

PRESENTACIÓN

El número 2/2016 de la *Revista de Estudios Empresariales. Segunda Época* dedica su sección monográfica a la investigación sobre “Responsabilidad social empresarial y sector turístico” en el que se incluyen tres artículos de interés para ayudar a profundizar en un tema tan actual como necesario en los últimos años. El monográfico ha sido coordinado por la Dra. M^a del Amor Jiménez Jiménez, de la Universidad de Huelva. En el apartado de Tribuna se presenta el trabajo titulado “El papel de la información financiera en la evolución reciente del sector bancario español”. Finalmente, este número recoge una reseña del libro “El líder resonante crea más”.

Es sobradamente conocida la importancia económica del sector turístico a nivel mundial y, según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), es una industria que sigue en expansión y cuya velocidad de crecimiento supera cinco veces la de la economía global en su conjunto (Buades, 2010). El desarrollo de la actividad turística en un entorno globalizado, de gran incertidumbre y profundamente cambiante, en el que se vislumbran nuevas tendencias y retos, hacen necesaria una revisión estratégica del sector para hacer frente a esos nuevos cambios y conseguir que el modelo del sistema turístico de los distintos países sea más competitivo y sostenible.

En la actualidad, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) representa uno de los principales elementos que, junto con la reputación y cultura corporativa, definen la marca e identidad de una empresa convirtiéndose en el principal intangible estratégico de las empresas en general. La RSE es considerada como una nueva tendencia de cambio en las organizaciones que la comprenden como una nueva dimensión empresarial preocupada por el concepto de sostenibilidad en sus tres dimensiones: económica, social y medioambiental, cuyo principal objetivo es el desarrollo sostenible, como vía de implantación de un modelo de empresa socialmente responsable, afectando a la empresa como sistema y agregándole dos valores fundamentales: el interés por los colectivos que están relacionados con la empresa y el desarrollo de la ética empresarial como modelo de gestión (Jiménez, 2008; Peña y Serra, 2012).

En este contexto, lo cierto es que la RSE es cada vez más aceptada por empresas en todo el mundo (Franklin, 2008). Por supuesto, todo esto se aplica también al turismo, cuyo comportamiento socialmente responsable ha recibido una atención creciente desde que la Organización Mundial de Turismo en el año 1993 definiera el concepto de Turismo Sostenible, lo que ha llevado a que el sector turístico reconozca una necesaria asociación a una gestión sostenible y viable en el medio y largo plazo, comprendiendo que la adopción por parte de las empresas turísticas de los fundamentos y principios propios de la RSE comienza a ser, cada vez más, una necesidad de gestión empresarial y menos una demanda proveniente del entorno.

En el ámbito académico, numerosos autores han centrado sus investigaciones en torno a la RSE con el objetivo de describir las perspectivas en materia de RSE y proporcionar un contexto que considere la motivación estratégica e implicación de la RSE (Peña *et al.*, 2016). Asimismo, otros autores destacan la importancia que la RSE tiene sobre las empresas que operan en destinos turísticos (Golja y Nižić, 2010; Bohdanowicz, 2007; Bohdanowicz y Zientara, 2008; Holcomb *et al.*, 2007; Bohdanowicz y Zientara, 2009; Dodds y Kuehnel, 2010; Gessa y Jiménez, 2011; Jiménez y Gessa, 2014; Jiménez *et al.*, 2014). No obstante, la literatura específica sobre RSE en la industria turística se puede calificar como escasa si se compara con otros

temas de mayor desarrollo investigador en el sector turístico (Bohdanowicz y Zientara, 2009; McGehee *et al.*, 2009; Jiménez y Gessa, 2010; Martínez *et al.*, 2013; Peña *et al.*, 2016).

Teniendo en cuenta lo anterior, consideramos realmente conveniente dedicar números monográficos sobre esta temática en publicaciones académicas tales que aporten al sector una visión actualizada sobre este fenómeno, favorezca la implantación de la RSE y permita un crecimiento sostenible y duradero de la industria turística.

En la primera contribución, David Flores Ruiz, M^a de la O Barroso González y Nelly Julia Castro Vadillo, conscientes de la escasez de trabajos que tratan el fenómeno de la RSE en el sector turístico, nos ofrecen una interesante reflexión teórica sobre los diferentes enfoques que pueden tomarse para analizar la RSE en el sector turístico destacando, que uno de los principales inconvenientes por los que no se aborda con suficiente intensidad investigaciones sobre esta temática, en el sector turístico, obedece a la heterogeneidad y complejidad de este y, además, a un enfoque erróneo a la hora de desarrollar investigaciones sobre RSE en este sector. Por ello, proponen un enfoque mediante el cual podría abordarse el estudio de la RSE en el sector turístico de una forma más global e integradora, tal que, permita promocionar e incentivar la aplicación del concepto de RSE en toda la actividad turística.

De otra parte, en la segunda contribución, Beatriz Palacios Florencio, Isabel María Rosa Díaz y Mario Castellanos Verdugo, dirigen sus esfuerzos a identificar las principales razones que llevan a los directivos de establecimientos hoteleros a integrar la RSE en su gestión empresarial. El trabajo deja entrever cómo las decisiones relativas a la RSE deben ser adoptadas desde las más altas esferas de la empresa, garantizando así que las políticas socialmente responsables se incluyen en la cultura empresarial y, por tanto, en la estrategia de la empresa. Por ende, resulta fundamental que la alta dirección considere prioritario realizar acciones socialmente responsables y esté convencida del beneficio interno y externo que la empresa obtendrá por ellas. Finalmente, nos mostrarán los diferentes motivos detectados, a través del estudio, por los que las hoteleras deben adoptar un comportamiento socialmente responsable.

El último trabajo que se incluye en el monográfico es el elaborado por Claudio Alexandre Souza, Jakson Renner Rodrigues Soares y M^a Dolores Sánchez-Fernández, en el que se presenta un estudio sobre las motivaciones que impulsan a un complejo turístico (*resort*) a implementar acciones de responsabilidad social empresarial teniendo en cuenta las variables del entorno, los grupos de interés y las dimensiones de la sostenibilidad. Cabe destacar la dilatada experiencia en este tipo de alojamientos turísticos del investigador principal del trabajo, que dota al mismo de una fuente de información primaria fidedigna. Asimismo, el trabajo utiliza una matriz para integrar todas las variables objeto de análisis y que permita la sistematización del estudio. Entre los resultados que alcanzan podemos destacar que las motivaciones pueden ser diversas y diferentes en función del grupo de interés y la acción de RSE que se realice.

En la sección Tribuna se presenta el trabajo titulado “El papel de la información financiera en la evolución reciente del sector bancario español” realizado por profesores María del Consuelo Ruiz Rodríguez y Francisca Castilla Polo. El trabajo tiene por objeto analizar el importante número de medidas adoptadas sobre el Sistema Financiero Español ante la crisis económica de los últimos años, así como a estudiar su repercusión en las estrategias contables de las entidades financieras, en un intento de adaptarse a tales cambios. El número cierra con una reseña llevada a cabo por Berta Ermila Madrigal Torres. El libro reseñado es “El líder resonante crea más” de Daniel Goleman, Richard Boyatzis y Anie McKee, donde los autores abordan la importancia de la

inteligencia emocional como una habilidad de gran relevancia para los directivos empresariales.

M^a del Amor Jiménez Jiménez

Coordinadora del monográfico del número 2/2016

Francisco Alcalá Olid

Secretario de la Revista de Estudios Empresariales. Segunda Época

Referencias

- Bohdanowicz, P. (2007): “A case study of Hilton Environmental Reporting as a tool of corporate social responsibility”, *Tourism Review International*, Vol. 11, N^o 2, pp.115-131.
- Bohdanowicz, P. y Zientara, P. (2008): “Corporate social responsibility in hospitality: Issues and implications. A Case Study of Scandic”, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, Vol. 8, N^o 4, pp. 271-293.
- Bohdanowicz, P. y Zientara, P. (2009): “Hotel companies’ contribution to improving the quality of life of local communities and the well-being of their employees”, *Tourism and Hospitality Research*, Vol. 9, N^o 2, pp.147-158.
- Buades, J. (2010). Turismo y bien común: De la Irresponsabilidad Corporativa a la Responsabilidad Comunitaria. *Albasud*, revista electrónica de investigación y comunicación para el desarrollo, Artículo 7
- Dodds, R. y Kuehnel, J. (2010): “CSR among Canadian mass tour operators: good awareness but little action”, *International Journal Contemporary Hospitality Management*, Vol. 22, N^o 2, pp. 221-224.
- Franklin, D. (2008): “Just good business”, *Economist*, Vol. 8563, pp. 3-22.
- Gessa, A. y Jiménez, M.A. (2011):” La gestión de las relaciones con los grupos de interés. Un análisis exploratorio de casos en el sector hotelero español”, *Estudios y perspectivas en turismo*, Vol.20, n^o 4.
- Golja, T. y Nižić, M. K. (2010): “Corporate social responsibility in tourism –The most popular tourism destinations in Croatia: Comparative analysis”, *Management: Journal of Contemporary Management Issues*, Vol. 15, N^o 2, pp. 107-121.
- Holcomb, J. L.; Upchurch, R. S. y Okumus, F. (2007): “Corporate social responsibility: What are the top hotel companies reporting?”, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 19, N^o 6, pp. 461-475.
- Jiménez, M.A. (2008): “Tendencia de la responsabilidad social empresarial a la excelencia corporativa”, *Pecunia*, Vol. 6, pp. 107-129.
- Jiménez, M.A. y Gessa, A. (2010): “La responsabilidad social empresarial en el sector hotelero. Revisión y análisis de la producción científica (2000-2010)”, *XXI Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica*, Córdoba, España.
- Jiménez, M.A. y Gessa, A. (2014): “Implantación del modelo de gestión socialmente responsable en la empresa hotelera”, *Turydes Revista De Investigación En Turismo Y Desarrollo Local*, Vol.7, n^o 16.

Jiménez, M.A.; Gessa, A.; Martín, M. y Ruiz, A. (2014): “NH Hoteles: Ejemplo de gestión responsable, transparente e innovadora”, *Revista de Responsabilidad Social de la Empresa*, nº 17, pp. 137-160.

Martínez, P., Pérez, A. y Rodríguez del Bosque, I. (2013): “Responsabilidad social corporativa: definición y práctica en el sector hotelero. El caso de Meliá Hotels”, *Revista de Responsabilidad Social de la Empresa*, nº 13, pp. 141-173

McGehee, N. G., Wattanakamolchai, S., Perdue, R.R., y Calvert, E. O. (2009): “Corporate social responsibility within the U. S. lodging industry: An exploratory study”, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 33(3), 417-437. doi:10.1177/1096348009338532

Peña, D. y A. Serra (2012): “Responsabilidad social empresarial en el sector turístico. Estudio de caso en empresa de alojamiento de la ciudad de Santa Marta, Colombia”, *Revista Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21(6), 1456-1480.

Peña, D., Guevara, A. y Fraiz, J. (2016): “La investigación de la responsabilidad social empresarial en el sector hotelero. Análisis y revisión de la literatura científica”, *Turismo y Sociedad*, XVIII, pp. 137-158. DOI: <http://dx.doi.org/10.18601/01207555.n18.08>