

Responsabilidad social empresarial y sostenibilidad desde las prácticas empresariales del sector turismo: una revisión de literatura metanarrativa

 Jhonathan Alejandro Zapata-Castañeda*

 Laura Alejandra Giraldo-Castañeda**

 Martha Lucía García-Londoño***

 Diego Fernando Cruz-Rincón****

Fecha de recepción: 31 de octubre de 2024

Fecha de aceptación: 12 de septiembre de 2025

Para citar este artículo: Zapata-Castañeda, J. A., Giraldo-Castañeda, L. A., García-Londoño, M. L., & Cruz-Rincón, D. F. (2026). Responsabilidad social empresarial y sostenibilidad desde las prácticas empresariales del sector turismo: Una revisión de literatura metanarrativa. *Universidad y Empresa*, 28(50), 1-35. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.14993>

Resumen

La responsabilidad social empresarial (RSE) y la sostenibilidad son aspectos esenciales en el sector turismo, ya que implican un equilibrio económico, social y ambiental para el sostenimiento de los destinos y el bienestar de las comunidades. Sin embargo, persiste una desconexión entre lo que se sabe y se hace, y ello afecta el bienestar común. **Objetivo:** comprender las concepciones de sostenibilidad y RSE en el sector turismo a partir de una revisión metanarrativa de la literatura, con el fin de responder al interrogante: ¿cómo han evolucionado dichos conceptos en el turismo y hacia qué dimensión se da mayor prioridad? **Metodología:** estudio empírico analítico y exploratorio, con un enfoque cualitativo, bajo las directrices del protocolo de revisión de literatura RAMESES. **Resultados principales:** se encontró que existe gran inte-

* Universidad La Gran Colombia (seccional Armenia, Colombia). Correo electrónico: zapatacasjhonathan@miugca.edu.co

** Universidad La Gran Colombia (seccional Armenia, Colombia). Correo electrónico: giraldocaslaura@miugca.edu.co

*** Universidad La Gran Colombia (seccional Armenia, Colombia). Correo electrónico: garcialonmartha@miugca.edu.co

**** Universidad La Gran Colombia (seccional Armenia, Colombia). Correo electrónico: diegofcruz@gmail.com

res en investigaciones de sostenibilidad y RSE relacionadas con la dimensión social y ambiental; pero la dimensión económica es la que prima por encima de las demás. **Conclusión:** ambos términos se han fragmentado a lo largo del tiempo, llevando a que no exista una definición clara y concisa, y que esté bien cualquier definición que se tenga.

Palabras clave: análisis de contenido; investigación cualitativa; medio ambiente; agente interesado; competitividad.

Corporate Social Responsibility and Sustainability from the Corporate Practices of the Tourism Sector: A Meta-Narrative Literature Review

Abstract

Corporate social responsibility (CSR) and sustainability are essential aspects in the tourism sector, given that they entail an environmental, social and economic balance for sustaining the destinations and the wellbeing of the communities. However, there is a lack of connection between knowledge and practice, which has repercussions in the common wellbeing. **Objective:** To understand the concepts of sustainability and CSR in the tourism industry, based on a meta-narrative review of the literature, so as to answer the question: how have said concepts evolved in the tourism industry, and which dimension is prioritized? **Methodology:** The research was conceived as an analytical and exploratory study, with a qualitative approach, under the guidelines of the RAMESES literature review protocol. **Key findings:** It was found that there is great interest in sustainability research and CSR related to the social and environmental dimensions, but the economic dimension takes precedence over the others. **Conclusion:** Both terms have become fragmented over time, which has prevented the establishment of a clear and precise definition and has, in turn, led to the acceptance of almost any definition.

Keywords: content analysis; qualitative research; environment; interested agent; competitiveness.

Responsabilidade social empresarial e sustentabilidade nas práticas do setor de turismo: uma revisão metanarrativa da literatura

Resumo

A responsabilidade social empresarial (RSE) e a sustentabilidade são elementos centrais no setor de turismo, pois exigem equilíbrio entre as dimensões econômica, social e ambiental, a fim de preservar os destinos e garantir o bem-estar das comunidades. No entanto, percebe-se uma lacuna entre o conhecimento teórico e as práticas efetivas, o que impacta o bem-estar coletivo. **Objetivo:** analisar as concepções de sustentabilidade e RSE no turismo por meio de uma revisão metanarrativa da literatura, buscando responder à seguinte questão: como esses conceitos evoluíram no setor e qual dimensão tem sido priorizada? **Metodologia:** a investigação adotou uma abordagem qualitativa, de caráter empírico, analítico e exploratório, seguindo as diretrizes do protocolo RAMESES. **Principais resultados:** indicam forte interesse em pesquisas voltadas às dimensões social e ambiental, embora a dimensão econômica se destaque como predominante. **Conclusão:** os conceitos de RSE e sustentabilidade permanecem fragmentados, sem uma definição única e concisa, o que permite diferentes interpretações.

Palavras-chave: análise de conteúdo; pesquisa qualitativa; meio ambiente; grupo de interesse; competitividade.

Introducción

En los últimos años, la responsabilidad social empresarial (RSE) y la sostenibilidad en el sector turismo han ocupado un espacio importante de discusión; esto cobra relevancia al ser este uno de los sectores más dinámicos y con gran crecimiento en el mundo. El abordaje de estas perspectivas ha permitido comprender y conocer las responsabilidades de las empresas turísticas en relación con sus prácticas, de las cuales se espera que deben ir más allá de los límites legales para contribuir al bienestar de la sociedad. No obstante, a pesar de que existen diversos teóricos, organismos e instituciones que respaldan y divulgan dichos conceptos, hay vacíos y lagunas en el conocimiento que obstaculizan una apropiación y aplicación más efectiva de estos términos en el sector y que han dado lugar a que estos vacíos no solo se manifiesten en la conceptualización, sino que trascienden al ejercicio práctico. De esta manera, aunque se reconozca la relevancia de la sostenibilidad y la RSE en el sector, sus enfoques y definiciones tienden a variar a través del tiempo, ocasionando interpretaciones que pueden carecer de coherencia práctica para su respectiva aplicación.

En su gran mayoría, las empresas turísticas asumen iniciativas que promueven la RSE y la sostenibilidad, al asociar dichos conceptos con el rendimiento económico y la reputación de marca (Hughes & Scheyvens, 2016); pero también generan desequilibrios en la concepción sobre el marco de la triple cuenta del desarrollo sostenible. En esta línea, académicos e interesados en el tema advierten que la RSE y la sostenibilidad están en constante cambio y se ajustan a las realidades (Peña-Miranda et al., 2021) de cada sector o industria (Guédez, 2010), junto a las necesidades ambientales, sociales y compromiso que tiene cada organización frente a la apropiación y aplicación de estos conceptos (Font et al., 2016). Sin embargo, Lee et al. (2018) aseguran que la ejecución exitosa de la RSE y la sostenibilidad está estrechamente vinculada con el contexto en el que opera cada empresa. Ello, en últimas, revela un sinfín de concepciones generalizadas que no distinguen la industria a la cual se atribuyen. Por ello, en esta investigación se aboga por la apropiación y el acercamiento conceptual de la RSE y la sostenibilidad únicamente en el sector turismo. Se parte de que todos los sectores e industrias presentan particularidades y comportamientos ajenos al sector turismo (Wells et al., 2015) en el desarrollo de dichos conceptos.

Los planteamientos que se presentan sobre la RSE y la sostenibilidad han tenido una trayectoria conceptual bastante extensa, que se puede entender de manera diferente de acuerdo con el contexto y concepto que se tenga de estas (Van Marrewijk, 2003). Desde los diferentes teóricos, antecedentes y referentes del tema, se abordan los constructos centrales de cada uno. Frederick (1986) afirma que “la idea fundamental de la responsabilidad social empresarial es que las corporaciones comerciales tienen la obligación de trabajar para el mejoramiento social” (pp. 130 y 131); en este mismo sentido, Berger (2007, citado por Akanpaadgi, 2023) manifiesta que las

[...] empresas integran las preocupaciones sociales, ambientales y económicas en sus valores, cultura, toma de decisiones, estrategia y operaciones de manera transparente y responsable y por lo tanto, establecen mejores prácticas dentro de la empresa, crean riqueza y mejoran la sociedad. (p. 139)

Por otro lado, Carroll (1979) subraya que “para que una definición de responsabilidad social abarque completamente toda la gama de obligaciones que una empresa tiene con la sociedad, debe incorporar las categorías económicas, legales, éticas y discrecionales del desempeño empresarial” (p. 499). Seguidamente, Freeman (1984, citado en Acuña, 2014, p. 54) expresa la necesidad de no solo responder por los intereses de los accionistas, sino también velar por el resto de los *stakeholders* que afectan o son afectados por la operación de la empresa. También, la Corporate Sustainability and Responsibility (2025) asevera que las empresas pueden ser socialmente responsables si logran “integrar las preocupaciones sociales, ambientales, éticas, de los consumidores y de los derechos humanos en su estrategia y operaciones comerciales” (párr. 5). Posteriormente, se sitúa la sostenibilidad con su definición más reconocida en el *Informe Brundtland*, donde se declara que “es aquel que satisface las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (Xercavins et al., 2015, pp. 76 y 77).

Todos estos fundamentos permitieron plantearse el siguiente interrogante que guio esta investigación: ¿cómo han evolucionado dichos conceptos en el turismo y hacia qué dimensión se da mayor prioridad? Para resolver lo planteado, el objetivo de este artículo es entender la concepción de la RSR y la sostenibilidad desde las prácticas empresariales en el sector turismo, a partir de una revisión a la literatura metanarrativa, bajo el análisis documental, con el propósito

de conocer y caracterizar los puntos de encuentro teóricos y las brechas en la ruptura de los conceptos con su respectiva descripción en las dimensiones económica, social, ambiental y legal.

La investigación se desarrolló bajo el método y los principios de la revisión metanarrativa, según los criterios del estándar de publicación RAMESES. Esto permitió tener mayor comprensión y claridad de las temáticas abordadas en esta investigación, a partir de establecer los criterios para el análisis de los diferentes enfoques que se han tenido en materia de RSE y sostenibilidad en el sector, sintetizando las perspectivas en los diferentes hallazgos encontrados, para posteriormente ofrecer una comprensión más cohesiva e integral en el área de estudio (Wong et al., 2013).

El artículo se estructuró de la siguiente forma: se proporciona un resumen integral de todo el estudio; seguidamente, en la introducción se ofrece un contexto general y establece el enfoque del artículo; en el método se detalla el abordaje metodológico desarrollado en el estudio; en los resultados se presentan los hallazgos principales; en la discusión se analizan e interpretan los resultados del estudio, y, por último, se sitúan las conclusiones, que sintetizan los diferentes hallazgos encontrados y sus implicaciones.

Método

Esta investigación se dio a partir de un estudio empírico, analítico y exploratorio, con un enfoque cualitativo, que pretendió conocer, desde una revisión de literatura, aquellos fenómenos que suscitan la RSE y la sostenibilidad en el sector turismo, y a su vez, entender las interpretaciones y significados que los diferentes actores del sector atribuyen a sus actividades, procesos y dinámicas subyacentes. Para comprender el enfoque utilizado es importante mencionar lo planteado por Blúmer (1969, citado en Bogdan y Taylor, 1987): “los métodos cualitativos nos permiten permanecer próximos al mundo empírico. Están destinados a asegurar un estrecho ajuste entre los datos y lo que la gente realmente dice y hace” (p. 21). Además, Corbin y Strauss (2008) destacan la importancia de los métodos cualitativos para la construcción de teorías; para ello es necesaria la alineación de los datos empíricos y las experiencias de los participantes, a fin de comprender las percepciones de los actores involucrados, teniendo como resultado una comprensión profunda de la realidad.

Para la revisión de literatura se siguió un enfoque metanarrativo, el cual permitió comprender los vacíos teóricos alrededor de los términos y prácticas en el turismo y cómo se perciben desde la fundamentación como una respuesta pragmática a la revisión de la literatura en materia de RSE, sostenibilidad y prácticas turísticas (Wong et al., 2013). Además de lo anterior, este enfoque combinó la comprensión conceptual a partir de los abordajes cuantitativos y cualitativos que se hacen, lo que creó la capacidad de comprender críticamente los enfoques actuales con juicios integrales y rigurosos (Batbaatar et al., 2015). Es decir, la revisión de literatura metanarrativa se ajusta al estudio, al integrar múltiples perspectivas y proporcionar una visión completa del tema.

En línea con lo anterior, se siguió el protocolo de publicación de revisión de literatura metanarrativa RAMESES. De acuerdo con Wong et al. (2013), el paso inicial para este abordaje se da a partir un proceso exploratorio de “mapeo del territorio”, donde cada investigador puede explorar las áreas pertinentes según el objeto de estudio, empleando métodos no estructurados para garantizar una cobertura amplia y diversa en la búsqueda documental. Por lo anterior, a fin de mostrar los pasos que se siguieron en esta revisión, se presentan dos elementos: diseño de la revisión y realización de la revisión (Snyder, 2019).

Diseño de la revisión

Para la búsqueda de documentos, se desarrolló una indagación iterativa entre el 1 de mayo y el 1 de julio de 2024 en tres bases de datos bibliográficas reconocidas por su amplia cobertura y trayectoria internacional en estudios de calidad científica: Scopus, EBSCOhost y DOAJ. La exploración se hizo por medio de términos de búsqueda específicos que se determinaron a partir de *Science Direct Topics*. De allí que, para la búsqueda en Scopus, se estableció la siguiente ecuación de búsqueda: (“sustainability”) OR (“sustainable development”) AND (“corporate social responsibility”) OR (“CSR”) AND (“tourism”) OR (“tourism sector”). En la búsqueda inicial se encontraron 340 documentos, y a partir de ahí se realizaron cinco filtros: tipo: artículos; temporalidad: desde 2013 hasta 2023; áreas de interés: ciencias sociales y negocios, gestión y contabilidad; idioma: inglés y español, y documentos de acceso abierto. Como resultado de este filtro quedaron 77 artículos de esta base de datos.

Por otro lado, para la búsqueda en DOAJ, se determinó la siguiente ecuación de búsqueda: (“desarrollo sostenible”) OR (“responsabilidad social empresarial”) AND (“turismo”). De la búsqueda inicial, se tomaron 135; solo en español, sin que se aplicara ningún filtro adicional. La búsqueda quedó entonces con los años predeterminados de la base de datos (2011-2024). Seguidamente, para la exploración en EBSCOhost se empleó el mismo patrón de búsqueda utilizado en DOAJ, con la excepción de que fue en inglés, que arrojó así un total de 194 artículos. En dicha búsqueda, se aplicaron filtros para asegurar que estos fueran publicaciones académicas y que estuvieran publicados entre 2013 y 2023. De esta totalidad, solo se consideraron 109 artículos, ya que el resto estaban repetidos y la misma base de datos los eliminó. No obstante, cabe mencionar que en ninguna de las tres búsquedas en las bases de datos se utilizaron las palabras *concepción* y *prácticas*, pues al utilizarlas, estas no se evidenciaban en los títulos, palabras clave ni resúmenes. Seguidamente, para la emisión de los juicios de inclusión y exclusión de los artículos, se tuvieron en cuenta las siguientes apreciaciones (tabla 1). Sin embargo, para llevar a cabo este proceso de forma objetiva, se revisaron los títulos, resúmenes y palabras clave de cada uno los artículos analizados, para su debida inclusión o exclusión.

Tabla 1. Criterios de inclusión y exclusión

Criterios de inclusión	Criterios de exclusión
Estudios que aborden la sostenibilidad y la responsabilidad social empresarial en el sector turismo	Artículos que no abordaran directamente la sostenibilidad o la RSE en el sector turismo
Artículos que evidencien prácticas turísticas relacionadas con la sostenibilidad y la RSE en el turismo	Estudios que se centraran en sectores o industrias no relacionadas con el sector turismo

Estos juicios fueron pertinentes en la selección y valoración, puesto que principalmente se abordaron estudios estrechamente relacionados con la sostenibilidad y la RSE en el sector turismo, ya que estos son los enfoques principales del estudio, lo cual va alineado con el objetivo general y el interrogante planteado. De este modo, esta decisión se da por la necesidad de obtener una visión integral específicamente en el turismo y evitar enfoques diferentes respecto a la dispersión del tema.

Realización de la revisión

Para extraer datos o información de los documentos seleccionados, se empleó una matriz de selección en el programa de Microsoft Excel, la cual contenía los siguientes elementos: número del artículo, nombre del artículo, base de datos, año de publicación, tipo de artículo, país de investigación, nombre de la revista, autores, palabras clave, objetivo general, marco conceptual o teórico, tipo de investigación, instrumentos, unidades de análisis y *software* de procesamiento. Esto, a fin de conocer en detalle la información más relevante entre los artículos y establecer similitudes y diferencias entre las investigaciones sobre la RSE y la sostenibilidad en el sector turismo. Así, esta matriz ayudó a considerar cada uno de los componentes clave, aumentando el rigor y exhaustividad de la revisión narrativa (Tranfield et al., 2003).

Posteriormente, se llevó a cabo un análisis de contenido, el cual se fundamentó en la perspectiva sugerida por Bardin (1996), caracterizada por un conjunto de técnicas sistemáticas de análisis de comunicaciones, destinadas al tratamiento de la información incluida en los mensajes, donde el análisis no se limita al contenido, sino que tiene en cuenta el *continente* (Bardin, 1996, p. 24). En este sentido, dicha técnica, no solo se enfoca en el contenido manifiesto, sino que también abarca el modo en que se transmite la información, lo que permite una interpretación más profunda del mensaje y la inferencia de las intenciones implícitas del emisor. Para ello, se identifica una unidad de registro, que corresponde al segmento de contenido que será considerado como la unidad base de la categorización, donde se realiza la descomposición de la comunicación para que el análisis sea válido, limitado a nivel semántico como el *tema*, pues es lo que se busca en el mensaje comunicativo; y se establece una *dirección* como regla de enumeración de carácter cualitativa, para demostrar la comprensión de lo que el hablante dice sobre el tema (Bardin, 1996, pp. 78-84).

De este modo, la técnica contribuyó a desglosar el contenido de los autores en cada artículo y a facilitar la agrupación de los datos en *categorías*, las cuales posteriormente revelaron temas comunes (Bardin, 1996; Kalpokaite & Radivojevic, 2021). Ahora bien, existe la posibilidad de que un autor aborde diferentes direcciones en su investigación, lo que genera una variedad de ocurrencias en las direcciones analizadas. Eventualmente, esta *ambivalencia* se manifiesta, ya que la información puede ocupar simultáneamente dos o más direcciones diferentes, debido a que el tema de la categoría está tan definido dentro

un modelo que, por naturaleza, siempre incluye los tres componentes mínimos de la triple cuenta: económico, social y ambiental. Según Bardin (1996, p. 84), la ambivalencia en los datos es una posibilidad inherente al análisis, lo que facilita una comprensión más profunda y compleja de las múltiples dimensiones que los autores pueden presentar dentro de las subcategorías. Para identificar tanto la unidad de registro como la regla de enumeración dentro de los datos de la investigación, se usaron los siguientes datos de la matriz de análisis: objetivo, marco conceptual o teórico, método, resultados, discusión y conclusiones.

Resultados

En esta sección, se muestra el diagrama de flujo de documentos (figura 1), la tendencia de publicaciones, las categorías, las subcategorías y los autores que hablan al respecto de las subcategorías. Como resultado de este, en la búsqueda inicial se obtuvieron un total de 321 artículos combinados, que terminaron siendo 77 después de encontrar artículos duplicados y títulos irrelevantes, de los cuales solo quedaron 50 artículos después de leer los resúmenes y descartar los no relacionados. En este sentido, 33 son fueron investigaciones empíricas y 17 de reflexión.

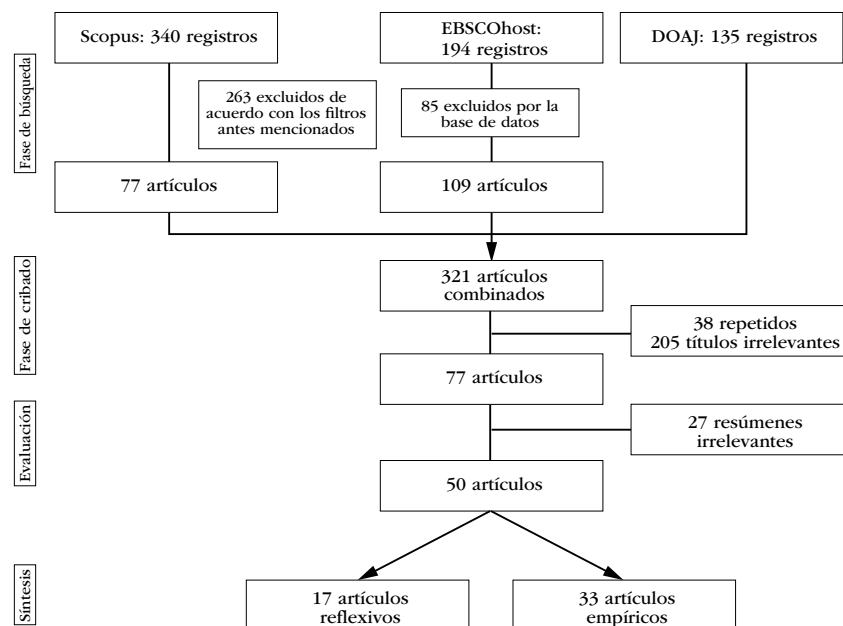


Figura 1. Flujo de los documentos analizados

Fuente: elaboración propia.

Asimismo, la búsqueda y el análisis de la información evidencia que el tema de estudio se encuentra en auge, ya que a través de la evolución ha experimentado un crecimiento e interés académico. A partir de la figura 2 se muestra que existe una tendencia creciente en la temática de investigación y publicaciones respecto al tema, lo que promete ser un campo en desarrollo para estudios científicos desde diferentes perspectivas.

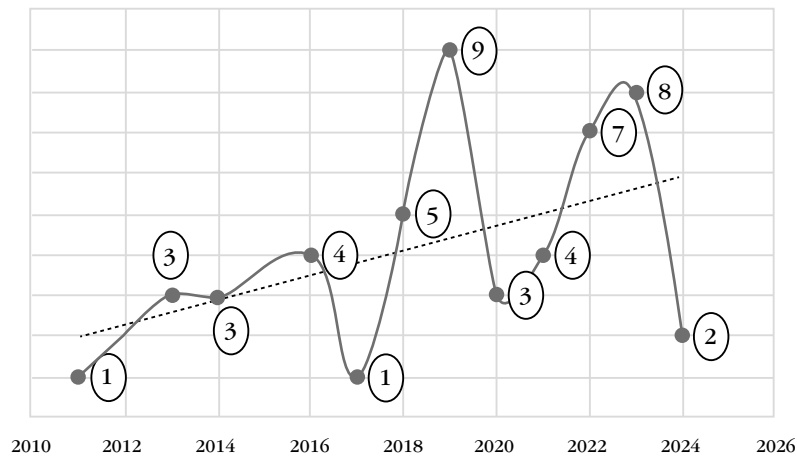


Figura 2. Tendencia de publicaciones

Fuente: elaboración propia.

Seguidamente, se tienen las categorías y direcciones extraídas a partir de la técnica de análisis de contenido (Bardin, 1996), de la categoría de RSE, tal y como se evidencia en la tabla 2. De ahí que las categorías definidas sean: RSE social, RSE económica, RSE ambiental y RSE legal. De la primera y segunda categorías de identificaron en los documentos seis direcciones; de la tercera, cinco, y de la última, dos. Se entiende que cada dirección representa aspectos específicos que los autores están abordando, y su estudio en conjunto permite identificar tendencias, divergencias o vacíos en la investigación; además, se puede evidenciar que existe una inclinación mayor en la dirección social, pero de la dirección legal se habla muy poco.

Tabla 2. Categorías y direcciones de la responsabilidad social empresarial

Categorías	Direcciones	Autores
RSE social	- Relación ética y transparente con los <i>stakeholders</i>. - Iniciativas comunitarias y apoyo a la población local. - Atracción y empleabilidad de la población local. - Bienestar y valor compartido. - Compromiso ético y responsabilidad social. - Equidad, justicia y protección de derechos humanos.	Yoopetch et al. (2023); Madanaguli et al. (2022); Khan et al. (2022); Babakhani et al. (2019); Peña-Miranda et al. (2019); Gligor-Cimpoieru et al. (2017); Flores-Ruiz et al. (2016); García et al. (2024); Vergara y Carbal (2014); Wojtarowski et al. (2016); Font y Lynes (2018); Melissen et al. (2018); Meng et al. (2024); Hatipoglu et al. (2019); Sánchez-Camacho et al. (2022); Hughes y Scheyvens (2016); Camilleri (2020); Vinayavekhin et al. (2023); Camilleri (2022a); Mejía y Ortiz (2020); Franzoni y Avellino (2019); Nworie y Obiora (2018); Del Baldo (2018); Soundararajan et al. (2022); Hassan et al. (2020); Valdivieso (2019); Narváez y Fernández (2013); Wojciechowska-Solis et al. (2016); Moliner-Tena et al. (2023); Pérez y del Bosque (2014).
RSE económica	- Mejora en la rentabilidad y rendimiento financiero. - Mejora en la reputación e imagen corporativa. - Inversión a largo plazo y desarrollo económico. - Reducción de costos y aumento de ganancias. - Publicidad, marca y sostenibilidad. - Competitividad a través de cooperación y alianzas.	Madanaguli et al. (2022); Peña-Miranda et al. (2021); Peña-Miranda et al. (2019); Abaeian et al. (2019); Kong et al. (2019); Velázquez-Castro et al. (2023); Fernández y Cuadrado (2011); Folgado-Fernández (2023); Camilleri (2020); Liu et al. (2023); Hassan et al. (2020); Martín y Gaspar (2008).
RSE ambiental	- Promoción de buenas prácticas turísticas. - Alineación de estrategias RSE con objetivos ecológicos. - Sensibilización y educación ambiental. - Informes de sostenibilidad y transparencia. - Comportamiento ecológico y prácticas sostenibles.	Çelik y Çevirgen (2021); Moneva et al. (2019); Yang et al. (2019); Peña-Miranda et al. (2019); Velázquez-Castro et al. (2023); Peña-Miranda y Serra et al. (2013); Meng et al. (2024); Camilleri (2020); Pérez y del Bosque (2014).
RSE legal	- Normas y estándares internacionales. - Más allá del cumplimiento de la ley.	Castro y Marrugo-Salas (2018); Mejía y Ortiz (2020).

Fuente: elaboración propia.

Por otro lado, en la tabla 3 se tienen las categorías y direcciones de la sostenibilidad. Se definieron las mismas categorías, empleadas en la RSE: sos social, sos económica, sos ambiental y sos legal. Dichas categorías tuvieron una cuantía diversa respecto a las direcciones 3, 5, 6 y 1,

respectivamente. Existe mayor predominancia por parte de las categorías sos ambiental y sos económica, y la que menos predomina es la legal. Esto, porque la mayoría de los artículos que hablaban de la categoría lo asociaban directamente con el impacto ambiental y cuidado de los recursos naturales y el medio ambiente.

Tabla 3. Categorías y subcategorías de la sostenibilidad

Categorías	Direcciones	Autores
sos social	- Promover cambios en el comportamiento de los consumidores - Implementación de sistemas alternativos de producción y consumo - Abordar desafíos de sostenibilidad mediante nuevas tecnologías	Han (2021); Velázquez-Castro et al. (2023); Vinayavekhin et al. (2023); Camilleri (2022b)
sos económica	- Crecimiento económico turístico - Reducción de costos operativos y mejora en la competitividad - Rendición de riesgos para mejorar la sostenibilidad a largo plazo - Aprovechamiento de economías de escala - Compartir tecnologías y know-how para prácticas sostenibles	Yang et al. (2019); Del Baldo (2018); Liu et al. (2023); Soundararajan et al. (2022); Martín y Gaspar (2008)
sos ambiental	- Prácticas sostenibles en la industria y uso eficiente de recursos - Preservación del medio ambiente y protección de recursos naturales - Gestión de residuos, reciclaje y logística verde - Innovación y tecnología verde para reducir la degradación ambiental - Conservación de agua, energía y compras verdes - Informes de sostenibilidad y protección del patrimonio natural y cultural	Madanaguli et al. (2022); Khan et al. (2022); Çelik y Çevirgen (2021); Babakhani et al. (2020); Yang et al. (2019); Gligor-Cimpoieru et al. (2017); Flores-Ruiz et al. (2016); García et al. (2024); Vergara y Carbal (2014); Martínez-Martínez et al. (2022); Sánchez-Camacho et al. (2022); Dumitru y Gavrila (2014); Vinayavekhin et al. (2023); Camilleri (2022b); Franzoni y Avellino (2019); Nwokorie y Obiora (2018); Del Baldo (2018); Liu. et al. (2023); Khatter et al. (2019)
sos legal	Normativa y ética	Pérez y del Bosque (2014)

Fuente: elaboración propia.

Desde la sostenibilidad se refleja un pensamiento transversal entre diferentes autores, quienes tienden a agruparse dentro de las mismas direcciones. Seguidamente, se ha encontrado que muchos de los artículos que discuten la sostenibilidad lo hacen desde

la perspectiva de la RSE, donde la parte ambiental se considera directamente relacionada con la sostenibilidad y, a su vez, con las prácticas sostenibles. Sin embargo, esta relación no es del todo apropiada, ya que los temas ambientales mencionados en la RSE suelen ser requisitos mínimos dentro de la triple cuenta, propio de sus políticas corporativas, por lo que no se aborda la sostenibilidad como una categoría independiente. En consecuencia, la subcategoría ambiental es la más tratada; mientras que la económica se posiciona por encima de la social, lo cual es preocupante en el contexto del sector turismo, donde debería priorizarse el bienestar de las comunidades y los *stakeholders*. Sin embargo, esta tendencia hacia lo económico, aunque puede ser vista como una oportunidad para mejorar la imagen y la rentabilidad, sugiere una falta de atención a los aspectos sociales que son cruciales para un desarrollo sostenible integral.

Con base en las categorías trabajadas, es importante destacar a los autores que se enfocan únicamente en la categoría de RSE: Yoopecth et al. (2023); Madanaguli et al. (2022); Khan et al. (2022); Babakhani et al. (2019); Peña-Miranda et al. (2019); Gligor-Cimpoieru et al. (2017); Ruiz et al. (2016); García et al. (2024); Vergara y Carbal (2014); Wojtarowski et al. (2016); Font y Lynes (2018); Melissen et al. (2018); Meng et al. (2024); Hatipoglu et al. (2019); Sánchez-Camacho et al. (2022); Hughes y Scheyvens (2016); Camilleri (2022a); Vinayakehin et al. (2023); Camilleri (2022b); Mejía y Ortiz (2020); Franzoni y Avellino (2019); Nwokorie y Obiora (2018); Del Baldo (2018); Soundararajan et al. (2022); Hassan et al. (2020); Valdivieso (2019); Narváez y Fernández (2013); Wojciechowska-Solis et al. (2016); Moliner-Tena et al. (2023); Pérez y del Bosque (2014); Peña-Miranda et al. (2019); Abaeian et al. (2019); Kong et al. (2019); Velázquez-Castro et al. (2023); Fernández y Cuadrado (2011); Folgado-Fernández (2023); Peña-Miranda et al. (2021); Liu et al. (2023); Martín y Gaspar (2008); Çelik y Çevirgen (2021); Moneva et al. (2019); Yang et al. (2019); Peña-Miranda y Serra (2013), y Castro y Marrugo-Salas (2018). Asimismo, se destacan los autores que se enfocan únicamente en la categoría de sostenibilidad: Han (2021); Martínez-Martínez et al. (2022); Dumitru y Gavrilă (2014); Vinayavekhin et al. (2023), y Khatter et al. (2019).

Discusión

Con base en los hallazgos encontrados en las categorías y direcciones, es pertinente establecer cómo se desenvuelven los autores respecto a las categorías correspondientes; por ello, se han establecido cuatro ejes de discusión en esta sección. Inicialmente, se parte del papel que desempeña el aspecto “legal” en la dimensión ambiental de la categoría RSE; seguidamente, se habla del papel de lo “legal” y la priorización de lo “económico” en la dimensión social y ambiental de la sostenibilidad. Además, se aborda el sentido de la dimensión social en el desarrollo de la RSE y, finalmente, el sentido de la dimensión ambiental en el desarrollo de la sostenibilidad.

El papel de lo “legal” en la dirección ambiental de la responsabilidad social empresarial

Partiendo de las direcciones “normas y estándares internacionales” y “más allá del cumplimiento de la ley”, se presentan indicaciones sobre la necesidad de aplicar métodos coercitivos en los destinos turísticos, a fin de salvaguardar los ecosistemas y recursos naturales y proteger estas áreas de cualquier incidente proveniente de acciones carentes de responsabilidad. Ahora bien, si no existieran normativas, políticas o legislaciones en materia del cuidado ambiental, los problemas, los incidentes o las afectaciones serían mayores, teniendo en cuenta los efectos secundarios que se pueden desarrollar en el entorno de las comunidades.

Además, existe gran variedad de normativas obligatorias que deben cumplir los empresarios prestadores de servicios turísticos; pero, desde esta perspectiva, el solo cumplir con lo mínimo establecido en la normatividad, no es lo suficientemente válido para aplicar una RSE en el sector turismo. Por esto, en el sentido de dichas direcciones, Castro y Marrugo (2019) demuestran que la categoría legal se puede ver influenciada desde dos perspectivas o niveles: el proactivo y el reactivo. El primero hace hincapié en la capacidad de poder innovar en pro de la preservación y prevención de la contaminación y una activa presencia con acciones inmediatas para la transformación de las actividades operativas, desarrollando más actividades de las que están estipuladas en las normatividades. En su

lugar, el segundo solo se orienta hacia la preocupación del cuidado del medio ambiente, cumpliendo con lo mínimo necesario sin ninguna iniciativa adicional.

Asimismo, se hace hincapié en que la categoría “legal” presenta mayor relación con la dimensión ambiental, que con la económica y la social, puesto que existe mayor importancia por parte de entidades a la promoción del cuidado del medio ambiente y de los recursos naturales, que a través de normativas manifiestan los requisitos que se deben de cumplir para un cuidado respetuoso, lo que implica realizar acciones más que voluntarias. En este mismo sentido, Mejía y Ortiz (2023) expresan que las empresas deben ir más allá de las normativas para ofrecer productos o servicios de calidad, siempre y cuando se hagan bajo procesos rigurosos y se prime el valor de lo ambiental sobre cualquier otra dimensión, demostrando siempre el respeto hacia el medio ambiente, ecosistemas y hábitats naturales. Además, no viendo la normativa como una obligación, sino como una parte integral de la gestión estratégica.

Desde una perspectiva diferente de la dimensión ambiental, McWilliams y Siegel (2001) mencionan que se deben de promover acciones que vayan más allá de los intereses de la empresa y de lo que exige la ley, es decir, ir más allá de todas las acciones que estén bajo órdenes o juicios legales. Por otro lado, Andrade y de la Cruz manifiestan que el cumplimiento de lo legal no se trata de una práctica voluntaria, sino un hecho con obligación de cumplir, expresando que su

[...] cumplimiento no se trata de un asunto de buena voluntad o una práctica ética. Más bien es una herramienta y estrategia capaz de promover el cuidado del derecho fundamental al medio ambiente sano y equilibrado, entonces, las empresas deben implementarla. (2022, p. 1)

De ahí que aun cuando se conciba como una herramienta estratégica, es importante resaltar que este enfoque, aunque valioso, puede ser limitado en el contexto ambiental de la RSE en el turismo. Si bien las normativas ambientales imponen estándares mínimos que las empresas deben cumplir, no siempre garantizan un cambio profundo o transformador en las prácticas efectuadas. Además, existen empresas que adoptan una postura reactiva

en el sentido legal, haciendo hincapié únicamente en cumplir con lo mínimo exigido por la ley. Seguidamente, se observa que su aplicabilidad es limitada para lograr una mayor transformación responsable y sostenible en el territorio.

Además, Aragón-Correa (1998) retoma las líneas inductoras de lo legal, sosteniendo que la dimensión ambiental, por medio de la perspectiva proactiva, demuestra que se requiere ir más allá del cumplimiento normativo, ya que se centra en elementos fundamentales como lo son la innovación, la ecoeficiencia y la no contaminación. En este sentido, sostiene que las empresas que adoptan una postura proactiva en la sostenibilidad integran sistemas de gestión ambiental compatibles con estándares internacionales, no solo para garantizar el cumplimiento de las normativas, sino para construir una credibilidad sólida ante las partes interesadas. Walley y Whitehead (1994) apoyan lo dicho y agregan que los estándares internacionales permiten la protección del medio ambiente de manera sistemática, llevando a las empresas a liderar la preservación y protección de los ecosistemas naturales. Por ejemplo, desde la norma ISO 26000, la cual orienta al comportamiento socialmente responsable, contribuye no solo a identificar y reducir los impactos más importantes en la sociedad, sino que sus acciones prácticas se alinean con normas internacionales como la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas y los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo sobre prácticas laborales. Esto evidencia el alcance sobre el impacto significativo en la estabilidad del tejido social, donde las empresas no solo deben evaluar su rentabilidad, sino también su contribución al bienestar general y la sostenibilidad en el largo plazo (Argandoña & Isea Silva, 2011).

Lo “legal” y la priorización de lo “económico” en la sostenibilidad

Ahora bien, partiendo de las direcciones “crecimiento económico turístico” y “normativa y ética”, se muestra un enfoque hacia la maximización de beneficios, regulaciones y principios que guían las prácticas empresariales. Se esperaba que se hablara sobre una sostenibilidad que asegurara las operaciones turísticas no solo desde la rentabilidad, sino también desde la responsabilidad y justicia. Sin embargo, se observó una tendencia preocupante: la priorización de la categoría económica sobre la social, así como una desestimación de la normativa legal en la implementación de prácticas sostenibles. Manning

y Márquez (2022), en este sentido, traen a colación los autores que hablan únicamente de la sostenibilidad, desde diferentes perspectivas y revelan tanto convergencias como discrepancias en sus enfoques.

En primer lugar, Khatter et al. mencionan que “en el contexto del estudio actual, no hay legislación que obligue a los gerentes de hoteles a implementar el rango completo de políticas y prácticas de sostenibilidad ambiental” (2019, p. 4). Ahora bien, esta afirmación pone de relieve la falta de un marco legal robusto que incentive a las empresas del sector turismo a adoptar prácticas sostenibles. En este sentido, en Costa Rica, por ejemplo, la Certificación para la Sostenibilidad Turística del Instituto Costarricense de Turismo, acreditada por el Consejo Global del Turismo Sostenible, ha concedido premios a 126 empresas que muestran una gestión ambiental, social y económica. No obstante, las investigaciones subrayan la importancia de robustecer los estímulos regulatorios y las auditorías para garantizar efectos específicos en comunidades y ecosistemas (Manning & Márquez, 2022).

En contraste, se encontró que Martínez-Martínez et al. (2022) no abordan la legalidad, pero sugieren que es importante “identificar aspectos relevantes para la investigación futura sobre activos intangibles, como definir la responsabilidad social corporativa desde la triple cuenta” (p. 8), lo que sugiere que, aun cuando la legalidad no se menciona, el autor trae a colación la RSE como un marco más adecuado que podría incluir consideraciones legales. Ello implica que la legalidad no es un componente central de la sostenibilidad en sí misma, sino que puede abordarse a través de otras prácticas. Siguiendo la misma idea, Han (2021) destaca que la sostenibilidad en el sector turístico no se puede lograr de manera efectiva sin un marco legal adecuado. Por ello, aunque la RSE puede abordar aspectos legales, la falta de un enfoque legal explícito limita la efectividad de las iniciativas de sostenibilidad. En Colombia, cadenas como Decamerón han incluido en su política de responsabilidad social corporativa objetivos definidos para disminuir su huella de carbono —con un objetivo de un 30% menos para 2030, con un inicio en 2023— y proyectos de energía renovable en diversos hoteles (Díaz & Torres, 2024); sin embargo, su naturaleza voluntaria resalta la restricción de dependencia exclusiva de la autorregulación empresarial.

Por otro lado, el abordaje de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) también muestra diferencias significativas entre autores. Si bien Khatter et al. (2019) enumeran áreas clave sobre sostenibilidad ambiental, como “emisiones de gases de efecto invernadero;

eficiencia energética; conservación y gestión de recursos hídricos” (p. 5), no tienen en cuenta todos los objetivos, lo que puede limitar la comprensión integral de la sostenibilidad. En cambio, Dumitru y Gavrilă mencionan que “el desarrollo sostenible y la responsabilidad social corporativa son procesos discutidos por la literatura juntos, ya que el desarrollo sostenible abraza los tres pilares principales: protección ambiental, responsabilidad social y desarrollo económico” (2014, p. 1). Esta es una visión más holística, según la cual, aunque se reconoce la interconexión entre los pilares, la falta de un enfoque claro hacia todos los ODS puede llevar a la priorización de lo económico sobre lo social.

Seguidamente, se encontró la noción del *valor compartido* entre los autores. Mientras que Martínez-Martínez et al. (2022) sugieren que “la co-creación de valor de experiencias entre partes interesadas locales y comunidades es clave para crear conocimiento valioso para el turismo” (p. 5), lo que implica un enfoque hacia el valor compartido, otros autores como Vinayavekhin et al. (2023) hacen hincapié en que los hoteles pueden liderar la transformación hacia una economía verde, lo que indica un valor compartido al mejorar el medio ambiente y beneficiar a la sociedad. De este modo, esta discrepancia resalta la necesidad de un equilibrio pertinente entre los beneficios económicos, el medio ambiente, y el bienestar social. Por ello, Vinayavekhin et al. (2023) afirman que la sostenibilidad se considera, generalmente, como compuesta por tres dimensiones: económica, social y ambiental; todas las cuales deben trabajar juntas para alcanzar la sostenibilidad. Sin embargo, otros autores, como Khatter et al. (2019), sugieren que las prácticas de estrategia empresarial suponen un enfoque en la sostenibilidad desde una perspectiva económica, afirmando que se prioriza lo económico sobre lo social.

El sentido de la dimensión social en el desarrollo de la responsabilidad social empresarial

La dimensión social de la RSE aplicada por parte de las empresas se ve sujeta a los cambios tanto internos como externos del entorno donde desarrollan sus actividades operativas. En la esfera interna se propende a prácticas de integridad que reflejen la unión y el compañerismo para un mejor cuidado y aumento en la calidad de vida laboral. El modo externo, entre tanto, se enfoca en comprender la responsabilidad ética y cultural que conllevan aquellas acciones que permiten alcanzar un impacto positivo en las comunidades y en el entorno empresarial. Así pues, partiendo de las subcategorías “Relación ética y transparente

con los *stakeholders*”, “Iniciativas comunitarias y apoyo a la población local”, “Atracción y empleabilidad de la población local”, “Bienestar y valor compartido”, “Compromiso ético y responsabilidad social” y “Equidad, justicia y protección de derechos humanos”, los autores Yooetch et al. (2023); Madanaguli et al. (2022); Khan et al. (2022); Babakhani et al. (2019); Peña-Miranda et al. (2019); Gligor-Cimpoieru et al. (2017); Ruiz et al. (2016); García et al. (2024); Vergara y Carbal (2014); Wojtarowski et al. (2016); Font y Lynes (2018); Melissen et al. (2018); Meng et al. (2024); Hatipoglu et al. (2019); Sánchez-Camacho et al. (2022); Hughes y Scheyvens (2016); Camilleri (2020); Vinayavekhin et al. (2023); Camilleri (2022a); Mejía y Ortiz (2020); Franzoni y Avellino (2019); Nwokorie y Obiora (2018); Del Baldo (2018); Soundararajan et al. (2022); Hassan et al. (2020); Valdivieso (2019); Narváez y Fernández (2013); Wojciechowska-Solis et al. (2016); Moliner-Tena et al. (2023), y Pérez y del Bosque (2014), convergen entre sí, mencionando que las empresas deben no solo cumplir con las expectativas mínimas en términos de ética y equidad, sino que deben involucrarse activamente en el desarrollo social y comunitario. Esto asegura un impacto positivo en la calidad de vida de las personas, en el entorno, en la creación de valor compartido y en el crecimiento en términos empresariales.

Dicho lo anterior, hay una relación directa con la teoría del valor compartido de Porter y Kramer (2024), quienes argumentan que las empresas pueden ir generando valor económico, mientras ayudan a resolver problemas sociales y medioambientales, lo que resulta positivo tanto para las empresas como para las comunidades y el medio ambiente. Asimismo, se relaciona desde las responsabilidades filantrópicas, siendo uno de los eslabones de la pirámide de la RSE propuesta por Carrol (1979), indicando que, se debe de propender a ser un buen ciudadano empresarial, aportando y contribuyendo con recursos a la comunidad con el fin de mejorar la calidad de vida de las personas o comunidades.

De allí que, de acuerdo con las subcategorías “Relación ética y transparente con los *stakeholders*” e “Iniciativas comunitarias y apoyo a la población local”, Wojtarowski et al. (2016) mencionen que esta dirección social implica una relación ética y transparente con los *stakeholders* o grupos de interés, donde se incluye mantener buenas relaciones con el personal, transparencia en las operaciones, respeto por los consumidores y preocupación por el medio ambiente, promoviendo un comportamiento ético, el cual es fundamental para el éxito empresarial. Asimismo, Hatipoglu et al. (2019) argumentan que es importante la participación de la comunidad y la colaboración con organizaciones locales y agencias públicas, puesto que ello

asegura que se aborden los problemas sociales principales de un destino y que se faciliten la aceptación y propiedad comunitaria de proyectos; además, a través de la transparencia y el compromiso de los socios, se reflejan los valores fundamentales en las asociaciones, lo que contribuye a la reputación y efectividad en asuntos inherentes a las comunidades.

Seguidamente, respecto a la subcategoría “Atracción y empleabilidad de la población local”, García et al. (2024) argumentan que, debido a la creciente demanda por la preocupación socioambiental y económica acerca de la RSE y la sostenibilidad, los empresarios implementan o adoptan prácticas sostenibles que coadyuvan al mejoramiento de la comunidad. Entre estas prácticas, la empleabilidad de la población local es fundamental, porque no solo ayuda mejorar la economía local, sino que fortalece el vínculo entre la comunidad y el sector turístico. Además, mencionan que es importante que se formalicen alianzas con proveedores locales, fomentando la economía circular y la reducción del impacto ambiental.

En esta misma línea, Narváez y Fernández (2013) señalan que las redes de cooperación empresarial promueven el desarrollo turístico local, porque el turismo puede mejorar las condiciones de vida de toda la población y porque este se presenta como una actividad que ayuda a la dinamización de la economía local, al generar empleos, siempre y cuando se resguarde el uso adecuado de los recursos locales; al fortalecer sectores conexos, y al mejorar el nivel de vida de la comunidad.

Por otro lado, en lo que se refiere a las subcategorías “Bienestar y valor compartido” y “Compromiso ético y responsabilidad social”, Wojtarowski et al. (2016) plantean que el bienestar y el valor compartido se logran cuando las empresas no solo buscan maximizar sus ganancias, sino que también consideran los impactos sociales y ambientales de sus decisiones y acciones, promoviendo un desarrollo más justo y equitativo. Además, en el compromiso ético y la responsabilidad social se subraya la importancia de que las empresas adopten prácticas transparentes, donde se respeten los derechos humanos y laborales y se procure el cuidado del medio ambiente.

En esta misma dirección, Del Baldo (2018) precisa que el bienestar y el valor compartido se relacionan con la creación de condiciones materiales, culturales y espirituales

que mejoren la calidad de vida de la sociedad, promoviendo la equidad y justicia social mediante una relación armónica entre procesos naturales y sociales. Estas acciones permiten demostrar la responsabilidad social aplicada y el grado de compromiso ético que se practica en el proceder de las direcciones de un buen gobierno corporativo, manteniendo relaciones más humanas con su personal, la transparencia en sus operaciones, el respeto por los consumidores y la preocupación por el medio ambiente, al integrar principios éticos en su identidad y reputación para lograr una mayor contribución al desarrollo sostenible. De igual manera, Nwokorie y Obiora (2018) argumentan que el bienestar y el valor compartido son aspectos indispensables para el desarrollo sostenible, subrayando que las empresas deben equilibrar sus objetivos de lucro con la reducción de su huella ambiental y el bienestar de la comunidad.

Por último, respecto a la subcategoría “Equidad, justicia y protección de derechos humanos”, Wojtarowski et al. (2016) exponen que tanto la equidad como la justicia social son fundamentales para mejorar la calidad de vida y reducir las desigualdades. De lo anterior se infiere que estos son aspectos esenciales para un mayor desarrollo sostenible, que le permitan a la ciudadanía exigir y compartir un desarrollo más justo y, además, proteger los derechos humanos dentro de las prácticas empresariales, donde se inste por la promoción de una ética humanista que coadyuve al fortalecimiento de las condiciones laborales. De igual forma, Vinayavekhin et al. (2023) destacan que la protección de los derechos humanos es fundamental para asegurar un desarrollo sostenible más inclusivo y justo.

El sentido de la dimensión ambiental en el desarrollo de la sostenibilidad

Ahora bien, en la dimensión ambiental de la sostenibilidad, las empresas deben adoptar estrategias que reflejen un manejo responsable de los recursos, buscando minimizar la huella ecológica de sus operaciones y asegurando un legado sostenible mediante el cuidado ambiental y la promoción de un desarrollo que beneficia tanto al planeta como al sector empresarial del turismo. Así pues, partiendo de las subcategorías “Prácticas sostenibles en la industria y uso eficiente de recursos”, “Preservación del medio ambiente y protección de recursos naturales”, “Gestión de residuos, reciclaje y logística verde”, “Innovación y tecnología verde para reducir la degradación ambiental”, “Conservación de agua, energía, y compras verdes” e “Informes de sostenibilidad y ODS”, los autores Madanaguli et al. (2022);

Khan et al. (2022); Çelik y Çevirgen (2021); Babakhani et al. (2020); Yang et al. (2019); Gligor-Cimpoieru et al. (2017); Ruiz et al. (2016); García et al. (2024); Vergara y Carbal (2014); Martínez-Martínez et al. (2022); Sánchez et al. (2022); Dumitru y Gavrilă (2014); Vinayavekhin et al. (2023); Camilleri (2022a); Franzoni y Avellino (2019); Nwokorie y Obiora (2018); Del Baldo (2018); Liu. et al. (2023); Khatter et al. (2019) destacan la importancia de estas prácticas para mitigar el impacto ambiental y promover un turismo sostenible, al proteger los recursos naturales y culturales para las generaciones venideras, al fomentar la participación de las comunidades locales, al garantizar que las ventajas del turismo se impartan de manera justa y al promover una experiencia más genuina y enriquecedora para el visitante, al mismo tiempo que se preserva el medio ambiente.

En relación con lo anterior, dichas ideas se alinean con la visión de la Comisión Brundtland, según la cual el medio ambiente es el espacio común donde todos coexistimos, y el desarrollo es nuestra búsqueda colectiva de un mejor bienestar dentro de este espacio. Ello demuestra que ambos conceptos son directamente proporcionales y, por lo tanto, inseparables. Dicha perspectiva resalta la relación simbiótica entre el crecimiento económico y la conservación ambiental, donde uno no puede prosperar sin el otro. Ahora bien, todo ello se traduce a la necesidad de promover prácticas desde el valor compartido, que no solo generen ingresos, sino que también preserven y enriquezcan el entorno natural y cultural para las generaciones futuras (Menéndez, 2007, p. 27).

De acuerdo con la subcategoría “Prácticas sostenibles en la industria hotelera”, Babakhani et al. (2020) mencionan que implementar prácticas sostenibles en este sector contribuye a la preservación del entorno natural y al desarrollo de las comunidades locales. Asimismo, Vergara y Carbal (2014) mencionan que la optimización de estos recursos es una acción fundamental que se debe desarrollar para mitigar el impacto ambiental de las actividades procedentes de sus operaciones turísticas. Igualmente, Khan et al. (2022) mencionan que la inclusión de prácticas sostenibles en las operaciones empresariales mejora la imagen corporativa y genera beneficios económicos a largo plazo, lo que nos lleva a pensar que las prácticas de sostenibilidad, tan necesarias para la supervivencia humana, están supeditadas a una retribución económica que genere valor en su implementación. Bajo esta misma idea, Machín (2020) menciona que el neoliberalismo ha reinterpretado el desarrollo sostenible para beneficiar sus propios fines, transformando ecosistemas y culturas en activos capitalizables; sin embargo, aboga por un modelo de sostenibilidad integral.

Por otra parte, de acuerdo con la subcategoría “Apoyar la naturaleza y propender por la protección de recursos naturales”, Çelik y Çevirgen (2021) destacan la importancia de implementar políticas que fomenten la protección de la preservación del entorno natural, los ecosistemas y la biodiversidad, argumentando que la protección de los recursos naturales es una acción esencial para garantizar un futuro sostenible. Por su parte, Sánchez et al. (2022) abogan por el cuidado y la protección del patrimonio natural y cultural, señalando que se debe establecer la integración de estos elementos en las políticas corporativas de las empresas turísticas, ya que ello es crucial para mantener la identidad y sustentabilidad de las comunidades afectadas. Dichos argumentos se relacionan con Mantilla (2006, p. 11), quien argumenta que la sostenibilidad debe ser parte de un enfoque integral que contemple no solo la economía, sino también la necesidad de preservar el medio ambiente y los recursos naturales para las generaciones futuras, como lo estableció la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y Desarrollo, en 1992, y el Pacto Mundial del Desarrollo Sostenible.

Además, de acuerdo con la subcategoría “Gestión de residuos, reciclaje y logística verde”, Nwokorie y Obiora (2018) expresan que la disponibilidad de mecanismos de gestión de residuos y reciclaje es fundamental para minimizar el impacto ambiental. Asimismo, Liu et al. (2023) recalcan que si se adopta un modelo de sostenibilidad, las empresas mejoran su proceso de producción, aumentan su eficiencia y, en última instancia, optimizan su rendimiento económico, al darles importancia al establecimiento y mantenimiento de la reputación verde (p. 16). Asimismo, Flores-Ruiz et al. (2016) ponen el relieve en la importancia de la preservación del medio ambiente a través del uso de materiales reciclables que promuevan un uso más eficiente de los recursos disponibles. Sin embargo, existe una discrepancia por parte de Boada (2007, pp. 17-21), quien expresa que el significado de *sostenibilidad* o de *desarrollo sostenible* ha cambiado a lo largo del tiempo, pues en el pasado *sostenible* podía intercambiarse con *verde*, *ecológico* o *ambientalmente amigable*; pero, en la actualidad, el término *sostenible* abarca también la responsabilidad social y la viabilidad económica. Por eso, limitar su significado a lo ambiental resulta en una comprensión incompleta y errónea del término.

Aunado a ello, de acuerdo con la subcategoría “Innovación y tecnología verde para reducir la degradación ambiental”, Martínez-Martínez et al. (2022, p. 2) expresan que una cultura abierta permite a las empresas ser competitivas y cumplir las expectativas de las

partes interesadas con nuevos conocimientos y capacidades alineadas con la reducción del impacto ambiental. Seguidamente, Camilleri (2020, p. 1) destaca que las organizaciones turísticas están experimentando una tendencia hacia la ética empresarial, mediante la gestión responsable de recursos humanos y el respeto por el entorno natural, con lo que generan valor para la sociedad y enriquecen la actividad empresarial. En este orden de ideas, Enríquez y Pando (2017, p. 304) expresan que, según las declaraciones de Estocolmo y la declaración de Río, la protección ambiental debe ser una parte intrínseca del desarrollo y no una consideración aislada que promueva estrategias que conecten transversalmente todas estas áreas de la triple cuenta y todos los sectores de la sociedad para lograr un verdadero desarrollo sostenible.

Finalmente, respecto a las subcategorías “Conservación del agua, energía y compras verdes” e “Informes de sostenibilidad y ods”, García et al. (2024, p. 4) mencionan que la minimización del impacto ambiental promueve que las empresas generen valor de manera transparente y responsable, integrando el respeto por el medio ambiente y los intereses de sus grupos de interés en su cadena de valor. Asimismo, Del Baldo (2018, p. 2) expresa que es fundamental que las empresas optimicen su eficiencia material y energética, transformen los residuos en valor y replacen métodos contaminantes por alternativas renovables. Ahora bien, Franzoni y Avellino (2019, p. 3) destacan que la Organización Mundial del Turismo ve en el turismo una herramienta clave para alcanzar los ods de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas. En este contexto, los ods buscan movilizar una acción colectiva, así como orientar políticas de los gobiernos hacia un crecimiento económico, en aras de promover un desarrollo sostenible con metas vinculadas a la protección del medio ambiente, la equidad social y el crecimiento económico.

De este modo, la sostenibilidad implica un marco ético y legal que garantice que las actividades del sector turístico sean responsables y respetuosas con el medio ambiente y las comunidades. Resulta entonces necesario fortalecer los aspectos legales y jurídicos vinculados a los ods, para trascender las buenas intenciones y asegurar que las acciones empresariales tengan un impacto positivo duradero y alineado con las metas globales. Sin embargo, según Epstein (2009, p. 25), a menudo, para las empresas resulta todo un desafío implementar estrategias de sostenibilidad; pero el hecho es que ya no debería estar en discusión el problema de si las empresas deben considerar o no su responsabilidad ambiental o social y el impacto de sus actividades en sus *stakeholders*, ya que, como

menciona Kotler (2024, p. 127), las empresas cuentan con una poderosa posición de negociación y acción frente a diversos elementos y factores de su panorama empresarial. Ello les permite estar preparadas para cambiar y adaptarse, y deben hacerlo, puesto que si se llega al final de la extinción de los recursos limitados, no habrá sociedad, empresas ni condición económica que lo reponga.

Conclusión

Según la pregunta guía de investigación: ¿cómo han evolucionado dichos conceptos en el turismo y hacia qué dimensión se da mayor prioridad? El estudio demostró que, a través del tiempo, dichos conceptos (RSE y sostenibilidad) en el sector turismo, en lugar de adoptar una definición universal para una mayor concientización y aplicabilidad, han experimentado una fragmentación progresiva, a partir de la cual se han generado interpretaciones diversas y, a menudo, contradictorias. Lo anterior ha dado lugar a que los enfoques en el turismo prioricen de forma diferenciada las dimensiones económicas, sociales y ambientales, y se demuestre así que la dimensión económica ha sido la de mayor predominancia, dado el gran interés en las prácticas enfocadas en maximizar beneficios financieros y de rentabilidad.

Entonces, aunque la dimensión económica puede ofrecer oportunidades de rentabilidad, se refleja una perspectiva limitada que se centra en incrementar los beneficios financieros a corto plazo, sin considerar las repercusiones a largo plazo en el tejido social y ambiental, lo que lleva a que las empresas operen de manera que si bien cumplen con ciertos estándares, no contribuyen de manera significativa al desarrollo equitativo y sostenible de las comunidades que las sustentan.

Ahora bien, se constató que esta situación de priorización de riqueza, que está por encima de los demás aspectos, afecta la dimensión social, la cual pasa a un segundo plano en favor de la económica. Este es un hallazgo preocupante en el sector turismo, que depende en gran medida de las comunidades locales y cuyo desarrollo sostenible debería priorizar su bienestar y su calidad de vida, puesto que, al pasar a un segundo

nivel, las compromete y va en contra de los ODS y del crecimiento del sector. Así pues, se demuestra la necesidad de reequilibrar las prioridades en pro de un turismo sostenible y responsable para todas las partes interesadas.

Por otro lado, la dimensión ambiental ha ganado relevancia en términos de protección y gestión de recursos naturales, pues allí convergen acciones por medio de prácticas transversales, cuyo fin es salvaguardar los recursos, los espacios y los hábitats naturales. Dichas medidas no solo coadyuvan en la preservación y conservación, sino que subrayan la responsabilidad y la sostenibilidad en el turismo, así que dicho enfoque es crucial para asegurar que las actividades turísticas no comprometan los ecosistemas o recursos medioambientales, para contribuir a un desarrollo verdaderamente sostenible.

También es importante mencionar que aunque poco se habla del aspecto legal y no pertenece a las tres dimensiones, es fundamental en la aplicabilidad de la RSE y la sostenibilidad; además, aunque dicho aspecto está más relacionado con la dimensión ambiental, pues su pretensión no es más que hacer cumplir las normativas en materia del cuidado ambiente y un uso responsable y respetuoso de los espacios naturales, se ha convertido en un limitante para un mayor impacto y equilibrio, es decir, las normas se quedan cortas con sus especificaciones para la aplicabilidad. Ahora bien, al cumplirlas se puede decir que se está siendo social o ambientalmente responsable, pero los resultados no son los que se esperan, ya que, con el simple hecho de cumplir las normatividades, no existe mayor interés o iniciativa en ir más allá de lo que está establecido en las leyes.

En línea con lo anterior, la originalidad del estudio frente a otras investigaciones radica en que se acercó conceptualmente a dichos términos, lo cual contribuye a su avance. De este modo, se propone la siguiente definición de RSE en el sector turismo: estrategia que se orienta a la preocupación e interés por los entornos interno y externo de las empresas turísticas, a través del equilibrio ambiental, social, legal y económico, en el que prima la conservación medioambiental frente a cualquier interés económico. Seguidamente, se propone la siguiente definición de la sostenibilidad en el sector turismo: visión a largo plazo que trasciende las ventajas inmediatas y fomenta prácticas innovadoras, éticas y responsables que protejan los ecosistemas, fortalezcan las relaciones con las comunidades locales y garanticen la sostenibilidad económica.

Por consiguiente, se resalta el uso de ciertos métodos para este tipo de revisiones a la literatura. En esta ocasión, se empleó y se siguieron las directrices RAMESES, que fueron cruciales en esta investigación, ya que permitieron estructurar un análisis exhaustivo que capturó la diversidad de perspectivas teóricas y prácticas acerca de la sostenibilidad y la RSE en el turismo. Así pues, esta estructuración ayudó a identificar tendencias y diferencias entre los estudios revisados, con un enfoque metodológico que integra enfoques cualitativos con elementos analíticos empíricos. Esto fue fundamental para abordar la naturaleza compleja y multidimensional de los conceptos, y fue útil en la identificación de las brechas teóricas y prácticas que evidencian cómo la literatura ha priorizado la dimensión económica sobre la social y ambiental, así como una perspectiva fragmentada en la conceptualización de estos temas.

En consecuencia, el enfoque integrador de RAMESES permitió no solo analizar la fragmentación entre las dimensiones, sino entender cómo se interpreta y prioriza cada una de ellas en diferentes contextos, donde al destacar tanto los aspectos empíricos como los teóricos, contribuyó a una evaluación crítica que identifica vacíos significativos en la investigación actual y ofrece un marco robusto para futuras investigaciones, ya que es un método flexible que puede adaptarse a diferentes contextos y sectores. Ello lo hace útil para estudios comparativos y específicos, pues permite identificar áreas de mejoras en las diferentes dimensiones. Finalmente, la combinación de esta guía con el de análisis de contenido permitió la codificación detallada de los datos cualitativos y facilitó la identificación de patrones y temas recurrentes relacionados con las prácticas sostenibles y socialmente responsables en el turismo, al encontrar tendencias en cada una de las dimensiones.

Aunado a ello, respecto a los resultados en general, se indica que, aun cuando los estudios recomiendan que en la RSE y la sostenibilidad se debe de priorizar la dimensión ambiental y la social, dejando la económica como resultado final, en la práctica ocurre lo contrario. De ahí que si se fundamenta una RSE ética a través de prácticas sólidas que demuestren credibilidad y confianza, la dimensión económica será naturalmente la más beneficiada, puesto que centrar los esfuerzos en la protección ambiental y el bienestar social construye una reputación confiable y genera un entorno propicio para el crecimiento económico. En otro sentido, es importante reconocer que la sostenibilidad es una práctica integral y no únicamente ambiental, y si bien está entendida históricamente desde un enfoque ecológico, en la actualidad abarca también la responsabilidad social y la eficiencia

económica, lo que exige un equilibrio entre estas dimensiones que se deben complementar y deben prosperar en conjunto para garantizar un futuro sostenible.

Ahora bien, es importante invitar a que se cambie la visión cortoplacista respecto a los beneficios económicos. Realmente, más que una obligación por parte de leyes o normativas, las empresas deben tener un espíritu empresarial que les permita ir más allá y poder impactar positivamente en las comunidades, ahondando en los desafíos y crisis medioambientales que el mundo atraviesa hoy. Por lo presentado en esta investigación, quedan tres preguntas abiertas a futuras investigaciones: 1) ¿podrán las empresas de turismo adoptar prácticas sostenibles que vayan más allá de un discurso vacío y evitar la desconexión entre sus percepciones y la verdadera puesta en acción?, 2) ¿la educación será un factor clave para formar líderes que prioricen la RSE y la sostenibilidad en sus decisiones o, por el contrario, las dinámicas del mercado y la presión por los resultados inmediatos seguirán prevaleciendo?, y 3) ¿la falta de un marco legal robusto podría seguir limitando la capacidad de las empresas para implementar cambios significativos?

Roles de contribución (taxonomía de CRediT)

Jhonathan Alejandro Zapata Castañeda: curación de datos; análisis formal-técnicas estadísticas, análisis de datos; investigación-proceso de investigación; metodología-diseño y desarrollo; visualización-presentación de datos; redacción-documento original.

Laura Alejandra Giraldo Castañeda: curación de datos; análisis formal-técnicas estadísticas, análisis de datos; investigación-proceso de investigación; metodología-diseño y desarrollo; visualización-presentación de datos; redacción-documento original.

Martha Lucía García Londoño: conceptualización; adquisición de fondos; investigación-proceso de investigación; metodología-diseño y desarrollo; administración del proyecto-gestión y coordinación; recursos-suministro de materiales de estudio; supervisión y liderazgo en la planificación; redacción-revisión y edición.

Diego Fernando Cruz Rincón: curación de datos; análisis formal-técnicas estadísticas, análisis de datos; metodología-diseño y desarrollo; supervisión y liderazgo en la planificación; redacción-revisión y edición.

Referencias

- Abaeian, V., Khong, K., Kyid, K., & McCabe, S. (2019). Motivations of undertaking CSR initiatives by independent hotels: A holistic approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(6), 2468-2487. <https://doi.org/10.1108/ijchm-03-2018-0193>
- Acuña, L. (2014). *Responsabilidad social empresarial: Una mirada desde la teoría y la praxis empresarial*. Editorial Universidad del Tolima.
- Akanpaadgi, E. (2023). Corporate social responsibility and business practices. *Journal of Human Resource And Sustainability Studies*, 11(01), 138-146. <https://doi.org/10.4236/jhrss.2023.111009>
- Andrade, C., & de la Cruz, O. (2022). Responsabilidad social empresarial una estrategia para promover y garantizar la protección del derecho fundamental al medio ambiente sano y equilibrado. *Revista de Derecho Ambiental*, 2(18), 197-229. <https://doi.org/10.5354/0719-4633.2022.66370>
- Aragón-Correa, J. A. (1998). Strategic proactivity and firm approach to the natural environment. *Academy of Management Journal*, 41(5), 556-567. <https://doi.org/10.2307/256942>
- Argandoña, A., & Isea Silva, R. (2011). *ISO 26000, una guía para la responsabilidad social de las organizaciones*. Cuadernos de la Cátedra “la Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo, Universidad de Navarra. <https://www.iese.edu/media/research/pdfs/ST-0320.pdf>
- Babakhani, N., Lee, A., & Dolnicar, S. (2020). Carbon labels on restaurant menus: Do people pay attention to them? *Journal of Sustainable Tourism*, 28(1), 51-68. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1670187>
- Babakhani, N., Randle, M., & Dolnicar, S. (2019). Do tourists notice social responsibility information? *Current Issues in Tourism*, 23(5), 559-571. <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1561653>
- Bardin, L. (1996). *El análisis de contenido*. Akal.
- Batbaatar, E., Dorjdagva, J., Luvsannyam, A., & Amenta, P. (2015). Conceptualisation of patient satisfaction: A systematic narrative literature review. *Perspectives in Public Health*, 135(5), 243-250. <https://doi.org/10.1177/1757913915594196>

- Boada, A. (2007). *Negocios y sostenibilidad más allá de la gestión ambiental*. Editorial Politécnico Grancolombiano.
- Bogdan, R., & Taylor, S. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Paidós Ibérica.
- Camilleri, M. (2020). Strategic corporate social responsibility in tourism and hospitality. *Sustainable Development*, 28(3), 504-506. <https://doi.org/10.1002/sd.2059>
- Camilleri, M. (2022a). Special issue: Corporate sustainability and stakeholder management in tourism and hospitality. *Sustainable Development*, 30, 407-408. <https://doi.org/10.1002/sd.2255>
- Camilleri, M. (2022b). Strategic attributions of corporate social responsibility and environmental management: The business case for doing well by doing good! *Sustainable Development*, 30(3), 409-422. <https://doi.org/10.1002/sd.2256>
- Carroll, A. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *The Academy of Management Review*, 4(4), 497. <https://doi.org/10.2307/257850>
- Castro, A., & Marrugo-Salas, L. (2018). Turismo sostenible: Caso de gestión de la responsabilidad ambiental en un establecimiento hotelero en Cartagena. *Saber, Ciencia y Libertad*, 13(2), 163-175. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2018v13n2.4631>
- Çelik, M., & Çevirgen, A. (2021). The role of accommodation enterprises in the development of sustainable tourism. *Journal of Tourism and Services*, 12(23), 181-198. <https://doi.org/10.29036/jots.v12i23.264>
- Corbin, J., & Strauss, A. (2008). *Fundamentos de la investigación cualitativa: Técnicas y procedimientos para el desarrollo de la teoría fundamentada* (3.ª ed.). Sage. <https://doi.org/10.4135/9781452230153>
- Corporate Sustainability and Responsibility. (2025, 13 de agosto). *Internal market, industry, entrepreneurship and SMEs*. https://single-market-economy.ec.europa.eu/industry/sustainability/corporate-sustainability-and-responsibility_en?prefLang=es
- Del Baldo, M. (2018). Sustainability and CSR orientation through “Edutainment” in tourism. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 3(1). <https://doi.org/10.1186/s40991-018-0027-2>
- Díaz, M., & Torres, V. (2024, 20 de noviembre). *Decamerón impulsa la sostenibilidad como eje estratégico*. Ladevi Colombia. <https://colombia.ladevi.info/negocios/decameron-impulsa-la-sostenibilidad-como-eje-estrategico-n75369>
- Dumitru, F., & Gavrila, G. (2014). Hospitality industry and sustainable development. *Valahian Journal of Economic Studies*, 5(3), 99-104.

- Enríquez, J., & Pando, M. (2017). *Sostenibilidad y decrecimiento: Una crítica de la (sin)razón consumista*. Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Epstein, M. (2009). *Sostenibilidad empresarial: Administración y medición de los impactos sociales, ambientes y economía*. Ecoe.
- Fernández, M., & Cuadrado, R. (2011). La responsabilidad social empresarial en el sector hotelero: Revisión de la literatura científica. *Cuadernos de Turismo*, (28), 47-57. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/147181>
- Flores-Ruiz, D., Bino-Raya, R., & Barroso-González, M. (2016). Responsabilidad social en el sector hotelero: Análisis de caso en Córdoba (Argentina). *Journal of Globalization, Competitiveness and Governability*, 10(3), 116-135. <https://doi.org/10.3232/gcg.2016.v10.n3.04>
- Folgado-Fernández, J. (2023). Responsabilidad social corporativa y resultados económicos en el sector turístico: Un estudio en Cáceres (España). *UCJC Business and Society Review (formerly Known as Universia Business Review)*, 20(78). <https://doi.org/10.3232/ubr.2023.v20.n3.02>
- Font, X., & Lynes, J. (2018). Corporate social responsibility in tourism and hospitality. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(7), 1027-1042. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1488856>
- Font, X., Guix, M., & Bonilla-Priego, M. (2016). Corporate social responsibility in cruising: Using materiality analysis to create shared value. *Tourism Management*, 53, 175-186. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.10.007>
- Franzoni, S., & Avellino, M. (2019). Sustainability Reporting in international hotel chains. *Symphonya. Emerging Issues in Management*, (1), 96-107. <https://doi.org/10.4468/2019.1.08franzoni.avellino>
- Frederick, W. (1986). Toward CSR3: Why ethical analysis is indispensable and unavoidable in corporate affairs. *California Management Review*, 28(2), 126-141. <https://doi.org/10.2307/41165190>
- García, M., Montoya, A., & González, S. (2024). Turismo sostenible: Una aproximación desde las prácticas sostenibles en el Valle del Cocora. *Tendencias*, 25(1), 191-219. <https://doi.org/10.22267/rtend.242501.246>
- Gligor-Cimpoieru, D., Munteanu, V., Nițu-Antonie, R., Schneider, A., & Preda, G. (2017). Perceptions of future employees toward CSR environmental practices in tourism. *Sustainability*, 9(9), 1631. <https://doi.org/10.3390/su9091631>
- Guédez, V. (2010). *Responsabilidad social empresarial: Visiones complementarias. Hacia un modelaje social*. Cámara Venezolano Americana de Comercio e Industria-Venamcham.

- Han, H. (2021). Consumer behavior and environmental sustainability in tourism and hospitality: A review of theories, concepts, and latest research. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(7), 1021-1042. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1903019>
- Hassan, T., Shehata, H., El-Dief, M., & Salem, A. (2020). The social responsibility of tourism and hotel establishments and their role in sustainable tourism development in Al-Ahsa, Saudi Arabia. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 33(4 spl), 1564-1570. <https://doi.org/10.30892/gtg.334spl18-609>
- Hatipoglu, B., Ertuna, B., & Salman, D. (2019). Corporate social responsibility in tourism as a tool for sustainable development: An evaluation from a community perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(6), 2358-2375 <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2018-0448>
- Hughes, E., & Scheyvens, R. (2016). Corporate social responsibility in tourism post-2015: A development first approach. *Tourism Geographies*, 18(5), 469-482. <https://doi.org/10.1080/14616688.2016.1208678>
- Kalpokaite, N., & Radivojevic, I. (2021). Adapting practices from qualitative research to tell a compelling story: A practical framework for conducting a literature review. *The Qualitative Report*, 26(5), 1546-1566. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2021.4749>
- Khan, M., Khan, H., & Ghouri, A. (2022). Corporate social responsibility, sustainability governance and sustainable performance: A preliminary insight. *Asian Academy of Management Journal*, 27(1), 1-28. <https://doi.org/10.21315/aamj2022.27.1.1>
- Khatte, A., Mcgrath, M., Pyke, J., White, L., & Lockstone-Binney, L. (2019). Analysis of hotels' environmentally sustainable policies and practices. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(6), 2394-2410. <https://doi.org/10.1108/ijchm-08-2018-0670>
- Kong, H., Bu, N., Yuan, Y., Wang, K., & Ro, Y. (2019). Sustainability of hotel, how does perceived corporate social responsibility influence employees' behaviors? *Sustainability*, 11(24), 7009. <https://doi.org/10.3390/su11247009>
- Kotler, P. (2024). *Marketing empresarial: Más allá del profesionalismo, hacia la creatividad, el liderazgo y la sostenibilidad*. Granica.
- Lee, Ch-K., Kim, J., & Kim, J. S. (2018). Impact of a gaming company's CSR on residents' perceived benefits, quality of life, and support. *Tourism Management*, 64, 281-290. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.12.015>
- Liu, R., Zhao, H., & Ren, J. (2023). Does corporate environmental responsibility promote the improvement of corporate economic performance? - Based on the perspective of green reputation. *Polish Journal of Environmental Studies*, 32(5), 4679-4697. <https://doi.org/10.15244/pjoes/168264>

- Machín, F. (2020). *Ciencia de la sostenibilidad: Construcción de un paradigma salvacionista*. Editorial Universitaria.
- Madanaguli, A., Srivastava, S., Ferraris, A., & Dhir, A. (2022). Corporate social responsibility and sustainability in the tourism sector: A systematic literature review and future outlook. *Sustainable Development*, 30(3), 447-461. <https://doi.org/10.1002/sd.2258>
- Manning, A., & Márquez, M. (2022). *Turismo sostenible en las Américas: Innovaciones, retos y políticas públicas*. Ediciones Fondo Editorial de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales Universidad de Carabobo. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10059346>
- Mantilla, E. (2006). *Medición de la sostenibilidad ambiental*. Fondo Editorial Universidad Cooperativa de Colombia.
- Martín, I., & Gaspar, A. (2008). La cooperación empresarial como forma de crecimiento: Las nuevas redes de empresas en el sector turístico. *Tec Empresarial*, 2(1), 35-46. https://revistas.tec.ac.cr/index.php/tec_empresarial/article/view/773
- Martínez-Martínez, A., Cegarra-Navarro, J., & García-Pérez, A. (2022). Sustainability knowledge management and organisational learning in tourism: Current approaches and areas for future development. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(4), 895-907. <https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2086560>
- McWilliams, A., & Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective. *The Academy of Management Review*, 26(1), 117-127. <https://doi.org/10.2307/259398>
- Mejía, C., & Ortiz, M. (2020). Reflections on responsible tourism in the framework of social responsibility. *Cuadernos de Administración*, 36(66), 148-160. <https://doi.org/10.25100/cdea.v36i66.7196>
- Melissen, F., Mzembe, A., Idemudia, U., & Novakovic, Y. (2018). Institutional antecedents of the corporate social responsibility narrative in the developing world context: Implications for sustainable development. *Business Strategy and the Environment*, 27(6), 657-676. <https://doi.org/10.1002/bse.2023>
- Menéndez, S. (2007). Gro Harlem Brundtland, la mare de la sostenibilitat. *Medi Ambient Tecnologia i Cultura*, 40, 26-33. <https://raco.cat/index.php/MATiC/article/view/297327>
- Meng, Z., Bhatti, S., Naveed, R., Kanwal, S., & Adnan, M. (2024). Green sustainability in the hotel sector: The role of CSR, intrinsic green motivation, and personal environmental norms. *PLOS One*, 19(6), e0295850. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0295850>
- Moliner-Tena, M., Monferrer-Tirado, D., Estrada-Guillén, M., & Vidal-Meliá, L. (2023). Sustainable service ecosystems from the transformative value perspective: A study in tourism destinations. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 30(1), 342-357. <https://doi.org/10.1002/csr.2358>

- Moneva, J., Bonilla-Priego, M., & Ortas, E. (2019). Corporate social responsibility and organizational performance in the tourism sector. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(6), 853-872. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1707838>
- Narváez, M., & Fernández, G. (2013). Redes de cooperación empresarial: Relaciones e interacciones para promover desarrollo turístico local. *Revista Venezolana de Gerencia*, 18(61), 121-137. <https://doi.org/10.37960/revista.v18i61.11007>
- Nwokorie, E., & Obiora, J. (2018). Sustainable development practices for the hotel industry in Nigeria: Implications for the Ilaro area of Ogun State. *Research in Hospitality Management*, 8(2), 125-131. <https://doi.org/10.1080/22243534.2018.1553383>
- Peña-Miranda, D., & Serra, A. (2013). La práctica de la responsabilidad social empresarial: Estudio de caso en el sector turístico. *Innovar*, 23(49), 101-113. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/view/40518>
- Peña-Miranda, D., Arteaga-Ortiz, J., & Ramón-Cardona, J. (2019). Determinants of CSR Application in the hotel industry of the Colombian Caribbean. *Sustainability*, 11(18), 5045. <https://doi.org/10.3390/su11185045>
- Peña-Miranda, D., Guevara-Plaza, A., Fraiz-Brea, J., & Camilleri, M. (2021). A corporate social responsibility model for a competitive and resilient hospitality industry. *Sustainable Development*, 1-14. <https://doi.org/10.1002/sd.2259>
- Pérez, A., & Del Bosque, I. (2014). Sustainable development and stakeholders: A renew proposal for the implementation and measurement of sustainability in hospitality companies. *Knowledge and Process Management*, 21(3), 198-205. <https://doi.org/10.1002/kpm.1452>
- Sánchez-Camacho, C., Carranza, R., Martín-Consuegra, M., & Díaz, E. (2022). Evolution, trends and future research lines in corporate social responsibility and tourism: A bibliometric analysis and science mapping. *Sustainable Development*, 30(3), 462-476. <https://doi.org/10.1002/sd.2260>
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333-339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Soundararajan, S., Singh, U., & Pradhan, S. (2022). Corporate governance in Indian adventure tourism sector: A review. *IUP Journal of Corporate Governance*, 21(2), 21-33.
- Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British Journal of Management*, 14(3), 207-222. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.00375>
- Valdivieso, J. (2019). Stakeholders' motivation to adopt corporate social responsibility practices in the lodging industry in an island destination: Balearic Islands case study. *International Journal of Tourism Policy*, 9(2), 79. <https://doi.org/10.1504/IJTP.2019.102623>

- Van Marrewijk, M. (2003). Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: Between agency and communion. *Journal of Business Ethics*, 44(2), 95-105. <https://doi.org/10.1023/a:1023331212247>
- Velázquez-Castro, J., Cruz-Coria, E., & Briones, A. (2023). Innovación y crecimiento verde, una revisión desde la perspectiva turística. *Turismo y Sociedad*, 33, 213-230. <https://doi.org/10.18601/01207555.n33.09>
- Vergara, J., & Carbal, A. (2014). Diseño de un sistema de gestión en responsabilidad social empresarial para pequeños hoteles de la ciudad de Cartagena. *Saber, Ciencia y Libertad*, 9(2), 91-108. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2014v9n2.2113>
- Vinayavekhin, S., Li, F., Banerjee, A., & Caputo, A. (2023). The academic landscape of sustainability in management literature: Towards a more interdisciplinary research agenda. *Business Strategy and the Environment*, 32(8), 5748-5784. <https://doi.org/10.1002/bse.3447>
- Walley, N., & Whitehead, B. (1994). It's not easy being green. *Harvard Business Review*, 72, 46-52. <https://hbr.org/1994/05/its-not-easy-being-green>
- Wells, V. K., Manika, D., Gregory-Smith, D., Taheri, B., & McCowlen, C. (2015). Heritage tourism, CSR and the role of employee environmental behaviour. *Tourism Management*, 48, 399-413. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.12.015>
- Wojciechowska-Solis, J., Kobyłka, A., & Gawryluk, A. (2021). Social responsibility of economic units and the well-being of society in the tourism sector: Example of accommodation facility. *Energies*, 14(19), 6270. <https://doi.org/10.3390/en14196270>
- Wojtarowski, A., Silva, E., Piñar, M., & Negrete, J. (2016). La responsabilidad social empresarial como pieza clave en la transición hacia el desarrollo sustentable en el sector turístico. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(1), 127-139. http://www.pasosonline.org/Publicados/14116/PS116_08.pdf
- Wong, G., Greenhalgh, T., Westhorp, G., Buckingham, J., & Pawson, R.. (2013). RAMESES publication standards: Meta-narrative reviews. *BMC Medicine*, 11(1), 20. <https://doi.org/10.1186/1741-7015-11-20>
- Xercavins, J., Cayuela, D., & Gemma, C. (2005). *Desarrollo sostenible*. Ediciones UPC.
- Yang, X., Li, H., Chen, W., & Fu, H. (2019). Corporate community involvement and Chinese rural tourist destination sustainability. *Sustainability*, 11(6), 1574. <https://doi.org/10.3390/su11061574>
- Yoopetch, C., Nimsai, S., & Kongarchapatara, B. (2023). Bibliometric analysis of corporate social responsibility in tourism. *Sustainability*, 15(1), 668. <https://doi.org/10.3390/su15010668>