


Efectos de los Stakeholders sobre el turismo sostenible en Barranquilla

Effects of Stakeholders on sustainable tourism in Barranquilla

Jeidys Aguas Simanca¹
Dayana Salazar Araujo²
Leidy Suarez Porras³
María Ramos Vilorio⁴
Camilo Barragán Morales⁵
 Jesús García Guiliany⁶

UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR, BARRANQUILLA, COLOMBIA

RESUMEN

Dentro de los procesos de globalización y los cambios de tipo social, económico, cultural, político y humano, las organizaciones, igualmente, han buscado, no solo ser partícipes, sino también servir como agentes de cambio a la sociedad, partiendo de esa base, El presente artículo tuvo como objetivo analizar los efectos de los Stakeholders o grupos de interés (teoría propuesta en 1984 por Freeman) sobre las iniciativas de turismo sostenible en la ciudad de barranquilla, valiéndose desde lo metodológico de un enfoque cualitativo apoyado por la revisión documental y bibliográfica como principal herramienta metodológica para el desarrollo de la investigación. Los principales hallazgos de la investigación reconocen la existencia de diecisiete (17) grupos de interés presentes dentro del entorno relacionado a las organizaciones de turismo sostenible en la ciudad de barranquilla, divididos en cuatro (4) categorías principales, siendo estas: apoyo, difusión, funcionales y normativos.

Palabras clave: Grupos de Interés, Sostenibilidad, Turismo Sostenible.

ABSTRACT

Within the processes of globalization and changes of a social, economic, cultural, political and human nature, organizations have also sought not only to be participants, but also to serve as agents of change for society, based on that basis, This article aimed to analyze the effects of Stakeholders or interest groups (theory proposed in 1984 by Freeman) on sustainable tourism initiatives in the city of Barranquilla, using the methodological approach of a qualitative approach supported by the documentary review and bibliography as the main methodological tool for the development of research.

The main research findings recognize the existence of seventeen (17) interest groups present within the environment related to sustainable tourism organizations in the city of Barranquilla, divided into four (4) main categories, being these: support, dissemination, Functional and normative.

Key-words: Interest Groups;Sustainability; Sustainable Tourism.

¹ Semillero de Investigación, Profesional en formación Programa Comercio y Negocios Internacionales Universidad Simón Bolívar.

² Semillero de Investigación, Profesional en formación Programa Comercio y Negocios Internacionales Universidad Simón Bolívar.

³ Profesional en formación Programa Comercio y Negocios Internacionales Universidad Simón Bolívar.

⁴ Profesional en formación Programa Comercio y Negocios Internacionales Universidad Simón Bolívar.

⁵ Administrador de Empresas Universidad Simón Bolívar, Especialista en Gerencia e Innovación, Investigador en formación

⁶ Dr. en Ciencias Gerenciales, Profesor Titular Facultad de Administración y Negocios Universidad Simón Bolívar.

jesus.garcia@unisimonbolivar.edu.co


1. INTRODUCCIÓN

Dentro de los procesos de globalización y los cambios de tipo social, económico, cultural, político y humano, las organizaciones, igualmente, han buscado, no solo ser partícipes, sino también servir como agentes de cambio a la sociedad, bien sea dicho, que el beneficio de las comunidades más cercanas a dichas organizaciones trascienda hacia mejoras en la calidad de vida y del entorno en el que están involucrados, es decir, sus grupos de interés. Los stakeholders o grupos de interés, según Freeman (1984), son todos aquellos que afectan la actividad de la organización, el cual pone de manifiesto un contacto constante con los públicos interesados en la empresa, lo cual resulta siendo un activo estratégico y ventaja competitiva para cualquier organización.

Las organizaciones objeto de estudio para la presente investigación giran en torno a aquellas que no solo están categorizadas como empresas turísticas, sino también aquellas preocupadas por generar equilibrio y efectos positivos desde la perspectiva social, ambiental y económica a través de su actividad, siendo estos efectos dirigidos a sus grupos de interés, en cuanto al turismo sostenible se refiere, fue definido por Aiest (International association of Scientific Experts in tourism) (1991), como aquel que mantiene equilibrados los intereses sociales, económicos y ecológicos, mediante la integración de actividades económicas y recreativas, en aras de conservar tanto valores naturales como culturales, lo cual lleva a considerar pertinente el desarrollo de investigaciones en este sentido.

Territorialmente, Barranquilla cuenta con empresas del sector turismo, las cuales mediante un clúster de turismo de naturaleza, término definido por Porter (1990) como la concentración geográfica (departamental, nacional y supranacional) de empresas de un sector, intrasector o suprasector, y la importancia de estos en el desarrollo económico, las cuales aprovechando las ventajas comparativas, siendo éstas aquellas con las que nace una región o territorio, buscan de acuerdo con los principios de desarrollo sostenible propuestos por el pacto global (2001), fomentar dentro de sus organizaciones, acciones orientadoras hacia turismo sostenible.

Dentro de las motivaciones para el desarrollo de esta investigación, se encuentra el balance realizado por el gobierno nacional colombiano del período 2010-2018, en el que se destaca el crecimiento y desempeño positivo que ha tenido este sector dentro de la economía colombiana, resaltando datos relevantes como el aumento de un 68.2% en el ingreso de divisas por turismo entre los años 2010 y 2017,



el aumento del 150% en la visita de extranjeros en los últimos ocho años, es decir, en el 2010 el número de turistas fue de 2.6 millones y hasta mediados del año 2018 fue de 6.5 millones. De esta manera, la contribución que hace el sector turismo resulta ser de gran relevancia para la economía colombiana, además contribuye de manera significativa en el crecimiento y desarrollo constante en el que se encuentra Barranquilla y su área metropolitana. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2014), el turismo es uno de los sectores que más aporta a las economías de los países, debido a que la gran mayoría de personas tienen preferencias por viajar y conocer nuevas culturas.


Teniendo en cuenta y sabiendo la importancia de la contribución que el turismo hace a la economía en Barranquilla, es importante resaltar que éste también contribuye a la preservación del medio ambiente y la cultura, siempre y cuando se realice de manera sostenible la gestión turística, protegiendo de manera integral el territorio en el que se desarrolla la actividad y proporcionando una mejor calidad de vida a sus residentes, de igual manera fomentando la calidad medioambiental.

2. FUNDAMENTO TEÓRICO

2.1. Stakeholders (Grupos de Interés)

El término “*Stakeholders*” fue utilizado por primera vez por Freeman (1984) en su obra: “*Strategic Management: A Stakeholders Approach*”, para referirse a cualquier individuo o grupo de individuos que pueden afectar o son afectados por las actividades y objetivos de una empresa y que, por lo tanto, deben ser considerados como un elemento esencial en la planificación estratégica y de gestión empresarial de cualquier actividad económica. La traducción de esta palabra ha generado no pocos debates en foros de internet, y son varios los especialistas que consideran esta definición como la más correcta de “*Stakeholders*”.

A partir de Freeman (1984), otros autores (Alkhafaji, 1989; Brummer, 1991; Clarkson, 1991; Goodpaster, 2006; Wood, 1991; Hill y Jones, 1992; Donaldson y Preston, 1995; Mitchell, Agle y Word, 1997; Post, Preston y Sachs, 2002; Rodríguez et al., 2002; Aguilera y Jackson, 2003; Hart y Sharma, 2004) han puesto énfasis principal en este concepto (Luciano, 2010). De acuerdo con los autores más actuales (Post et al., 2002), los grupos de interés de una empresa son los individuos y colectivos que contribuyen, voluntaria o involuntariamente, a la capacidad y a las posibilidades de creación de riqueza de la misma, y que, por lo tanto, son sus potenciales beneficiarios y/o portadores de riesgo (Luciano, 2010). Según los últimos discursos, es importante identificar y visualizar los stakeholders, en función de su gestión y sus intereses.



Así, como Stakeholders “implicados” en una empresa, se suele citar a cualquier persona o entidad que es afectada por las actividades de una organización; por ejemplo, los propios empleados de la compañía, los clientes, los proveedores, los medios de comunicación, la Administración Pública o la sociedad en general, entre otros.

Los stakeholders de cualquier empresa, incluida la turística, pueden ser: a) Accionistas; b) Asociaciones empresariales, industriales o profesionales; c) Clientes; d) Competidores; e) Comunidades donde la empresa tiene operaciones: asociaciones vecinales; f) Gerentes; g) Empleados; h) Gobierno nacional; i) Gobiernos locales j) Gobiernos provinciales; k) Inversores; l) ONG; m) Sindicatos; m) Familia; n) Proveedores/vendedores a la empresa. ñ) Medios de comunicación.

2.2. Sostenibilidad Global

Para Dourojeanni (1999) la sostenibilidad es explicada desde perspectivas sociales, económicas y ambientales, haciendo alusión a equidad, crecimiento económico y sustentabilidad ambiental, que bien sea dicho, aunque no explican a totalidad el término, si componen una mayoría del concepto. Esto supone que no existe una articulación efectiva entre las metas ambientales, sociales y económicas dentro de la sociedad.

Siendo entonces, el conjunto de decisiones y procesos que deben llevarse a cabo por parte de los seres humanos, no sólo para la generación actual, sino también para generaciones pasadas y futuras, en un mundo globalizado y de cambios constantes; siendo pertinente destacar que estas decisiones son apropiadas más de manera individual que en colectividades, por tanto, resulta fundamental esclarecer las políticas y directrices gubernamentales en este sentido, para así, administrar de mejor manera los territorios, políticas y directrices que deben ser apropiadas por las empresas o entes económicos que participan dentro del entorno empresarial, que si bien es reconocido que el crecimiento económico es el que trae desarrollo a la sociedad, es necesario, de igual manera, contar con organizaciones preocupadas por generar cambios en materia de sostenibilidad, donde sus negocios estén enmarcados hacia un sentido que busquen no solo satisfacer sus propios intereses (económicos), sino también a la sociedad (sociales) y el entorno (ambiental) dentro del cual desarrolla su actividad.

Sin embargo, para autores como Myers (1993) el término resulta complejo dadas las distintas asociaciones que establecen los problemas que intenta resolver, por tanto, las empresas deben organizar sus actividades y procesos encaminadas a la generación de estrategias que estimulen el desarrollo en este sentido, esto tomando en cuenta, los múltiples cambios que la sociedad presenta de manera vertiginosa.

2.3. Desarrollo sostenible


Para Barbier (1989) es el nivel óptimo de interacción entre tres sistemas –biológico, económico y social– el cual se alcanzaría mediante un proceso dinámico y de constantes cambios. El desarrollo sostenible es una forma de entender el mundo como interacción compleja entre sistemas económicos, sociales, ambientales y políticos. Pero también es una visión normativa o ética del mundo, es a su vez, un método para resolver los problemas globales. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) guiarán la diplomacia económica mundial de la próxima generación (Sachs, 2015).

El desarrollo sostenible implica no sólo a uno sino a cuatro sistemas complejos en interacción entre sí. Cada uno de estos sistemas complejos —económico, social, ambiental y de gobernanza— exhibe de forma muy prominente las especiales propiedades de esta clase de sistemas, como los comportamientos emergentes y las fuertes dinámicas de carácter no lineal (incluidos los procesos de expansión y contracción). Implica también un enfoque normativo sobre el planeta, en el sentido de que recomienda una serie de objetivos a los que el mundo debería aspirar. En consecuencia, el aspecto normativo del proyecto del desarrollo sostenible se orienta hacia cuatro objetivos definitorios de una buena sociedad: la prosperidad económica; la inclusión y la cohesión social; la sostenibilidad ambiental; y la buena gobernanza por parte de los principales actores, entre ellos los gobiernos y las empresas.

2.4. Turismo sostenible

La OMT (1998), lo define como el conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el consumo turístico por grupos determinados de consumidores. Se entiende entonces que el producto turístico pretende brindar al turista una satisfacción en cuanto a necesidades, requerimientos o deseos, considerándose importante que en su estructuración se tome en cuenta la accesibilidad, las facilidades y sobre todo los principios de sostenibilidad, donde los pilares económico, ambiental y sociocultural son de importancia para que un producto turístico sea sostenible a largo plazo, es decir, conseguir que tanto el turista como el residente obtengan beneficios de este producto.

Es el Modelo de desarrollo económico diseñado para mejorar la calidad de vida de la población local, la gente que trabaja y vive en el destino turístico, proveer mayor calidad de las experiencias para los visitantes, mantener la calidad del medio ambiente de la cual depende tanto la población local como los visitantes,



la consecución de mayores niveles de rentabilidad económica de la actividad turística para los residentes locales y asegurar la obtención de beneficios por parte de los empresarios turísticos (Pérez de las Heras, 2004).

El desarrollo turístico sostenible ha de ser responsable ecológicamente y a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva estética y social para la comunidad receptora (OMT, 1997). se considera que son aquellas actividades turísticas respetuosas con el medio natural, la cultural, la sociedad y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa, los beneficios de la actividad es repartida de forma equitativa y donde los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje (Asociación de Monitores Medioambientales Almijara, 2008), implica por tanto un desarrollo local donde la población debe obtener los beneficios del uso de los recursos disponibles en su territorio. La característica principal del desarrollo local es que éste es impulsado desde la base social donde la comunidad es la protagonista de su propio desarrollo (Camelo & Ceballos, 2012).

El sector turístico, por su parte, se caracteriza por ser una actividad altamente transversal (que afecta a su vez a múltiples sectores), muy heterogénea y altamente vulnerable a los cambios que se producen en el entorno en el que este tipo de empresas desarrollan su actividad. Las empresas turísticas se enfrentan continuamente a factores sociales, medioambientales, culturales, legales e incluso climatológicos que pueden hacer variar sus rendimientos económicos de forma considerable en periodos de tiempo cortos. Olsen (1980) destacó la importancia de analizar el entorno de las empresas turísticas para llevar a cabo un proceso de toma de decisiones y gestión estratégica apropiadas. Se trata de un sector cuya materia prima principal son las personas y en el que, por tanto, los principales resultados obtenidos dependen muchas veces de las decisiones tomadas por los agentes o actores que intervienen en la actividad turística.

Entonces, resulta pertinente definir a los stakeholders del turismo como “aquellas personas o grupos de personas procedentes de entidades públicas o privadas que pueden afectar o son afectadas por las actividades turísticas y que, por lo tanto, deben ser considerados como un elemento esencial en la planificación estratégica del sector del turismo en un territorio o destino turístico.”



3. MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. Enfoque de la Investigación

El enfoque cualitativo inicialmente representa el estilo de manejo de datos más conveniente para esta investigación, ya que se procurará desarrollar por medio del desarrollo argumentativo, claro, preciso y profundo cada variable objeto de estudio, con el fin de retratar el estado actual de las mismas (Hernández, Fernández & Baptista, 2014).

La investigación presentada se clasifica dentro del tipo documental, puesto que realiza la caracterización de hechos de la realidad, para identificar los rasgos más sobresalientes y generar una radiografía del problema de estudio, soportado en el desarrollo de argumentos gracias a la revisión de diversas fuentes documentales (recursos bibliográficos, hemerográficos, reportes oficiales, entre otros), distinguidos en términos de confiabilidad y validez científica (Behar, 2008).

3.2. Universo y Población

El territorio de la ciudad de Barranquilla, cuenta con una plataforma en crecimiento de recursos y capacidades en materia turística, donde se trabaja por el mejor aprovechamiento de las condiciones del territorio, así mismo, cuenta con actores que integran la cadena de valor de este sector empresarial, de importancia prioritaria, tanto para la ciudad como el Departamento.

Para esta investigación el universo de estudio se enfoca en los grupos de interés involucrados en la actividad de las organizaciones que bien tienen como actividad económica principal el turismo, y que sumado a esto, desarrollan iniciativas de turismo sostenible representados en: hoteles, hostales, centros de recreación, hospedajes y todo tipo de alojamiento. Se delimita con la finalidad de evaluar los avances desde la sostenibilidad en los actores del sistema y los retos que se presentan para avanzar en el desarrollo sostenible de la región, lo anterior, apuntando al establecimiento, fortalecimiento y solidificación de estas iniciativas cumpliendo con una serie de condiciones, que, a su vez, permitirán la consecución de dichos avances.

3.3. Procedimiento Metodológico

Fase 1. Identificación de los stakeholders que intervienen sobre el turismo sostenible en Barranquilla para conocer su estado actual y componentes.

Con el propósito de identificar dichos grupos de interés se proponen las siguientes actividades:

- Levantamiento de información referente a iniciativas de turismo sostenible que evidencien la comunión con los Stakeholders en Barranquilla.
- Caracterización de los actores participantes (Stakeholders) con la finalidad de identificar su posición respecto al turismo sostenible.

Fase 2. Categorización de los stakeholders involucrados en el turismo sostenible en Barranquilla, según criterios de vinculación permitiendo su identificación en estos aspectos.


Conociendo la forma por la cual se desarrollan las iniciativas correspondientes y el vínculo entre actores, se desarrollan los principales aspectos que estimulan el efecto de los Stakeholders sobre el turismo sostenible.

Fase 3. Determinación del compromiso de los stakeholders de cara a las iniciativas de turismo sostenible en Barranquilla.

De tal manera que la actividad investigativa contenga el corte aplicado en la realidad estudiada, que a partir de los componentes analizados en el estudio permitan fortalecer el desarrollo y las aplicaciones de carácter sostenible en Departamento.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se reconocen como grupos de interés o stakeholders participantes e influyentes dentro del turismo sostenible en Barranquilla, los siguientes (Basados en Morales y Hernández (2011); Ortiz, Martínez, Rogel y Nechar (2016)) entrando estos referentes a describir los involucrados dentro de la actividad turística, o relacionando estos grupos con base en sus intereses ambientales. Por tanto, los stakeholders que intervienen sobre el turismo sostenible en Barranquilla son (de acuerdo a lo propuesto dentro de este objetivo, se entrega un breve informe en materia del estado actual de cada uno de estos actores):



1) Empresas de alojamiento hotelero y extrahotelero (hoteles, hostales, casas rurales, campings, apartamentos turísticos, etc.): Juegan un papel muy importante en el sector turístico ya que son las empresas turísticas por excelencia.

2) Empresas de restauración.

3) Touroperadores, agencias de viajes mayoristas y minoristas o empresas de intermediación.

4) Compañías aéreas y personales de aeropuertos.

5) Centrales de reservas.

6) Empresas de Actividades Turísticas.

7) Museos, Teatros y Centros de Interpretación.

8) Oficinas de Turismo.

9) Asociaciones y clubs deportivos, culturales y de ocio (Asociaciones de senderismo, micológicas, cinegéticas, ornitológicas o teatrales, entre otros, dependiendo de las distintas tipologías de turismo existente).

10) Ayuntamientos, Mancomunidades, Grupos de Acción Local, Diputaciones Provinciales, Consejerías, Ministerios y demás organismos públicos relacionados, en función de las tipologías de turismo existentes.

11) Fundaciones, Universidades y otros organismos relacionados y con carácter relevante en el sector.

12) Edificios y lugares de interés turístico y cultural.

13) Espacios naturales protegidos, Patrimonios de la Humanidad y demás figuras de interés.

14) Periodistas y medios de comunicación especializados.


15) Promotores del destino en el extranjero.

16) Empresas del sector del comercio.

17) Empresas del sector del transporte terrestre y marítimo.

Se plantea entonces, la existencia cuatro tipos de vínculos que identifican las relaciones de las partes interesadas con una organización. Estos son: 1) de apoyo o posibilitadores; 2) funcionales; 3) normativos, y 4) difusos.

En este orden de ideas, Los vínculos de apoyo o posibilitadores permiten identificar a los stakeholders que tienen control o autoridad sobre la organización y proveen recursos financieros u otorgan permisos para que los hoteles puedan operar. Si la relación se complica, es posible que estos apoyos queden limitados, lo que dejaría a la empresa en imposibilidad de maniobrar. Si, por lo contrario, es fluida, completa y veraz, se contribuye a crear un nexo eficiente para el proceso de toma de decisiones.



Por su parte, Los vínculos funcionales son esenciales para la operación de la empresa hotelera. Puesto que los destinos turísticos son pensados como un clúster y están integrados por elementos abastecedores (inputs) y elementos que salen de la actividad (outputs), en los hoteles se organizan cadenas productivas de diversa naturaleza (Vargas, López & Cervantes, 2014). Los vínculos funcionales que se ejercen con la organización se dividen entre las funciones de entrada que proporcionan la mano de obra para crear u ofrecer un producto o servicio y las de salida que sirven para el consumo o comercialización del mismo.

Los vínculos normativos pueden generarse por dos vías: la reguladora y la voluntaria. Los stakeholders de este tipo inciden directamente en la estandarización de las actividades de la organización, representados por algunas instituciones gubernamentales o asociaciones con actividades similares. Las relaciones se establecen de acuerdo con acciones, propósitos o problemas de carácter común como la promoción turística, la capacitación, la calidad en el servicio o la responsabilidad social. Estas pueden llegar a permitir la realización de análisis comparativos, así como de asesorías o certificaciones.

Los vínculos difusos incluyen todos aquellos stakeholders con los que no se tiene una constante interacción como la comunidad, las ONG o las organizaciones civiles y pueden revalorizarse en tiempos de conflicto o crisis. Ante los problemas sociales y ambientales que enfrentan los destinos turísticos, por ejemplo, por la presencia de grandes cadenas hoteleras, las relaciones se tornan problemáticas. En estos casos, es factible establecer vínculos con medios de comunicación, grupos ambientalistas o comunidades indígenas para tratar de resolver los conflictos y beneficiarse entre sí. Una empresa hotelera está inmersa en un sistema en constante correspondencia con la comunidad en la que desarrolla sus actividades. Por ello, el vínculo que surge entre ambas provoca que estas pasen a ser miembros activos de la sociedad y deban estar atentas a cumplir con las demandas de la población y a generar una conexión cada vez más fortalecida y consolidada.

Gráfico 1. Categorías de Grupos de interés presentes en Barranquilla



Fuente. Elaboración Propia (2019).

Bien sea dicho, que, para el caso de la ciudad de Barranquilla, la cual cuenta con aglomerados empresariales a manera de Clúster, por ejemplo, el clúster de turismo (Red clúster, 2019), el cual se encuentra avalado por diversas entidades gubernamentales, además de poder contar con apoyo para obtención de recursos estatales.

Por otro lado, se encuentra la instauración metodológica en el año 2017 del clúster en turismo de naturaleza para el departamento, por tanto, se reconoce esta como una iniciativa tangible de las intenciones del territorio por fomentar el turismo sostenible, los actores anteriormente mencionados han resultado indiferentes respecto de este tipo de iniciativas, ya que se considera que no existe el potencial suficiente en Barranquilla para generación opciones turísticas sostenibles, sumado al hecho de fracasos colaborativos en el pasado, principalmente de entes gubernamentales.

En este sentido, Barranquilla ha establecido un encadenamiento mancomunado entre distintas organizaciones y cadenas de valor, lo cual pone a la cadena hotelera de la ciudad en un punto privilegiado, en algunos casos como protagonista y en otros como articulador para el desarrollo de otras cadenas productivas que generen valor, desarrollo económico, y efectos socio-ambientales en las comunidades de impacto dentro de la ciudad.



5. CONCLUSIONES

Con base en el constructo teórico y metodológico de la investigación, se concluye: Existe un compromiso, al menos intencional, de parte de los distintos grupos de interés que interactúan sobre el turismo sostenible en la ciudad de Barranquilla, para estimular y fortalecer este tipo de iniciativas.


De igual manera, los actores de la cadena de valor del sector en cuestión, han replicado iniciativas y acciones globales y las han adaptado al territorio, lo cual prevé una labor de mejoras continuas para generar resultados de alto impacto dentro del turismo sostenible. Sin embargo, las acciones siguen en una etapa tanto exploratoria como inicial, ya que no este compromiso por parte de los actores tiende a no ser sinérgico, para el caso de Barranquilla, todos los grupos de interés deben gestionar, recursos, capacidades y esfuerzos en aras de construir un territorio que resulte no solo turísticamente atractivo, sino también sostenible.


Resulta entonces pertinente, la consideración de aunar esfuerzos que resulten en iniciativas/acciones duraderas y por encima de los resultados esperados, desde gobierno y las políticas direccionadas para tal fin, por ejemplo, donde se cuente con las disposiciones para optimizar el accionar de los actores principales (hoteles) en este sentido.

Para investigaciones futuras, se plantea la consideración de este documento como base de tipo teórica para la construcción de nuevos materiales de producción científica dentro del sector que permitan contar con una abundante bibliografía que vislumbre un panorama amplio respecto a la problemática, así mismo, la utilización de herramientas metodológicas tales como la revisión documental-bibliográfica como insumo principal para acercar y comparar realidades del territorio con las acciones tanto emprendidas como establecidas en distintas latitudes a nivel global, lo anterior apuntando a la generación de productos científicos de divulgación internacional.

6. LISTA DE REFERENCIAS

- Aguilera, R. V., Jackson, G. (2003), "The Cross-National Diversity of Corporate Governance: Dimensions and Determinants", *The Academy of Management Review*, 28(3), 447-465.
- AIEST (1991). 41 Congreso de International Association of Scientific Experts in Tourism. AIEST. Alemania.
- Alkhafaji, A. F. (1989), *A stakeholder approach to corporate governance: Managing in a dynamic environment*, Quorum Books, New York.
- Asociación de Monitores Medioambientales Almijara (2008) "Turismo Sostenible. Definición del Turismo Sostenible". Disponible en: www.turismo-sostenible.org/docs.php?did=1 Acceso el 13/02/2014
- Barbier, E. (1989): *Economics, Natural Resource Scarcity and Development*. Londres, Earthscan Publications.
- Behar, D. (2008). *Introducción a la metodología de la investigación*. Lima, Perú: Ediciones Shalom.
- Brummer, J. J. (1991), "Corporate responsibility and legitimacy: An interdisciplinary analysis", Greenwood Press, New York.
- Camelo J. & Ceballos L. (2012) "Desarrollo, sustentabilidad y turismo: una visión multidisciplinaria". Universidad Autónoma de Nayarit, México D.F.
- Clarkson, MAX B. E. (1991), "Defining, evaluating, and managing corporate social performance: A Stakeholder management model", in Post, J. E., (Ed.) *Research in corporate social performance and policy*, Greenwich, CT, JAI Press, 331-358.
- Donaldson, T., Preston, L. (1995), "The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence and Implications", *Academy Management Review*, 20 (1), 65-91.
- Dourojeanni, A. (1999). *La dinámica del desarrollo sustentable y sostenible*.
- Freeman, E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*.
- García Guillany, J., Durán, S.E., Parra, M.A., & Caraballo, H. R. M. (2018). Inserción, integración y equidad en el ámbito laboral: Escenario empresarial posconflicto en Colombia. *Revista de ciencias sociales*, 24(3), 36-49.
- Goodpaster, K. E. (2006), "Business ethics and stakeholder analysis", *Business Ethics Quarterly*, 1(1), 53-73.
- Hart, S. L., Sanjay, S. (2004), "Engaging Fringe Stakeholders for Competitive Imagination", *Academy of Management Executive*, 18 (1).

- 
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. (6ª Ed). México: McGraw-Hill.
- Hill, C. W. L., Y Thomas M. JONES (1992), "Stakeholder-Agency Theory". Journal of Management Studies, 29, 131-154.
- Luciano, P., Gil, A. (2010), "Algoritmo aplicado en el diálogo con los grupos de interés: un estudio de caso en una empresa del sector de turismo", Contabilidad y Negocios, nov. 2010, vol.5, no. 10, 76-85, ISSN 1992-1896.
- Mitchell, R. K., Agle, B. R., Y Wood, D. J. (1997), "Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principles of Who and What Really Counts", Academy of Management Review, 22 (4), 853-886.
- Myers, M (1993): The question of linkages in environment and development. Bioscience. 43, pp. 302-310.
- Olsen, M. D. (1980), "The importance of the environment to the food service and lodging manager", Journal of Hospitality Education, Winter, 35-45.
- OMT (1997) "Desarrollo Turístico Sostenible. Guía para planificadores locales". Madrid
- OMT (1998) "Introducción al Turismo". Madrid
- OMT. (2014). Enclaves del desarrollo económico caso América latina. Santiago de Chile: Planeta.
- Organización Mundial del Turismo (OMT), 2017b. Tourism and the sustainable development goals – journey to 2030. Ginebra, Suiza.
- Ortiz, Y. V., Martínez, E. E. V., Rogel, R. M. N., & Nechar, M. C. (2016). Los stakeholders de la industria hotelera: una clasificación a partir de sus intereses ambientales. Universidad & Empresa, 18(30), 97-120.
- Pérez de las Heras, M. (2004) "Manual de Turismo Sostenible". Ediciones Mundi-Prensa, Madrid.
- Porter, M.E. (1990a), the Competitive Advantage of Nations, the Free Press, New York, NY.
- Porter, M.E. (1990b), "The Competitive Advantage of Nations", Harvard Business Review, Vol. 68 No. 2, pp. 73 – 91.
- Post, J. E., Preston, L. E., Sachs, S. (2002), "Managing The Extended Enterprise: The New Stakeholders View", California Management Review, 45(1), 5-28.
- Rodríguez, M. A., Ricart, J. E., Sánchez, P. (2002), "Sustainable Development and the Sustainability of Competitive Advantage: A Dynamic and Sustainable View of the firm", Creativity and Innovation Management, 11.
- Sachs, J. D., & Vernis, R. V. (2015). La era del desarrollo sostenible. Deusto.



Vargas Martínez, E. E., López Moreda, L. J., & Martínez Cervantes, R. S. (2014). La dimensión ambiental en las preferencias de consumo del turista. Caso Cancún. *Revista de Administração da UNIMEP*, 12(2).

Wood, D. J. (1991), "Social issues in management: Theory and research in corporate social performance", *Journal of Management*, 17, 383-405.