las demandas de sus clientes, sin afectar la vida social y el ambiente (Frederick y otros, 1996 en Espeche, 2010).

De este modo, en 1953, el concepto comienza a ser abordado como una obligación propia de la organización; la misma tiene como fin principal el empleo de acciones y políticas acordes a los valores y objetivos sociales, que protejan al medio circundante y a la comunidad, y al mismo tiempo, permitan el logro de los intereses de la organización (Bowen, 1953 en Barbosa de Souza, Reinert Lyra, 2015); perspectiva que será sostenida por Anderson en 1989 (citado en Do Céu Almedida, 2005), Davidson y Griffin en el año 2000 (en Fernández Escudero, 2013), entre otras investigadores contemporáneos.

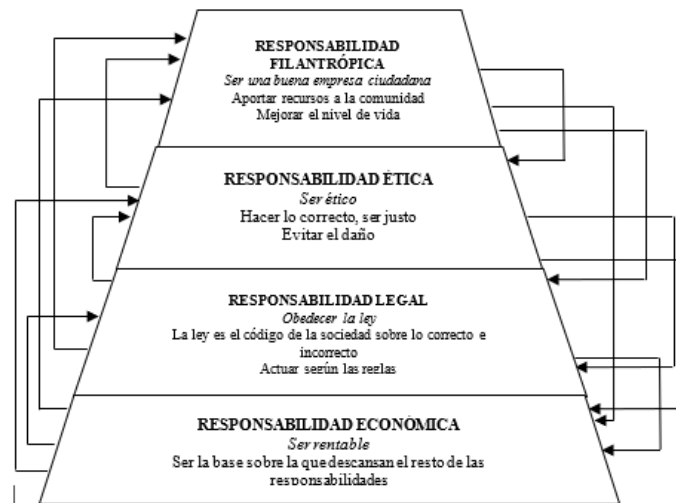
A principios de siglo XX las organizaciones eran conscientes de que sus actividades repercutían en la sociedad, y es por ello que respondían mediante donaciones, campañas sociales, actividades de carácter filantrópico, que interpretaban como meras obligaciones éticas ante las presiones y necesidades de la comunidad, dando origen a las prácticas de responsabilidad ambiental (Frederick y otros, 1996 en Espeche, 2010).

A partir de ese momento, son las organizaciones quienes comienzan a tomar medidas paternalistas y sociales, ante un Estado que se encuentra en plena crisis económica y social (Rialp Criado, Truñó I Gual, 2008); medidas que posteriormente serán desarrolladas por los clubes sociales, los fondos de solidaridad, mutuales, entre otros, y estimularán el surgimiento de un Estado de Bienestar avocado en la función social, gracias a la reactivación de la economía luego de la Segunda Guerra Mundial (Bucar y otros, 2003, Barañano, 2009 en Mababu Mukiur, 2010).

No obstante, hasta mediados del siglo XX no se ha alcanzado una única definición que haya sido asimilada por la totalidad de las organizaciones a nivel mundial, sino más bien, recién entre los años 60 y 70 el concepto es abordado en profundidad (Rialp Criado, Truñó I Gual, 2008).

Es en la década del '60 cuando se genera un quiebre, donde la concepción clásica de responsabilidad vinculada a acciones en beneficio de rentabilidad para los accionistas se transforma hacia una perspectiva que incumbe todos los aspectos de la vida social (Luna y Fernández, 2007 en Pérez Ruiz, 2008). A partir de ello Carroll, en 1979 (citado Fernández Escudero, 2013), realiza un nuevo análisis del concepto y elabora una clasificación de la RSE en cuatro categorías: económica, legal, ética, y discrecional o filantrópica. Dicha clasificación fue diseñada en forma piramidal y cuyas partes que se encuentran interrelacionadas entre sí, demuestran que las responsabilidades de una organización involucran diversas dimensiones y no, únicamente, un aspecto económico (figura 1); las mismas en conjunto, dan lugar a la RSE.

Figura 1

Pirámide de la Responsabilidad Social Empresarial

Fuente: Badano, M. C., 2017, sobre la base de Balaguer Franch y otros, 2007.

En 1984, surge una nueva perspectiva donde la RSE atiende a las preocupaciones sociales y otorga ventajas para la *rentabilidad* de la organización, captando las necesidades sociales y abordándolas como demandas y oportunidades de negocios (Drucker, 1984 en Espeche, 2010).

En ese mismo año, se realiza un aporte crucial para el concepto, la teoría de los stakeholders o grupos de interés, la cual establece que la organización al operar en un contexto social, entabla inmediatamente relaciones con los diversos agentes que lo integran, y sus acciones repercuten directamente en ellos, es por lo tanto que la organización debe adoptar un comportamiento responsable frente a los mismos (Freeman, 1984 citado en Cardona y Hernández Cobos, 2011). Es así como, hacia la década de los noventa, las acciones socialmente responsables comienzan a ser percibidas como un *método de control y gestión de cuestiones sociales* principalmente de aquellas producidas por el funcionamiento de la organización (Buchholz, 1991 en Espeche, 2010).

Hacia finales del siglo XIX, los avances en materia de RSE comenzaron a reorientarse a la elaboración de nuevos conceptos relacionados, y no, en la interiorización de su conceptualización, como ocurría anteriormente. De esa manera, se introduce el concepto de RSE como aquel que le brinda a la organización la *capacidad de encontrar una solución* por aquellas acciones negativas u omisiones que produce sobre el sistema social en la cual se halla inmersa la organización; capacidad que se desarrolla ante la existencia de los recursos que las personas designadas de la organización poseen por educación y

aprendizaje propio, heredado u otorgado por terceros (Sáez, 2001, en De Pelekais y Pelekais, 2008).

Al mismo tiempo, surgieron conceptos tales como la Ciudadanía Corporativa, la Teoría de la Ética en los Negocios, entre otros (Carroll, 1999 en Espeche, 2010). A mediados de los años 90, John Elkington (citado en Bino Raya, 2013; García López, 2015) introduce el concepto de “Triple Línea de Resultado” (The Tripple Bottom Line), el cual identifica ciertos procesos que la organización tiene que adoptar para reducir los efectos inesperados que produce su funcionamiento, y así, crear valor económico, social y medioambiental. De este modo, las acciones de RSE se abordan a partir de tres dimensiones: *social*, *ambiental* y *económica*. Asimismo, las Naciones Unidas firman la Declaración del Milenio, donde plantean la necesidad de que todas las organizaciones orienten su actividad hacia fines que contemplen y contribuyan a la disminución de problemas sociales (Velasco Osma, 2006 en Espeche, 2010).

En el 2001, la Comisión de las Comunidades Europeas realiza otra contribución en materia de responsabilidad empresarial, desarrollando el Libro Verde, un documento con el que pretender generar un debate sobre cómo la Unión Europea concibe y puede fomentar la RSE a partir de experiencias existentes (Bino Raya, 2013).

Posteriormente, se proponen tres aspectos para analizar el concepto. Primero, evalúa a la RSE desde una dimensión *connotativa*, definiéndola como una acción ética que promueve la competitividad de la organización; luego la aborda desde una perspectiva *descriptiva*, estableciendo que las organizaciones con esta característica diseñan un conjunto de estrategias para atender a las inquietudes de grupos sociales relacionados directa e indirectamente con la actividad; y, por último, desde el aspecto *operativo*, el cual apunta a la operación de la organización (Guédez, 2006 citado en Baptista y otros, 2012).

En 2008, se realiza una descripción del concepto a partir de análisis epistemológico del mismo, estableciendo, por un lado, que el término “responsabilidad” alude a la necesidad que la propia organización tiene que dar solución y respaldo a los efectos de sus operaciones; por otra parte, la palabra “social” hace referencia al hecho de que cualquier acción o actividad que la organización desarrolle provoca un impacto en un contexto, una comunidad, una sociedad (Herrera y Abreu, 2008 citados en Chaparro Jiménez, 2012). Es así como la RSE ha pasado de ser un mero concepto dentro de un marco académico a ser la esencia de la operación de cualquier organización (Arruda y otros, 2006, Dawar y

Klein, 2004, Marín y Ruiz, 2007, Smith y Waddock, 2000 en García de los Salmones Sánchez y otros, 2008).

En este sentido, la responsabilidad social empresarial es un término multiconceptual, el cual puede ser abordado desde diversas disciplinas, perspectivas o desde cualquier aspecto de la vida social. No obstante, independientemente desde la perspectiva con la cual se lo analice, cada una de las definiciones posee puntos en común, concluyendo que el concepto alude a la forma de gestión a partir de la cual la organización pretende asumir tanto la responsabilidad de los impactos y efectos nocivos que genera su actividad sobre el entorno, así como también, dar respuesta en forma constante a diversas problemáticas y preocupaciones sociales. Asimismo, la RSE implica un compromiso voluntario adoptado por la organización para proteger, conservar y preservar no sólo su actividad productiva, sino, además, aquellos recursos culturales y ambientales del contexto circundante para que puedan ser aprovechados por la comunidad actual y las futuras generaciones.

2.1.1.1. Responsabilidad Social Empresarial en Europa y en América Latina

Las organizaciones latinoamericanas han orientado su filosofía hacia la filantropía que, si bien continúa siendo, en la actualidad, la modalidad que prevalece en las mismas no posee relación alguna con la RSE (Vives, 2008).

La concientización social que se produce sobre la comunidad latinoamericana surge a partir de la influencia desarrollada por la relevante inmigración europea, ocurrida principalmente en el siglo XIX.

Las discrepancias entre las características de las organizaciones y los mercados europeos y latinoamericanos son notables y es por ello que la RSE no se desarrolla de igual manera para ambos casos. Dado que en Europa las economías son maduras, hay una gran competitividad entre las organizaciones, las cuales buscan constantemente diferenciarse, siendo las acciones socialmente responsables el medio por el cual logran distinguirse y así captar la mayor parte de los consumidores. A su vez, Europa se caracteriza por una sociedad con patrones de consumo intensivos, un reducido territorio y escasas materias primas, ante lo cual, la organización, con influencia de las diversas partes interesadas presionan a los gobiernos a elaborar continuamente estrategias y políticas a favor del desarrollo sostenible.

No obstante, en América Latina, donde las economías son emergentes, si bien las organizaciones cuentan con un vasto territorio con gran cantidad y variedad de recursos con los cuales operar, no poseen reglamentaciones adecuadas ni específicas para su conservación, dado que la sostenibilidad es un término relativamente nuevo y no es una prioridad para los gobiernos.

Por una parte, en Europa, las organizaciones desarrollan, principalmente, actividades de patrocinio, deportivas, cuidado del ambiente, por convencimiento y con intención de incrementar la eficiencia y reputación de la organización, y no como una necesidad de cumplimiento de la reglamentación vigente, ni medidas filantrópicas como ocurre, frecuentemente, en el caso de América Latina. En este último caso, se efectúan acciones en beneficio a la educación, donaciones directas a los sectores con menores recursos como respuesta a la escasez de soluciones generadas por el sector público (Vives, 2008).

Por otra parte, en el territorio argentino, los primeros acercamientos de acciones socialmente responsables se evidencian hacia el virreinato español en América. En ese momento, la iglesia católica tenía la función de responder a las presiones sociales, estas prácticas se desarrollaban bajo la concepción de lo que, hoy en día, se denomina *caridad*. Luego de los movimientos emancipadores sudamericanos, la élite comienza a jugar ese papel en el marco social y surge el concepto de *filantropía* (Milberg y otros, 2006).

A mediados del siglo XX, el concepto filantrópico es reemplazado por el de *justicia social* con la llegada del peronismo al plano sociopolítico; quienes valoraron las reclamaciones de aquellos sectores menos favorecidos que habían sido ignorados por muchos años (Fernández Escudero, 2013; Milberg y otros, 2006).

Hacia la década de 1980, con el desarrollo de las organizaciones no gubernamentales, organizaciones sin fines de lucro que comenzaron a atender las preocupaciones sociales y ambientales ignoradas por el Estado, se concientizaron las organizaciones y fomentaron el surgimiento de políticas de RSE en el plano empresarial (Fernández Escudero, 2013).

La situación que contempla la Argentina luego de la crisis del 2001 conlleva a la pérdida de credibilidad de las instituciones financieras, bancarias, organizaciones privadas, el propio Estado, por parte de los ciudadanos. Los obstáculos con los cuales se enfrentaba el Estado para brindar apoyo y sustento a la sociedad argentina ocasionaron que las organizaciones asumieran el rol y las responsabilidades de un estado incapaz de contribuir con el bienestar común (Genovese, 2008).

Es por ello, que hoy en día las organizaciones argentinas se enfocan generalmente hacia dos modalidades de responsabilidad: filantrópica o hacia acciones compensatorias. La primera se origina como respuesta ante las presiones sociales y el accionar de las organizaciones sin fines de lucro. Mientras que las segundas, apuntan a frenar y compensar las consecuencias, especialmente sobre el ambiente, generadas por el funcionamiento propio de la organización, a través del respeto de las diversas normativas vigentes y certificaciones en materia de sostenibilidad (Roitter, 1996 en Milberg, Paladino, Vassolo, 2006).

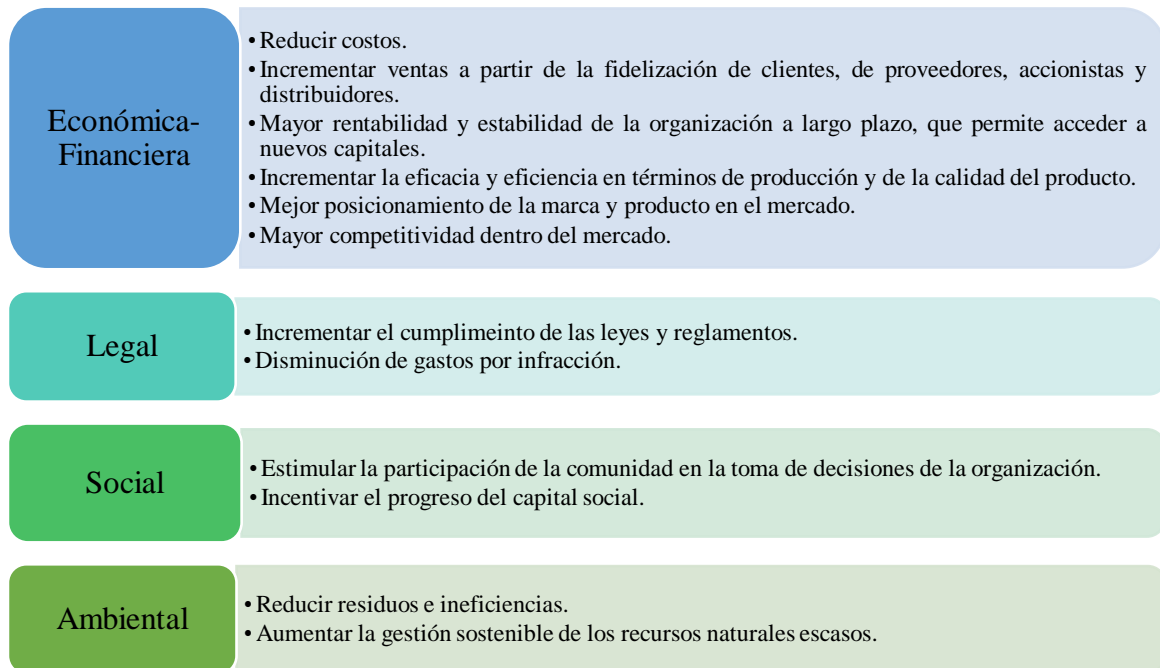
No obstante, aunque la mayoría de las organizaciones se encarguen de cubrir las fallas del Estado, éstas no se deben desviar del sentido de la responsabilidad hacia el asistencialismo. La organización no debe tornarse indispensable para la sociedad o demás grupos de interés en cuestiones de sostenibilidad, sino que las organizaciones argentinas que aplican medidas socialmente responsables deben implementarlas de forma voluntaria por los beneficios que le generan a la comunidad, pero, a su vez, por las ventajas que le otorgan a la propia organización, y no sustituir el rol del Estado.

2.1.2. Beneficios de la aplicación de Responsabilidad Social Empresarial

La organización decide incorporar un conjunto de actividades socialmente responsables interrelacionadas que implican tanto políticas, prácticas y programas desarrollados a partir de valores éticos y necesidades sociales, dado que es consciente de los beneficios que le otorga a la comunidad como a la propia organización, tal como se enumeran en la Figura 2. No obstante, para lograr medidas que contribuyan al desarrollo económico sostenible y a la mejora continua de la calidad de vida de la sociedad en general, la organización requiere de un trabajo en conjunto con los diversos actores sociales (comunidad, proveedores, accionistas, gobierno, diversas organizaciones, entre otros).

Figura 2

Beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial



Fuente: Badano, M. C., 2018, sobre la base de Anaya Ariza y otros, 2011; Ancos Franco, 2008; Diez, 2007, citado en Morillo Moreno, 2008; Vives y Peinado-Vara en León, 2008.

En síntesis, la organización socialmente responsable desarrolla acciones en beneficio de la comunidad y del ambiente atenuando el impacto que su propia actividad genera en ellos, ante lo cual emplea acciones de forma integral que se rigen en base a la función que cumple la organización dentro de la comunidad, siendo la base para el desarrollo de todas las relaciones sociales; la concientización de la organización sobre las externalidades que genera en el entorno, y por último, la administración de las políticas responsables, la cual selecciona el tipo de accionar a ejecutar para alcanzar una óptima reputación.

2.1.3. Camino evolutivo de la Responsabilidad Social Empresarial en las organizaciones

La incorporación de una perspectiva de RSE en toda la organización se refleja como un recorrido evolutivo que la misma debe emprender en varias etapas (ver figura 3). Una organización ética y socialmente responsable comprende tres aspectos fundamentales, la *responsabilidad social* en sí, la *responsabilidad ambiental* y los *valores éticos empresariales* (Siliceo y otros, 1999 en Fernández y otros 2009). En este sentido, las organizaciones en su comienzo no aplican una gestión responsable dentro de la totalidad

de sus áreas productivas, sino que, una vez iniciadas sus actividades, se encuentran implícitas en ellas acciones socialmente responsables (Guédez, 2008).

Figura 3



Fuente: Badano, M. C., 2018, sobre la base de Baptista, Contreras, León 2012.

En este sentido, la RSE fomenta en las organizaciones el despliegue y mantenimiento de valores que guíen su accionar y estén insertos en la esencia de la propia organización. Valores que la sociedad pueda asimilar, aprehender y tomar como propios dentro de su cotidianidad, produciendo una acorde convivencia entre los diversos actores sociales.

2.1.4. Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial

Desde un principio, cuando comienza a analizarse el concepto de RSE se efectúan afirmaciones sobre las diversas dimensiones que componen a la Responsabilidad Social Empresarial. Se destacan dos grupos de dimensiones, por un lado, las dimensiones económica, legal, ética y filantrópica, y por el otro, las dimensiones externa-interna.

En el primer grupo, cada dimensión puede examinarse en relación con los diversos integrantes de la organización (Mohr y otros, 2001 citados en Do Céu Almeida, 2005). La primera dimensión se encuentra relacionada con la finalidad *económica* de la organización, la cual pretende alcanzar una actividad rentable. La segunda, apunta al cumplimiento de las *leyes*, las obligaciones con el país, el estado o el municipio o con la

contratación de empleados; entre otras. En cuanto a la tercera dimensión, la *ética* alude a las acciones y decisiones propias de la organización que la sociedad espera que ésta emprenda, las cuales estén consensuadas con los valores sociales, en otras palabras, la comunidad espera que la organización actúe de forma honesta, transparente y sin dañar los valores y principios que rigen entre los diferentes grupos de interés. Por último, se encuentra la dimensión *discrecional o filantrópica* que integra a todos aquellos actos “desinteresados” y “benéficos” que las organizaciones desarrollan de manera voluntaria y no se encuentran ligados a un interés lucrativo o rentable para ellas (Carroll, 1979 en Bianchi, Bruno, 2016, Peña Miranda, Serra Cantallops, 2012).

Por el otro lado, el segundo grupo de dimensiones aborda las internas y externas, en las cuales se agrupan las diferentes relaciones que la responsabilidad social desarrolla con los diversos actores de la sociedad (Comisión de la Comunidad Europea, 2001 en De Pelekais, Pelekais, 2008).

En cuanto a la primera, la *dimensión interna* engloba todas aquellas relaciones que la organización emprende para poder satisfacer las expectativas y necesidades de sus propios trabajadores y su entorno, tales como la gestión y capacitación del recurso humano, de la salud, seguridad y estabilidad del empleo para todos los integrantes de la organización (Léon, 2008). Algunos autores incorporan dentro de esta dimensión a la gestión tanto de adaptación al cambio, como la ambiental y en el uso de recursos (consumo de recursos, reciclaje, desechos, emisiones contaminantes, y otras) (Morillo Moreno, 2008). No obstante, otros autores la integran dentro de la dimensión externa.

La *dimensión externa*, agrupa a aquellos aspectos que se encuentra fuera del organigrama propio de la organización, es decir, el entorno social en el cual opera la propia organización; tales como las comunidades, los socios comerciales, proveedores, consumidores, acreedores y demás participantes de la cadena de valor, el abordaje de derechos humanos y la gestión de problemas ecológicos y el fomento del desarrollo sostenible (Léon, 2008). Dentro de esta segunda dimensión, se encuentran las acciones que la organización ejecuta para disminuir las externalidades negativas que ocasiona en su entorno (De Pelekais, Pelekais, 2008).

En conclusión, una organización al operar comienza a entablar relaciones con diferentes agentes dentro de la sociedad en su totalidad. A estos grupos de interés con los cuales se vincula se los denomina “*stakeholders o partes interesadas*” y están integrados por los propios empleados de la organización, la sociedad civil, los medios de comunicación, las

organizaciones sin fines de lucro, asociaciones laborales y de consumidores, inversores, el sector público, las grandes organizaciones, proveedores, mercados financieros, accionistas, el ambiente, consumidores, es decir, por todos aquellos que directa o indirectamente la organización tenga contacto, sin los cuales la organización no podría operar (Ancos Franco, 2008; Donaldson y Preston, 1995 en De Cássia de Araújo Silva, López Pérez, 2010).

2.1.5. Responsabilidad Ambiental Empresarial

Tal como se menciona anteriormente, en el apartado 2.1.1. *Evolución histórica-conceptual de la Responsabilidad Social Empresarial*, la RSE puede ser abordada a partir de tres dimensiones: *social*, *económica* y *ambiental*, las cuales se encuentran interrelacionadas. La primera abarca desde acciones de donación, políticas para incentivar la igualdad de oportunidades y la participación de la comunidad, entre otras. La segunda, la dimensión económica, estimula la transparencia en las operaciones financieras de la organización y promoción de práctica responsables a sus proveedores y distribuidores. Finalmente, la *dimensión ambiental*, pretende dar solución a los impactos ambientales producidos por la organización, promocionar la preservación del ambiente, la educación ambiental y el ahorro.

A partir del concepto de ambiente (entendido como el entorno en el que se desarrollan los seres vivos y que condiciona las circunstancias de vida de la sociedad en todo el planeta) se desprende la importancia que las organizaciones procuren elaborar estrategias social y ambientalmente responsables que orienten su accionar y salvaguarden al entorno físico y social (Anaya Ariza y otros, 2011).

Es así como, en 1992 la Conferencia de Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo (también conocida como Cumbre de la Tierra) aborda y define el concepto de *Responsabilidad Ambiental*, como la administración y gestión en forma consciente y ética de todos los bienes y servicios generados por las organizaciones o el individuo y su respectivo impacto en cuestiones relacionadas a la salud, seguridad y ambiente. Asimismo, destaca que para alcanzar una gestión responsable es necesaria la aplicación de medidas de auto control basadas en las reglamentaciones vigentes, códigos de buenas prácticas, normativas especializadas en materia ambiental que, de la misma forma, permitan crear un espacio laboral acorde y un diálogo entre todas las partes de la organización y con la sociedad en general (Fernández, Narváez, Revilla, 2009).

El compromiso ambiental de una organización puede ser básico, en cuanto se realizan actividades superficiales en materia ambiental, tales como el uso de productos respetuosos con el entorno, acciones de prevención y conservación de los recursos naturales, ahorro de energía, agua y demás recursos involucrados en su operación; pero, por el contrario, puede tratarse de un compromiso avanzado (Claver Cortés y otros, 2009). Las organizaciones que adoptan este tipo de comportamiento efectúan actividades orientadas a la creación y el fomento de una conciencia ambientalmente responsable a largo plazo, capacitando a sus recursos humanos, desarrollando campañas de difusión, de marketing responsable, entre otras actividades (Milanés Montero y otros, 2012).

En relación con ello, la responsabilidad ambiental empresarial (RAE) contribuye al desarrollo de una gestión sostenible dentro de la organización, salvaguardando la relación con sus diversos grupos de interés (Ramírez y Ferrer, 2010). Sin embargo, para que una organización con políticas ambientalmente responsables pueda alcanzar una óptima sostenibilidad y crecimiento dentro del mercado, debe incorporarlas como principios, objetivos y valores propios (Anaya Ariza y otros, 2011).

Asimismo, la responsabilidad ambiental emerge como una herramienta para otorgar una solución a los efectos e impactos generados por el propio funcionamiento de la organización sobre la comunidad y el ambiente, estimulando el desarrollo sostenible de la localidad e incrementando la reputación y credibilidad sobre la organización, lo que produce, de tal manera, el acrecentamiento de su competitividad dentro del mercado y ante sus competidores. En este sentido, ante nuevas demandas de consumidores especializados en materia de preservación socioambiental, se puede destacar que aquellas organizaciones que efectúan acciones ambientalmente responsables logran múltiples ventajas y beneficios al igual que aquellas organizaciones socialmente responsables (Chaparro Jiménez, 2012). En síntesis, la RAE se convierte en el punto de partida de una organización para alcanzar un progreso sobre el desarrollo sostenible y en una fuente de rentabilidad y beneficios para los diversos grupos de interés y para sí misma.

Si bien, la interacción entre la organización y el entorno es inevitable para su propio desarrollo, la solución de cuestiones ambientales, tradicionalmente, era abordada bajo circunstancias coercitivas, por exigencia gubernamental, mediante la sanción ante el grado de contaminación ejercida por la organización (Céspedes Lorente, De Burgos Jiménez, 2004 en Olivares Linares, Vargas Martínez, 2012). Es por ello, y ante el reconocimiento del avance del deterioro en materia ambiental, que tanto organizaciones

públicas como privadas han creado e impulsado actividades, orientadas hacia diferentes áreas de aplicación, que contribuyen con el ambiente. De este modo surge el concepto de RAE, el cual hace referencia tanto a la forma de administrar y orientar las diversas operaciones y actividades de una organización hacia soluciones integrales, preventivas y participativas a los impactos que el propio funcionamiento de la misma genera en el ambiente, así como también, a las acciones de comunicación y vinculación con los diversos grupos de interés de la propia organización (Geisse, 1993, citado en Olivares Linares, Vargas Martínez, 2012; Tamagni, y otros, 2014).

De este modo, una organización puede devenir ambientalmente responsable ejecutando una serie de acciones planificadas que permita identificar los diversos impactos que genera su actividad tanto en el interior de la propia organización, como en el contexto en el cual se desarrolla, en otras palabras, optando por desarrollar una gestión ambiental de sus operaciones (Red Centroamericana Convertirse, 2011 en Valverde Chaves, 2012).

La gestión ambiental tiene como objetivo alcanzar un punto de equilibrio entre el uso de recursos naturales dentro de las operaciones de la organización y la capacidad propia del ambiente para renovarlos (Negrão, 2002, en Serrano, Vargas, Viesca, Zizumbo, 2011). Asimismo, la gestión ambiental, por ende, también las acciones ambientalmente responsables pueden ser abordadas de dos maneras, de forma *preventiva* o de forma *integral*. La primera implica todas aquellas medidas de carácter aislado que se desarrollan para evitar efectos negativos sobre el medio antes de que los mismos se originen. En cambio, la segunda, hace referencia a la incorporación en la filosofía de la organización de prácticas ambientalmente responsables (Blanco, 2009, citado en Milanés Montero y otros, 2012; Céspedes Lorente y De Burgos Jiménez, 2002).

Para una correcta aplicación de gestión ambiental en una organización, es vital el diseño de instrumentos de medición y control que, al mismo tiempo, contribuyen en la difusión de medidas de RAE. Estas herramientas contribuyen a crear estrategias de marketing responsable, así como lograr la ecoeficiencia en las operaciones de la organización, donde se incrementan los beneficios sociales, pero al mismo tiempo, disminuye el grado de impacto sobre el entorno socioambiental.

Entre los instrumentos de gestión ambiental que pueden ser aplicados por las organizaciones y en particular las turísticas, se destacan los sistemas de gestión ambiental, las ecoetiquetas, los premios ambientales, los análisis del ciclo de vida, los códigos de conducta, los manuales de buenas prácticas, los indicadores ambientales o eco-

indicadores, entre otros, los cuales permiten analizar el estado de responsabilidad ambiental de todas las secciones de la organización (Tamagni y otros, 2014).

Los SGA, como guías que le permiten a la organización alcanzar una perspectiva de RAE, son de carácter voluntario e implican estrategias de acción aplicables a la totalidad de operaciones de la organización, ya sea desde la planificación del producto, elaboración, distribución, relación con los proveedores o demás partes de interés, entre otras y requiere la creación y puesta en marcha de directrices, metas, coordinación y control de actividades, el análisis de resultados y la corrección de posibles desviaciones (Donaire, 1999 en Fernandes Guzzo, Machado do Nascimento, 2013). A su vez, las ecoetiquetas y los premios ambientales que destacan el desempeño en la preservación y conservación ambiental por parte de todas las áreas de la organización. Las primeras implican un reconocimiento para aquellas organizaciones que desarrollan de manera óptima su actividad en comparación a otras dentro del mismo sector; mientras que los segundos hacen referencia a una mención en aquellas organizaciones que cumplen de forma integral con criterios sostenibles. Asimismo, cualquier instrumento certificable que aplique la organización, le permitirá, así como a los demás grupos de interés, mejorar su desempeño económico, social y ambiental, y obtener diversos beneficios tanto tangibles, como intangibles, a corto y a largo plazo como pueden observarse en la Tabla I.

Tabla I

Beneficios de aplicar instrumentos de certificación

Actor social	Beneficio
Organizaciones	Impulsa a la organización hacia una mejora continua.
	Capacita a sus empleados.
	Genera rentabilidad disminuyendo costos operativos y sosteniendo la calidad del servicio.
	Mejora su imagen y credibilidad, atrayendo nuevos inversores y clientes.
	Ventaja competitiva de mercadeo: estabilidad y mejor posicionamiento en el mercado, diferenciación, entre otros.
Consumidores	Posibilidad de seleccionar servicios adaptados a sus valores.
	Fomenta la concientización en materia ambiental de los clientes.
Gobierno	Contribuye a proteger nichos de mercado, recursos, y diferentes aspectos que las políticas gubernamentales no abarcan.
	Disminuye los costos en control y legislación de preservación del ambiente.

	Se convierte en un apoyo para las políticas gubernamentales en cuanto a la conservación de los recursos del medio, la seguridad, la salud y la estabilidad de la sociedad en general.
Ambiente y población local	Estimulan el desarrollo de acciones ambientalmente responsables.
	Reducen los impactos nocivos para los diversos grupos de interés.
	Fomenta la cultura local y afianza la identidad comunitaria, evitando su desaparición o alteración.
	Desarrolla diversos beneficios a corto y largo plazo

Fuente: Badano, M. C., 2017, sobre la base de la Guía de Certificación desarrollada por la Sociedad Internacional de Ecoturismo, 2004.

Existen otros instrumentos para medir la gestión ambiental, tales como el análisis del ciclo de vida, allí se observan y determinan cuáles son las consecuencias ambientales sobre los recursos utilizados por la organización; los manuales de buenas prácticas instauran los estándares a alcanzar para que la organización desempeñe una óptima gestión responsable; también, se encuentran los códigos de conducta que exponen una serie de pasos y acciones que la organización lleva a cabo para dar respuesta a los efectos de sus operaciones (Tamagni, Ulloa Navarrete, Zanfardini, 2014).

Por último, se destacan los indicadores ambientales o, también, conocidos como eco-indicadores, con los cuales se mide de forma cuantitativa y cualitativamente el accionar en materia ambiental de una organización a lo largo del tiempo.

2.1.5.1. Indicadores de Responsabilidad Ambiental Empresarial

La adopción de una perspectiva de RAE en la totalidad de la organización requiere de procesos de planificación, control, y a su vez, del desarrollo de indicadores acordes a las operaciones de las organizaciones para poder analizar sus impactos y así generar información transparente, fehaciente y eficiente. Los indicadores poseen la capacidad de simplificar y cuantificar fenómenos complejos para poder comprenderlos y analizarlos, y de esta manera difundirlos y comunicarlos al resto de la organización y la sociedad en general (De Esteban Curiel, López López, 2008).

En este sentido, se considera como indicador ambiental aquella “variable que ha sido socialmente dotada de un significado añadido por su propia configuración científica, con el fin de reflejar de forma sintética una preocupación social con respecto al ambiente e insertarla en el proceso de toma de decisiones” (Ministerio de Medio Ambiente Español, 1996, en De Esteban Curiel, López López, 2008). Estos indicadores, que se desarrollan de forma analítica, gráfica, y cartográfica, buscan recolectar datos para determinar el estado sostenible, por ejemplo, de una organización, la cual pueda hacer uso de los

mismos para orientar sus operaciones hacia una óptima calidad, competitividad y sostenibilidad (Sánchez, 2011).

Asimismo, la Iniciativa de Reporte Global (Global Reporting Initiative, GRI), elabora indicadores para impulsar a las organizaciones hacia el desarrollo sostenible y los segmenta en tres dimensiones. La primera, la *dimensión económica*, abocada a los impactos generados sobre las condiciones económicas de las partes interesadas y de los sistemas económicos locales, nacionales e internacionales. Por otro lado, *una dimensión social* que pretende medir las consecuencias producidas en los sistemas sociales en los que la organización efectúa su actividad. Finalmente, una *dimensión ambiental*, evalúa la contaminación originada a causa del propio funcionamiento de la organización sobre los flujos de entrada (materiales, energía, agua), de salida (emisiones, vertidos, residuos) y las acciones en beneficio de la preservación ambiental (Fernández Pájaro, Guerra, 2011).

A su vez, existen diversas herramientas con las cuales analizar la RAE y diferentes aspectos y usos de recursos a los cuales hacer hincapié; por ejemplo, las acciones que la organización desarrolla para minimizar el consumo de agua por unidad producida; la selección de uso de energías renovables y alternativas; las actividades de reciclaje de desechos; medidas de rehabilitación de terreno y de reducción de emisiones de gases contaminantes; campañas de concientización y protección ambiental; como así también, estudios de impacto ambiental y auditorías ambientales, los cuales miden el grado de cumplimiento de políticas destinadas a atenuar las externalidades negativas sobre el ambiente (Peinado-Vara y Vives, 2011).

En síntesis, los indicadores especializados en materia ambiental son implementados por las organizaciones como instrumento de respaldo de su accionar ante la comunidad y demás partes interesadas debido a la capacidad efectiva y credibilidad que los mismos poseen para evaluar los niveles ecológicos y de sostenibilidad de las organizaciones. Es por ello que son instrumentos imprescindibles para la toma de decisiones ambientalmente responsables por parte tanto de la dirección, como de la organización en su totalidad.

2.1.5.2. La Responsabilidad Ambiental Empresarial en alojamientos turísticos

El alojamiento, como elemento clave de la cadena de valor del sector turístico ocasiona, de manera significativa, impactos sobre el ambiente, un consumo elevado de recursos tales como el agua, la energía y de otros materiales, así como también produce emisiones de efluentes líquidos, gases de efecto invernadero, residuos sólidos y desechos producidos

por sus operaciones (João Lunkes, Silva da Rosa, 2012). Es por ello, que las organizaciones de alojamiento aplican medidas de responsabilidad ambiental sobre su actividad, con el fin de atenuar sus efectos sobre el ambiente, generar una percepción óptima de su actividad tanto por parte de la sociedad, como del cliente, y, al mismo tiempo, reducir costes (Valle, 2000 en Fenandes Guzzo, Machado do Nascimento, 2013).

En un principio, las primeras certificaciones en materia turística se orientaban hacia los servicios de alojamiento, principalmente hoteles, estableciendo su categoría a partir del número de estrellas, ello implicaba determinar el nivel de comodidad, aseo y mantenimiento de las habitaciones y áreas comunes del hotel. No obstante, con el correr del tiempo, estos instrumentos comenzaron a centrarse en la calidad del tipo de servicio que se le brindan al cliente y a los propios empleados, resguardando su seguridad, estimulando un acorde ambiente laboral y la satisfacción de sus necesidades, procurando por la conservación del medio en el cual interactúa (Asuaga, Jimenez, 2003).

Por otro lado, existen diversas fuentes de consumo de los recursos tales como el agua, el aire y la energía, los cuales implican los recursos primordiales utilizados en el funcionamiento del alojamiento turístico, pero que, al mismo tiempo, son aquellos que se ven más afectados ante el ejercicio de la organización. En cuanto al primer recurso, su uso se encuentra vinculado, principalmente, con el consumo por parte de los huéspedes en el aseo personal; por parte de los empleados en el mantenimiento y limpieza del establecimiento en general, en la cocina, en el servicio de lavandería, las piletas del establecimiento, caldera, saunas; y el impacto se ve reflejado en el derroche del recurso que afecta el uso del mismo para la comunidad donde se asiente el establecimiento (Chacón, 2009 en Bianchi, Bruno, 2016).

En cuanto al consumo del segundo recurso, el aire, éste se produce por los sistemas de refrigeración y aire acondicionado, elementos de limpieza en aerosol, emanaciones de calderas, cocina y del servicio de lavandería y el uso de solventes y pinturas. Su impacto recae en el deterioro de la calidad y pureza del aire, dañando la capa de ozono.

Finalmente, la energía, es utilizada tanto por aparatos como los aires acondicionados, la ventilación y calefacción total del hotel, el servicio de lavandería y lavado en seco, la iluminación propia del establecimiento, la cocción y refrigeración y los combustibles para las calderas. Ello ocasiona la propagación de contaminación atmosférica que estimula al efecto invernadero (Chaparro Jiménez, 2012).

El accionar de las organizaciones de alojamiento no involucra grandes operaciones, dado que no se efectúan impactos fácilmente percibidos, por el contrario, producen cantidades mínimas de contaminación sobre el ambiente, como residuos peligrosos, olores, contaminación sonora (Kirk, 1995 en Céspedes Lorente y De Burgos Jiménez, 2002). En este sentido, en el sector de alojamiento prevalece el abordaje de acciones preventivas antes las prácticas de responsabilidad ambiental en la totalidad de la organización.

Ante ello, los alojamientos turísticos adoptan medidas de gestión ambiental, tales como la aplicación de manuales de buenas prácticas o de sistemas de gestión ambiental, como una manera de diferenciación dentro del mercado (Claver Cortés y otros, 2008).

De esta manera, para incorporar a los valores de la organización una perspectiva sostenible es necesario impulsar acciones en beneficio de la calidad de vida de la población local, lo que le permitirá al turista una favorable percepción del servicio de forma integral. Es por ello, que la Organización Mundial del Turismo (OMT), en 1998, establece que la calidad del servicio percibida por el consumidor se encuentra condicionada por factores tanto propios de la organización como ajenos a ella (Alén González, Fraiz Brea, Gándara, 2007).

2.2. Marco normativo de la Responsabilidad Social Empresarial y Responsabilidad Ambiental Empresarial en Argentina

Las normas abordan la multiplicidad de aspectos de la vida social y hacen referencia a los documentos de carácter público que pueden ser consultados y utilizados por cualquier actor social (Gesualdo, 2011 en Ontivero 2011).

En Argentina, existen normas de carácter obligatorio a nivel nacional, provincial y municipal (ver Tabla II) y de carácter voluntario que pueden ser adoptadas por organizaciones tanto públicas como privadas para alcanzar una mejora continua en su actividad, estableciendo una serie de estándares con los cuales la organización debe contar para poder ser considerada responsable y de calidad.

En el caso de las normas de carácter voluntario, en materia ambiental se destaca la norma internacional del Ambiente ISO 14000, donde se determinan los criterios ambientalmente responsables que la organización debe cumplir, contribuyendo a la reducción de costes en materia de desechos, ahorro de recursos energéticos, ventaja competitiva, entre otros (Do Céu Almeida, 2005) y, en materia de RSE, la norma ISO 26000 que tiene como finalidad fomentar la incorporación de la responsabilidad social como un modelo de

gestión que aborde las externalidades nocivas de las organizaciones, y así estimular el desarrollo sostenible (Ferré Olive, 2015).

Las normas jurídicas vigentes y obligatorias en materia de responsabilidad social se encuentran abocadas, principalmente, a cuestiones éticas en Argentina. Este tipo de normas son relativamente escasas, en primer lugar, debido a la insuficiente difusión de las mismas en la comunidad jurídica, así como también, por el desconocimiento de los derechos de la población ante las externalidades nocivas generadas por las organizaciones. No obstante, si bien son escasas, surgen ante la necesidad de resolver los vacíos jurídicos presentes en el Estado (Gally, Maniverry, 2013). Asimismo, se destaca que mientras a nivel provincia de Buenos Aires se observa un vacío legal en materia de RSE, la Ciudad Autónoma de Buenos Aires cuenta con una serie de normativas específicas que respalden este tipo de acciones.

En síntesis, a *nivel municipal* no se han dictado ordenanzas que respalden las acciones de RSE para las organizaciones que decidan aplicarlas, ni que fomenten medidas de transparencia, integración y reconocimiento de las necesidades de cada una de las partes involucradas con la organización en la toma de decisiones. Al mismo tiempo, en materia ambiental a pesar del desarrollo de las distintas normativas que regulen el accionar de las organizaciones y su impacto en el ambiente actualmente tampoco se han efectuado reglamentaciones nacionales ni provinciales específicas para alojamientos turísticos en materia de responsabilidad ambiental.

Tabla II

Normativas referidas a Responsabilidad Social Empresarial y Responsabilidad Ambiental Empresarial en Argentina

<i>Dimensión de RSE</i> <i>Alcance</i>	<i>Responsabilidad Social Empresarial</i>	<i>Responsabilidad Ambiental Empresarial</i>
Nivel Nacional	<ul style="list-style-type: none"> • Ley N°24127 - Premio a la Calidad, promueve la cultura de la calidad en todos los ámbitos del mercado. • Ley N°25855 - Voluntariado Social, establece el marco regulatorio que contempla la participación solidaria de las organizaciones dentro la sociedad. • Ley N°25877 - Régimen Laboral, establece que las empresas deben realizar un balance junto con sus empleados, de las condiciones generales de trabajo. • Resolución General N°3642 (emitida por la AFIP), fomenta la del “Registro de Contribuyentes Socialmente Responsables” para aquellas organizaciones que desarrollen acciones socialmente responsables de manera continua. 	<ul style="list-style-type: none"> • Artículo 41 de la Constitución Nacional Argentina, establece que el Estado es el encargado de garantiza un ambiente sano. • Ley N°27191 - ley de Renovables, fomenta obras destinadas a la producción de energía eléctrica generada a partir de fuentes renovables. • Ley N°25688 - ley de Régimen de Gestión Ambiental de Aguas, fija los parámetros y estándares ambientales de calidad de las aguas para su preservación. • Ley N°25916 - ley de Gestión de Residuos Domiciliarios, determina los presupuestos mínimos destinados para la gestión de los residuos domiciliarios.
Nivel Provincial – Provincia de Buenos Aires	<ul style="list-style-type: none"> • Ley N°13447 - ley de Voluntariado Social, la cual crea el Registro Provincial de Organizaciones de 	<ul style="list-style-type: none"> • Artículo 28 de la Constitución de la Provincia de Buenos Aires, determina que el Estado provincial debe garantizar el pleno goce a los habitantes argentinos de un ambiente sano.

	<p>Voluntariado, registro que fomenta programas de asistencia técnica y capacitación al voluntario.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Decreto N°2083, determinación de responsabilidades del Ministerio de Salud y Desarrollo Social, con el objeto de optimizar la administración de los recursos del Estado destinados a la política social. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ley N°11459 - ley de Radicación Industrial, se establece la obligación a todas las industrias de presentar un el Certificado de Aptitud Ambiental. • Decreto N°1741, en el cual se determinan los aspectos mínimos que deben contemplar los Estudios Ambientales que deben realizar las organizaciones. • Ley N°11.723 – Ley Integral del Medio Ambiente y los Recursos Naturales, fomenta el diseño de una política ambiental en todas las organizaciones para fomentar la preservación de los recursos naturales, renovables y no renovales. • Ley N°13592 - Ley de Gestión Integral de Residuos Sólidos Urbanos, en la cual se fijan los procedimientos de gestión de los residuos sólidos urbanos.
<p>Nivel Municipal - Sierra de la Ventana</p>	<p>No existe ordenanza alguna que regule o realice mención de algún aspecto de las RSE.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ordenanza N°2725 – Control y límites del uso de agroquímicos. • Ordenanza N°2830 – Control y especificaciones del mantenimiento de terrenos e inmuebles. • Ordenanza N°2634 – Control y límites del uso del recurso hídrico.

Fuente: Badano, M. C., 2018, sobre la base de la revisión bibliográfica sobre las normativas a nivel nacional, provincial y municipal sobre la RSE y RAE.

3. ESTUDIO DE CASO

3.1. Caracterización de Sierra de la Ventana dentro del Sudoeste Bonaerense

El área de estudio de la presente investigación se encuentra ubicada en el sudoeste de la Provincia de Buenos Aires, en la República Argentina. El sudoeste está integrado por 14 partidos: Adolfo Alsina, Bahía Blanca, Coronel Dorrego, Coronel Pringles, Coronel Rosales, Coronel Suárez, Guaminí, Monte Hermoso, Patagones, Puan, Saavedra, Tres Arroyos, Tornquist y Villarino.

Según la Subsecretaría de Producción, Economía y Desarrollo Rural de Buenos Aires, el área posee una superficie aproximada de 6.500.000 hectáreas, que simboliza un 25% de la totalidad del territorio bonaerense. Mientras que, en base a los datos obtenidos en el Censo Nacional de 2010, la región representa demográficamente solamente el 1,6%, con una población de 643.745 habitantes.

La región cuenta, principalmente, con un relieve llano, suelos aptos para la agricultura, una costa atlántica de extensas playas caracterizadas por la temperatura del agua (5°C superior que el resto de la costa bonaerense), diversas lagunas y el sistema serrano más alto de la provincia. El área posee gran diversidad de atractivos turísticos que se complementan entre sí y permiten el desarrollo turístico de la misma.

El centro geográfico, administrativo y económico se emplaza en la ciudad de Bahía Blanca, la cual, junto con la ciudad de Punta Alta, ubicada a 27 km de dicho centro geográfico, concentran casi el 50% de los habitantes de la región (Porrás, 2013).

La región del sudoeste presenta una variada cantidad de atractivos turísticos, no obstante, aún no han alcanzado su potencial. Por una parte, la región contempla fauna autóctona; gran biodiversidad; un amplio litoral marítimo; lagunas interiores de agua salada; surgentes de aguas termales; pinturas rupestres que fueron elaboradas por una cultura pre-tehuelche; yacimientos arqueológicos y paleontológicos; edificaciones de valor histórico y con diversos estilos arquitectónicos; así como también, diversas fiestas populares en cada municipio, las cuales se encuentran declaradas de interés provincial y/o nacional (Formiga y Schroeder, 2012). En este sentido, la región por sus características geográficas puede ser subdividida en tres geoambientes y, de este modo, obtener una óptima caracterización de los diversos municipios: geoambiente litoral; geoambiente interior y geoambiente serrano.

El primer geoambiente se extiende desde el Río Quequén Salado hasta la ladera izquierda del río Negro, el cual separa la provincia de Buenos Aires de la provincia de Río Negro. Los principales centros turísticos del área son Monte Hermoso del partido homónimo y la villa balnearia Pehuen-Có, los cuales cuentan con grandes y amplias extensiones de playas y aguas aptas para el desarrollo de actividades pesqueras y náuticas (Aramayo, Manera de Bianco, 1996 en Lecanda, 2014).

En cuanto al segundo ambiente, el geoambiente interior integra la mayor cantidad de municipios de la región, los cuales cuentan con gran diversidad y cantidad de lagunas, campos destinados actualmente al ecoturismo o al turismo rural, y paisajes naturales que permiten una variedad de actividades en torno a estos recursos.

Por último, el geoambiente serrano se encuentra definido por el Sistema de Ventania o también, conocidas como Sierra Australes de la Provincia de Buenos Aires. El relieve montañoso, los valles longitudinales y transversales (abras), los arroyos, la flora y fauna autóctona entre otros recursos naturales, estimulan el desarrollo de múltiples y variadas actividades turísticas. No obstante, el recurso que genera la principal motivación para el desplazamiento de turistas al área es el Cerro Ventana, el cual cuenta con una altura de 1134 mts. y fue declarado Monumento Natural en el año 1959. Asimismo, el cerro posee una característica peculiar; un hueco de 5 metros de ancho, 8 metros de alto y 10 de metros de profundidad, desarrollado naturalmente y por el cual recibió su denominación el cerro.

No obstante, entre los recursos turísticos más importantes que presenta la zona se destacan los cordones serranos, y como principal destino *Sierra de la Ventana*, cuya estructura presenta cierta singularidad geológica que es reconocida y estudiada a nivel mundial. En este sentido, por ser el destino de mayor relevancia a nivel regional y centro de distribución por su posición estratégica en cercanía a las demás localidades del partido, la presente investigación lo ha seleccionado para ser objeto de estudio.

La localidad de Sierra de la Ventana se encuentra ubicada dentro del partido de Tornquist, el cual cuenta con una superficie total de 4.183 km² y se encuentra ubicado al norte del partido de Bahía Blanca, al sudoeste de la provincia de Buenos Aires. El partido cuenta con el cordón serrano más relevante de la provincia: el sistema de Ventania. El sistema, que es definido a partir de siete cordones cuenta con 180 km de longitud, 60 km en su parte más ancha y una altura entre los 900 y 1243 mts sobre el nivel del mar, siendo ésta

última la mayor altura, alcanzada por el cerro Tres Picos de la Sierra de la Ventana (Rodríguez, 2009).

La ciudad cabecera del partido es la localidad de *Tornquist* y cuenta con la mayor población de todo el partido. En cercanía se encuentra el Parque Provincial Ernesto Tornquist, es una reserva de origen natural de aproximadamente 6000 hectáreas. El principal atractivo del área protegida es el Cerro Ventana (Lecanda, 2014). Formiga y Schroeder (2012) destacan diversas excursiones dentro del parque, tales como la visita a la sala de interpretación ecológica, el vivero, o la Reserva de Pasto Pampeano, la cual además conserva en diferentes cuevas ciertas pinturas rupestres.

Otra de las localidades del partido es *Villa Serrana La Gruta*, cuyos recursos turísticos culturales más importantes son la capilla Nuestra Señora de Fátima y el Santuario de Fátima. La localidad es sede de la Fiesta provincial del Árbol y contempla gran variedad de estancias y establecimientos que llevan a cabo actividades de turismo rural y agroturismo. A su vez, se destaca *Saldungaray*, donde abundan actividades de turismo rural, principalmente visitas guiadas a la Bodega Saldungaray, la cual cuenta con un restaurant, un sector de vinoterapia para la elaboración de tratamientos estéticos a base de uvas. Asimismo, cuenta con una oferta turística cultural y religiosa, donde se destaca, la Virgen Dormida en la parroquia Nuestra Señora del Tránsito y el portal del cementerio diseñado por el Arq. Francisco Salamone.

A 32 kilómetros de Tornquist, se encuentra *Villa Ventana*, una localidad con variedad de servicios, diversidad de productos regionales y artesanales. Al igual que las localidades nombradas anteriormente, en Villa Ventana se pueden realizar actividades de agroturismo y turismo rural en variadas estancias que ofrece la villa. Como atractivo turístico se destacan las ruinas del Ex Club Hotel Villa Ventana, un espacio histórico al aire libre donde se pueden realizar visitas guiadas.

3.1.2. Oferta turística de Sierra de la Ventana

Se puede acceder a la localidad serrana desde la Ciudad Autónoma de Buenos Aires a través de la ruta provincial N°76 y luego la ruta provincial N°72. Sierra de la Ventana cuenta con una estación de trenes, la cual conecta con la ciudad Autónoma de Buenos Aires a través del ramal constitución (actualmente fuera de servicio). En cuanto al transporte de colectivo, no existe en Sierra de la Ventana una terminal de ómnibus propia,

sino que la más cercana se localiza en la ciudad de Tornquist. No obstante, diversas organizaciones de transporte ofrecen servicios colectivos o combis a la localidad.

La oferta turística de alojamiento es diversa y cuenta con, aproximadamente, 2100 plazas disponibles que cuentan con la habilitación municipal. La localidad de Sierra de la Ventana cuenta con cabañas y bungalows con un total de 828 plazas (40%), campings (19%) y hoteles que disponen de 330 plazas (16%); así como también, en menor cantidad, con hosterías, residenciales, apart-hoteles y albergues, que alcanzan aproximadamente las 500 plazas (Lecanda, 2014; Oficina de Turismo de Sierra de la Ventana, 2017).

Siguiendo esta línea, cabe destacar que el municipio de Tornquist ha elaborado un programa de alojamiento turístico sustentable a partir del cual distingue a aquellos establecimientos, independientemente de sus modalidades, que le ofrezcan al turista un servicio ambientalmente responsable. De este modo, el programa fomenta el cuidado del ambiente, la correcta y consciente explotación de los recursos naturales, así como también, a la adopción de medidas ambientalmente responsables y la incorporación del entorno natural en la toma de decisiones de las organizaciones.

En cuanto a la restauración, la localidad cuenta con gran variedad de restaurantes, parrillas y casas de comidas rápidas; al mismo tiempo, se destacan confiterías, bares, casas de té, picadas y cervecerías. Asimismo, con relación a actividades recreativas y de esparcimiento, Sierra de la Ventana ofrece diversos servicios y productos. Por un lado, balnearios y recreos que pueden ser visitados en cualquier época del año. Sierra de la Ventana cuenta con 5 balnearios y 2 áreas de descanso. Por otra parte, para el desarrollo de actividades nocturnas, ofrece boliches bailables, bares y, a su vez, un pub-casino. Por último, sitios destinados a la realización de actividades específicas de turismo aventura, recreación, avistaje de flora y fauna, agroturismo, turismo cultural y turismo rural.

En la localidad se celebra la Fiesta Provincial de los Reyes Magos, se realiza turismo deportivo en la Cancha de golf, turismo de compras en el centro comercial y en la feria de artesanos, así como también, turismo cultural-religioso en el Cerro Ceferino y la Capilla Nuestra Señora de Lourdes, y turismo de sol y playa en los diversos balnearios que ofrece la localidad. Por otra parte, en cuanto al turismo de aventura, se efectúan excursiones de trekking y observación de aves, cabalgatas, circuitos guiados por los diferentes espacios naturales (Formiga, Schroeder, 2012; Lecanda, 2014).

3.1.3. Demanda turística de Sierra de la Ventana

La demanda turística de Sierra de la Ventana, a partir de un estudio estadístico desarrollado por la Dirección de Turismo de la Municipalidad de Tornquist junto con la Secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires en el año 2015, se compone principalmente por parejas jóvenes de 30 a 49 años (56%), jóvenes de 18 a 29 años (19%), adultos de 50 a 65 años (15%) y mayores de 65 años (10%).

Por un lado, en cuanto a la composición del grupo familiar, el 38% son parejas con hijos pequeños, el 21% son parejas sin hijos y el 14% novios o grupos de parientes. Por otro lado, entre los diversos motivos por los cuales acuden a la localidad se destacan la tranquilidad (23%), la belleza del lugar (18%), recomendación de algún familiar o conocido (13%), el contacto directo con la naturaleza que brinda la localidad (8%), y para descansar (6%), entre otras razones.

Los turistas que visitan Sierra de la Ventana, en su mayoría proceden de Gran Buenos Aires (21%), de Ciudad Autónoma de Buenos Aires (18%) y de la Provincia de Buenos Aires (18%), de los cuales el 34% procede de la región, siendo el principal centro emisor regional la ciudad de Bahía Blanca con un 36% del total de turistas.

Por un lado, entre la ocupación profesional que desempeñan los turistas encuestados, se destacan profesionales independientes (16%), docentes (15%), empleados privados con puesto jerárquico (11%), jubilados (8%), estudiantes (8%), entre otras.

Por otra parte, las personas encuestadas se alojaron, un 36% en Cabaña, un 22% en Camping, un 11% en Hoteles, mientras que un 7% en vivienda de amigos o familiares y un 6% en vivienda propia, entre otros. Por otra parte, según un resumen estadístico desarrollado por la Oficina de Informes de la Municipalidad de Tornquist (última actualización en septiembre de 2017), el arribo de turistas de 2017 con relación al de 2015, ha disminuido en un 20% en temporada alta y un 35% en temporada baja.

3.2. Antecedentes de Responsabilidad Social Empresarial en el Sudoeste Bonaerense

En los diversos municipios del sudoeste bonaerense se han desarrollado múltiples acciones que circunscriben en los principios de la Responsabilidad Social Empresarial en sus tres ejes: ambiental, económico y social. Entre algunas de ellas se destacan:

En el 2005, el Municipio de Tornquist publica la Guía de Buenas Prácticas Ambientales para Prestadores de Servicios Turísticos de las Sierras de la Ventana, la cual fue elaborada

por el Consejo de Representantes para el Desarrollo Turístico de la Comarca Serrana, la misma brinda a los diversos prestadores de servicios de alojamiento de la comarca serrana algunos consejos y acciones en cuatro ejes principales (compras responsables; consumo de agua; consumo de energía; minimización y reciclaje de residuos), que pueden realizar de manera voluntaria reduciendo los efectos que su propia actividad genera.

En el 2006, en Sierra de la Ventana se aprueba el proyecto de Gestión Ambiental para el Sector Turístico denominado “Sistema de Calidad Turística Ambiental”, en el cual se destaca la necesidad de la introducción de un plan de reciclaje de Residuos, con el fin de disminuir los valores de contaminación ambiental, evitando la acumulación de grandes áreas de residuos y reaprovechando algunos residuos para darle usos alternativos.

En el año 2013, se desarrolla el programa elaborado por el Gobierno de la Provincia de Buenos Aires, el cual le otorga a los diversos alojamientos turísticos de la Comarca turística de Sierra de la Ventana, que cumplan con los estándares establecidos en dicho programa, la Certificación de Alojamiento Turístico Sustentable (en adelante ATS).

A partir del 2014, el municipio de Monte Hermoso, lanzan la campaña “Monte Hermoso y Brillante: Ciudad Limpia”, entre las diversas actividades desarrolladas, se realizó la difusión en formato folleto en toda la ciudad, sobre las diferentes medidas que se pueden llevar a cabo para mantener la ciudad limpia. En este sentido, en el 2014 Monte Hermoso pone en funcionamiento la Planta de Residuos Sólidos Urbanos.

En el 2016, los municipios de Bahía Blanca, Pehuajó, Lamadrid, Torquinst y Monte Hermoso, entre otras ciudades de la zona, así como también la Dirección de Medio Ambiente y Desarrollo Sustentable del Municipio de Coronel Pringles organizaron junto con la ONG bahiense SustentAR, un taller de eco-juguetes destinados a alumnos de escuelas primarias, para que los mismos puedan comprender el significado de las “3R”: reducir, reciclar y reutilizar. Asimismo, el municipio de Coronel Pringles lleva a cabo el 1 de octubre de 2016 un taller gratuito de compostaje, para concientizar sobre la posibilidad del uso alternativo y responsable de los residuos orgánicos que los diversos usuarios producen.

Se desarrolló el 17 de noviembre de 2016 el V Encuentro del Foro de Gestión Ambiental del Sudoeste desarrollado en Coronel Rosales, el cual reunió representantes del OPDS de Bahía Blanca y La Plata; al mismo se incorporaron los municipios de Coronel Dorrego y

Monte Hermoso; la reunión se lleva a cabo con el fin de resolver problemáticas vinculadas a los denominados “Residuos Universales”.

El 26 de noviembre de 2016 la Dirección de Medio Ambiente y Desarrollo Sustentable del Municipio de Coronel Pringles efectuó un taller para confeccionar adornos navideños a partir de materiales reciclables, para contribuir a la difusión de acciones de separación de residuos y uso alternativo de los mismos.

En el 2017 el Municipio de Coronel Pringles desarrolla la celebración del Día Mundial sin Automóvil al igual que el Municipio de Bahía Blanca, para disminuir y concientizar sobre la contaminación producida por las emisiones de los automóviles.

Al mismo tiempo, en el año 2017, se lleva a cabo el Programa de proyectos sociales “ImpulsaRSE” (Bahía Blanca), bajo el cual se presentan diversos proyectos que abarcan los tres ejes de la RSE (ambiental, económica y/o social), por parte de entidades; dichos proyectos se evalúan, se seleccionan y se procede al seguimiento de la realización de los proyectos con tutores, alumnos de la Lic. en Administración de la Universidad Nacional del Sur, acompañados de un cuerpo docente.

No obstante, a pesar de las relevantes acciones que se desarrollan en fomento de acciones social y ambientalmente responsables, éstas no se difunden a todos los actores sociales de los diversos municipios, ni abarcan las múltiples problemáticas, sino que la mayoría de ellas sólo abordan cuestiones para disminuir la generación de residuos.

4. CRITERIOS PARA LA EVALUACIÓN DE LA PERCEPCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD AMBIENTAL EMPRESARIAL

Se identifica como población objeto de estudio la localidad de Sierra de la Ventana. A partir de ella, se genera la muestra del universo finito, la cual se selecciona mediante un muestreo probabilístico al azar simple en una población finita. En el caso de Sierra de la Ventana la muestra contempla 30 alojamientos. Asimismo, se establece como unidad de análisis de la investigación los alojamientos turísticos de dicha localidad y para identificar el tamaño de la muestra se utiliza la fórmula de universo finito con un nivel de confianza de 90%, un error muestral de 10% y una proporción esperada de la investigación del 50%. Para la localidad se realizan entrevistas entre los meses de noviembre y diciembre de 2017 a fin de caracterizar al empresariado de alojamientos.

Los criterios establecidos para la confección del cuestionario -el cual se aplica a través de entrevistas- se sustentan a partir de diversas fuentes de recolección de datos. En primer lugar, se lleva a cabo una revisión de la literatura con el fin de identificar instrumentos metodológicos aplicados en estudios de caso similares. Los resultados de esta búsqueda permiten afirmar que no se han encontrado investigaciones que apliquen instrumentos metodológicos que se adecuen a los requerimientos del objeto de investigación.

En segundo lugar, y a partir de esta búsqueda, se procede a construir el instrumento metodológico específico que permita alcanzar los objetivos de investigación. Se utilizan como referencia indicadores propuestos por el Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social y los indicadores definidos por el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial (IARSE) en el Programa Latinoamericano de Responsabilidad Social empresaria (2014), así como los indicadores generados por Global Reporting Initiative (GRI, 2015) y el Manual de Prácticas sustentables de la Provincia de Buenos Aires del año 2013 (Secretaría de Turismo de la provincia de Buenos Aires). En función de ello, se realiza el proceso de operacionalización de variables a partir del concepto de Responsabilidad Ambiental Empresarial. El mismo se operacionalizará en cuatro variables. Se identifican como variables:

1. Perfil del empresario de alojamientos turísticos
2. Perfil del alojamiento turístico
3. Prácticas de Responsabilidad Ambiental Empresarial
4. Percepción de los empresarios de alojamientos turísticos sobre la RAE

Para estas variables se especifican dimensiones y subdimensiones y se identifican los indicadores necesarios para cada una de ellas. Por último, se elaboran los ítems que constituyen las preguntas que se detallan en el cuestionario; se formulan preguntas abiertas, cerradas y mixtas (Barrig, Ruiz-Bravo Lopez,1998; Vieytes 2004; Barragán, Gallucci, Guerrero, 2013). Asimismo, se realiza una prueba piloto del cuestionario en la localidad de Sierra de la Ventana con el fin de determinar incongruencias y falencias en la misma y así efectuar los ajustes necesarios.

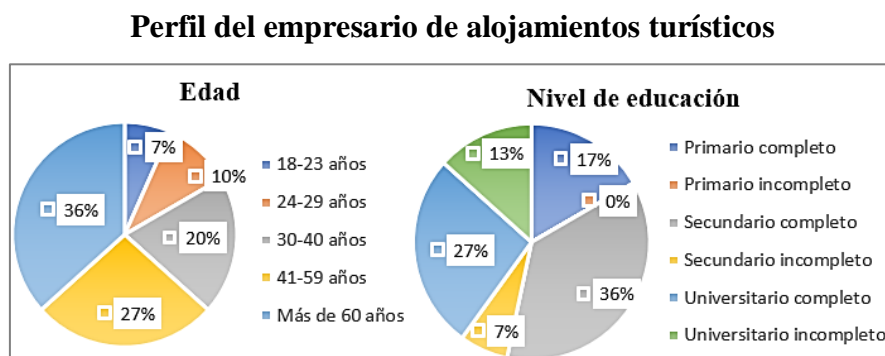
5. RESULTADOS

5.1. Resultados generales de encuestas

Tal como se menciona en el apartado anterior para la localidad de Sierra de la Ventana se realizaron 30 entrevistas a diversos alojamientos turísticos. En primer lugar, se caracteriza la variable *perfil del empresariado de alojamientos turísticos* a través de los siguientes apartados: edad, residencia habitual, nivel de educación, experiencia profesional en alojamiento y experiencia en Responsabilidad Empresarial.

En este sentido, respecto a la *edad*, se señala que más del 80% de los entrevistados tienen más de 40 años. Con respecto a la *residencia habitual*, el 83% de los entrevistados residen en Sierra de la Ventana, el 7% en Tornquist y el resto en otras localidades de la región. En cuanto al *nivel de educación*, se observa que más del 60% de los entrevistados poseen estudios secundarios completos, mientras que un 27% posee estudios universitarios completos. Asimismo, se destaca que sobre el 27% de los entrevistados que poseen título universitario ninguno de ellos ha realizado una *especialización de posgrado* (figura 4).

Figura 4



Fuente: Badano, M. C., 2018.

En relación con la experiencia profesional en alojamientos turísticos, sólo el 20% de los empresarios cuentan con *experiencia previa*, principalmente en cabañas (67%) y hoteles (33%). Asimismo, más del 90% cuenta con más de 8 años de *antigüedad*. No obstante, si bien una parte relevante de los entrevistados posee casi 10 años de experiencia en el rubro, sólo el 13% se ha desempeñado en puestos de Responsabilidad Social Empresarial y el 7% de Responsabilidad Ambiental Empresarial.

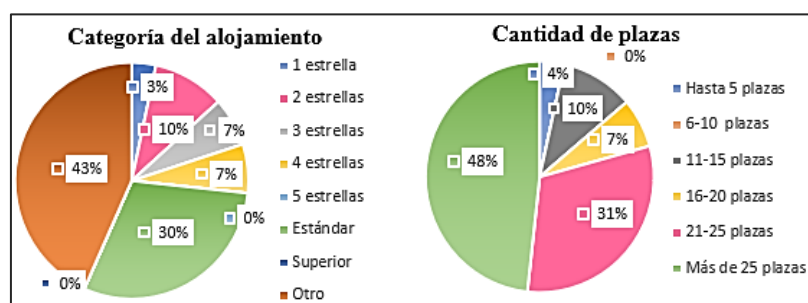
En cuanto al *puesto de trabajo actual* desempeñado al momento de la entrevista, el 47% son propietarios del establecimiento, realizando tareas de administración y limpieza. El

23% están a cargo del funcionamiento del alojamiento desarrollando tareas diversas tales como recepción, administración, limpieza y control de las diversas instalaciones del establecimiento. Sólo el 17% se desempeña específicamente como recepcionista y cumple tareas tales como: la recepción de clientes, reservas, cobro del servicio, pago a proveedores, compras, facturación y asesoramiento turístico. Por último, el 13% ocupa el puesto de gerente, cuyas funciones abarcan desde el control de todas las áreas del alojamiento hasta la coordinación de empleados.

En segundo lugar, se caracteriza el *perfil del alojamiento turístico*, a través de las siguientes dimensiones: clase, categoría, antigüedad, plazas, procedencia de los propietarios y servicios brindados en el alojamiento. La clase de los alojamientos predominante son complejos de cabañas o campings (75%). En cuanto a la *categoría*, casi un 50% no cuenta con categorización. Respecto a la *antigüedad del alojamiento*, casi un 80% comenzó sus operaciones hace más de 11 años. En relación con la cantidad de *plazas*, el 80% de los alojamientos poseen más de 20 plazas (figura 5). Además, se menciona que un 25% de los propietarios provienen de Bahía Blanca y casi un 25% de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires; el resto de las localidades bonaerenses como Coronel Suarez, Santa Rosa, entre otras, representan entre 10% y 5%. Finalmente, más del 80% ofrecen otros servicios además del desayuno, tales como servicio de playa, wifi, de mucama, de blanco, piscina, entre otros.

Figura 5

Perfil del alojamiento turístico



Fuente: Badano, M. C., 2018.

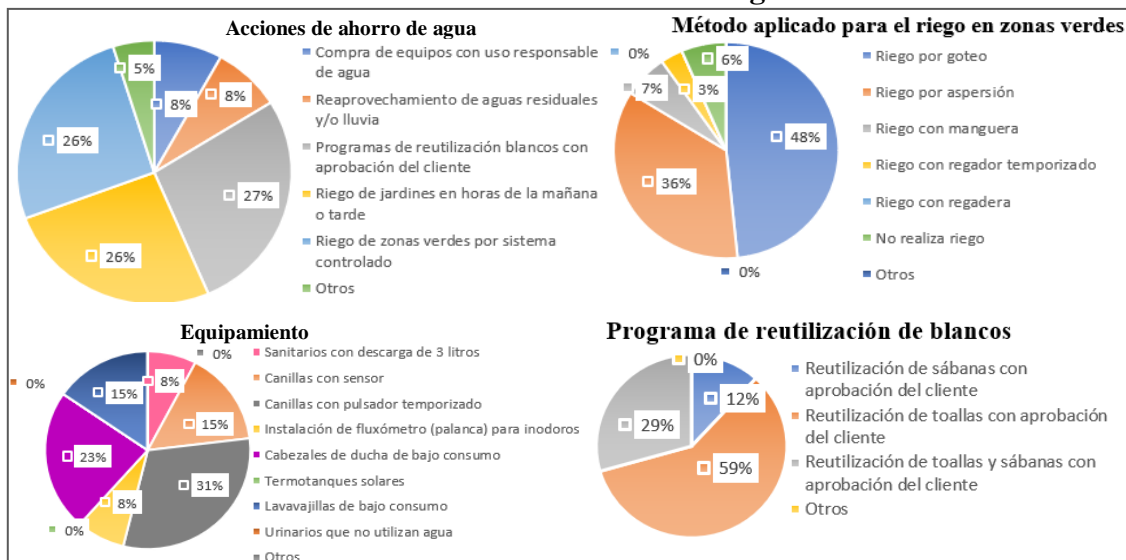
La variable “*prácticas de Responsabilidad Ambiental Empresarial*”, se operacionaliza a partir de las dimensiones agua, energía, emisiones, ruidos, reciclado, protección ambiental, capacitación, comunicación e implementación de sistemas de gestión y otras herramientas.

En lo que respecta al *recurso hídrico*, el 60% monitorea el consumo del agua. Sobre este porcentaje, el 67% monitorea una vez al mes, el 28% cada dos meses y sólo el 5% monitorean una vez al año el consumo de agua. Además, se destaca que el 72% controla el consumo de agua por medio de la facturación del proveedor de servicio y sólo el 22% a través de un registro de consumo de agua por sector.

En cuanto a las medidas para *minimizar el consumo de agua*, el 79% aplica diversas acciones, entre las cuales se destacan principalmente la utilización de un sistema controlado de riego (26%); implementación de programas de reutilización de blancos (27%), riego de jardines en la mañana o en la tarde (26%), entre otras. En relación con el tipo de equipamiento amigable empleado casi el 60% cuenta con cabezales de ducha bajo consumo, canillas con pulsador temporizado y termotanques solares. Además, entre aquellos alojamientos que reutilizan el agua de lluvia, el 100% de los encuestados afirman emplear el agua de lluvia para el riego de jardines. Al mismo tiempo, respecto al método empleado para el riego de zonas verdes, el 90% realiza riego por aspersión y goteo (figura 6). En relación con la implementación de programas de reutilización de blancos, sobre el total (27%) que los aplican casi el 60% emplea únicamente el programa de reutilización de toallas.

Figura 6

Prácticas de RAE: ahorro de agua



Fuente: Badano, M. C., 2018.

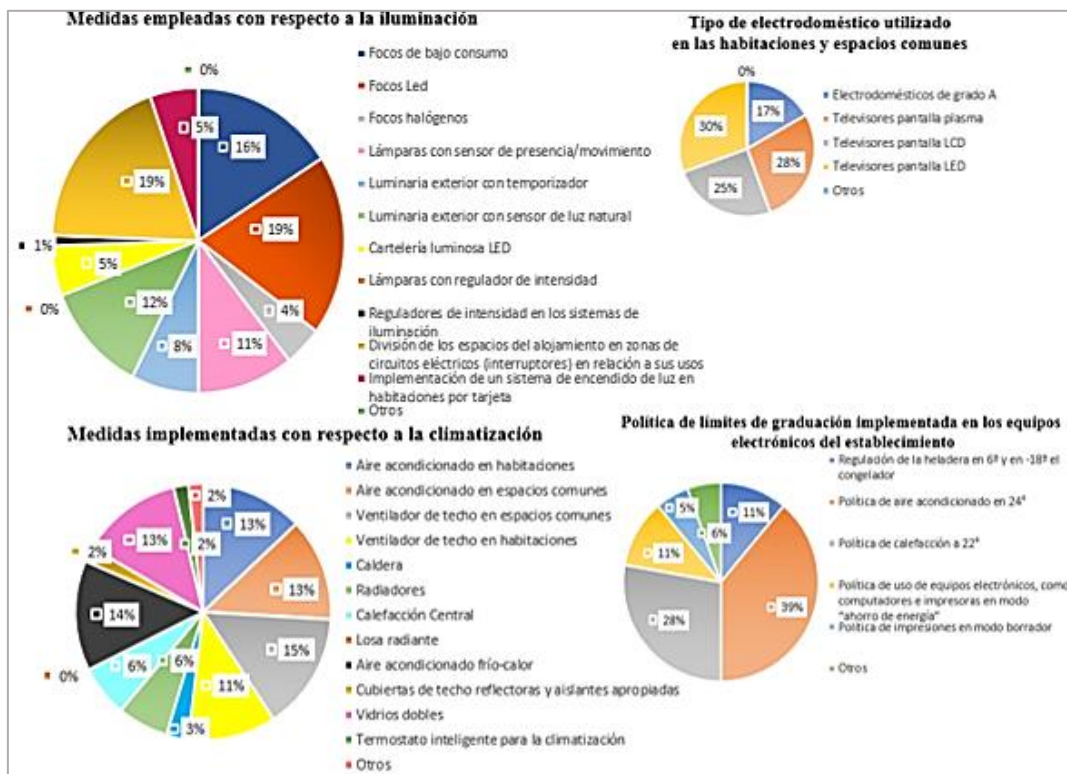
Con relación a la dimensión *recurso energético*, el 63% de los entrevistados monitorean el consumo de energía con una frecuencia de monitoreo en forma mensual (69%), cada 2

meses (27%), cada 4 meses (5%). Asimismo, el 84% de los casos lo realiza a través del control de la facturación que emite el proveedor del servicio mientras que el 15% lleva a cabo un registro de consumo promedio por sector.

El 90% de los entrevistados emplea alguna medida de *ahorro de energía*. Sobre este total el 19% aplica una división de los espacios del alojamiento en zonas de circuitos eléctricos (interruptores) en relación con sus usos, el 19% focos Led y el 16% focos de bajo consumo, entre otras. Con respecto a la aplicación de acciones para limitar la graduación de equipos electrónicos el 73% sugiere alguna limitación. Sobre este total, casi el 50% sugiere colocar el aire acondicionado a 24°. En relación con el uso de energías renovables, sólo el 12% implementa esta medida. Sobre este total, el 100% de los casos poseen paneles solares. En lo que respecta al tipo de electrodoméstico utilizado, casi el 60% de los casos poseen televisores pantalla LED y pantalla plasma y, se destaca que sólo el 17% posee electrodomésticos de grado de eficiencia A. En cuanto a la climatización, casi el 30% de los alojamientos cuentan con aire acondicionado, el 26% con ventiladores de techo y el 13% de alojamientos se encuentran equipados con vidrios dobles (figura 7).

Figura 7

Prácticas de RAE: ahorro de energía

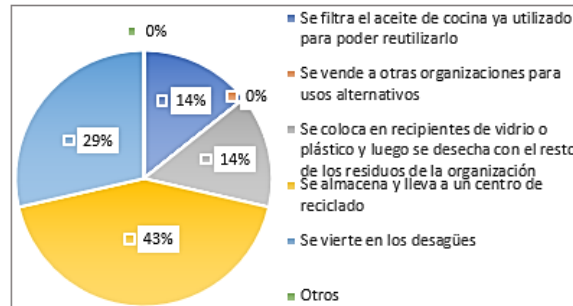


Fuente: Badano, M. C., 2018.

En lo que respecta a la dimensión *emisiones*, el 32% elabora sus productos en el establecimiento. En este sentido, sobre este total, se observa que casi un 70% de los entrevistados reservan el aceite utilizado para darle un uso alternativo (figura 8).

Figura 8

Medidas adoptadas para desechar el aceite de cocina utilizado

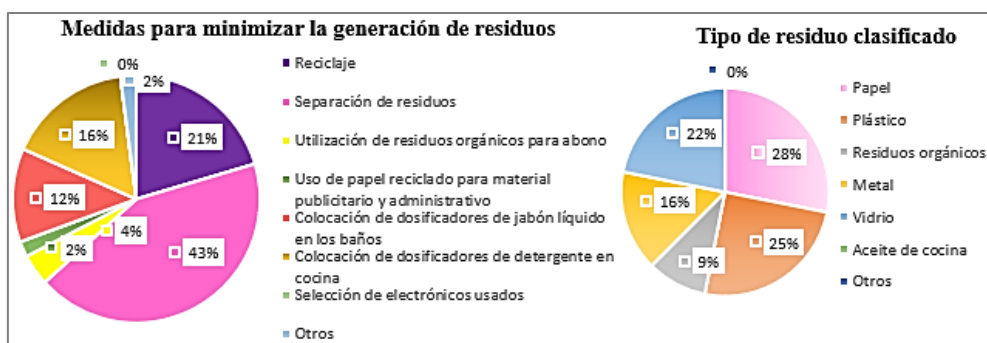


Fuente: Badano, M. C., 2018.

En cuanto a la dimensión *ruidos*, únicamente el 17% de los alojamientos posee un espacio insonorizado en su establecimiento, que corresponden al salón de fiestas y al hall. A su vez, en relación con la dimensión *reciclado*, un 73% de las organizaciones implementa acciones para disminuir la generación de residuos, entre las cuales señalan la separación de residuos (43%) y reciclaje (21%). Sobre el total de alojamientos que realizan reciclado, un 26% recicla papel, un 23% plástico y un 20% vidrio (figura 9).

Figura 9

Medidas realizadas para la reducción de residuos



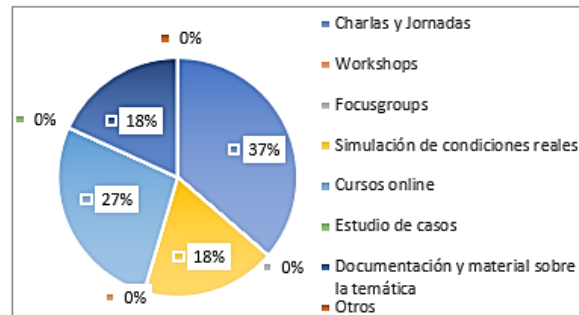
Fuente: Badano, M. C., 2018.

A su vez, en cuanto a la dimensión *protección ambiental*, el 83% de los entrevistados ejecutan acciones para la conservación del ambiente tales como compra de productos al por mayor (37%) y/o en envases biodegradables (27%); por el contrario, sólo el 11% de los casos aún emplean productos en aerosol. En lo referente a la *capacitación*, el 17% de

los entrevistados lleva a cabo acciones de capacitación para el personal de la organización en materia ambiental, capacitaciones que consisten en charlas y jornadas (37%), cursos online (27%) y simulaciones de condiciones reales (18%) (figura 10).

Figura 10

Medidas realizadas para la capacitación del personal en materia de RAE



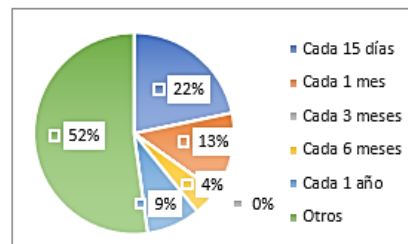
Fuente: Badano, M. C., 2018.

Con respecto a la *comunicación* con las partes interesadas, sólo el 13% de los entrevistados desarrollan folletos informativos como forma de difusión del cuidado ambiental. Además, un 10% lleva a cabo actividades que contribuyan a concientizar a las diversas partes interesadas sobre el cuidado ambiental, siendo las mismas destinadas a clientes (40%) y a empleados (40%). Entre las actividades realizadas únicamente efectúan charlas de cuidado y protección ambiental.

En cuanto a la *implementación de sistemas de gestión*, sólo el 7% posee algún sistema de gestión, específicamente han certificado la norma ISO 14001. Asimismo, y en lo que respecta a otros modelos, programas, directrices y distintivos en gestión de la calidad y/o ambiental, únicamente el 17% ha adquirido la “Categoría de ambiente de alojamiento sustentable” otorgada por la Dirección de Ambiente de la provincia de Buenos Aires.

Por otra parte, el 77% de los entrevistados lleva a cabo un *control de las instalaciones* de su establecimiento. Sobre este total, el 52% de los entrevistados manifiesta realizar controles con una frecuencia diaria y el 22% dos veces al mes (figura 11).

Figura 11

Frecuencia del control de instalaciones

Fuente: Badano, M. C., 2018.

En lo que respecta a la cuarta variable, *percepción de los empresarios de alojamientos turísticos sobre la RAE*, se describe a partir de la percepción del papel del municipio en materia ambiental, percepción de RAE por parte de la organización y beneficios en relación con los grupos de interés.

Con respecto al *municipio*, sólo el 27% de los entrevistados considera que el municipio de Sierra de la Ventana posee un papel activo en la concientización para el cuidado del ambiente. Entre las acciones ambientalmente responsables efectuadas por el municipio se destaca: la implementación de cestos de basura para la separación de residuos en todos los espacios públicos; el diseño de cartelería informativa y el desarrollo de charlas de cuidado ambiental, entre otras. No obstante, destacaron que aún el municipio no logra dar respuestas a las diversas problemáticas y necesidades tanto de la comunidad como de la localidad. Según el 63% de los encuestados, estas acciones se desarrollan diariamente. Las mismas se orientan, en general, para concientizar a la comunidad local principalmente (78%) y al público en general (22%).

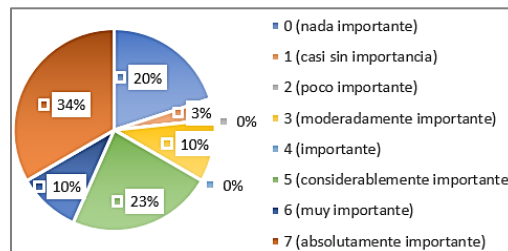
En cuanto al *significado* que tiene para el empresariado la implementación de acciones de *Responsabilidad Ambiental Empresarial*, el 27% no conocía el concepto, mientras que el 23% considera que la organización tiene la obligación de aplicar mecanismos para minimizar el impacto negativo en el ambiente; en tanto simboliza un concepto relacionado con el cuidado de los recursos. A su vez, el 10% de los entrevistados considera que la RAE implica una acción voluntaria por parte de la organización para evitar la contaminación del destino turístico. Un 17% considera a la RAE como un deber moral que el establecimiento posee para con la sociedad. A su vez, el 16% señala que la aplicación de acciones de RAE implica una forma de prevención como pilar fundamental de cualquier organización para su funcionamiento en una sociedad dado que sin

conciencia ambiental no hay prosperidad, ni rentabilidad. Por último, el 6% describe al concepto como un aspecto actual con el cual conviven las organizaciones, sin embargo, las mismas no se encuentran preparadas económica o tecnológicamente para aplicar acciones ambientalmente responsables de forma óptima.

Con respecto al *nivel de importancia de las cuestiones ambientales* para el empresariado, casi un 70% considera que es absolutamente importante o importante contemplar las mismas en la toma de decisiones de la organización. Por el contrario, algo más del 30% de los entrevistados desestima su importancia (figura 12).

Figura 12

Nivel de importancia de las cuestiones ambientales para la organización



Fuente: Badano, M. C., 2018.

Otra variable importante por relevar son los *beneficios percibidos* por las organizaciones respecto a la aplicación de acciones de RAE para la organización. De este modo, el 67% de los entrevistados implementarían acciones ambientalmente responsables en forma concreta si contaran con los recursos necesarios. En este sentido, en primer lugar aplicarían acciones tales como separación de residuos y posterior reciclaje; reutilización de residuos orgánicos como abono; implementación de paneles solares para la reducción del consumo de energía; mayor capacitación/difusión para el cuidado de los recursos por parte de un agente interno y externo especializado en materia ambiental; dictado de eco-talleres; implementación de cestos de basura para reciclaje en las habitaciones y de políticas para desconectar aparatos eléctricos cuando las cabañas estén vacías; impulso al desarrollo de reuniones con los demás emprendimientos de la localidad para trabajar en conjunto; aplicación de dosificadores para cocina y sanitarios o tanque con sistema para la reutilización de aguas de lluvia, entre otros.

El 33% restante de los entrevistados considera que no es necesario implementar medidas de responsabilidad ambiental empresarial, se mencionan motivos tales como: que la implementación de estas acciones no otorgaría beneficios a la organización y por el

contrario, se convertiría en un gasto para la misma. En este sentido, los entrevistados entienden que la realidad actual tanto de su organización como de la localidad no cuenta con las condiciones adecuadas para el desarrollo de dichas prácticas ante la falta de recursos económicos-financieros, de capital humano y de proveedores cercanos para la implementación de innovaciones y nuevas tecnologías; a su vez, resaltan la falta de interés y la inexistencia de programas de estímulo por parte del municipio con los alojamientos turísticos locales para poder efectuar acciones ambientalmente correctas.

Además, la mayor parte de los entrevistados (80%) destaca como principal *beneficio para la organización* que conllevaría generar *acciones continuas* de protección del ambiente, la disminución de los costes operativos y de contaminación. Asimismo, resaltan un incremento en la imagen positiva de la organización y con ella un mejor posicionamiento en el mercado. Por su parte, promovería la capacitación de los empleados para un correcto uso de los recursos, una mayor confiabilidad y competitividad y mayor valorización del servicio y, por ende, la posibilidad de incrementar el precio.

Por último, se indaga en los *beneficios percibidos por los empresarios respecto a las partes interesadas*. En este sentido, en cuanto a los beneficios que les traerían a los *clientes*, el 60% de los entrevistados considera que contribuiría a su sensibilización como turistas amigables con el ambiente. También mencionan que se convertirían en turistas más exigentes durante el proceso de compra, condicionando la elección del alojamiento. Por otra parte, el 27% de los entrevistados mencionan como posibles ventajas para sus *accionistas* un mayor posicionamiento competitivo, nuevas oportunidades de crecimiento, logrando mayor rentabilidad y reputación. Por otro lado, ocasionaría que los mismos se acerquen al establecimiento para conocer el estado de su funcionamiento. En relación con los *proveedores*, el 27% de los entrevistados considera que la puesta en marcha de prácticas de RAE contribuiría a mejorar las prácticas empresariales de los proveedores mejorando, de este modo, su imagen en el mercado. Por último, el 67% de los entrevistados destacan que la adopción de RAE por parte de la organización traería ventajas para la *comunidad local*, tales como reducción del impacto ambiental y en consecuencia una mejora en la calidad de vida de los residentes de la localidad y un incremento del potencial turístico de la localidad. Asimismo, estas acciones podrían favorecer a la adopción de estas prácticas por otros municipios y a la generación de redes de trabajo entre diversos actores sociales.

5.2. Síntesis de resultados presentados

A partir de los resultados obtenidos en las entrevistas, se determina que el *perfil del empresario de alojamientos turísticos de Sierra de la Ventana* se caracteriza por ser personas mayores a 60 años que han alcanzado un nivel de secundario completo, pero no poseen formación universitaria y/o de posgrado vinculada al turismo. En términos de *experiencia laboral*, la antigüedad es menor a 10 años y en general la mayor parte de los entrevistados nunca se han desempeñado en puestos de RSE ni de RAE.

En cuanto al *perfil de los alojamientos turísticos* relevados, por lo general se trata de cabañas que no se encuentran categorizadas. Asimismo, han comenzado a operar hace más de 15 años y poseen una capacidad de alojamiento mayor a las 25 plazas. La mayoría de sus propietarios residen en la ciudad de Bahía Blanca.

En cuanto a las *prácticas de Responsabilidad Ambiental Empresarial* que emplean los establecimientos relevados, se determina que la mayoría efectúan un monitoreo del recurso hídrico, el mismo se realiza en forma mensual mediante la facturación emitida por el proveedor. Por otro lado, entre las acciones desarrolladas para la *minimización del consumo del agua*, los establecimientos relevados optan por aplicar un sistema controlado de riego por goteo y aspersión que se lleva a cabo por la tarde o la mañana, dado que permite que la tierra pueda absorber el agua y no se evapore con las temperaturas mayores que se producen durante el día. Sin embargo, gran cantidad de alojamientos riegan con manguera, método que genera un volumen elevado de agua consumida. Al mismo tiempo, casi el 60% sugiere al cliente reutilizar las toallas y sábanas de su habitación. Otras de las medidas aplicadas para un uso responsable del agua, consiste en la implementación de tecnologías amigables con el ambiente tales como canillas con pulsador temporizado, cabezales de ducha bajo consumo, termotanques solares, así como también la colocación de tanques para reutilizar el agua de lluvia y de pileta para el riego de jardines.

En cuanto al *recurso energético*, al igual que con el agua, más del 60% de los entrevistados monitorean el consumo de energía en su totalidad y se señala que realizan controles por mes y cada dos meses sólo mediante la facturación elaborada por el proveedor.

A su vez, entre las acciones desarrolladas para la *reducción del consumo energético*, el 90% de los entrevistados optan por implementar una división de los espacios del alojamiento en zonas de circuitos eléctricos (interruptores) en relación con sus usos,

emplean lámparas con sensor de movimientos y utilizan focos Led y de bajo consumo tanto para iluminación de ambientes como para la cartelería. En relación con la aplicación de políticas de límites de graduación para determinados equipos electrónicos, más del 60% de los establecimientos relevados aplican acciones relacionadas y recomendaciones para la regulación de la temperatura de los electrodomésticos en las habitaciones. En este sentido, el 35% de los alojamientos relevados han invertido en televisores LED y sólo algo menos del 20% cuentan con electrodomésticos con etiqueta de eficiencia energética. En cuanto a la climatización, aproximadamente un 50% de los entrevistados equipan a los establecimientos tanto con ventiladores de techo como con aire acondicionado, generando un consumo energético mayor. No obstante, casi el 15% de alojamientos se encuentra equipados con vidrios dobles que permiten mantener la climatización de los interiores reduciendo el consumo energético.

Entre las acciones de control de *emisiones* de cocina, algo más del 30% de los alojamientos elaboran productos ofrecidos al cliente, de los cuales un casi un 60% lo destina para reciclaje, mientras que un 40% vierte el aceite utilizado en el desagüe o lo desecha en la basura. Asimismo, los resultados evidencian acciones para la disminución de la *generación de residuos* propios. Entre estas acciones se mencionan, el reciclado de papel y plástico, colocación de cestos de basura para la separación de residuos para su posterior reciclaje. En cuanto a la *contaminación sonora*, los alojamientos no cuentan con espacios insonorizados que eviten la propagación de ruidos tanto para clientes como para la comunidad local. En relación con las acciones tendientes a la *protección ambiental* los entrevistados destacan la compra de productos al por mayor en envases recargables y biodegradables contribuyendo a evitar el desecho de productos plásticos al ambiente. En cuanto a la *capacitación y comunicación* aún son muy pocos los alojamientos que forman al personal en materia de conservación ambiental y prácticas de RAE y/o que desarrollan folletos o cartelería con el fin de promover el cuidado del entorno.

Asimismo, la mayoría de las organizaciones no cuentan con certificaciones en *sistemas de gestión* ni aplican herramientas de gestión de calidad y/o ambiental. En relación con el *control y seguimiento* casi el 80% de los entrevistados monitorean las instalaciones de su establecimiento diariamente para evitar el desaprovechamiento de recursos.

A partir de lo mencionado anteriormente, se puede determinar que más del 60% de los entrevistados sólo emplean medidas *económicamente responsables*, es decir, que se

encuentran en la primera etapa del proceso evolutivo de RSE y, por ende, también, de RAE, cuyas acciones están vinculadas generalmente a la *filantropía*. Asimismo, se destaca que este tipo de acciones se aplican de manera aislada dando respuesta inmediata a las problemáticas que genera su actividad sin desarrollar proyectos a largo plazo, por lo cual se habla de una RAE *preventiva* abordada desde una *dimensión discrecional* (acciones desinteresadas, sin fines lucrativos, en beneficio a la comunidad). En este sentido, los escasos proyectos impulsados por los alojamientos turísticos demuestran que la RAE es aplicada únicamente desde una *dimensión interna*, para cubrir las necesidades de sus trabajadores y de su organización, y no en virtud de la comunidad o del entorno en el cual operan.

La investigación, a su vez, permite conocer las *percepciones que los empresarios tienen sobre la Responsabilidad Ambiental Empresarial*. En este sentido, consideran que el *municipio* no desarrolla acciones para contribuir con la concientización sobre el cuidado del ambiente, por el contrario, destacan la falta de interés y la inexistencia de programas de estímulo por parte del municipio con los emprendimientos de alojamientos turísticos locales. En cuanto a *la implementación de medidas de RAE*, más del 60% de los entrevistados consideran su implementación como aspecto relevante pero no primordial en la toma de decisiones de la organización, no obstante, resaltan que la implementación de acciones ambientalmente correctas implicaría un gasto en sí mismo para la organización. Además, en relación con el *conocimiento* que los entrevistados poseen *sobre el concepto de RAE*, el 27% no conoce el concepto, el 23% lo considera como una obligación para la organización, el 17% como un deber moral que la misma tiene frente a la sociedad, el 16% lo asocia como un limitante económico-financiero, el 10% lo aborda como una acción voluntaria que realiza la organización y sólo un 6 % como un aspecto inherente a la misma sin embargo no es aprovechado. Asimismo, los entrevistados considerarían aplicar solamente algunas medidas ambientalmente correctas si contaran con los recursos necesarios, por ejemplo la separación de residuos y posterior reciclaje. En virtud de ello, los entrevistados entienden que la realidad actual tanto de su organización como de la localidad no cuenta con las condiciones adecuadas para el desarrollo de dichas prácticas ante la falta de programas de estímulo por parte del municipio con los emprendimientos locales y debido a la ausencia de apoyo del resto de la comunidad; la infraestructura inapropiada y la desconfianza por parte de los huéspedes

sobre los impactos que podrían ocasionar las acciones propuestas en el precio de los servicios turísticos.

En cuanto a *la percepción que los entrevistados de alojamientos turísticos tienen sobre los beneficios* que le genera para la *organización la implementación de medidas de RAE*, resaltan diversas ventajas, las cuales se circunscriben únicamente en un marco económico y propio, pero no hacia el entorno. Por otra parte, los entrevistados consideran que tanto clientes, *proveedores* como *accionistas* no obtienen beneficios ante la adopción de medidas de RAE por parte de la organización. Únicamente en el caso de los *clientes*, más del 30% de entrevistados reflexionan que la RAE contribuiría a su formación como turistas responsables, y de esta manera, ellos difundirían en su entorno prácticas ambientalmente correctas. Por último, los entrevistados destacan que la adopción de este tipo de medidas ocasionaría determinadas acciones positivas para la *comunidad local* como la reducción del impacto ambiental sobre la localidad donde residen y, en consecuencia, una mejora en su calidad de vida. No obstante, los entrevistados destacan que la comunidad cuenta con la voluntad y el interés de involucrarse en profundidad con el entorno, pero no posee la información necesaria para tomar conciencia de los impactos negativos que le afectan al ambiente para poder actuar.

5.3. Lineamientos

A partir del análisis realizado sobre los resultados obtenidos se visualiza que, tanto a nivel interno como externo del alojamiento, la localidad en cuestión no cuenta con una base teórica ni práctica de RAE por lo cual se propone la adopción de una guía o manual de gestión sustentable, como por ejemplo la Guía para Alojamientos, Restaurantes y Agencias de Viajes 2017 de Turismo Sustentable “Cómo ser una organización turística sustentable” desarrollada por la Secretaria de Turismo y el Ministerio de Energía y Minería de la Nación.

Se considera necesario que desde la dirección del alojamiento se incentive la incorporación de políticas de Responsabilidad Social Empresarial, especialmente orientados a la responsabilidad ambiental. Al mismo tiempo, implementar un programa para la detección y evaluación de impactos o daños generados por la organización hacia el ambiente, así como crear un plan de emergencias para situaciones de riesgo acerca de cómo debe actuar el personal, indicaciones y señalética para los empleados y clientes, entre otros aspectos relevantes. Asimismo, sería recomendable que los alojamientos de

ambos destinos se postulan para obtener la certificación de “Categoría de Ambiente de Alojamiento Sustentable” otorgada por la Dirección de Ambiente de la provincia de Buenos Aires.

En cuanto al recurso hídrico, para contribuir con la reducción de su consumo los alojamientos podrían diseñar un programa para la aplicación y comunicación de políticas de reutilización opcional de blancos (sábanas y toallas) a partir de la colocación de carteles informativos en las habitaciones del establecimiento; una política de riego únicamente en horas de menor calor para evitar la evaporación y consumo relevante de agua mediante un sistema de riego por goteo o aspersión.

Mientras para la reducción del consumo del recurso energético, dependiendo del nivel del ingreso de la organización, la elaboración de una guía para el control sobre el reemplazo de todas las lámparas halógenas o bajo consumo por focos LED; la aplicación y comunicación de políticas de límites de graduación de equipos electrónicos a partir de la colocación de carteles informativos en las habitaciones del establecimiento; incorporar nuevos electrodomésticos con una calificación A en su etiqueta energética; la instalación en salas comunes de sistemas de iluminación temporizado con sensor de movimiento e implementar un programa de control y limpieza de instalaciones para evitar un consumo innecesario.

Por otra parte, para contribuir con el cuidado del ambiente, los alojamientos podrían implementar programas de uso de bicicletas como medio de transporte para el turista a partir de la inversión en un stock de bicicletas que el turista pueda alquilar (servicio complementario) para trasladarse por la localidad y, de esta forma, desconcentrar y disminuir la circulación de automóviles dentro de la misma, a su vez, ofrecerle al cliente guías verdes locales, guías de senderismo y ciclismo e información sobre el ambiente local elaboradas en conjunto con los alumnos de la Licenciatura en Turismo de la Universidad Nacional del Sur, el municipio local y alumnos de la Tecnicatura de Diseño Gráfico de la Escuela de Artes Visuales "Lino Enea Spilimbergo" de Bahía Blanca. Asimismo, fomentar la utilización de abono para las zonas ajardinadas elaborado a partir de los desechos orgánicos separados para su reciclaje; la selección y compra de productos de limpieza recargables y al por mayor que cuenten con una certificación ecológica. A su vez, como otra medida interna en el establecimiento, la aplicación de factura electrónica

para disminuir el consumo de papel, ofreciéndole de manera opcional al cliente factura física en papel reciclado.

Por otro lado, el alojamiento debe aplicar y mantener un programa de concientización y capacitación de sus empleados para un adecuado uso de los diversos recursos a través de charlas de sensibilización, workshops, focusgroups, simulación de condiciones reales, cursos online, estudio de casos, documentación y material sobre la temática. Al mismo tiempo, brindar información y difusión de prácticas de RAE a la comunidad y a los clientes del alojamiento para alcanzar una sensibilización en materia ambiental mediante actividades tales como talleres de reciclaje, charlas de cuidado y protección ambiental brindadas por alumnos avanzados de la Licenciatura en Ciencia Ambientales de la Universidad Nacional del Sur.

Otras de las medidas que podría incorporar la organización sería impulsar un programa, por parte de los alojamientos, de “educación ambiental” a partir de diversas iniciativas, tales como brindar espacio del establecimiento semanalmente para la organización de cine debate sobre problemática ambientales, para la realización de talleres o charlas entre otras; por otra parte, organizar jornadas o programas de plantación de árboles nativos por la localidad, censo de basura y limpieza de espacios verdes, concurso sobre propuestas amigables con el ambiente para la localidad, entre otras.

El municipio debe perfeccionar junto con la Dirección de Ambiente de la provincia de Buenos Aires la categoría de “ambiente de alojamiento sustentable” para abordar todas las dimensiones de la RAE, o desarrollar un nuevo programa de certificación junto con la Secretaría de Turismo y la Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación Argentina, el cual se centre en acciones sociales con una perspectiva ambiental para poder generar tanto beneficios para la organización, pero sobre todo para la comunidad en general, ampliando y profundizando el concepto básico de la RAE, la Responsabilidad Social Empresarial.

6. CONCLUSIONES

En la actualidad, se ha intensificado la necesidad de detectar y analizar los efectos producidos por los subsectores que componen al sector turístico a fin de garantizar la sostenibilidad del destino. En particular, el sector de alojamiento genera continuamente externalidades por sus diversas operaciones. En este marco, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) adquiere un papel central para el desarrollo, potencialidad y estabilidad del sector, como así también para satisfacer las demandas de los nuevos consumidores que han comenzado a orientar sus preferencias y decisiones de compra hacia requisitos social y ambientalmente correctos.

Si bien, la RSE y, por ende, la Responsabilidad Ambiental Empresarial (RAE) implican conceptos relativamente novedosos, que continúan siendo objeto de estudio de nuevas investigaciones, han comenzado a afianzarse e instaurarse en la cultura empresarial y en la sociedad en general, produciéndose una transformación integral hacia acciones sostenibles, dentro de las políticas públicas, los marcos legales e institucionales, como así también en los valores, objetivos, filosofía y en toda la estructura de la propia organización. La organización que se considera social y ambientalmente responsable procura una óptima gestión ambiental de sus operaciones.

A partir de lo anteriormente expuesto, se ha realizado la presente investigación con el fin de evaluar la percepción de los empresarios de alojamientos turísticos de la localidad de Sierra de la Ventana sobre la Responsabilidad Ambiental Empresarial por medio de entrevistas. En base al análisis de los datos obtenidos, se destaca que los empresarios de alojamientos turísticos del Sudoeste Bonaerense consideran a las acciones ambientalmente correctas como una práctica irrelevante para la rentabilidad de su organización, para las cuales no realizan inversiones y, aunque muestren interés por la aplicación de dichas prácticas, no logran elaborar estrategias concretas hacia un enfoque de RAE. Asimismo, los entrevistados mencionaron que no desarrollan acciones a fin de dar respuesta a los efectos producidos por el funcionamiento de su organización, dado que las mismas no representan el fin último de sus operaciones, ni le otorga una ganancia a corto plazo. De esta manera, los alojamientos turísticos no son capaces de percibir las ventajas que genera la aplicación de RAE.

Por último, cabe destacar que los entrevistados se encuentran con diversos obstáculos que impiden la internalización de las iniciativas amigables con el ambiente, tales como el

tamaño de la organización, el desconocimiento de prácticas ambientalmente correctas, la falta de recursos económico-financieros, tecnológicos, de capital humano, así como tampoco cuentan con un municipio que posea un papel activo en la difusión, instrucción y promoción de medidas de RSE y RAE.

En síntesis, se comprueba la hipótesis previamente planteada, la cual contempla que las acciones de responsabilidad ambiental representan una práctica escasa en los alojamientos turísticos de Sierra de la Ventana.

La incorporación de RAE no debe implicar solamente una medida de los empresarios de alojamientos sino un trabajo en red con los diversos agentes sociales, así como tampoco una tarea exclusiva del municipio, sino de toda la administración de los diferentes niveles jurisdiccionales, que otorguen las herramientas al municipio para poder accionar. El desafío radica en interiorizar el concepto de estudio, partiendo de una mirada netamente lucrativa hacia una *mirada desinteresada*. Esta visión de amplio alcance debe permitir la creación de valor para las diversas partes interesadas de la organización y, de esta manera, alcanzar efectos positivos a partir de una relación activa con las mismas por medio del diálogo, la transparencia, la igualdad de oportunidades, el fomento de la participación de la comunidad, una comunicación bidireccional con cada uno de los actores involucrados en sus operaciones, para poder garantizar que la implementación de medidas sostenibles propicie el crecimiento tanto de las localidades como del resto de la región.

Por último, a partir de los resultados de la presente investigación, como primera aproximación a la RSE y RAE en el área de estudio, se despliegan nuevos ejes de investigación, tales como determinar el conocimiento de la RSE y de la adopción de este tipo de medidas en el sector turístico; evaluar la percepción que tienen los diversos grupos de interés frente a la incorporación de medidas tanto de RSE como de RAE; comparar u observar la evolución en un período determinado de las prácticas de RSE o RAE en un área específica del sector turístico; analizar los posibles cambios en la valoración de la RAE por parte de los consumidores, así como también, estudiar la relevancia del concepto de RAE en la decisión y selección de compra en comparación con las demás variables por parte de los potenciales clientes.

7. BIBLIOGRAFÍA

ALÉN GONZÁLEZ, M., FRAIZ BREA, J., GÁNDARA, J. (2007). Hoteles sostenibles para destinos sostenibles. La calidad hotelera como instrumento para la sostenibilidad, *XIX Congreso Anual y XV Congreso Hispano-Francés de AEDEM*, (2), p. 19.

ÁLVAREZ GIL, M., CÉSPEDES LORENTE, J., DE BURGOS JIMÉNEZ, J. (2002). Grupos de interés y estrategias medioambientales de los hoteles españoles, *ICE: Tribuna de Economía*, 790, pp. 163 – 181.

ANAYA ARIZA; BOHÓRQUEZ VIDAL; FERRER TOSCANO; RAIRÁN HENAO; RAMÍREZ GARZÓN (2011). Propuesta de indicadores de gestión sostenible para mejorar la competitividad de las PyMES turísticas: observaciones de empresarios en una prueba piloto. *Turismo y Sociedad*, (12), pp. 27-46.

ANCOS FRANCO, H. (2008). El mercado de la responsabilidad social empresarial. *Boletín Económico de ICE* (2929). pp. 17-37.

ASUAGA, C., JIMÉNEZ, M. (2003). El impacto medioambiental y sus implicaciones económicas en el Sector Turístico: Caso Particular” Ecotel”. In *Conferencia presentada en el VIII Congreso del Instituto Internacional de Costos”. Punta del Este-Uruguay.*

BALAGUER FRANCH, M., FERNÁNDEZ IZQUIERDO, M., MUÑOZ TORRES, M. (2007). La responsabilidad social de la empresa: relaciones entre la performance social, financiera y bursátil. Valencia: Generalitat Valenciana, pp. 25 – 27.

BAPTISTA, M., CONTRERAS, H., LEÓN, M. (2012). La innovación social en el contexto de la responsabilidad social empresarial. *Forum empresarial*, 1 (17), pp. 31-63.

BARBOSA DE SOUZA, M., REINERT LYRA, F. (2015). Responsabilidad social corporativa en el sector turístico: un estudio de caso en el parque temático Beto Carrero World (Santa Catarina – Brasil). *Estudios y Perspectivas en Turismo*, (24), pp. 264 – 278.

BARRIG, M., RUIZ-BRAVO LOPEZ, P. (1998). Lineamientos metodológicos para la incorporación del enfoque de género en la evaluación de proyectos. *PREVAL – Convenio IICA-FIDA*. Venezuela: IICA Biblioteca, pp. 22-25.

BIANCHI, E., BRUNO, J. (2016). El impacto de la RSE en la reputación de marca, mediatizada por la satisfacción afectiva y cognitiva y la lealtad. XXX Encuentro de docentes universitarios de Comercialización de Argentina y América Latina – Facultad de Turismo – U.N.Co. Neuquén Capital.

BINO RAYA, R. (2013). “La Responsabilidad Social Empresarial en el sector hotelero como instrumento que contribuye al Desarrollo Turístico Sostenible, en la ciudad de Córdoba – Argentina”. Directores Dra. María de la O Barroso González, Dr. David Flores Ruiz. (Tesis de doctorado inédita). Universidad Internacional de Andalucía.

CARDONA, D., HERNÁNDEZ COBOS, J. (2011). La Responsabilidad Social Empresarial desde la perspectiva de los gerentes de los hoteles pymes de la ciudad de Cartagena. *Saber, ciencia y libertad*, pp. 91 – 103.

CHAPARRO JIMÉNEZ, L. (2012). “La Responsabilidad Social Ambiental (RSA): El nuevo reto de las Pymes en Bogotá”. Director Jaime Rendón Acevedo. (Tesis de grado inédita). Universidad de la Salle. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales.

CLAVER CORTÉS, E., MOLINA AZORÍN, J., PEREIRA MOLINER, J., TARÍ GUILLÓ, J. (2008). Gestión de la calidad y medioambiental y rendimiento empresarial: un análisis de hoteles españoles. *Dirección y Economía de la Empresa*, 2 (18), pp. 63-78.

DE CÁSSIA DE ARAÚJO SILVA, F., LÓPEZ PÉREZ, M. V. (2010). La Información Medioambiental divulgada por las Empresas Turísticas de Alojamiento: un Enfoque según la Teoría de los Stakeholders. *Pensar Contábil*, n° 48 (12), pp. 46-54.

DE ESTEBAN CURIEL, J., LÓPEZ LÓPEZ, A. (2008). Turismo, internet e indicadores ambientales de sostenibilidad. *Observatorio Medioambiental*, (11), pp. 185-199.

DE PELEKAIS, C., PELEKAIS E. A. (2008). La responsabilidad social de la gerencia cultural como plataforma del desarrollo turístico en zonas costeras venezolanas. *Clío América*, 1 (2), Universidad de Magdalena, pp. 273-293.

DO CÉU ALMEIDA, M. (2005). La Empresa Socialmente Responsable: Estudio empírico en el sector hotelero. *Revista iberoamericana de contabilidad de gestión*, 5, Observatorio Iberoamericano de Contabilidad de Gestión, pp. 45-72.

ESPECHE, J. (2010). “Adecuarse a la Adversidad. La Responsabilidad Social Empresaria en tiempo de crisis”. (Tesis de grado inédita). Universidad de Palermo. Facultad de Diseño y Comunicación.

FERNANDES GUZZO, R., MACHADO DO NASCIMENTO, L. (2013). Prácticas ambientales y desempeño organizacional en la hotelería: Un estudio de sus relaciones en la ciudad de Porto Alegre, Brasil. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, (22), pp. 294-313.

FERNÁNDEZ ESCUDERO, J. (2013). Reflexiones sobre la responsabilidad social empresaria (RSE). *Pensar en derecho*, N°3, Universidad de Buenos Aires, pp. 231-245.

FERNÁNDEZ PÁJARO, E., GUERRA, A. (2011). Empresas turísticas en España: ¿socialmente responsables? *Cultur, Revista de Cultura y Turismo*, 2 (5), pp. 43-60.

FERNÁNDEZ, G., NARVÁEZ, M., REVILLA, J., SENIOR, A. (2007). Responsabilidad ambiental: factor creador de valor agregado en las organizaciones. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, 3 (13), pp. 484 – 494.

FERRÉ OLIVE, E. (2015). Responsabilidad Social Empresaria. Aspectos ambientales. *Desarrollo Económico y Sostenibilidad Social (EDaSS)*, pp. 161 – 192.

FORMIGA, N., SCHROEDER, R. (2012). El turismo rural como estrategia de dinamización territorial. *Anales de Geografía*, 2 (32), pp. 369 – 397.

GALLY, T., MANIVERRY, C. (2013). Las normas voluntarias SA8.000 e ISO 26.000 sobre Responsabilidad Social y su importancia ante la debilidad del derecho. *Revista Ars Boni et Aequi*, 2 (9), pp. 257 – 276.

GARCÍA DE LOS SALMONES SÁNCHEZ, M., PÉREZ RUIZ, A., RODRÍGUEZ DEL BOSQUE, I. (2008). Las dimensiones de la responsabilidad social de las empresas como determinantes de las intenciones de comportamiento del consumidor. *Revista Asturiana De Economía*, (41), pp. 127-147.

GARCÍA LÓPEZ, M. (2015). La Cuenta del Triple Resultado o Triple Bottom Line. *Revista de Contabilidad y Dirección*, (20), pp. 65-77.

GENOVESE, C. (2008). “Formulación de un modelo de balance social como herramienta de análisis y evaluación de la responsabilidad social de entidades cooperativas: su

aplicación en la Cooperativa Obrera Limitada de Consumo y Vivienda”. Director Doc. Ricardo Gutiérrez (Tesis Magíster inédita). Universidad Nacional del Sur. Departamento de Ciencias de la Administración.

Global Reporting Initiative. (2015). *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad*. Amsterdam: Global Reporting Initiative.

GUÉDEZ, V. (2008). *Ser confiable. Responsabilidad Social y reputación empresarial*. Buenos Aires: Editorial Planeta.

HERNÁNDEZ SAMPIERI, R. y otros. (2006). *Metodología de la investigación*. México D.F.: Mc Graw-Hill.

Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social; Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial (IARSE). (2014). *Indicadores ETHOS – IARSE para negocios sustentables y responsables*. Córdoba: IARSE.

JOÃO LUNKES, R., SILVA DA ROSA, F. (2012). Environmental Disclosure Evaluation Hotels (EDEH): Una propuesta de indicadores y un informe de sustentabilidad basada en el Global Reporting Initiative para empresas hoteleras. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, (21), Universidad Federal de Santa Catarina, pp. 68 – 87.

LECANDA, L. (2014). “Valorización turística del patrimonio arqueológico del circuito mar y sierra”. Director Mg. Cecilia Alejandra Rodríguez. (Tesina de grado inédita). Universidad Nacional del Sur. Departamento de Geografía y Turismo.

LEÓN, F. (2008) La percepción de la responsabilidad social empresarial por parte del consumidor. *Visión Gerencial*, 1, pp. 83-95.

MABABU MUKIUR, R. (2010). Actitudes de los Empresarios y Directivos hacia la Responsabilidad Social Corporativa. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 2 (26), pp. 101-114.

MARTÍNEZ, A., ROSENFELD, A. (2012). Turismo: normas voluntarias y competitividad. *Palermo Business Review*, pp. 199 – 206.

MILANÉS MONTERO, P., ORTEGA ROSSELL, F., PÉREZ CALDERÓN, E. (2012). Factores determinantes del nivel de compromiso medioambiental voluntario adquirido por los hoteles cotizados europeos. *Contaduría y Administración*, 57 (4), pp. 197-233.

MILBERG, A., PALADINO, M., VASSOLO, R. (2006). Revisión de la Responsabilidad Social Empresaria en Argentina. *Gestión Social*, pp. 1 – 25.

MORILLO MORENO, M. (2008). Hacia una gestión de marketing socialmente responsable: Decisiones de compra y de comunicación. *Economía*, 33 (26), pp. 189-206

NÚÑEZ, G. (2003). *La responsabilidad social corporativa en un marco de desarrollo sostenible*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.

Oficina de Turismo de Sierra de la Ventana. (2017). Plazas Sierra hotel y apart. Sierra de la Ventana: Municipalidad de Sierra de la Ventana.

OLIVARES LINARES, A., VARGAS MARTÍNEZ, E. (2012). Responsabilidad ambiental empresarial: el caso Hotelera Posadas. *El Periplo Sustentable*, 22, pp. 163-188.

ONTIVERO, C. (2011). “Normas de calidad aplicables al Sector de Alojamientos turísticos, necesidad de armonización de la legislación aplicable. Caso: Buenos Aires”. Director Dr. Alejandro Magliano. (Tesis de maestría inédita). Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Ciencias Económicas.

PEINADO-VARA, E., VIVES, A. (2011). Responsabilidad Social de la Empresa: Manual de Gestión. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo - Cumpetere.

PEÑA MIRANDA, SERRA CANTALLOPS, (2012). Responsabilidad social empresarial en el sector turístico. Estudio de caso en empresa de alojamiento de la ciudad de Santa Marta, Colombia. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, (21), pp. 1456 – 1480.

PORRAS, E. (2013). “Propuesta metodológica para potenciar el desarrollo local en pequeños y medianos municipios urbano-rurales del sudoeste bonaerense”. Director Dr. Hernán Vigier. (Tesis doctoral inédita). Universidad Nacional del Sur. Departamento de Economía.

RAMÍREZ, M., FERRER, H. (2010). “La incorporación del concepto de Desarrollo Sostenible en la Gestión de las diferentes áreas de la Empresa”. En: Jácome, J. y otros

(Eds.) (2010). *Bases conceptuales para establecer indicadores de Gestión Sostenible y Asociatividad: Un aporte a la Competitividad de las pymes desde el Desarrollo Sostenible*. Bogotá: Fundación Universitaria Los Libertadores. Pp. 78 – 93.

RIALP CRIADO, J., TRUÑÓ I GUAL, J. (2008). La responsabilidad social corporativa: Gestión empresarial de un activo intangible. *Revista de Contabilidad y Dirección*, (7), pp. 163-184.

RODRÍGUEZ, C. (2009). Gestión estratégica de un destino. La comarca serrana del Partido de Tornquist. Provincia de Buenos Aires. *Revista Realidad, Enigmas y Soluciones en Turismo*, 9 (7), pp. 131 – 153.

SÁNCHEZ, D. (2011). Indicadores turísticos en la Argentina: Una primera aproximación. *Investigaciones Turísticas*, 2, pp. 29 – 65.

SERRANO, R., VARGAS, E., VIESCA, F., ZIZUMBO, L. (2011). Gestión ambiental en el sector turístico mexicano. Efectos de la regulación en el desempeño hotelero. *Cuadernos de Administración*, 42 (24), pp. 183 – 204.

Sociedad Internacional de Ecoturismo (2004). *Guía de Certificación*. Estados Unidos: Sociedad Internacional de Ecoturismo.

Subsecretaría de Producción, Economía y Desarrollo Rural. (2010). *Plan de Desarrollo del Sudoeste Bonaerense*. Buenos Aires: Ministerio de Agroindustria.

TAMAGNI, L., ULLOA NAVARRETE, I., ZANFARDINI, M. (2014). Los instrumentos de gestión ambiental de carácter voluntario, como estrategia de marketing responsable en hotelería. *Libro de actas VI Congreso Latinoamericano de Investigación Turística. 1ª ed. EDUCO – Facultad de Turismo - Universidad Nacional del Comahue*. Neuquén.

VALVERDE CHAVES, J. (2012). La responsabilidad social y la gestión ambiental en Centroamérica. *Revista Ístmica*, 15, pp. 107 – 117.

VARGAS MARTÍNEZ, E., OLIVARES LINARES, A. (2012) Responsabilidad ambiental empresarial: el caso de "Hotelera Posadas". *El Periplo Sustentable*, 22.

VIEYTES, R. (2004). *Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad: epistemología y técnicas*. Buenos Aires: Editorial de las Ciencias. Pp. 407-460.

VIVES, A. (2008). El Papel de la RSE en América Latina. *Fundación Carolina*, 21, pp. 63-77.

8. ANEXOS

8.1. Anexo I

Universidad Nacional del Sur

Departamento de Geografía y Turismo

Licenciatura en Turismo



Encuesta a la alta gerencia de alojamientos turísticos del sudoeste bonaerense

La siguiente encuesta forma parte de una investigación en turismo a realizar como alumna de la carrera de Licenciatura en Turismo de la Universidad Nacional del Sur. La investigación tiene como objetivo “evaluar la percepción de los empresarios de alojamientos turísticos sobre la responsabilidad ambiental empresarial en el sudoeste bonaerense”. Por tal motivo, solicito a Usted su colaboración para completar la siguiente encuesta, estimando un tiempo aproximado de 30 minutos. La información recabada será utilizada exclusivamente para desarrollar la investigación. Se agradece su colaboración.

Instrucciones: marcar con una X la respuesta correcta o completar en caso de preguntas abiertas.

1. ¿Qué edad tiene usted?

1.a. 18-23 años... 1.b. 24-29 años... 1.c. 30-40 años... 1.d. 41-59 años... 1.e. Más de 60 años...

2. ¿Cuál es su lugar de residencia habitual?

3. ¿Cuánto tiempo hace que reside en Sierra de la Ventana?

4. ¿Cuáles son sus estudios? (Puede marcar más de una opción)

4.a. Primario completo... 4.c. Secundario completo... 4.e. Universitario completo...
4.b. Primario incompleto... 4.d. Secundario incompleto... 4.f. Universitario incompleto...

4.1. *En el caso poseer estudios universitarios completos (respuesta 4.e de la pregunta 4), ¿Cuenta con una especialización de posgrado?*

4.1.a. Sí... 4.1.b. No...

4.2. *En caso de respuesta afirmativa a la pregunta 4.1.: ¿Cuál es la especialización de posgrado que posee?*

5. ¿Ha trabajado anteriormente en el sector alojamiento?

5.a. Sí... 5.b. No...

5.1. *En caso de respuesta afirmativa a la pregunta 5, ¿en qué tipo de alojamiento?*

6. ¿Cuántos años de experiencia posee en alojamientos turísticos?

6.a. Hasta 4 años de experiencia ... 6.b. 5-10 años de experiencia ... 6.c. Más de 11 años de experiencia ...

7. ¿Cuál es su puesto en el establecimiento?

7.1. *¿Qué funciones y responsabilidades tiene a cargo en el alojamiento?*

8. Anteriormente, ¿se ha desempeñado en puestos vinculados a acciones voluntarias realizadas para mejorar el bienestar de la comunidad, el ambiente y los miembros de la propia empresa, es decir, en acciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?

8.a. Sí... **8.b.** No...

8.1. En caso de respuesta afirmativa a la pregunta 8: ¿Qué tipo de acciones desarrollaba?

9. Anteriormente, ¿se ha desempeñado en puestos vinculados a la administración y gestión en forma consciente y ética de los bienes y servicios generados por el establecimiento y su respectivo impacto sobre el ambiente y la comunidad, en otras palabras, en tareas de Responsabilidad Ambiental Empresarial (RAE)?

9.a. Sí... **9.b.** No...

9.1. En caso de respuesta afirmativa a la pregunta 9: ¿Qué tipo de funciones desarrollaba?

10. ¿Cuál es la clase del establecimiento?

10.a. Hotel ... **10.b.** Apart-hotel ... **10.c.** Complejo de Cabañas ... **10.d.** Camping ...
10.e. Hostel ... **10.f.** Hospedaje turístico ... **10.g.** Cama y desayuno ... **10.h.** Otros.....

11. ¿Qué categoría posee el alojamiento?

11.a. 1 estrella ... **11.b.** 2 estrellas ... **11.c.** 3 estrellas ... **11.d.** 4 estrellas ...
11.e. 5 estrellas ... **11.f.** Estándar ... **11.g.** Superior ... **11.h.** Otros.....

12. ¿Cuándo comenzó a operar el alojamiento?

12.a. Hasta 4 años ... **12.b.** 5-10 años ... **12.c.** 11-15 años ... **12.d.** Más de 15 años ...

13. ¿Cuántas plazas posee el alojamiento?

13.a. Hasta 5 plazas ... **13.b.** 6-10 plazas ... **13.c.** 11-15 plazas ...
13.d. 16-20 plazas ... **13.e.** 21-25 plazas ... **13.f.** Más de 25 plazas ...

14. En el caso de ser empleado del establecimiento (pregunta 7), ¿cuál es el lugar de residencia habitual de los propietarios del establecimiento?

15. Además de alojamiento, ¿qué otros servicios le ofrecen al cliente?

16. ¿La empresa realiza un monitoreo del consumo de agua? (Ejemplo: registro interno en base a medidor, sistema de detención de fugas, controladores de aguas independientes por zona u habitación, facturación, entre otros)

16.a. Sí... **16.b.** No...

16.1. En caso de respuesta afirmativa a la pregunta 16, ¿Cuál es la frecuencia con la que realiza el monitoreo?

16.1.a. Cada 15 días ... **16.1.b.** Cada 1 mes ... **16.1.c.** Cada 3 meses ...
16.1.d. Cada 6 meses ... **16.1.e.** Cada 1 año ... **16.1.f.** Otros.....

16.2. En caso de respuesta afirmativa a la pregunta 16, ¿Qué medidas implementa para la monitorear el consumo de agua? (Puede marcar más de una opción)

16.2.a. Registro de consumo promedio por sector.....
16.2.b. Registro de consumo promedio por habitación.....
16.2.c. Instalación de contadores de agua independientes por zonas y usos finales.....
16.2.d. Instalación de sistemas de detección de fugas en los aparatos sanitarios.....
16.2.e. Instalación de sistema de detección de fugas en el suministro de agua.....

16.2.f Control mediante la facturación del proveedor.....

16.2.g Otros.....

17.¿Desarrolla el alojamiento medidas para disminuir el consumo de agua?

17.a. Sí...

17.b. No...

17.1. En caso de respuesta afirmativa a la pregunta 17, ¿Qué medidas adopta? (Puede marcar más de una opción)

17.1.a Compra de equipos con uso responsable de agua.....

17.1.b Reaprovechamiento de aguas residuales y/o lluvia.....

17.1.c Programas de reutilización blancos con aprobación del cliente.....

17.1.d Riego de jardines en horas de la mañana o tarde.....

17.1.e Riego de zonas verdes por sistema controlado (Ej.: goteo, aspersión, entre otros)

17.1.f Otros.....

17.1.1. En caso de utilizar equipamiento amigable con el ambiente (la pregunta 17.1.a.), ¿Cuáles implementa en el establecimiento? (Puede marcar más de una opción)

17.1.1.a. Sanitarios con descarga de 3 litros.....

17.1.1.b. Canillas con sensor.....

17.1.1.c. Canillas con pulsador temporizado.....

17.1.1.d. Instalación de fluxómetro (palanca) para inodoros.....

17.1.1.e. Cabezales de ducha de bajo consumo.....

17.1.1.f. Termotanques solares.....

17.1.1.g. Lavavajillas de bajo consumo.....

17.1.1.h. Urinarios que no utilizan agua.....

17.1.1.i. Otros.....

17.1.2. En caso de reutilizar las aguas residuales y/o de lluvia (la pregunta 17.1.b.), ¿Qué usos les otorga? (Puede marcar más de una opción)

17.1.2.a. Riesgo de los jardines.....

17.1.2.b. Aseo de pisos de áreas comunes.....

17.1.2.c. Descargas sanitarias.....

17.1.2.d. Sistema de recirculación del aire acondicionado.....

17.1.2.e. Otros.....

17.1.3. En caso de reutilizar blancos con aprobación del cliente (la pregunta 17.1.c), ¿Qué tipo de programa aplica?

17.1.3.a. Reutilización de sábanas con aprobación del cliente.....

17.1.3.b. Reutilización de toallas con aprobación del cliente.....

17.1.3.c. Reutilización de toallas y sábanas con aprobación del cliente.....

17.1.3.d. Otros.....

17.1.4. En caso de realizar el riego de zonas verdes (la pregunta 17.1.e), ¿A través de qué métodos? (Puede marcar más de una opción)

17.1.4.a. Riego por goteo.....

17.1.4.b. Riego por aspersión.....

17.1.4.c. Riego con manguera.....

17.1.4.d. Riego con regador temporizado.....

17.1.4.e. Riego con regadera.....

17.1.4.f. Otros.....

18.¿La empresa realiza un monitoreo del consumo de energía? (Ejemplo: registro interno en base a medidor, sistema de detención de fugas, controladores de aguas independientes por zona u habitación, facturación, entre otros)

18.a. Sí...**18.b.** No...

18.1. En caso de respuesta afirmativa a la pregunta 18, ¿Cuál es la frecuencia con la que realiza el monitoreo?

- 18.1.a** Cada 15 días ... **18.1.b** Cada 1 mes ... **18.1.c** Cada 3 meses ...
18.1.d Cada 6 meses ... **18.1.e** Cada 1 año ... **18.1.f** Otros.....

18.2. En caso de respuesta afirmativa a la pregunta 18, ¿Qué medidas implementa para la monitorear el consumo de energía? (Puede marcar más de una opción)

- 18.2.a** Registro de consumo promedio por sector.....
18.2.b Registro de consumo promedio por habitación.....
18.2.c Instalación de variadores de velocidad.....
18.2.d Control mediante la facturación del proveedor.....
18.2.e Otros.....

19.¿Desarrolla el alojamiento medidas para disminuir el consumo de energía?

19.a. Sí...**19.b.** No...

19.1. En caso de respuesta afirmativa a la pregunta 19, ¿qué tipo de medidas emplea con respecto a la iluminación? (Puede marcar más de una opción)

- 19.1.a** Focos de bajo consumo.....
19.1.b Focos Led.....
19.1.c Focos halógenos.....
19.1.d Lámparas con sensor de presencia/movimiento.....
19.1.e Luminaria exterior con temporizador.....
19.1.f Luminaria exterior con sensor de luz natural.....
19.1.g Cartelería luminosa LED (Ej. carteles de “salida de emergencia”)
19.1.h Lámparas con regulador de intensidad.....
19.1.i Reguladores de intensidad en los sistemas de iluminación.....
19.1.j División de los espacios del alojamiento en zonas de circuitos eléctricos (interruptores) según sus usos....
19.1.k Implementación de un sistema de encendido de luz en habitaciones por tarjeta.....
19.1.l Otros.....

19.2. En caso de respuesta afirmativa a la pregunta 19, ¿Sugiere/utiliza alguna política de límites de graduación de los equipos electrónicos el establecimiento?

19.2.a. Sí...**19.2.b.** No...

19.2.1. En caso de respuesta afirmativa a la pregunta 19.2., ¿Qué política sugiere? (Puede marcar más de una opción)

- 19.2.1.a.** Regulación de la heladera en 6° y en -18° el congelador.....
19.2.1.b. Política de aire acondicionado en 24°.....
19.2.1.c. Política de calefacción a 22°.....
19.2.1.d. Política de uso de equipos electrónicos, como computadores e impresoras en modo “ahorro de energía”
19.2.1.e. Política de impresiones en modo borrador.....
19.2.1.f. Otros.....

19.3. En caso de respuesta afirmativa a la pregunta 19, ¿Implementa algún sistema de energía renovable?

19.3.a. Sí...**19.3.b.** No...

19.3.1. En caso de respuesta afirmativa a la pregunta 19.3., ¿Cuáles de las siguientes energías implementa?

(Puede marcar más de una opción)

- 19.3.1.a. Posee paneles solares.....
- 19.3.1.b. Aplicación de un sistema fotovoltaico.....
- 19.3.1.c. Sistema de biomasa.....
- 19.3.1.d. Sistema fototérmico.....
- 19.3.1.e. Aerogeneradores.....
- 19.3.1.f. Sistemas biogestores.....
- 19.3.1.g. Otros.....

20.¿Qué tipo de electrodoméstico utiliza en las habitaciones y en los espacios comunes? (Puede marcar más de una opción)

- 20.a. Electrodomésticos de grado A.....
- 20.b. Televisores pantalla plasma.....
- 20.c. Televisores pantalla LCD.....
- 20.d. Televisores pantalla LED.....
- 20.e. Otros.....

21.Con respecto a la climatización, ¿Cuáles de las siguientes medidas de climatización implementa? (Puede marcar más de una opción)

- 21.a. Aire acondicionado en habitaciones.....
- 21.b. Aire acondicionado en espacios comunes.....
- 21.c. Ventilador de techo en espacios comunes.....
- 21.d. Ventilador de techo en habitaciones.....
- 21.e. Caldera.....
- 21.f. Radiadores.....
- 21.g. Calefacción central.....
- 21.h. Losa radiante.....
- 21.i. Aire acondicionado frío-calor.....
- 21.j. Cubiertas de techo reflectoras y aislantes apropiadas.....
- 21.k. Vidrios dobles.....
- 21.l. Termostato inteligente para la climatización.....
- 21.m. Otros.....

22.En el caso de brindar servicio a la habitación y/o de restauración (pregunta 15) ¿los productos se elaboran en el alojamiento, o tercerizan la actividad?

- 22.a. Los productos se elaboran en el alojamiento.....
- 22.b. La elaboración de productos se terceriza.....

22.1. En el caso de respuesta afirmativa a la elaboración de comestibles en el alojamiento (pregunta 22), ¿qué medida se adoptan para desechar el aceite de cocina utilizado? (Puede marcar más de una opción)

- 22.1.a Se filtra el aceite de cocina ya utilizado para poder reutilizarlo.....
- 22.1.b Se vende a otras empresas para usos alternativos (Ej., elaboración de jabones, de velas, detergentes, lociones/cremas corporales, biodiesel, entre otros)
- 22.1.c Se coloca en recipientes y luego se desecha con el resto de los residuos de la empresa.....
- 22.1.d Se almacena y lleva a un centro de reciclado.....
- 22.1.e Se vierte en los desagües.....
- 22.1.f Otros.....

23.¿El alojamiento cuenta con espacios insonorizados?

23.a. Sí...**23.b.** No...

23.1. *En caso de respuesta afirmativa a la pregunta 23, ¿Qué espacios del alojamiento se encuentran insonorizados? (Puede marcar más de una opción)*

23.1.a Habitaciones.....**23.1.b** Cocina.....**23.1.c** Comedor.....**23.1.d** Salones de evento.....**23.1.e** Hall.....**23.1.f** Recepción.....**23.1.g** Todos los espacios del alojamiento.....**23.1.h** Otros.....

24. ¿Implementa medidas para minimizar la generación de residuos?

24.a. Sí...**24.b.** No...

24.1. *En caso de respuesta afirmativa a la pregunta 24, ¿qué medidas implementa? (Puede marcar más de una opción)*

24.1.a Reciclaje.....**24.1.b** Separación de residuos.....**24.1.c** Utilización de residuos orgánicos para abono.....**24.1.d** Uso de papel reciclado para material publicitario y administrativo.....**24.1.e** Colocación de dosificadores de jabón líquido en los baños.....**24.1.f** Colocación de dosificadores de detergente en cocina.....**24.1.g** Selección de electrónicos usados.....**24.1.h** Otros.....

24.1.1. *En caso de respuesta afirmativa a la pregunta 24.1.a, ¿cuáles son los residuos que recicla? (Puede marcar más de una opción)*

24.1.1.a Papel.....**24.1.1.b** Plástico.....**24.1.1.c** Residuos orgánicos.....**24.1.1.d** Metal.....**24.1.1.e** Vidrio.....**24.1.1.f** Aceite de cocina.....**24.1.1.g** Otros.....

25. ¿Realiza acciones para proteger el ambiente?

25.a. Sí ...**25.b.** No ...

25.1. *En caso de respuesta afirmativa a la pregunta 25, ¿a través de qué medidas? (Puede marcar más de una opción)*

25.1.a Compra de productos con envases biodegradables/amigables con el ambiente.....**25.1.b** Compra de productos al por mayor.....**25.1.c** Compra de productos en envases recargables.....**25.1.d** Compra productos en aerosol.....**25.1.e** Compra de detergentes que no contengan fosfatos y/o cloro.....**25.1.f** Programas de uso de bicicletas como medio de transporte para el turista.....**25.1.g** Compra de productos descartables.....**25.1.h** Proporcionar a los clientes guías verdes locales, guías de senderismo y ciclismo e información sobre el ambiente local.....

- 25.1.i Utilización de abonos químicos y fitosanitarios en el mantenimiento de las zonas ajardinadas.....
- 25.1.j Elaboración de abono a partir de desechos orgánicos del establecimiento.....
- 25.1.k Compra de abono orgánico natural, sin componentes químicos.....
- 25.1.l Selección de productos de alimentación con certificación ecológica.....
- 25.1.m Evaluación del impacto ambiental de los productos o servicios de la empresa.....
- 25.1.n Otros.....

26.¿Capacita al personal en materia de protección ambiental y estrategias de Responsabilidad Ambiental Empresarial?

- 26.a. Sí ... 26.b. No ...

26.1. En caso de respuesta afirmativa a la pregunta 26, ¿Qué medidas realiza? (Puede marcar más de una opción)

- 26.1.a Charlas y Jornadas.....
- 26.1.b Workshops.....
- 26.1.c Focusgroups.....
- 26.1.d Simulación de condiciones reales.....
- 26.1.e Cursos online.....
- 26.1.f Estudio de casos.....
- 26.1.g Documentación y material sobre la temática.....
- 26.1.h Otros.....

27.¿Desarrolla cartelería y folletería promoviendo el cuidado ambiental?

- 27.a. Sí ... 27.b. No ...

28.¿Realiza actividades con el fin de informar en materia de conservación ambiental a las partes interesadas?

- 28.a. Sí ... 28.b. No ...

28.1. En caso de respuesta afirmativa a la pregunta 28, ¿Hacia quienes se encuentra destinada la difusión? (Puede marcar más de una opción)

- 28.1.a Empleados.....
- 28.1.b Proveedores.....
- 28.1.c Clientes.....
- 28.1.d Comunidad.....
- 28.1.e Accionistas.....
- 28.1.f Otros.....

28.2. En caso de respuesta afirmativa a la pregunta 28, ¿qué actividades realiza? (Puede marcar más de una opción)

- 28.2.a Talleres de reciclaje.....
- 28.2.b Charlas de cuidado y protección ambiental.....
- 28.2.c Programas de plantación de árboles nativos por la localidad.....
- 28.2.d Cine debate sobre cuestiones ambientales.....
- 28.2.e Censo de basura y limpieza de espacios verdes.....
- 28.2.f Concurso sobre propuestas amigables con el ambiente para la localidad.....
- 28.2.g Otras.....

29.¿El establecimiento posee alguna certificación en sistemas de gestión?

- 29.a. Sí ... 29.b. No ...

29.1. En caso afirmativo a la pregunta 29, ¿Qué tipo de certificación posee? (Puede marcar más de una opción)

- 29.1.a ISO 9001 (Gestión de la calidad).....
- 29.1.b ISO 14001 (Gestión del medioambiente).....
- 29.1.c ISO 9001 + ISO 14001 (Sistema de gestión integrado).....
- 29.1.d ISO 22001 (Gestión alimentaria).....
- 29.1.e ISO 26000 (Responsabilidad Social).....
- 29.1.f Otras.....

30. ¿El establecimiento implementa alguna de las siguientes herramientas? (Puede marcar más de una opción)

- 30.a Modelos de sistemas de gestión (calidad, ambiental, entre otros) (especificar)...../.....
- 30.b Código de buenas prácticas ambientales (especificar)...../.....
- 30.c Directrices de gestión ambiental IRAM-SECTUR (especificar)...../.....
- 30.d Distintivo (especificar)...../.....
- 30.e No implementa
- 30.f Otros (especificar)...../.....

31. ¿Realiza el establecimiento un control periódico de sus diversas instalaciones?

- 31.a. Sí ...
- 31.b. No ...

31.1. En caso de respuesta afirmativa a la pregunta 31, ¿Cuál es la frecuencia con la que realiza el control?

- 31.1.a Cada 15 días ...
- 31.1.b Cada 1 mes ...
- 31.1.c Cada 3 meses ...
- 31.1.d Cada 6 meses ...
- 31.1.e Cada 1 año ...
- 31.1.f Otros.....

32. ¿Considera que el municipio posee un papel activo en la concientización del cuidado ambiental?

- 32.a. Sí ...
- 32.b. No ...

32.1. En caso de respuesta afirmativa a la pregunta 32., ¿Qué actividades se realizan?

32.2. En caso de respuesta afirmativa a la pregunta 32, ¿Hacia qué público se orientan generalmente? (Puede marcar más de una opción)

- 32.2.1 Público en general.....
- 32.2.2 Comunidad local.....
- 32.2.3 Empresarios locales.....
- 32.2.4 Otros.....

32.3. En caso de respuesta afirmativa a la pregunta 32, ¿Con qué frecuencia las realizan? (Puede marcar más de una opción)

- 32.3.a Cada 15 días ...
- 32.3.b Cada 1 mes ...
- 32.3.c Cada 3 meses ...
- 32.3.d Cada 6 meses ...
- 32.3.e Cada 1 año ...
- 32.3.f Otros.....

33. ¿Qué significa para Usted implementar medidas de Responsabilidad Ambiental Empresarial (conocimiento del concepto RAE)?

34. ¿Qué grado de importancia considera que posee las cuestiones ambientales en la toma de decisiones de su organización? (7= absolutamente importante; 0= nada importante)

- 34.a. 0
- 34.b. 1
- 34.c. 2
- 34.d. 3
- 34.e. 4
- 34.f. 5
- 34.g. 6
- 34.h. 7

35. ¿Consideraría implementar, en la medida de sus posibilidades, acciones continuas para la conservación del ambiente?

- 35.a. Sí ...
- 35.b. No ...

35.1. *En el caso de respuesta afirmativa a la pregunta 35., ¿Cuáles serían las primeras acciones que realizaría?*

35.2. *En el caso de respuesta negativa a la pregunta 35., ¿Cuáles serían los motivos? (Ej.: falta de recursos humanos en la zona; falta de proveedores; falta de programas de estímulo por parte el municipio con los emprendimientos locales; no generaría rentabilidad para la empresa; falta de apoyo del resto de la comunidad; entre otros).*

36. **En el caso de poder acceder a todo tipo de recursos (económicos, tecnológicos, humano, entre otros), ¿qué beneficios Usted cree que el desarrollo de acciones continuas de cuidado y protección del ambiente le otorgaría a su empresa?**

37. **En el caso de poder acceder a todo tipo de recursos (económicos, tecnológicos, humano, entre otros), ¿qué beneficios Usted cree que el desarrollo de acciones continuas de cuidado y protección del ambiente les otorgarían a sus clientes?**

38. **En el caso de poder acceder a todo tipo de recursos (económicos, tecnológicos, humano, entre otros), ¿qué beneficios Usted cree que el desarrollo de acciones continuas de cuidado y protección del ambiente les otorgarían a sus accionistas?**

39. **En el caso de poder acceder a todo tipo de recursos (económicos, tecnológicos, humano, entre otros), ¿qué beneficios Usted cree que el desarrollo de acciones continuas de cuidado y protección del ambiente les otorgarían a sus proveedores?**

40. **En el caso de poder acceder a todo tipo de recursos (económicos, tecnológicos, humano, entre otros), ¿qué beneficios Usted cree que el desarrollo de acciones continuas de cuidado y protección del ambiente le otorgarían a la comunidad local?**

Muchas gracias por su tiempo y disposición.