

## Turismo sostenible desde la responsabilidad social de las empresas turísticas

### Sustainable tourism from the social responsibility of tourism companies

Sevilla Ubeda, María Argentina; Hurtado Cerna, Yarineth Alexey; Hurtado, Miurett Jasnary; Villanueva, Jenny del Socorro; Mendoza Castro, Concepción

**María Argentina Sevilla Ubeda**

masu191099@gmail.com

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua,  
Nicaragua

**Yarineth Alexey Hurtado Cerna**

yarineth.hurtado06@gmail.com

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua,  
Nicaragua

**Miurett Jasnary Hurtado**

miu14092000@Mgmail.com

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua,  
Nicaragua

**Jenny del Socorro Villanueva**

jennyvillanueva1970@gmail.com

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua,  
Nicaragua

**Concepción Mendoza Castro**

concepción.mendoza@unan.edu.ni

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua,  
Nicaragua

#### Revista Torreón Universitario

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua-Managua,  
Nicaragua

ISSN: 2410-5708

ISSN-e: 2313-7215

Periodicidad: Cuatrimestral

vol. 13, núm. 36, 2024

[revis.torreon.faremc@unan.edu.ni](mailto:revis.torreon.faremc@unan.edu.ni)

Recepción: 08 Mayo 2023

Aprobación: 14 Diciembre 2023

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/387/3874817004/>

DOI: <https://doi.org/10.5377/rtu.v13i36.17633>

**Resumen:** El presente trabajo investigativo tiene como objetivo determinar el turismo sostenible desde la responsabilidad social de las empresas turísticas, mediante estudios realizados por países latinoamericanos como Perú, Colombia y Nicaragua, para determinar de qué manera las empresas han sido responsables en relación con cada uno de los ejes de sostenibilidad. Esta investigación se realizó siguiendo los lineamientos de cada uno de los objetivos planteados, iniciando por definir los aspectos teóricos del turismo sostenible y la responsabilidad social de las empresas turísticas, seguido de esto describiendo la responsabilidad social en relación con los ejes de la sostenibilidad como el eje ambiental, socio-cultural y económico, y finalmente demostrando como las empresas turísticas han sido responsables en relación con los ejes de la sostenibilidad durante un período de tiempo determinado. La metodología es de carácter documental, ya que es un método de recogida de datos en un contexto de estudios principalmente científicos, que se llevó a cabo utilizando herramientas hermenéuticas (fichajes y focalización) como instrumento de análisis e interpretación. Entre los principales resultados se obtuvo que las empresas tomadas en cuenta, han sido responsables con los ejes de la sostenibilidad, algunas con más inclinación en lo ambiental en relación a la conservación del medioambiente, y otras en lo sociocultural, desde las colaboraciones en proyectos sociales hasta el respeto y bienestar de los trabajadores, otras con el eje económico vinculado con las aportaciones y las relaciones que se crean con los clientes, así logrando sostenibilidad en sus servicios y productos ofertados a los turistas.

**Palabras clave:** Turismo, Sostenibilidad, Eje ambiental, Eje socio-cultural, Eje económico.

**Abstract:** The objective of this research work is to determine sustainable tourism from the social responsibility of tourism companies, through studies carried out by Latin American countries such as Peru, Colombia and Nicaragua, to determine how companies have been responsible in relation to each of the axes of sustainability. This research was carried out following the guidelines of each of the proposed objectives, beginning by defining the theoretical aspect of sustainable

tourism and the social responsibility of tourism companies, followed by describing social responsibility in relation to the axes of sustainability such as the environment, sociocultural and economic axis, and finally demonstrating how tourism companies have been responsible in relation to the sustainability axes during a given period of time. The methodology is of a documentary nature, since it is a data collection method in a context of mainly scientific studies, which was carried out using hermeneutic tools (signature and focalization) as an instrument of analysis and interpretation. Among the main results, it was obtained that the companies taken into account have been responsible with the axes of sustainability, some with more inclination in the environmental aspect in relation to the conservation of the environment, and others in the sociocultural aspect, from collaborations in social projects to the respect and well-being of the workers, others with the economic axis linked to the contributions and the relationships that are created with the clients, thus achieving sustainability in their services and products offered to tourists.

**Keywords:** Tourism, Sustainability, Environmental Axis, Sociocultural Axis, Economic Axis.

## INTRODUCCIÓN

Se reconoce que el turismo es una actividad ambivalente, puesto que contribuye a través de grandes ventajas socioeconómicas y culturales, pero al mismo tiempo contribuye a la degradación del medioambiente y a la pérdida de la identidad de una determinada localidad, a raíz de esto surge el turismo sostenible.

A través del turismo sostenible debe conciliarse, equilibrarse y fomentarse la igualdad social, el cuidado de la naturaleza y la rentabilidad de las inversiones públicas y privadas, de tal modo que satisfaga las necesidades de todas aquellas personas que estén vinculadas a las actividades del sector turístico.

Por lo tanto, Montivero (2014) menciona que el turismo sostenible tiene tres componentes clave, algunas veces conocidos como “la triple meta” y también llamados por Gómez *et al.* (2014) como ejes de la sostenibilidad los cuales son:

**Ambientalmente**, la actividad tiene un bajo impacto sobre los recursos naturales, particularmente en áreas protegidas. Esta actividad minimiza el daño sobre el medioambiente e idealmente intenta beneficiar al medioambiente.

**Social y culturalmente**, la actividad no afecta negativamente a la estructura social o cultural de la comunidad en donde se realiza. Por el contrario, esta respeta la cultura y las tradiciones locales.

**Económicamente**, la actividad contribuye al bienestar económico de la comunidad, generando un ingreso sostenible y equitativo para las comunidades locales y para la mayor cantidad de actores. Beneficia a dueño de negocios, empleados y vecinos.

Para cumplir con estos ejes, es de importancia tener en cuenta a las empresas, ya que, en el núcleo de estas, se encuentran gran cantidad de personas que trabajan por un mismo objetivo es por esto que se incita a las empresas a adoptar la responsabilidad social (RSE) en cada una de las actividades que desempeñen y de esta manera cumplir con los tres ejes ya antes mencionados y de los cuales hablaremos a detalle en el desarrollo de este documento.

La RSE según Cajiga (2009a) es una visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente con la gestión misma de la empresa, independientemente de los productos o servicios que esta ofrece, del sector al que pertenece, de su tamaño o nacionalidad.

## MATERIAL Y MÉTODO

Esta investigación es de naturaleza analítica documental, ya que se utilizó el instrumento de la hermenéutica para recolectar la información necesaria y de esta manera identificar si las empresas latinoamericanas son responsables con los ejes de la sostenibilidad.

La información se obtuvo de investigaciones realizadas en los países que se seleccionaron para este estudio los cuales fueron: Perú, Colombia y Nicaragua con un total de 22 empresas.

Agregar un párrafo que describa en términos generales el proceso que llevo a cabo para determinar sus resultados y conclusiones.

El periodo que se tomó para realizar esta investigación sobre turismo sostenible desde la responsabilidad social de las empresas turísticas, fue a partir del año 2015 hasta el 2020, periodo en que se facilitó el estudio, análisis e interpretación de datos.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Inicialmente se realiza la comparación entre los 3 países para identificar las empresas socialmente responsables con cada uno de los ejes de la sostenibilidad teniendo en claro que el turismo sostenible según la Organización Mundial del Turismo en la revista OSTELEA (2021) es aquel que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.

TABLA 1  
Cantidad de Empresa con Turismo Sostenible

PAÍS	EMPRESA	FRECUENCIA	%
Perú	Restaurantes y Centro recreativo	13	59.09
Colombia	Hoteles	8	36.36
Nicaragua	Hotel	1	4.55
Total	-	22	100

Nota. Datos obtenidos de Tovar (2015), Peña (2018), Talavera y Úbeda (2018).

Para la realización del estudio se retomaron 22 empresas que están ubicadas en diferentes países, 13 en el centro poblado menor de Muruhuay en Perú, se encuentran 12 restaurantes y 1 centro recreativo que representa el 59.09%; 8 empresas hoteleras en Santa Marta en Colombia con el 36.36%, y por último en Nicaragua 1 empresa hotelera con el 4.55%. De tal modo demostrar de qué manera han sido responsables en relación con los ejes de la sostenibilidad como son, el ámbito económico, sociocultural y ambiental.

TABLA 2  
Eje ambiental

PAÍS	EMPRESA	FRECUENCIA			
		SI	%	NO	%
Muruhuay- Perú	13	12	54.54	1	4.55
Santa Marta - Colombia	8	8	100	-	-
Esteli- Nicaragua	1	1	100	-	-
Total	22	21	95.45	1	4.55

Nota. Datos obtenidos de Tovar (2015), Peña (2018), Talavera y Úbeda (2018).

En relación con el eje ambiental de las 22 empresas tomadas en cuenta para este estudio 21 son ambientalmente responsables, entre ellas, 12 de Perú con el 54.54% y 1 con el 4.55% que representa que no es responsable, 8 en Colombia con el 100% que representa que todas las empresas de este país son responsables con este eje ambiental, al igual que Nicaragua con el 100% y en total se muestra que las empresas responsables equivalen al 95.45% y las que no en un 4.55%.

TABLA 3  
Uso adecuado de los Recursos Naturales

PAÍS	EMPRESA	FRECUENCIA
Muruhuay- Perú	12	54.54%
Santa Marta -Colombia	8	36.36%
Estelí- Nicaragua	1	4.55%
Total	21	95.45%

Nota. Datos obtenidos de Tovar (2015), Peña (2018), Talavera y Úbeda (2018).

Las 21 empresas responsables ambientalmente, lo son a través del uso adecuado de los Recursos Naturales, presentes 12 en Perú con el 54.54%, 8 en Colombia igual al 36.36% y 1 en Nicaragua con el 4.55%, siendo equivalente al 95.45% de la muestra de estudio.

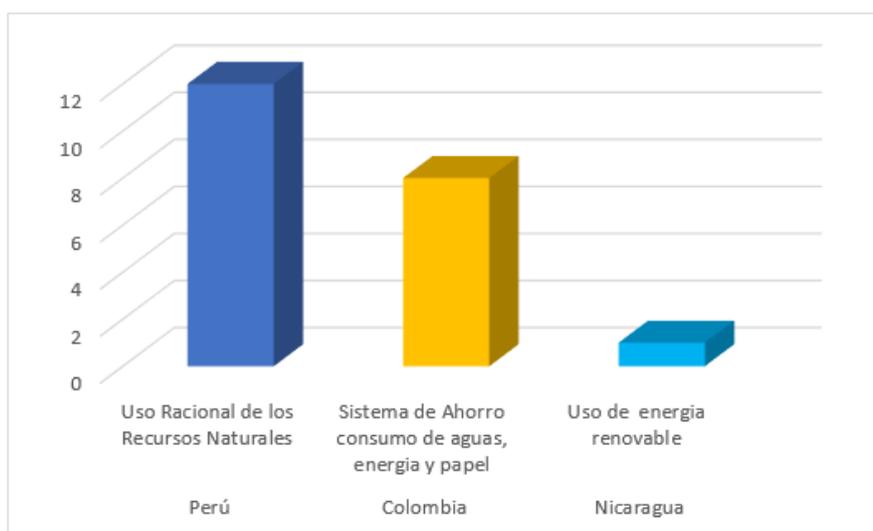


FIGURA 1  
Tipos de Recursos Naturales

Nota. La figura muestra los tipos de uso y uso adecuado que realizan las empresas. Fuente Tovar (2015), Peña (2018), Talavera y Úbeda (2018).

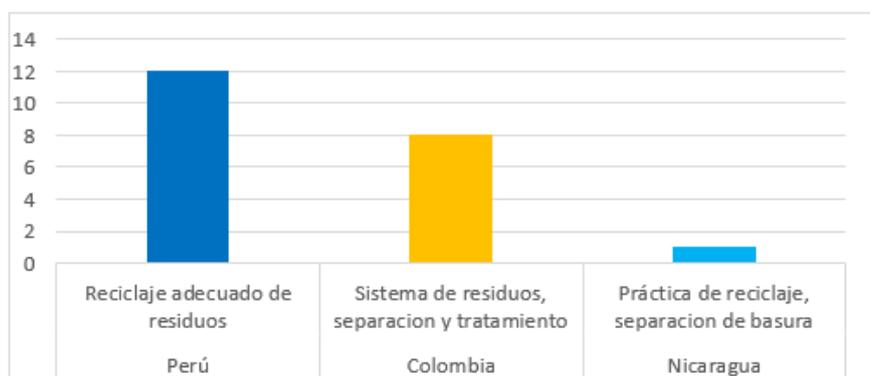
Con respecto a las 21 empresas que son ambientalmente responsables, equivalentes al 95.45% tenemos que 12 empresas ubicadas en Perú son responsables ambientalmente un 54.54% por medio del uso adecuado de los recursos naturales, luego, de las 8 empresas hoteleras situadas en Colombia, todas tienen sistemas o programas de ahorro en el consumo de agua, energía y papel con un 36.36%, por último, la empresa hotelera de Nicaragua es responsable ambientalmente un 4.55% a través del uso de energía renovable.

**TABLA 4**  
Tratamiento de Residuos

PAÍS	EMPRESA	FRECUENCIA
Muruahuay- Perú	12	54.54%
Santa Marta -Colombia	8	36.36%
Estelí- Nicaragua	1	4.55%
Total	21	95.45%

Nota. Datos obtenidos de Tovar (2015), Peña (2018), Talavera y Úbeda (2018).

En relación con el eje ambiental, 21 empresas realizan tratamiento de residuos lo cual representan el 95.45%, en las que se encuentran 12 en Perú con el 54.54%, 8 en Colombia con el 36.36% y en Nicaragua 1 empresa que representa el 4.55% de la muestra tomada en cuenta para esta investigación.



**FIGURA 2**  
Tipos de tratamiento de residuos

Nota. La figura muestra los tipos de tratamientos aplicados por las empresas en los diferentes países. Fuente Tovar (2015), Peña (2018), Talavera y Úbeda (2018).

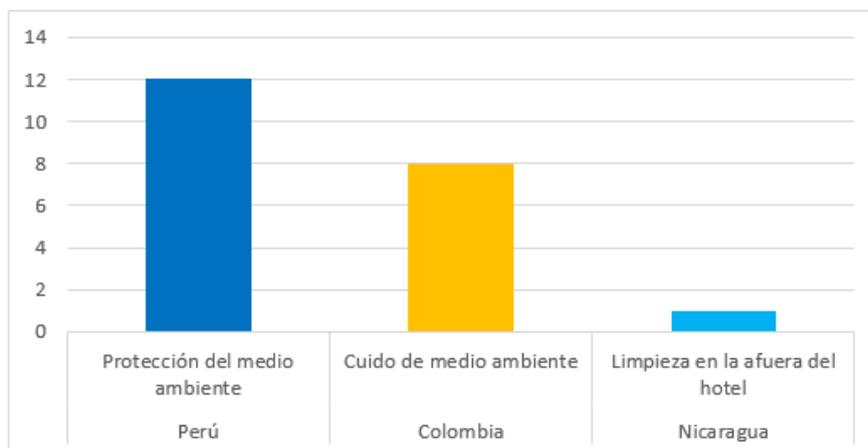
Las 21 empresas igual al 95.45% que son ambientalmente responsables, 12 de ellas situadas en Perú llevan a la práctica actividades de reciclaje adecuado de residuos con un 54.54%, en Colombia las 8 igual al 36.36% de empresas tienen sistemas de reducción, separación y tratamiento de residuos, por último, el 4.55% correspondiente a la empresa de Nicaragua estos realizan prácticas de reciclaje y separación de basura.

**TABLA 5**  
Protección de Medio ambiente

PAÍS	EMPRESA	FRECUENCIA
Muruahuay- Perú	12	54.54%
Santa Marta -Colombia	8	36.36%
Estelí- Nicaragua	1	4.55%
Total	21	95.45%

Nota. Datos obtenidos de Tovar (2015), Peña (2018), Talavera y Úbeda (2018).

En relación al ámbito ambiental, 21 empresas se comprometen a la protección del medio ambiente siendo igual al 95.45%, todas las empresas situadas 12 en Perú que son el 54.54%, 8 en Colombia con el 36.36% y 1 en Nicaragua con el 4.55%.



**FIGURA 3**  
Conservación Del medio ambiente

Nota. En la figura se muestra las diversas formas de protección al medio ambiente. Fuente Tovar (2015), Peña (2018), Talavera y Úbeda (2018).

En cuanto a la conservación del medio ambiente, 12 empresas de Perú equivalentes al 54.54% realizan prácticas que garantizan la protección del medio ambiente, luego, de las 8 empresas encuestadas en Colombia que representan el 36.36% estas implementan actividades responsables que aseguran el cuidado del medio ambiente, finalmente, la empresa ubicada en Nicaragua lleva a cabo prácticas ambientales como, limpieza en las afueras del hotel con un 4.55% asegurando la conservación y preservación del medio ambiente, todas estas sumando 21 empresas que representan el 95.45% de la muestra en estudio.

**TABLA 6**  
Eje socio-cultural

PAÍS	EMPRESAS	FRECUENCIA			
		SI	%	NO	%
Perú	13	6	27.27	7	31.82
Colombia	8	8	100	-	-
Nicaragua	1	1	100	-	-
Total	22	15	68.18	7	31.82

Nota. Datos obtenidos de Tovar (2015), Peña (2018), Talavera y Úbeda (2018).

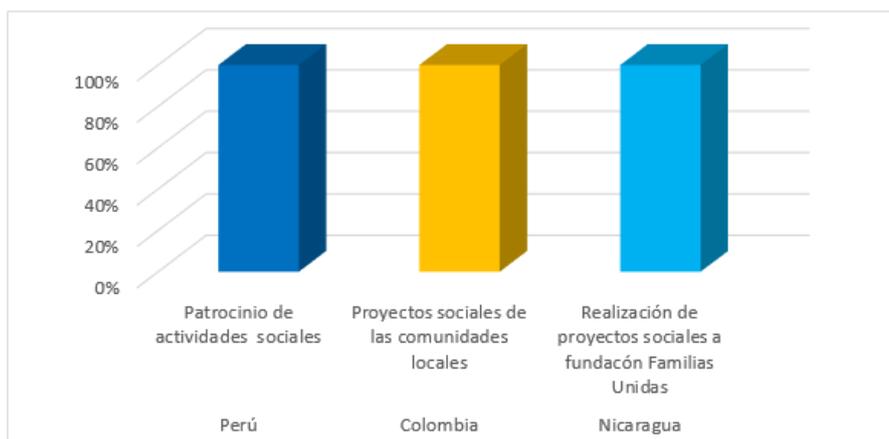
De acuerdo a las 22 empresas turísticas reflejadas en la tabla, se demuestra que, 6 de las 13 empresas de Perú equivalen al 27.27% que son responsables socialmente, y las otras 7 con el 31.82% no son responsables, en Colombia las 8 en un 100% son responsables con este eje, por último la que está situada en Nicaragua es responsable en un 100%, teniendo como resultado que, de las 22 empresas tomadas en cuenta para este estudio solamente 15 de ellas equivalente al 68.18% son responsables socialmente.

**TABLA 7**  
Colaboración en Proyectos Sociales

PAÍS	EMPRESA	FRECUENCIA			
		SI	%	NO	%
Muruhuay- Perú	6	5	22.72	1	4.55
Santa Marta - Colombia	8	8	36.36	-	-
Estelí- Nicaragua	1	1	4.55	-	-
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>14</b>	<b>63.63</b>	<b>1</b>	<b>4.55</b>

Nota. Datos obtenidos de Tovar (2015), Peña (2018), Talavera y Úbeda (2018).

Con respecto a las 6 empresas situadas en Perú que son responsables socialmente, únicamente 5 de ellas equivalentes al 22.72% colaboran en proyectos sociales, y 1 con el 4.55% no colabora, en Colombia las 8 empresas con el 36.36% si realizan esta actividad, la empresa correspondiente a Nicaragua si colabora aportando un 4.55%, por consiguiente, solo 14 empresas con un 63.63% son responsables socialmente a través de colaboraciones en proyectos sociales.



**FIGURA 4**  
Tipos de Proyectos Sociales

Nota. En la figura se muestra los diferentes proyectos realizados. Fuente Tovar (2015), Peña (2018), Talavera y Úbeda (2018).

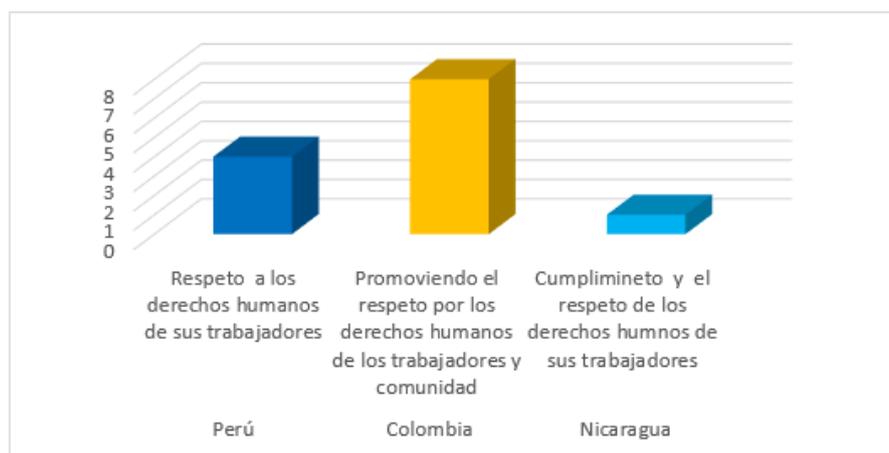
De las 14 empresas que implementan colaboraciones en proyectos sociales equivalentes al 63.63% las realizan de diversas maneras, 5 empresas de Perú las realizan por medio de patrocinios en las actividades sociales que representa el 22.72%, seguidamente las 8 empresas de Colombia colaboran en proyectos sociales de las comunidades locales equivalente al 36.36%, y la empresa de Nicaragua con el 4.55% la efectúa por medio de donaciones a la Fundación Familias Unidas.

**TABLA 8**  
Respeto por los Derechos Humanos

PAÍS	EMPRESA	FRECUENCIA			
		SI	%	NO	%
Muruhuay- Perú	6	4	15.15	2	7.57
Santa Marta - Colombia	8	8	36.36	-	-
Estelí- Nicaragua	1	1	4.55	-	-
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>13</b>	<b>56.06</b>	<b>2</b>	<b>7.57</b>

Nota. Datos obtenidos de Tovar (2015), Peña (2018), Talavera y Úbeda (2018).

Con respecto a las 6 empresas situadas en Perú que son responsables socialmente, únicamente 4 de ellas equivalentes al 15.15% tienen respeto por los derechos humanos, y 2 con el 7.57% no lo practican, en Colombia las 8 empresas con el 36.36% si realizan esta actividad, la empresa correspondiente a Nicaragua si respeta los derechos humanos con un 4.55%, por lo tanto, de las 15 empresas solo 13 con un 56.06% son responsables socialmente a través del respeto por los derechos humanos.



**FIGURA 5**  
Respeto en relación a los derechos humanos.

Nota. La figura muestra las diversas formas de respeto a los trabajadores y comunidad. Fuente Tovar (2015), Peña (2018), Talavera y Úbeda (2018).

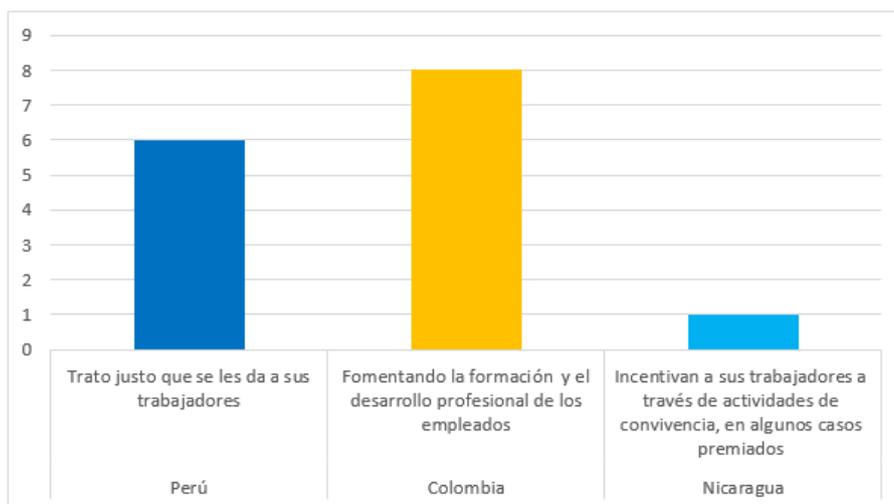
En relación con el respeto a los derechos humanos, 4 empresas de Perú respetan los derechos humanos de sus trabajadores que representa al 15.15%, las 8 empresas de Colombia lo desarrollan promoviendo el respeto por los Derechos Humanos de los trabajadores y la comunidad local que equivale al 36.36%. Con respecto, a la empresa de Nicaragua vela por el cumplimiento y el respeto de los derechos humanos de sus trabajadores equivalente al 4.55%, por consiguiente, 13 empresas con el 56.06% poseen respeto a los derechos humanos de sus trabajadores.

**TABLA 9**  
Bienestar de los Trabajadores

PAÍS	EMPRESA	FRECUENCIA
Muruhuay- Perú	6	27.27%
Santa Marta -Colombia	8	36.36%
Estelí- Nicaragua	1	4.55%
Total	15	68.18%

Nota. Datos obtenidos de Tovar (2015), Peña (2018), Talavera y Úbeda (2018).

En relación al eje socio – cultural, 15 empresas velan por el bienestar de sus trabajadores siendo igual al 68.18%, las empresas están situadas 6 en Perú que son el 27.27%, 8 en Colombia con el 36.36% y 1 en Nicaragua con el 4.55%.



**FIGURA 6**  
Tipo de Bienestar

Nota. La figura muestra los diversos tipos de bienestar de los empleados Tovar (2015), Peña (2018), Talavera y Úbeda (2018).

De las 15 empresas correspondientes al 68.18% velan por el bienestar de sus trabajadores, en Perú 6 de sus empresas están de acuerdo con el trato justo que se les da a sus trabajadores con el 27.27%. Así mismo, en Colombia la ejercen fomentando la formación y el desarrollo profesional de los empleados con un 36.36%. Del mismo modo, la empresa de Nicaragua incentiva a sus trabajadores a través de actividades de convivencia, en algunos casos con premiaciones que representa el 4.55%.

**TABLA 10**  
Eje económico

PAIS	EMPRESAS	% de empresas que son responsables
Muruhuay - Perú	13	100
Santa Marta - Colombia	8	100
Estelí - Nicaragua	1	100
Total	22	100

Nota. Datos obtenidos de Tovar (2015), Peña (2018), Talavera y Úbeda (2018).

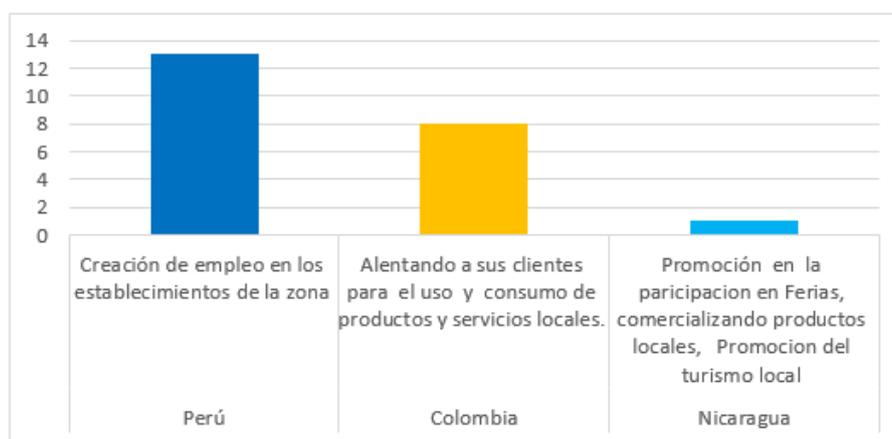
Las empresas responsables con respecto al eje económico de la sostenibilidad son 22 que equivalen a un 100%, en Muruhuay - Perú las 13 empresas son responsables equivalentes a un 100%, en Santa Marta - Colombia las 8 empresas equivalente al 100% son responsables con este eje y en Nicaragua que se encuentra 1 empresa es responsable en un 100%, por lo tanto, la presenta tabla demuestra que las 22 empresas consideradas para la realización de este estudio son económicamente responsables.

**TABLA 11**  
Aportaciones Económicas

PAIS	EMPRESAS	FRECUENCIA
Muruhuay - Perú	13	59.09%
Santa Marta - Colombia	8	36.36%
Estelí - Nicaragua	1	4.55%
Total	22	100%

Nota. Datos obtenidos de Tovar (2015), Peña (2018), Talavera y Úbeda (2018).

Las 22 empresas responsables con el eje económico de la sostenibilidad aportan a la economía que representan un 100%, en Muruhuay – Perú las 13 empresas realizan aportes económicos igual al 59.09% seguidamente las 8 empresas de Santa Marta – Colombia equivalentes al 36.36% y la empresa de Nicaragua con el 4.55% realizan aportaciones económicas.



**FIGURA 7**

**Tipos de Aportaciones económicas**

Nota. La figura muestra las diversas actividades económicas que se realizan. Fuente Tovar (2015), Peña (2018), Talavera y Úbeda (2018).

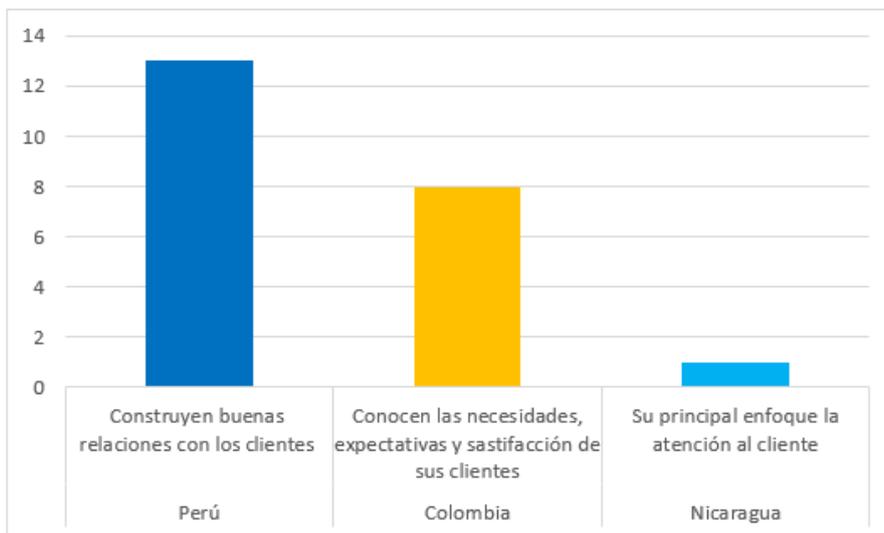
De las 22 empresas que se tomaron en cuenta para esta investigación hacen uso de los distintos tipos de aportaciones económicas que representan un 100% , en Perú las 13 empresas equivalente al 59.09% aportan a la economía a través de la creación de empleos en los establecimientos de la zona, en Colombia las 8 empresas igual al 36.36% aportan a la economía, alentando a sus clientes para el uso y consumo de productos y servicios locales y en Nicaragua la empresa con el 4.55% aporta a la economía a través de promoción en la participación de ferias, comercializando productos locales, promocionando el turismo rural y en la promoción de artesanías dentro de las instalaciones de la empresa.

**TABLA 12**  
Relación con los clientes

PAÍS	EMPRESA	FRECUENCIA
Muruhuay- Perú	13	59.09%
Santa Marta -Colombia	8	36.36%
Estelí- Nicaragua	1	4.55%
Total	22	100%

Nota. Datos obtenidos de Tovar (2015), Peña (2018), Talavera y Úbeda (2018).

Las 22 empresas presentes en este estudio que representan el 100%, crean relaciones con sus clientes, como son las 13 empresas de Muruhuay – Perú con un 59.09%, las 8 empresas de Santa Marta – Colombia igual al 36.36% y la empresa de Nicaragua equivalente al 4.55%.



**FIGURA 8**  
**Tipo de relación con los clientes**

Nota. En la figura se muestra las diversas formas de establecer relaciones con los clientes. Fuente Tovar (2015), Peña (2018), Talavera y Úbeda (2018).

Con respecto a la relación que debe existir entre cliente y prestador de servicios las 22 empresas cumplen con ello en un 100%, en Perú las 13 igual al 59.09% de empresas construyen buenas relaciones con los clientes, en Colombia las 8 empresas mismo al 36.36% conocen las necesidades, expectativas y satisfacción de sus clientes y en Nicaragua la empresa equivalente al 4.55% tiene como principal enfoque la atención al cliente.

## CONCLUSIONES

El turismo sostenible y la responsabilidad social son elementos muy importantes para la existencia de las empresas que se dedican a la actividad turística, el mundo está cambiando, el ser humano ya no solo busca el desarrollo para sí mismo sino también el cuidado de la casa común para las generaciones venideras, las cuales heredarán todo lo que nosotros hemos logrado construir, y todo empieza por el turismo sostenible desde la responsabilidad social de las empresas.

En el eje ambiental, las empresas han demostrado ser responsables de diversas maneras, con el 95.45%, a través de un adecuado uso de recursos naturales, estableciendo prácticas que generen la preservación de estos, también por medio del tratamiento adecuado de los residuos, con el fin de reducir la contaminación que los productos y servicios ofrecidos ocasionan de manera negativa, conservando los recursos naturales que la empresa posee para obtener una sostenibilidad y por consiguiente garantizar la protección del medio ambiente.

En cuanto al eje Socio Cultural, las empresas han sido responsable un 68.18%, por medio de la realización de diversas actividades sociales como generándoles un bienestar a sus trabajadores tomando en cuenta sus necesidades, haciendo aportaciones a proyectos sociales que ayudan al crecimiento de las comunidades locales, a reducir la pobreza y por ende a mejorar la calidad de vida tanto de sus trabajadores como de la sociedad. Y, por otro lado, respetando los derechos humanos de cada una de las personas que brindan su fuerza laboral para un mayor desarrollo de la empresa.

Posteriormente, en el eje económico, la responsabilidad que tienen las empresas de los distintos países, se presenta en un 100%, por medio de las relaciones que tienen con sus clientes como en las aportaciones económicas que estas realizan, garantizando de tal forma un desarrollo económico a nivel interno y externo, y creando de esta manera una percepción positiva de estas empresas a sus trabajadores y a la sociedad en general a las cuales pertenecen, aportando de tal forma a la economía de sus países y comunidades locales.

En conclusión, se debe tener presente que, si una empresa cumple solo con uno o dos ejes de la sostenibilidad no es considerada responsable, para que sea socialmente responsable todas las empresas deberán cumplir con los 3 ejes.

## REFERENCIAS

- Montivero, R. (2014). *Importancia de la Planificación Turística para el Desarrollo Del Turismo Sustentable*. <http://educacion.sanjuan.edu.ar/mesj/LinkClick.aspx?fileticket=fQe289k1jEA%3D&tabid=677&mid=1740>
- Gómez Jirón, E. J., Álvarez Montiel, Q. M., & Andino Thomas, Y. L. (2014). *Propuesta de desarrollo turístico sostenible para la cooperativa Ángel García Vázquez y campamento ecológico campuzano, comunidad ranchería, municipio de Chinandega* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua]. Repositorio institucional UN. <https://repositorio.unan.edu.ni/6626/1/55915.pdf>
- Cajiga Calderón, J. F. (2009). *El concepto de responsabilidad social empresarial*. [https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto\\_esr.pdf](https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf)
- OSTELEA. (2021). Que es el Turismo Sostenible. *OSTELEA Turism Management School*. <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/sostenibilidad/que-es-el-turismo-sostenible-segun-la-omt>
- Tovar Inga, D. M. (2015). *Evaluación del nivel de responsabilidad social empresarial de las PYMES turísticas del sector restaurante en el CPM de Muruhuay- Tarma en el período 2014* [tesis de licenciatura, Universidad nacional del centro de Perú]. repositorio institucional UN. <https://repositorio.uncp.edu.pe/handle/20.500.12894/2025>
- Peña Miranda, D. D. (2018). *La practica de la responsabilidad social empresarial en el sector turístico. Estudio de casos en empresas turísticas hoteleras de la ciudad de Santa Martha, colombia* [tesis doctoral, universidad de Málaga]. repositorio institucional UN. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=176759>
- Talavera Torres, J. L., & Úbeda Herrera, A. M. (2018). *Diagnostico de la responsabilidad de la empresa de servicios turísticos hotel los Arcos de fundación familias unidas en Estelí* [titulo de licenciatura, Universidad Nacional autónoma de Nicaragua]. repositorio institucional UN. <https://repositorio.unan.edu.ni/9437/>