

## ESTUDIO Y CONSTRUCCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL A TRAVÉS DEL GRADO EN TURISMO

Jakson Renner Rodrigues Soares\*

**Resumen:** El Libro Blanco del Título de Grado en Turismo es un documento guía donde se recogen aspectos considerados fundamentales para el diseño del Título de Grado en Turismo en España. En dicho documento, se considera importante analizar el desarrollo económico del turismo relacionándole con la sostenibilidad del sector. En este sentido, se debate la posibilidad de la universidad en concebir profesionales preparados para el desafío de forjar una sociedad más crítica y responsable, tanto personal como profesionalmente. El trabajo está estructurado en cinco secciones. En la primera se presenta la introducción, con sus primeras impresiones y el objetivo del estudio. La segunda presenta una breve revisión de los impactos del turismo, la sostenibilidad del sector/ medio ambiente y su relación con la responsabilidad social. En la tercera se analiza la presencia de la temática del estudio en la guía que las universidades tuvieron que considerar para diseñar sus memorias de los grados de turismo en España. En la cuarta sección se proponen direcciones hacia una mejor implementación de la temática cuestionada en los cursos de turismo. Además, en ella se llega a las consideraciones finales a respecto de la problemática del estudio.

**Palabras clave:** Sostenibilidad, Metodología, Libro Blanco de Turismo, Grado de Turismo, sector turístico.

**Abstract:** The book *Libro Blanco del Título de Grado en Turismo* is a guide which includes aspects considered fundamental for the design of the Degree in Tourism in Spain. In such document, it is considered important to discuss about economic development of tourism, relating it to the sustainability of the sector. In this sense, the possibility of the University to conceive professionals prepared to face a more critical and responsible society, both personally and professionally, is also discussed. The work is structured in five sections. In the first section, the introduction presents the first impressions and goals of the study. The second reports a briefing review of the impacts of tourism, the sustainability of the sector / environment and its relationship with social responsibility. The third discusses the presence of the subject of study in the guide used by universities to design their memories of the tourism degrees in Spain. The fourth section proposes directions towards a better implementation of the subject matter questioned in tourism courses. In addition, it reaches the final considerations regarding the problem of the study.

**Key words:** Sustainability, Methodology, Libro Blanco de Turismo, Degree in Tourism, Tourism Sector.

### I. INTRODUCCIÓN

Estudiar la responsabilidad social (RS) en el sector turístico nos lleva a considerar aspectos intrínsecamente relacionado con la producción de los servicios. Es decir, en los últimos años el consumidor viene cambiando su comportamiento hacia un consumo más responsable, y puede que eso repercu-

ta en nuestra industria. De esta manera, las empresas turísticas deberán contribuir también para un desarrollo sostenible, no sólo de sus actividades, pero también de todo lo que le rodea, quiere sea sociedad como el medio ambiente. Aunque haya estudios que discuerdan que la responsabilidad social no va de mano de la sostenibilidad (Blackburn, 2007), en esta investigación hemos de con-

\* Doctor en Dirección y Planificación del Turismo y Profesor de la Escuela Universitaria de Turismo-CENP adscrita a la Universidade da Coruña -UDC-<sup>22</sup>.

siderar que esta unión es necesaria, dado que una empresa socialmente responsable trabajará hacia un desarrollo sostenible tanto ambientalmente, como sociocultural y económicamente. Asimismo, hemos de reflexionar que tanto clientes, trabajadores, accionistas, gobiernos, comunidades locales y proveedores, es decir todos los *stakeholders* deben concebir la idea de que el turismo si no es sostenible no será positivo a largo plazo.

En este trabajo, se entiende por sustentabilidad, principalmente, la capacidad que el medio ambiente tiene de resistir al paso del tiempo, al igual que puede durar el servicio, producto o patrimonio turístico. Ya en cuanto a la responsabilidad social de las organizaciones (empresas públicas o privadas), hemos de entenderla como la contribución de la empresa hacia el desarrollo de la sociedad. Con todo, destacamos que en estos dos conceptos también quedan impresas las dimensiones medio ambientales, económicas y sociales. Por otro lado, trabajar con miras a la responsabilidad social empresarial no asegura un resultado financiero positivo. Aún así, las empresas vienen apostando por realizar actividades socialmente responsables, ya sea por mejorar su imagen ante la sociedad, ya por motivaciones altruistas, o porque los implicados en su desarrollo lo exijan (Souza, Soares y Sánchez Fernández, 2017; Font, Garay y Jones, 2016; Font *et al.*, 2012).

A finales de la década de los 80 del siglo pasado la Comisión Mundial para el Medio Ambiente y Desarrollo introdujo el término desarrollo sostenible en el debate mundial. En el documento “Our common futu-

re”, coordinado por la noruega Gro Harlem Brundtland en 1987, se indicaba que el desarrollo será sostenible cuando satisfaga las necesidades actuales de los individuos sin comprometer la capacidad de satisfacción de las futuras generaciones. Es decir, la discusión no es nueva y según la CRUE (2011), ya van casi tres décadas que las universidades se comprometieron a introducir el tema del desarrollo sostenible en la formación que ofrecen. Todavía según el documento de la CRUE, la UNESCO declaró el período de 2005-2014 como la Década de la Educación para el Desarrollo Sostenible. Durante este mismo momento, la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) elaboró el Libro Blanco del Título de Grado en Turismo. El Libro Blanco fue un documento no vinculante donde se recogen numerosos aspectos considerados fundamentales para el diseño del Título de Grado en Turismo. Para su diseño, se contemplaban análisis de los estudios correspondientes o afines en Europa y las características de la titulación de turismo, estudios de inserción laboral de los titulados durante el último quinquenio, y perfiles y competencias profesionales, por ejemplo.

En este sentido, este trabajo tiene como principal objetivo hacer una contribución al debate sobre la importancia del Grado de Turismo en la formación de profesionales con conocimiento crítico y habilidades necesarias para generar un desarrollo sustentable, socialmente responsable, que genere beneficios para todos los implicados en el funcionamiento del sector turístico. El artículo está organizado en 5 secciones. Además de esta primera, presentaremos dos secciones teóricas desarrollando el tema de

la responsabilidad social y del Libro Blanco del Grado de Turismo. Es decir, la segunda presenta una breve revisión de los impactos del turismo, la sostenibilidad del sector/medio ambiente y su relación con la responsabilidad social. Ya en la tercera se discute la presencia de la temática del estudio en la guía que las universidades tuvieron que considerar para diseñar sus memorias de los grados de turismo en España. En la cuarta sección se proponen direcciones hacia una mejor implementación de la temática cuestionada en los cursos de turismo y se presentarán las consideraciones finales del estudio. Finalmente, en la quinta y última sección se presentan las referencias bibliográficas utilizadas en la investigación.

## II. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA SOSTENIBILIDAD EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA

La responsabilidad social es un concepto amplio cada vez más importante en la sociedad moderna. Según la Comisión de las Comunidades Europeas (2001), la mayoría de las definiciones que intentaron conceptualizar la responsabilidad social de las empresas entiende que es una integración voluntaria de las preocupaciones sociales y medioambientales en las operaciones empresariales y en la relación con sus *stakeholders*. Ya en el año 1953, Howard Bowen habla de este concepto en su libro “Social Responsibilities of the Businessman”. El autor destaca la importancia de que la empresa desenvuelva políticas corporativas que contribuyan positivamente a la sociedad. En su obra el autor cuestiona que el principal objetivo de la empresa se quede sólo en lo económico.

Según Cueto Cedillo y De la Cuesta González (2017) es a partir de los 70, y en respuesta a presiones legislativas, que surgen las inquietudes ciudadanas y se obligan a pensar que no es solo el Estado quien tiene que contribuir hacia el bienestar y la calidad de vida de los individuos, sino todas las instituciones sociales. Y para Raufflet, Lozano, Barrera y García de la Torre (2012) el boom de la implementación de la responsabilidad social en las empresas vino a partir del año 2000, cuando surgen innumerables iniciativas a nivel global para estimular la puesta en práctica de este instrumento. Por ejemplo, se puede citar la creación en 1999 del *Global Reporting Initiative*, organización sin fines de lucro creada para impulsar a que las empresas tengan un desempeño equilibrado en los tres aspectos: ecológico, social y económico. O por ejemplo, en Europa, en el 2001 se creó el Libro Verde de la Unión Europea, que tenía como objetivo crear un marco global para la responsabilidad social.

En nuestro caso, el sector turístico no puede operar sin considerar los principios de la RS debido a los significativos impactos que esta actividad genera en el entorno, es decir, ocasiona tanto efectos positivos como negativos. Con todo, es por ello que se hace inexcusable conciliar el desarrollo turístico con la preservación del entorno. No solo eso, su impacto es grande también en la sociedad, una de las partes interesadas y que se debe considerar para respetar aspectos como los derechos humanos. De este modo, esta industria debe buscar la compatibilidad de su crecimiento con la sostenibilidad, respetando tanto el medio ambiente como la propia sociedad. Del mismo modo, según Picornell (1993), el turismo impacta

de diversas maneras en la sociedad, coincidiendo que ellos son los mismos objetos de la RS. Es decir, causa impactos económicos, socioculturales y ambientales que pueden ser evitados (cuando negativos) a través de la aplicación de principios socialmente responsables.

En sus estudios sobre la RSC, Caro González, Castellanos Verdugo y Martín Rojo (2007) propusieron una escala de medida para este concepto. Las medidas relacionadas con las actividades empresariales dirigidas hacia un comportamiento socialmente responsable tuvieron como base los estudios de Perrini, Pogutz y Tencati (2006), siendo ellas: realizar actividades de formación; tomar iniciativas para cuidar las especies protegidas; ofrecer actividades de protección medioambiental; tomar iniciativas para la inserción de personas con diversidad funcional; apoyar actividades culturales; tener políticas de buen uso de suministros; apoyar actividades deportivas; buscar la satisfacción de sus clientes; implicar la comunidad local en desarrollo del lugar; buscar la prevención de riesgos laborales; fomentar iniciativas de comercio justo; ofrecer servicios a los empleados; promover iniciativas para la igualdad de oportunidades; velar por la seguridad en los productos y servicios que ofrece; controlar los aspectos éticos y sociales de los productos o servicios; vigilar los impactos medioambientales de los productos y servicios. Es decir, si las empresas adoptaren prácticas que favorezcan la admisión de éstos principios, más probablemente se logrará un desarrollo turístico sostenible en sus tres vertientes.

Si bien es verdad que algunas de estas actividades pueden generar cierto incremento inicial de los costes empresariales, a largo plazo sus ventajas generarán beneficios para la empresa y la sociedad. Por ejemplo, los resultados comerciales (mejora de la imagen), la satisfacción de los trabajadores (pudiendo lograr profesionales más implicados con la empresa) y la satisfacción de la comunidad (posicionando su marca, servicio o producto en la mente del consumidor) serán sólo algunas de las consecuencias de aplicar estas prácticas (Caro González, Castellanos Verdugo y Martín Rojo, 2007). Aún de acuerdo con estos autores, los factores que ayudarían a adoptar actitudes socialmente responsables serían: ofrecer incentivos fiscales a las empresas; brindar más información sobre RSC; mejorar la imagen de la empresa; ofrecer más acceso a recursos financieros; mejorar las relaciones con las autoridades públicas. De estos, la universidad puede inferir en el segundo de los factores, el relacionado con la información, y también formación, en clave de la responsabilidad social.

Por ello, los estudios de turismo deben considerar aspectos de sostenibilidad en su diseño, buscando lograr un equilibrio duradero en cuanto a aspectos sociales, económicos y medioambientales. Según la Organización Mundial del Turismo, el turismo debe considerar las repercusiones actuales y futuras que satisfagan las necesidades de visitantes, industria, entorno y comunidades anfitrionas. Solo así habrá posibilidad de que haya conservación del medio ambiente, equidad y cohesión social y prosperidad económica.

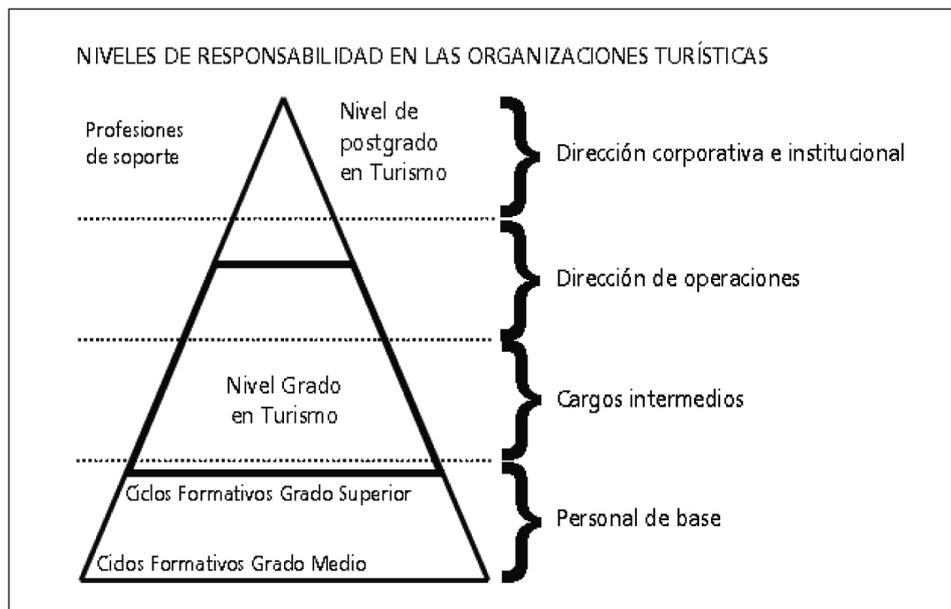
Finalmente, será más probable alcanzar la sostenibilidad del sector turístico cuando se vele por los intereses de las tres esferas hasta ahora discutidas. Es decir, en cuanto a los aspectos medioambientales, el sector turístico debe preocuparse por la manutención de los recursos naturales del lugar (al igual que de su patrimonio histórico), sea él o no objeto de atractivo turístico. Del mismo modo, siguiendo los criterios de sostenibilidad, se debe considerar la mejora de la calidad de vida de los autóctonos, la manutención de sus tradiciones y el respecto a su cultura. Por último pero no menos importante, considerando los aspectos económicos, es necesario favorecer una distribución equitativa de la riqueza, buscando disminuir

las desigualdades para lograr la mejora de la calidad de vida.

### III. IMPLICACIONES DE LA RS Y LA SOSTENIBILIDAD EN EL GRADO DE TURISMO

En este apartado se discutirá la presencia de los términos relacionados con la RS en el Libro Blanco para el Título de Grado en Turismo. Debido a que, seguramente, los centros de formación utilizarán dicha guía en el momento de diseñar sus memorias de la carrera en turismo, por ello, se espera que el documento sea capaz de poner en evidencia la necesidad de trabajar hacia un desarrollo sostenible. En la Figura 1 se pueden ver los

**Figura 1**  
**Niveles de responsabilidad de los titulados en turismo**



FUENTE: Libro Blanco para el Título de Grado en Turismo, Majó (2004).

ámbitos profesionales donde puede actuar el experto turístico. Concretamente, aunque esta investigación pone el foco en el nivel de Grado en Turismo, se espera que ella pueda ayudar a inserir un comportamiento crítico hacia la sostenibilidad en todos los niveles de responsabilidades en las organizaciones turísticas.

Destacamos que con este trabajo no se busca un análisis del contenido tradicional (contar palabras), sino más bien una revisión de la presencia de estos conceptos en los aspectos que direccionan su presencia en la formación turística presente en dicho Libro Blanco. Con eso se verificará de una manera global como se presenta el término, en qué condiciones y con qué objetivos.

De acuerdo con el Libro Blanco estudiado, para definir los objetivos del Título de Grado en Turismo se consideraron “las propias características y condiciones de evolución de la actividad que se desarrolla en un contexto de rápida transformación y exigencias de calidad, competitividad y sostenibilidad y de una creciente internacionalización” (Majó, 2004, p. 185). En el material, hemos investigado la presencia de dos términos relacionados con la RS: la sostenibilidad y los impactos del turismo. Concretamente, en la guía se contemplan discusiones bastante acertadas que direccionan el diseño de la carrera hacia un sector realmente responsable. Sin embargo, este documento sirve de guía para ser considerada en el diseño del grado de turismo. Con todo, no direcciona el diseño de material o aspectos pedagógicos del curso. De esta manera, cabe destacar por lo tanto que el profesorado también necesita estar concienciado de la importancia de

este concepto para poder lograr estudiantes sensibilizados con el tema. Pero ese tema se tratará en el próximo apartado.

En el diseño de los perfiles profesionales del turismo se consideró que en el ciclo de grado el estudiantado adquiere algunos conocimientos, competencias y habilidades para poder ejercer distintas tareas en el sector. Con relación a las competencias, el texto destaca claramente algunos aspectos relacionados con la sostenibilidad y con los impactos del turismo. Es decir, todas las carreras de turismo diseñadas con base en dicho material van estar expuestas a estos términos. Por ejemplo, a continuación se presentan algunas de las competencias que se espera que el profesional adquiera durante el de grado de turismo. Concretamente están relacionadas con la sostenibilidad, por lo tanto, pueden estar también relacionadas con la RS.

1- Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, jurídica, política, laboral y económica.

2- Analizar la dimensión económica del turismo.

19- Gestionar el territorio turístico de acuerdo con los principios de sostenibilidad.

20- Conocer el procedimiento operativo del ámbito de alojamiento.

Con ellas se busca que el profesional que salga del Grado de Turismo sepa:

1- Comprender los distintos aspectos de la actividad turística desde un punto de vista transversal, en especial las relaciones del sector con su entorno, las conductas del turista y las interrelaciones en el destino. Es decir, se espera que el alumnado conozca los principios generales de la sostenibilidad turística.

2- Identificar y valorar la dimensión macroeconómica y microeconómica del turismo y los agentes económicos. Buscando que el futuro profesional sepa relacionar el desarrollo económico del turismo y la sostenibilidad.

19- Concebir y formular políticas y decisiones sobre el territorio turístico teniendo en cuenta criterios medioambientales, criterios socio-culturales y criterios económicos para asegurar los principios de la sostenibilidad. Es decir, identificar las características de los modelos turísticos y su incidencia medioambiental y cultural; conocer los principios, las reglas y los procedimientos del desarrollo sostenible; conocer los condicionantes que deben imponerse para el desarrollo sostenible del turismo y las políticas de desarrollo turístico sostenible. Igualmente, con esta competencia el formando se preparará para: diseñar estrategias de desarrollo turístico sostenible; usar el territorio de forma sostenible para el desarrollo turístico los recursos naturales; realizar evaluaciones de impacto ambiental; utilizar los Sistemas de Información Geográfica como herramienta de gestión sostenible del territorio; redactar proyectos de zonificación como instrumento para determinar los usos permitidos y no permitidos

en un espacio, en función de su capacidad de carga.

20- Concebir y formular políticas y decisiones sobre el territorio turístico teniendo en cuenta criterios medioambientales, criterios socio-culturales y criterios económicos para asegurar los principios de la sostenibilidad. Además, en cuanto a los alojamientos, el profesional que salga del Grado Turismo deberá saber: seleccionar los proveedores más adecuados para garantizar la elaboración de un buen producto; aplicar técnicas encaminadas a optimizar el uso de la capacidad del alojamiento; incorporar a los procedimientos operativos los criterios surgidos de los sistemas de calidad. Es decir, buscar la optimización de los recursos para un mejor funcionamiento de la empresa pero considerando el medio alrededor.

Al seguir analizando el material ofertado, se identificó la preocupación explícita por los impactos que el turismo puede ocasionar en el destino. En el Libro Blanco se encuentra la afirmación de que la actividad turística conlleva asociados impactos sociales, culturales, económicos y medioambientales. Cabe destacar que, aunque en sus principios el turismo fue visto como un buen aliciente del desarrollo, el documento coordinado por Majó (2004) recuerda que el turismo también causa impactos negativos. Por ello, cabe considerar los impactos negativos del turismo (impactos sociales, económicos y territoriales) con vistas a mejorar su gestión. A continuación se presentan algunas competencias relacionadas con el impacto del turismo que deberán ser consideradas en el diseño del grado de turismo:

19- Gestionar el territorio turístico de acuerdo con los principios de sostenibilidad.

23- Analizar los impactos generados por el turismo.

Como se ha dicho anteriormente, con estas competencias se espera que el profesional que salga del grado de turismo sepa:

19- Además de lo dicho anteriormente, realizar evaluaciones de impacto ambiental. Es decir, trabajar la gestión del territorio entiendo que es un bien sensible que debe ser gestionado con principios de sostenibilidad, es decir, duración en el tiempo.

23- Estudiar los impactos del turismo, tratando de potenciar los positivos y minimizar los negativos. Es decir, el profesional sabrá: conocer los impactos producidos por la actividad turística; conocer las técnicas de análisis de estos impactos; y, comprender los resultados que le ofrecen dichas técnicas. No solo eso, será quién de interpretar los resultados y adoptar decisiones compatibles con la continuidad de la actividad sin perjudicar al medio.

Finalmente, discutidos los aspectos relacionados con la sostenibilidad y los impactos del turismo, factores completamente relacionados con la responsabilidad social, cuestionamos ahora la aplicación de estas competencias en la práctica. Es decir, la cuestión didáctica/pedagógica de su implicación en las clases de turismo. Jacobi, Raufflet y Padovese de Arruda (2011), en

su investigación sobre la necesidad de inclusión de la sostenibilidad en los grados de empresariales en Brasil, afirman que los educadores desarrollan un papel estratégico en la inserción de la educación para la sostenibilidad, formando alumnado crítico ante la crisis socioambiental actual. Asimismo, utilizando las palabras de Jacobi (2005), los autores indican que los educadores pueden lograr transformar hábitos y prácticas sociales, formando una ciudadanía ambiental. Pero cabe la pregunta, ¿cómo el profesorado del Grado de Turismo puede incluir esa problemática en clases? En el próximo apartado se presentan algunas inferencias y propuestas de actuación para intentar un turismo sostenible, desarrollando, ya en la propia universidad, futuros profesionales sensibles a esta temática. Asimismo, impulsando comportamientos socialmente responsables desde la primera etapa de formación universitaria, y porque no, en los posgrados relacionados con la materia turística.

#### **IV. HACIA LA INTRODUCCIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD EN EL GRADO DE TURISMO**

La sostenibilidad como criterio básico e integrador puede fortalecer valores a partir de prácticas educativas contextualizadoras y problematizadoras, aportando a la formación una actitud acción-reacción-acción alrededor de problema ambiental (Jacobi, Raufflet y Padovese de Arruda, 2011). Además, los autores recuerdan que las instituciones de enseñanza superior no solo educan futuras generaciones, sino que desempeñan un importante papel en el desarrollo de un futuro global sostenible. En este mismo sentido, la

CRUE (2011) afirman que la educación superior es una herramienta importante para la solución de muchos problemas globales. Aun según la CRUE, el Grupo de Trabajo para la Calidad Ambiental y el Desarrollo Sostenible, creado en el 2002, tiene como propósitos, entre otros, trabajar cuestiones de sostenibilidad en la universidad. Asimismo, el grupo elabora directrices con el objetivo de que las universidades las lleven en consideración en el diseño y desarrollo de contenidos curriculares relacionados con este concepto.

Se puede ver en el documento de la CRUE una serie de medidas relacionadas con lo dicho anteriormente. Se recomienda, ejemplo: fomentar acciones de formación del profesorado que les capaciten para la inclusión de contenidos sobre sostenibilidad en sus asignaturas; fomentar acciones de educación en sostenibilidad no curricular que contemplen la formación del estudiantado, en forma de seminarios, jornadas, mesas de trabajo, *living labs*, aprendizaje y servicio, etc. que pueden sumar en créditos suplementarios del título; evaluar los trabajos de fin de grado, máster y tesis doctorales desde una perspectiva de la sostenibilidad. Aun así, nos gustaría detallar todavía más en cuanto a la introducción de esta preocupación hacia los impactos, la sostenibilidad y la responsabilidad social de las empresas.

En los últimos años hubo un cambio de paradigma en cuanto a la visibilidad de la problemática medioambiental. Por ejemplo, si bien es cierto que durante mucho tiempo la viabilidad de un negocio, producto o servicio se medía de una manera mayoritariamente económica, en los últimos años se

pasó a considerar otros aspectos más. Hoy día también ya se habla de la viabilidad medioambiental, por ejemplo. Con todo, ¿no sería positivo que en clases de turismo el profesorado incluyera esa variable en sus ejercicios prácticos con el alumnado? Es decir, será más positivo que nuestro alumnado vaya asimilando los conceptos relacionados con la responsabilidad social desde el primer contacto con la carrera.

En sus clases de marketing, ¿porque el profesorado no le demanda al alumnado diseñar campañas comerciales que utilicen elementos biodegradables? Cuando en sus ejercicios de clases haya la necesidad de que el alumnado contrate a un proveedor para suplir sus necesidades, ¿por qué no poner ejemplos de empresas que están preocupadas con el medio y reciclan, disminuyen o incluso cambian su modelo de negocio para contaminar menos? En clases de intermediación, el alumnado puede, además de aprender todo lo relacionado con la materia, entender también el impacto del turismo causado por los medios de transportes, el contacto con espacios vírgenes o las interacciones de los turistas con los autóctonos. También, se pueden crear voluntariados que promuevan la cultura de sostenibilidad en los cursos de turismo. Está claro que nuestra industria trabaja para hacer personas felices, o eso esperamos algunos que trabajamos en ella, pero el futuro profesional debe entender que sus actos pueden impactar en la continuidad del producto o incluso, del destino.

Además, los trabajos utilizados como base del aprendizaje, ya sean estudios de caso o trabajos prácticos de campo, deben fomentar la discusión de los impactos de

nuestro comportamiento: económicos, sociales o medioambientales. Incluir debates a respecto de la escasez de algunos bienes o del deterioro ocasionado por la sobreexplotación también es una manera de imbuir este pensamiento en la cabeza del alumnado. Es decir, no estamos hablando en este documento de una panacea o de algo jamás pensado. Concretamente se está discutiendo la necesidad de que tanto universidad como docencia deben buscar fomentar la presencia de los valores relacionados con la RS para lograr un compromiso con el medioambiente. Finalmente, si se confirman las proyecciones en la cantidad de turistas alrededor del planeta en los próximos años, lo que nos queda como profesionales y responsables de este sector es ser lo más consecuentes posible de nuestros actos. Con esto daremos un mejor uso a los recursos e intentaremos causar el menor impacto negativo en el medioambiente y en la sociedad. Por ello, los docentes, que desempeñamos un gran papel como formadores de opinión, tendremos una de responsabilidad muy grande en el cambio de paradigma hacia la sostenibilidad.

Finalmente, si se busca una sociedad más justa y equitativa, en el Grado de Turismo también se podrá actuar hacia la implementación de una carrera más concienciada con estos temas. Sería positivo poder relacionar estos aspectos con todas las asignaturas de la carrera, trabajando el aspecto desde una visión normalizada. Es decir, probablemente sería bastante efectivo trabajar elementos transversales en las materias, aunque no tengan relación directa con el qué hacer de la disciplina. Es decir, incluir la perspectiva de género, la accesibilidad o inclusión de co-

lectivos con diversidad funcional no debería ser una materia de la carrera. Simplemente debería ser que las universidades y el cuerpo docente utilizaran un lenguaje más inclusivo en sus materiales y clases. Igualmente, de una manera aún más práctica, poner ejemplos o estudios de caso, donde se consideren todas las necesidades que los distintos colectivos puedan tener. Es decir, tanto los recursos humanos como los clientes del sector turístico deberán ser considerados en el diseño de propuestas pedagógicas. Quizás es aquí donde reside el cambio de paradigma hacia una sociedad más igualitaria, donde se considerarán no sólo el impacto económico, social y ambiental desde la teoría, sino también que se trabajará la repercusión real de los actos del profesional desde una perspectiva más práctica.

## BIBLIOGRAFÍA

- BLACKBURN, W. R. (2007): *The sustainability handbook: the complete management guide to achieving social, economics and environmental responsibility*, London: Earthscan.
- CARO GONZÁLEZ, F. J., CASTELLANOS VERDUGO, M. y MARTÍN ROJO, I. (2007). *Propuesta de una escala de medición de la responsabilidad social corporativa (RSC) en la actividad turística* en Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro (CALVO, J. C. A. coord.), Universidad de la Rioja, pp. 2621-2632.
- BÉLGICA. COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2001): *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruxelles: European Commission CSR.
- ESPAÑA. CRUE COMITÉ EJECUTIVO DEL GRUPO DE TRABAJO DE CALIDAD AMBIENTAL Y DESARROLLO SOSTENIBLE (2011): *Directrices para la introducción de la Sostenibilidad en el Curriculum*. Revisión

- aprobada en sesión Plenaria CADEP en la Universidad de Zaragoza el día 17/06/2011. Disponible en [http://www.crue.org/Documentos%20compartidos/Declaraciones/Directrices\\_Sostenibilidad\\_Crue2012.pdf](http://www.crue.org/Documentos%20compartidos/Declaraciones/Directrices_Sostenibilidad_Crue2012.pdf) último acceso en 26/11/2017.
- CUETO CEDILLO, C. y DE LA CUESTA GONZÁLEZ, M. (2017): *La Administración Pública de la Responsabilidad Social Corporativa*, España: Coedición UNED y Editorial 3Ciencias.
- FONT, X. et al. (2012): *Corporate social responsibility: The disclosure-performance gap*. En: *Tourism Management*, Vol. 33. nº 6, pp. 1544-1553.
- FONT, X., GARAY, L. y JONES, S. (2016): *Sustainability motivations and practices in small tourism enterprises in European protected areas*. En: *Journal of Cleaner*
- JACOBI, P. R., RAUFFLET, E. y PADOVESE DE ARRUDA, M. (2011): *Educação para a sustentabilidade nos cursos de administração: reflexão sobre paradigmas e práticas*. En: *RAM Revista de Administração Mackenzie*, Vol. 12. nº 3, pp. 21-50.
- JACOBI, P. R. (2005): *Educação ambiental: o desafio da construção de um pensamento crítico, complexo e reflexivo*. En: *Revista Educação e Pesquisa FE-USP*, Vol. 31. nº 2, pp. 302-313production, Vol. 137. nº. 20, pp. 1439-1448.
- MAJÓ, J. COORD. (2004): *Libro Blanco para el Título de Grado en Turismo*. ANECA.
- PERRINI, F., POGUTZ, S. y TENCATI, A. (2006): *Corporate social responsibility in Italy: state of the art*. En: *Journal of Business Strategies*; Spring; 23, 1.
- PICORNELL, C. (1993): *Los impactos del turismo*. En: *Papers de Turisme*, Vol. 11, pp. 65-91.
- RAUFFLET, E., LOZANO, J. F., BARRERA, E. y GARCÍA DE LA TORRE, C. (2012): *Responsabilidad Social Empresarial*, Naucalpan de Juárez: Editora Pearson.
- SOUZA, C. A., SOARES, J. R. R. y SÁNCHEZ FERNÁNDEZ, M. D. (2016): *Motivaciones para acciones de RSE en resorts en Brasil*. En: *Revista de Estudios Empresariales*. Segunda época. Nº 2, pp. 32-54. DOI: 10.17561/ree.v0i2.3173

