

La **RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA** de Empresas Privadas y de la Administración Pública

ESPECIAL REFERENCIA AL TURISMO RESIDENCIAL



Inmaculada Martín Rojo
icmartin@uma.es

Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales. Catedrática de Organización de Empresas de la Escuela Universitaria de Turismo de la Universidad de Málaga. Profesora invitada en universidades extranjeras (La Sapienza en Roma, Universidad de Oriente en Venezuela, Universidad de Guadalajara de México, etc.). Autora de varios libros y artículos sobre organización de empresas y turismo.

INTRODUCCIÓN

El mundo que nos rodea está marcado por una serie de desigualdades sociales, económicas y medioambientales que se hacen aún más patentes con la globalización actual. Si bien existen estados con una amplia legislación social, instituciones democráticas, proliferación de avances tecnológicos y una sociedad de consumo con un alto poder adquisitivo, también encontramos el extremo opuesto, es decir, sociedades con un elevado grado de analfabetismo, cuyos habitantes sufren de desnutrición y viven en viviendas precarias con condiciones higiénicas y de salud deplorables. Si a todo ello

unimos el deterioro medioambiental que está sufriendo el planeta, vemos que resulta necesaria una concienciación mayor de todos estos problemas, por lo cual la responsabilidad social adquiere cada vez un papel más importante en el mundo.

En este contexto, el Secretario General de las Naciones Unidas, Kofi Annan, presentó la iniciativa del Pacto Mundial en el Foro Económico Mundial celebrado el 31 de enero de 1999. El objetivo del Pacto Mundial era unir a empresas con agencias de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), organizaciones laborales, Organizaciones No Gubernamentales >>

El Turismo Residencial es un concepto difícil de definir y de acotar, dado que es un fenómeno relativamente reciente, no existiendo apenas estadísticas oficiales que de forma específica recojan la información generada por el mismo

>> mentales (ONGs) y demás agentes de la sociedad civil para adoptar una serie de medidas consensuadas con el propósito de lograr una economía global integral y sostenible. Este pacto recoge 10 principios relacionados con los Derechos Humanos, las condiciones de trabajo, la preservación medioambiental y la gobernabilidad.

A partir de ese momento, la Unión Europea comienza a desarrollar toda una serie de iniciativas de responsabilidad social: el Consejo Europeo de Lisboa (2000), la Cumbre de Niza (2000), el Consejo de Gotemburgo (2001), el Libro Verde (2001), la Comunicación relativa a la Responsabilidad Social de las empresas (2002), el Foro Europeo Multigrupos de Interés (2004), la Segunda Comunicación de Responsabilidad Social (2006). Asimismo, aparecen una serie de organizaciones y foros en el ámbito de la responsabilidad social, tales como Business for Social Responsibility, Global Reporting Initiative, UNRISD, Fundación Ecología y Desarrollo, Business Partners for Development, Copenhagen Centre, CSR Europe, Social Venture Network Europe, Conference Board, World Business Council for Sustainable Development, Institute for Sustainability Development, etc.

Todo ello ha dado lugar a un interés por esta problemática también en el ámbito académico, así Dunphy et al (2003) analizan la importancia de la responsabilidad social no sólo desde el ámbito empresarial, sino desde una perspectiva más amplia, en la que se cuestiona qué tipo de sociedad queremos construir y cuál es el papel de cada una de las partes que la conforman. Por su parte, Vilanova, Lozano y Dinarés (2006) afirman que el desarrollo sostenible se conseguirá sólo cuando gobiernos, empresas y sociedad civil se conciencien de esta realidad y emprendan acciones concretas al respecto. Otros autores como Perrini, Pogutz y Tencati (2006) analizan las dimensiones de la responsabilidad social, las actuaciones a

llevar a cabo al respecto y los resultados derivados de estas (aumento de beneficios empresariales, satisfacción de empleados, socios, clientes y comunidad local, incremento en las ventas, etc.).

No obstante, si bien se ha abordado ampliamente este tema desde el ámbito de las empresas, no se ha hecho en la misma medida desde el plano del gobierno responsable de las ciudades, lo cual implica a la administración pública y a la sociedad civil en su conjunto. De ahí el interés y la justificación del presente trabajo en el que, tras presentar un marco conceptual sobre la responsabilidad social en las empresas y en la administración pública, se acota el estudio al gobierno responsable de las ciudades turísticas y se hace especial referencia al fenómeno del turismo residencial.

En esta línea, un primer objetivo de este trabajo de investigación es ofrecer un aporte más a la construcción de ciudades gobernadas de forma responsable, especialmente las turísticas, con el fin de que se lleve a cabo un desarrollo sostenible en las mismas, sobre todo al considerar el impacto urbanístico, social y medioambiental generado por un nuevo tipo de turismo, el turismo residencial, cuyos efectos se están haciendo notar intensamente en países como España, y empiezan a hacerlo en otros destinos como Costa Rica. El segundo objetivo es presentar un diagnóstico de lo que ha supuesto el turismo residencial en España y su posible extrapolación a otros destinos como Costa Rica, donde comienza a desarrollarse, proponiendo una serie de medidas a adoptar por parte de la administración pública, empresas privadas y sociedad civil para lograr construir ciudades correctamente gobernadas.

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS EMPRESAS Y EN LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

La globalización actual está configurando una nueva realidad social cada día más com-

plicada y compleja. En este escenario surge una nueva sensibilidad social que se refleja en demandas mutuas entre los diferentes actores: administración pública, empresas y sociedad civil. Además, tanto las instituciones públicas como las privadas cada día son más conscientes de la importancia de cooperar con los grupos de interés o *stakeholders* para, de este modo, mejorar las relaciones con su entorno social, laboral y medioambiental. Estos stakeholders son colectivos afectados directamente por la actividad empresarial, que, además, influyen en los resultados de las compañías de forma directa o indirecta, entre los que cabe mencionar a accionistas, clientes, proveedores, empleados, competidores, administración pública, movimientos sociales, etc. En este contexto, se detecta una creciente sensibilización por la responsabilidad social de las organizaciones, ya sean públicas o privadas.

Concepto de responsabilidad social y sus actuaciones

Existen numerosas definiciones del concepto de responsabilidad social de las organizaciones, entre las que cabe mencionar las siguientes:

“La responsabilidad social surge como una respuesta voluntaria de las organizaciones para la consecución del desarrollo sostenible, que es aquél que satisface las necesidades presentes sin comprometer las capacidades de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (World Comisión on Environment and Development, 1987).

“La responsabilidad social es el compromiso de las organizaciones de contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida” (World Business Council on Sustainable Development, 1998).

“La responsabilidad social es la integración voluntaria de las preocupaciones sociales y medioambientales en las operaciones de negocio de una empresa y en la relación con sus interlocutores o

grupos de interés” (Libro Verde de la Comisión Europea, 2001).

De acuerdo con estas definiciones, se llega a la conclusión de que la responsabilidad social –RS– supone un compromiso voluntario de las organizaciones para, luego de superar la visión economicista de obtener el máximo beneficio, intentar, con su actividad, generar un valor añadido para la sociedad en la que se desenvuelve. No significa que las organizaciones renuncien a intentar maximizar beneficios, pero sí que sus objetivos económicos sean compatibles con el objetivo de lograr que la organización se adapte a su entorno como respuesta a las demandas de sus grupos de interés o stakeholders (clientes, proveedores, accionistas, empleados, gobierno, comunidad local, ONGs, etc.), no sólo en la esfera económica, sino también en la social y en la medioambiental. Por este motivo, los resultados de las organizaciones serán medidos en función de tres aspectos: económico, social y medioambiental, con lo que se procura obtener el mayor valor conjunto de la combinación de estos tres factores.

De acuerdo con este concepto, a continuación se mencionan las principales conductas de responsabilidad social que una empresa puede asumir con los *stakeholders*:

- Con los accionistas: respeto de sus derechos, correcta transparencia e información de la gestión, búsqueda del máximo beneficio económico y social de forma sostenible.
- Con los empleados: contratos de trabajo y salarios justos, buen trato basado en el respeto y la no discriminación; salud y seguridad en el trabajo; buenas condiciones de trabajo (horarios, promoción, clima laboral, etc.); políticas sociales (guarderías para hijos de empleados, ayudas para estudio, etc.); libertad de opinión, asociación y negociación; transparencia informativa sobre sus derechos y deberes.
- Con los clientes: información comprensible, veraz, completa y detallada sobre plazos

de entrega del producto, garantía, precio, etc.; atención al cliente antes y después de la venta; confidencialidad y privacidad de sus datos; honestidad y cumplimiento de contrato, etc.

- Con proveedores y empresas cooperantes: confidencialidad, honestidad por ambas partes, relaciones mutuamente beneficiosas con los suministradores, sin ejercer coacción o acciones de dominio de una sobre otra, etc.
- Con la competencia: evitar prácticas desleales.
- Con la sociedad en su conjunto: sostenibilidad medioambiental, cultural y económica.
- Con la administración pública: transparencia y cooperación con las instituciones públicas al cumplir con las obligaciones fiscales y de seguridad social, no buscar ni aceptar tratos de favor ilegítimos ni sobornos; en caso de denuncias relacionadas con los derechos humanos, garantizar la transparencia de sus actividades ante el organismo que lleve la investigación pertinente, etc.

Fases de implantación de la responsabilidad social y principales instrumentos de medición de la misma

Llevar a la práctica una política de responsabilidad social no es tarea fácil, ya que implica la concienciación, por parte de la organización y su personal, y además puede afectar distintas facetas de los grupos de interés. Es por ello que, para facilitar su implantación, conviene ser metódicos y seguir las siguientes fases:

- Compromiso y definición estratégica: compromiso explícito de la alta dirección (p.ej. en declaraciones del Presidente) e implicación de las distintas áreas de gestión, dado el carácter transversal de la problemática. En algunas empresas de cierta dimensión, esta problemática puede estar adscrita a un departamento.
- Identificación de los grupos de interés o

stakeholders a los que va dirigida la actuación de RS, principalmente, y que serán distintos en función del tipo de organización.

- Diagnóstico interno y externo: se debe identificar a los grupos de interés, detectar las lagunas en materia de RS existentes en relación con éstos, así como identificar y valorar las prácticas internas que ya se estén llevando a cabo, pues a veces aunque tengan lugar no se dan a conocer. También conviene hacer publicidad de lo que se hace bien.
 - Diseño de políticas y elaboración de estrategias a implantar: habrá que determinar qué políticas son claves en función de la naturaleza de la actividad principal de la organización, su estrategia general, su cultura organizacional, sus recursos humanos y económicos, etc., para, a partir de ahí, elaborar e implementar las estrategias de responsabilidad social.
 - Medición: se realiza a partir de indicadores cuantitativos y cualitativos para conocer el impacto social y los beneficios de las estrategias implantadas.
 - Verificación: para ello existen distintas herramientas o instrumentos, como el balance social, normalización de la RS, etiquetas, etc.
 - Notificación de las actuaciones de RS a los grupos de interés, a través de memorias, reuniones periódicas, foros, etc.
 - Control posterior y revisión del plan de actuación, que debe ser flexible para reorientarnos y adaptarnos a nuevas necesidades.
- Respecto a los principales instrumentos de medición y de comunicación de la responsabilidad social, cabe destacar los siguientes:
- Códigos de conducta: declaraciones formales de principios que definen normas para el comportamiento empresarial. Entre las iniciativas más relevantes destacan: la Declaración relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo de la Organización In- >>

Dado que el medio ambiente es un bien público que puede ser disfrutado por todos sin necesidad de soportar un costo por ello, difícilmente podrá incorporarse a la gestión empresarial bajo los parámetros de funcionamiento del mercado



>> ternacional del Trabajo –OIT–, la Declaración tripartita de principios sobre empresas multinacionales y política social de la OIT, el Proyecto de directrices para empresas de las Naciones Unidas, la Iniciativa de Comercio Ético, el Código básico de prácticas laborales de la Confederación Internacional de Organizaciones Sindicales Libres, el Pacto Global de Naciones Unidas, etc.

- Normas de gestión: normas y marcos de gestión de carácter voluntario para el ámbito de la calidad, medio ambiente, salud y seguridad. Entre las iniciativas más relevantes destacan: Normas de gestión de la calidad (ISO 9000, EFQM, etc.); Normas de gestión medioambiental (EMAS, ISO 14000); Normas respecto al lugar de trabajo (SA 8000 sobre condiciones de trabajo, OHSAS 18001 sobre salud y zona de seguridad en el trabajo, directrices sobre gestión de salud y seguridad en el trabajo de la OIT).

- *Reporting*: informe sobre el rendimiento económico, social y medioambiental de la organización. Entre éstos destacan: iniciativas públicas nacionales en Francia, Dinamarca, Países Bajos, Suecia, Reino Unido; iniciativas multilaterales (Global Reporting Initiative; Gobernanza; Directrices, protocolos técnicos y suplementos sectoriales; memorias de sostenibilidad; indicadores de rendimiento; normas de aseguramiento AA1000); y otros como balance social del Centro de Jóvenes Dirigentes y Acto-

res de la economía social, iniciativa de reporting del Business Impact in the Community, etc.

- Etiquetas: simbolizan que la organización ha superado un proceso de certificación relacionado con algún aspecto de la RS (trabajo infantil, comercio justo, conservación de bosques, etc.). Entre las iniciativas más relevantes destacan: organizaciones de comercio justo y etiquetado; y etiquetas sociales, por ejemplo: Etiqueta de la Flor (programa que establece normas de protección medioambiental y de los derechos humanos destinados a las plantaciones de flores), Etiquetas medioambientales (Etiqueta Ecológica de la Unión Europea, Certificación Forestal Paneuropea, etc.).

- Inversión socialmente responsable: combina los objetivos financieros de cualquier inversor con sus preocupaciones sobre cuestiones sociales, medioambientales o éticas. Se destacan entre ellos: los fondos verdes, sociales y éticos, que son fondos mutuos que utilizan filtros éticos, sociales o medioambientales para su selección de cartera; y los fondos de pensión, que invierten parte de su dinero de acuerdo con criterios socialmente responsables.

El papel de la administración pública en la responsabilidad social.

La responsabilidad social no debe recaer sólo sobre la empresa privada, sino que todos

los entes públicos de una ciudad deben concienciarse de ello y actuar de forma responsable; de hecho, cada vez más las compañías creen que para llevar a cabo una gestión socialmente responsable necesitan el apoyo de la administración pública y de la sociedad en su conjunto. Si bien los instrumentos de RS enfocados a la calidad y al medioambiente son ampliamente conocidos, y cada vez más aplicados, no ocurre lo mismo con otras iniciativas de carácter social, como el control de aspectos éticos y sociales de los productos que se comercializan, la igualdad de oportuni-

dades, las acciones filantrópicas, etc., por lo que resulta necesario que, desde la administración pública, se dé a conocer la importancia de estas actuaciones para el progreso de las empresas y de la sociedad en su conjunto. Una vez que las empresas se conciencien, sería conveniente que la administración pública les diera apoyo y asesoramiento, a través de especialistas externos cuando sea preciso, durante las primeras fases de implantación de los instrumentos de RS.

Por su parte las empresas deben colaborar con la administración pública, pues el desarrollo de una gestión socialmente responsable les beneficiará si se presentan a concursos públicos, licitaciones, obtención de ayudas, subvenciones, etc. Por ello se recomienda a las empresas mantener relaciones de transparencia y colaboración con la administración pública; cumplir con las obligaciones fiscales y de Seguridad Social; rechazar cualquier tipo de soborno o corrupción en las relaciones con las autoridades políticas o funcionarios públicos, pues a medio/largo plazo se volverá en su contra; garantizar la transparencia de sus actividades ante el organismo inspector, etc.

Además, en el caso de los destinos turísticos, esta RS debe ser asumida, especialmente, por los Ayuntamientos por medio de planes de actuación relacionados con la mejora de la seguridad ciudadana, la limpieza urbana, la pro-

>> tección medioambiental, el control urbanístico, etc., como se expondrá más adelante en este artículo.

GOBERNAR PARA UN TURISMO RESPONSABLE

Los municipios turísticos se ven afectados, en algunos casos, por un crecimiento urbanístico y demográfico que hace necesarias prácticas de responsabilidad social tanto por parte de las administraciones públicas como de los empresarios, con el fin de lograr un turismo responsable que dé lugar a un desarrollo sostenible desde el plano social, económico y medioambiental.

Si bien, la definición tradicional de la ciencia de la economía trata de la asignación de recursos escasos, susceptibles y de usos alternativos (Robins, 1932), sin incluir entre estos recursos los bienes de la naturaleza, este concepto ha experimentado algunas variaciones. Los cambios que se han producido en el entorno, y concretamente en el entorno medioambiental, han dado lugar a que muchos de estos bienes –agua, aire limpio, energía - se conviertan en recursos escasos, lo cual dio paso a una nueva corriente de la disciplina, denominada “Economía del Medio Ambiente”, definida por Kneese y Rusell (1987) como un nuevo campo de estudio y conocimiento vigente entre la generación actual de economistas, pero cuyos orígenes se encuentran en la teoría de las externalidades de Pigou, la teoría de los bienes públicos de Wicksell y Bowen, la teoría del equilibrio general de Walras y el campo de aplicación del análisis “costo- beneficio”. De acuerdo con estas nuevas corrientes, el medio ambiente físico se comporta, en unos casos, como un factor de producción destinado a generar bienes y servicios pero, otras veces, es un bien en sí mismo que da lugar a una serie de servicios por el simple hecho de existir (por ejemplo, un paraje natural que sea un reclamo turístico para un destino).

En la actualidad, la interrelación entre la economía y el medio ambiente es algo que no se discute, pero lo que sí se plantea es el siguiente problema: dado que el medio ambiente es un bien público que puede ser disfrutado por todos sin necesidad de soportar un coste por ello, difícilmente podrá incorporarse a la gestión empresarial bajo los parámetros de funcionamiento del mercado; por ello, generalmente, las empresas no tienen ninguna motivación para contribuir a la conservación medioambiental si ello no representa un beneficio concreto para su negocio. No obstante, a medio/largo plazo, el agotamiento o la contaminación de estos recursos puede poner en peligro la supervivencia de muchas compañías, especialmente las del sector turístico que dependen, en gran medida, de su entorno, de ahí la necesidad de una mayor concienciación hacia una responsabilidad social que genere estrategias y acciones acordes con la sostenibilidad, tanto por parte del sector privado como por parte de la administración pública.

Además, hay sectores más sensibles que otros a la problemática abordada en el presente estudio. Así, por ejemplo, la interrelación existente entre la actividad turística y el medio ambiente en que ésta se desarrolla, hace que la gestión eficiente de los recursos medioambientales sea fundamental para elaborar estrategias de competitividad de las empresas y destinos turísticos (Cronin, 1990; Goodall, 1994). Incluso autores como Butler (1980) reconocen la posibilidad del declive de los destinos ocasionado por el deterioro medioambiental. En este sentido, conviene matizar que las medidas de protección medioambiental no son actividades aisladas, sino que guardan relación con otras decisiones empresariales, de manera que pueden alterar su contribución al beneficio e influir tanto sobre los ingresos como sobre los costos (Dechant y Altman, 1994).

Es evidente que el desarrollo de un turismo responsable depende de las actividades de las

empresas turísticas del lugar, pero, especialmente, del gobierno de la ciudad en cuestión, tal y como se recoge en el código ético de la Organización Mundial del Turismo en su artículo 5.2.: “Las políticas turísticas se organizarán de modo que contribuyan a mejorar el nivel de vida de las regiones visitadas y respondan a sus necesidades”.

En este sentido, gobernar para un turismo responsable consiste en desarrollar un turismo sostenible que satisfaga las necesidades de las generaciones actuales sin poner en peligro la satisfacción de las necesidades de generaciones futuras, lo cual favorece la conservación del medio ambiente, tanto de recursos físicos como culturales. Según indica McIntyre (1993), en un estudio publicado por la Organización Mundial del Turismo (OMT), un Plan de Desarrollo Turístico Sostenible debe potenciar las oportunidades y atenuar los problemas relacionados con el impacto del turismo sobre las siguientes condiciones del lugar:

- Agricultura, bosques y pesca: se busca evitar el lucro por medio del suelo o el uso inadecuado de la tierra y se aprovechará, en cambio, la mayor demanda de los productos de estas actividades.
- Infraestructuras, edificios y carreteras.
- Pautas del suelo: en este caso, se procura que no desaparezca la agricultura para que, a corto plazo, los agricultores obtengan más beneficios vendiendo sus tierras para la construcción de apartamentos turísticos.
- Actividad de consumo: pretende evitar que se agoten recursos energéticos, agua u otros que haya que importar; asimismo, busca reciclar recursos y promover la creación de nuevas empresas por parte de la población local.
- Niveles de empleo y distribución de la renta: la idea es capacitar a la población local para que los mejores empleos no sean para >>

El principal protagonista de la oferta turístico-residencial es el promotor inmobiliario, que ha ido creciendo sin la tutela de la Administración Pública en la mayoría de los casos como por ejemplo en España y Costa Rica, que son los que se analizan en esta investigación

>> foráneos, con el fin de procurar que los ingresos queden en el país.

- Preservación y conservación de sitios arqueológicos, históricos y arquitectónicos; tradiciones culturales y creencias religiosas; etc.

Para lograr todo esto, será necesaria la integración y racionalización de los componentes de índole jurídica, cultural, política y administrativa en relación a la ordenación del territorio, las infraestructuras y la planificación urbanística y arquitectónica de los municipios turísticos.

Según la Carta Europea de Ordenación del Territorio, este tipo de distribución busca el desarrollo socioeconómico equilibrado de las regiones, la mejora de la calidad de vida, la gestión responsable de los recursos naturales y protección medioambiental, y el empleo racional del territorio, definido como una cierta estructuración del espacio, estableciendo el papel que corresponde a los componentes infraestructurales, al sistema de ciudades y a la asignación de usos del suelo.

Por otra parte, es necesario un desarrollo integral en materia de infraestructuras acorde con la población flotante debido al turismo en determinadas zonas y épocas del año, desarrollo que, lógicamente, beneficiará también a la población autóctona, para lo que se adecuará el destino en materia de transportes, equipos sanitarios, abastecimiento de agua, depuradoras en las playas, carreteras, red viaria, aeropuertos, etc.

En tercer lugar, es competencia de la administración pública el llevar a cabo una correcta planificación urbanística y arquitectónica, que evitaría la obtención de plusvalías desmesuradas a partir de la renta del suelo y que ejercería un control urbanístico y arquitectónico con el fin lograr una armonía entre los edificios nuevos que se construyan y el estilo arquitectónico de los antiguos de la zona. Para ello, conviene definir las principales áreas urbanas de un municipio turístico (centro histórico o casco antiguo, ensanche plurifamiliar del casco antiguo, usos hoteleros, usos de apartamentos, zonas residenciales

unifamiliares y zonas de ocio) y llevar a cabo acciones relacionadas con la planificación urbanística, tales como:

- Crear un sistema urbano municipal equilibrado, mediante el control del crecimiento de las zonas de ensanche y periféricas, y la protección de las estructuras urbanas existentes, principalmente en centros históricos.

- Llevar a cabo un desarrollo urbano en las zonas menos pobladas para descongestionar las más densas y, a su vez, potenciar el desarrollo económico de las primeras.

- Proteger el patrimonio cultural y natural de la región.

De esta manera se justifica que la administración pública tenga un papel fundamental en el gobierno responsable de los municipios turísticos; pero, además, si consideramos las últimas tendencias del sector que han dado lugar a la aparición, en algunos destinos, del producto “turismo residencial”, será aún mayor la responsabilidad social de la administración pública en el gobierno de estas ciudades, como a continuación se pondrá de manifiesto.



LA GESTIÓN RESPONSABLE DEL TURISMO RESIDENCIAL. EL CASO DE ESPAÑA Y DE COSTA RICA

Los cambios en las motivaciones de los turistas han ampliado el concepto tradicional de empresa turística, que antaño lo integraban hoteles, restaurantes, agencias de viaje y transporte. Empiezan a surgir nuevos productos como el turismo de aventura, de salud, de congresos, etc., y algunos de ellos causan un fuerte impacto en el sector inmobiliario, como sería el caso del turismo de golf o el náutico. Además, conforme un destino se va consolidando, el turista experimenta un sentimiento de fidelidad que lo lleva, tras haberse alojado varias veces en un hotel, a querer adquirir en esa zona una segunda vivienda, y surge, de esta manera, el turismo residencial; si bien ello da lugar a sinergias económicas entre el sector turístico y el inmobiliario, no es menos cierto que puede ocasionar efectos negativos a mediano plazo en el destino si este desarrollo no se lleva a cabo de forma sostenible.

Concepto de turismo residencial y efectos derivados del mismo en un municipio

El turismo residencial es un concepto difícil de definir y de acotar, dado que es un fenómeno relativamente reciente que aún no posee estadísticas oficiales las cuales, de forma específica, recojan la información generada por el mismo. Hecha esta consideración en el presente estudio, de acuerdo con la opinión de Torres Bernier (2003, p. 47), se define el turismo residencial como “aquel realizado por personas que, por un proceso temporal determinado, se trasladan a ciertos espacios, habitualmente destinos turísticos tradicionales, vinculándose a los mismos mediante relaciones inmobiliarias, realizando estancias más prolongadas que los turistas habituales, motivados por la calidad de vida, oportunidades de ocio, buenas comunicaciones e infraestructuras y un ambiente socialmente agradable”.

El principal protagonista de la oferta turístico-residencial es, por tanto, el promotor inmobiliario,

que ha ido creciendo sin la tutela de la administración pública en la mayoría de los casos como, por ejemplo, en España y Costa Rica, que son los que se analizan en esta investigación. En palabras de Ros Tonda (2003; p. 72) “en este ambiente indefinido, las empresas crecen de la mano de una demanda extranjera que valora muy positivamente el entorno climatológico, económico y social encontrando en este hábitat un producto con muy buena relación calidad-precio; probablemente haya sido gracias a este “abandono” de la Administración que se haya generado un sector empresarial con un fuerte espíritu emprendedor”. Esto, unido a la globalización de la economía, ha dado lugar a que las empresas inmobiliarias se internacionalicen y a que aparezca una demanda dispuesta a invertir fuera de sus países de origen.

Respecto al perfil del turista residencial, cabe destacar las siguientes características:

- Edad entre 30 y 40 años, solteros y cualificados, con afición deportiva (p.ej. compra cerca de campos de golf).
- Familias cuyos cabezas se encuentran en edad laboral y adquieren una segunda vivienda para vacaciones tras volverse fieles al destino.
- Jubilados, con más tiempo libre y más renta disponible al haber vencido su anterior hipoteca y tener menos gastos familiares. Estos factores inducen a la compra de una segunda vivienda.

Analizado este concepto y el perfil del cliente, se identifican una serie de fuerzas que han incitado al desarrollo de este tipo de turismo, tales como:

- Vinculación a un destino turístico reconocido: el turista potencial, antes que nada, conoce el destino y luego se convierte en eventual al alojarse en hoteles; cuando se hace habitual empieza a alquilar apartamentos y cuando se vuelve fiel adquiere su segunda residencia.

- Motivaciones similares a otros turistas, pero con elementos más selectivos como, por ejemplo, la calidad de vida alta del destino, ambiente social agradable (incluso crean grupos con compatriotas), buenas comunicaciones con sus países de origen, oferta de ocio, nivel de precios adecuado a su renta, etc.

- Hay más población de elevada edad media y con tiempo libre dispuesta a comprar una segunda residencia para vacaciones.

- Algunos jubilados perciben rentas propias de sus países de origen que deciden gastar en otros destino, aunque las partidas de gastos sean diferentes, como, por ejemplo, la adquisición del inmueble, el mantenimiento del mismo (limpieza, jardinería, conservación, etc.), los impuestos derivados de la vivienda adquirida, los gastos de primera necesidad en supermercados o farmacias, servicios personales, ocio, etc.

Este fenómeno del turismo residencial está provocando una serie de efectos, tanto positivos como negativos, en los municipios donde se desarrolla, entre los que cabe destacar los siguientes:

- Vinculación inmobiliaria, con todo lo que ello conlleva (hipotecas, impuestos, gastos de comunidad, etc.).
 - Revalorización del suelo.
 - Aumento del alquiler y venta de viviendas.
 - Crecimiento del sector de la construcción y de la industria auxiliar al mismo.
 - Finanzas municipales, para financiar haciendas locales; aunque, por otro lado, puede ser peligroso si se depende de la recalificación de terrenos, al poder faltar, a mediano plazo, espacios para parques, colegios, etc.
 - Gastos para la habitabilidad de la residencia: suministro eléctrico, agua, gas, comunicacio-

nes, mobiliario y equipamiento del hogar, etc.

- Gastos en ocio turístico en empresas que no son las tradicionales de alojamiento y restauración, lo que produce una reestructuración del tejido empresarial turístico. Consecuentemente, se genera empleo en ocio y cultura, contribuyendo a la “desestacionalización”, pero no en otras empresas turísticas tradicionales como hoteles.

- Genera empleo en actividades demandadas ya por los residentes, por lo que su capacidad de crear empleo se oculta dentro de la que genera la demanda local.

- Aumento en la demanda de servicios públicos, dada la población flotante.

- Afecta al medio ambiente físico (debido a amenazas de superar la capacidad de carga o construir en zonas verdes) y cultural (problema de que desaparezca, de forma paulatina, la cultura autóctona y casi nos “colonicen” los extranjeros con su idioma, gastronomía, costumbres y hábitos de vida, etc.).

Todos estos efectos se recogen de manera sintética en la matriz FODA que aparece en la tabla 1.

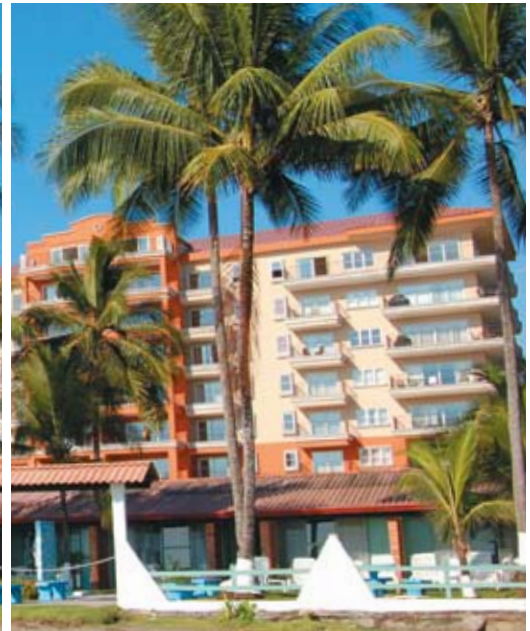
a. El caso de España y su extrapolación a Costa Rica

Los cambios en la demanda turística >>

Tabla 1: Matriz DAFO del Turismo Residencial

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Consolidación del destino 	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de más oferta complementaria. • Efecto económico positivo inducido en otras actividades no turísticas.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Empeora la calidad en el servicio y las comunicaciones interiores. • Empeora, a veces, la estructura urbanística. • Incremento en el precio de la vivienda, que afecta a la población local con menos ingresos que los foráneos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Seguridad ciudadana menos controlada debido a la población flotante no censada. • Deterioro medioambiental y aculturación. • Incremento de los impuestos y los precios en general.

Fuente: elaboración propia



>> ca han provocado la aparición de nuevos productos en España, algunos de ellos con un importante efecto urbanístico e inmobiliario en el destino donde se desarrollan; entre estos productos cabe destacar el turismo de golf, el náutico y el propiamente turismo residencial en el sentido estricto del término.

Tras analizar las características y el impacto en el sector inmobiliario del turismo de golf en España, se llega a las siguientes conclusiones:

- Turista de alto poder adquisitivo (gasta al día hasta tres veces más que el de “sol y playa”) y alta fidelidad.
- Generalmente, alrededor del campo de golf se crea un complejo de viviendas.
- El turista de golf, dada su fidelidad y poder adquisitivo, a medio plazo tiende a adquirir una segunda vivienda junto al campo de golf.
- Siempre que no se ocupen zonas dedicadas a la agricultura y se optimice el consumo de agua reciclada, no es un producto contaminante y visualmente está en armonía con la naturaleza, por lo que sería posible una sinergia turismo /sector inmobiliario dentro de unos parámetros de sostenibilidad.

Al analizar el turismo náutico en España, cabe señalar las siguientes peculiaridades:

- El turista náutico suele ser de clase alta o media-alta y es consciente de la importancia de la preservación del medio ambiente: es un “tu-

rista ecológico”.

- Este producto crea un efecto multiplicador, pues alrededor de las instalaciones portuarias se crea todo un tejido empresarial: hoteles, restaurantes, comercios, ocio, etc., y, por supuesto, un desarrollo inmobiliario.
- El impacto económico y social positivo de los puertos deportivos sobre la población local es indiscutible.
- Si bien el navegante suele cuidar de la naturaleza, no es menos cierto que los puertos deportivos ocupan un territorio y, en muchas ocasiones, provocan alteraciones del litoral, que afecta la calidad de las playas o el aumento de su contaminación por el incremento del tráfico marítimo.

Además de estos tipos de turismo, que influyen y se ven influidos por el sector inmobiliario, en los últimos años se ha incrementado el número de personas que adquieren su segunda residencia para descanso y ocio, incluso a veces fuera de sus países de residencia, lo cual produce el fenómeno del turismo residencial propiamente dicho, con las siguientes características:

- En zonas como Costa Rica o la costa mediterránea de España, que poseen un clima benigno, surgen alternativas como el time-sharing, con demanda prácticamente para todo el año, o complejos de salud/residenciales de alto standing para habitantes de la tercera edad de

países con un clima más duro.

- Esto genera un desarrollo del sector inmobiliario y, a su vez, estas personas consumen productos y servicios turísticos y no turísticos.
- Si a ello unimos aquellas familias que, tras alojarse en hoteles varias veces, sienten una fidelidad hacia el destino y deciden adquirir una segunda vivienda, nos encontramos con el fenómeno del turismo residencial.
- Este fenómeno tiene sus ventajas e inconvenientes: se garantiza la llegada de estos turistas con sus correspondientes consumos, pero disminuye el empleo de sectores tradicionales como la hostelería, además del impacto negativo en la calidad de vida de la población local como consecuencia de esta población flotante, cuando las infraestructuras y equipamiento del país no contemplan esta superpoblación.

La combinación de todos estos tipos de turismo en países como España y, desde hace algunos años, Costa Rica, ha provocado un fenómeno urbanístico e inmobiliario que justifica la realización del presente artículo.

En el caso del Mediterráneo español, se han identificado una serie de motivos que han dado lugar al desarrollo del turismo residencial, tales como: clima con temperaturas agradables a lo largo de todo el año, playas, infraestructuras modernas y consolidadas, amplia oferta de segmentos turísticos (golf, náutico), turista de alta

fidelidad que ha dedicado sus ahorros a adquirir una segunda vivienda en España, influido muchas veces por la información “de boca en boca”. Con respecto al perfil del turista, cabe destacar que en verano, principalmente, es nacional y en otoño/invierno es internacional (alemanes y británicos); tiene un poder adquisitivo medio y medio-alto; y uno de cada dos turistas residentes temporales es propietario de la vivienda donde se hospeda.

En Costa Rica este fenómeno es más reciente, pero empieza a preocupar a la sociedad civil, a movimientos sociales, a empresarios turísticos y a la administración pública¹. En este país encontramos peculiaridades similares al caso del Mediterráneo español, como el clima benigno, la consolidación turística, la existencia de turistas norteamericanos, en este caso, dispuestos a comprar una segunda residencia, mejores comunicaciones e infraestructuras que en otros países vecinos con recursos naturales similares, etc. Sin embargo, las amenazas de este tipo de turismo podrían incluso ser más fuertes que en España, dado que el 25% del territorio nacional costarricense es espacio natural protegido y este hecho constituye la nota distintiva con respecto a otros destinos, por tal motivo, el desarrollo inmobiliario incontrolado pondría en peligro estos recursos naturales; de ahí la sensibilidad especial hacia los efectos de este fenómeno por parte de la sociedad civil y los movimientos sociales (p.ej. ecologistas).

Ante esta situación, analizado el caso español, vemos que se pueden extrapolar las conclusiones obtenidas hacia otros destinos en los que empieza a desarrollarse el turismo residencial, como ocurre en Costa Rica. Según el informe Caminos Hacia la Sostenibilidad (PNUD, 2002), Costa Rica es un país que ha logrado ser líder a nivel mundial en materia de desarrollo sostenible y turismo responsable, el cual se preocupa, desde hace más de cuatro décadas, por esta problemática y ha adoptado medidas al respecto más tempranamente que en el resto del mundo; a pesar de ello, el país tiene aún problemas que resolver derivados de los cambios generados por el crecimiento de la población y por el desarrollo urbano, sobre todo en algunos municipios como los de la zona turística de Guanacaste.

En este sentido, para lograr sinergias entre

el sector inmobiliario y el turístico pero dentro siempre de unos parámetros de sostenibilidad, resulta necesario un gobierno responsable de las ciudades turísticas y dado que la responsabilidad social, tal y como se ha analizado en el presente artículo, compete a la administración pública, a empresarios y a la sociedad civil, a continuación se formulan las siguientes propuestas para un gobierno responsable:

- a) Por parte de la administración pública:
 - Revisar la Ley del suelo.
 - Llevar a cabo un control urbanístico.
 - Adecuar el sistema fiscal.
 - Optimizar la distribución sectorial de impuestos.
 - Mejorar la seguridad ciudadana.
 - Mejorar las comunicaciones.
 - Mejorar las playas y limpieza de aguas.
 - Realizar un plan de limpieza urbana.
 - Proteger el medio ambiente.
 - Aplicar un control acústico y visual.
 - Mejorar las infraestructuras.
- b) Por parte del sector privado:
 - Apostar por la calidad.
 - Potenciar el asociacionismo entre empresas turísticas locales.
 - Controlar los precios y evitar una especulación excesiva que, a largo plazo, perjudique y cree una mala imagen.
 - Realizar un estudio periódico del sector y del mercado para adaptarse a sus demandas.
 - Desarrollar sistemas de calidad medioambiental.
 - Mantener buenas prácticas con trabajadores y socios potenciales.
- c) Respecto a la sociedad civil:
 - Promover una mayor concienciación turística municipal.
 - Compartir una Cultura de la Calidad en el servicio y de la calidad medioambiental por parte de todos.
 - Fijar precios justos en los productos y no especular, pues perjudicaría a toda la población, tanto la local como la turística residente.

Vemos pues que la responsabilidad social es competencia de todos los agentes que intervienen en el desarrollo turístico de un municipio

(administración pública, empresarios y sociedad civil), ya que cada uno de ellos puede aplicar los instrumentos de RS que le competan (instrumentos citados en el epígrafe II.b).

CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

La globalización actual está poniendo de manifiesto, cada vez más, las diferencias económicas y sociales de las distintas ciudades, ello unido al peligro en que se encuentra el planeta debido al deterioro en el medio ambiente, ha dado lugar a la aparición de una sensibilidad social. Conviene que los gobiernos de las ciudades se paren a pensar qué tipo de sociedad quieren construir; no basta con que existan empresas socialmente responsables, ya que la responsabilidad social es un concepto más amplio que abarca también la administración pública y la sociedad civil.

Esta problemática se agudiza en las ciudades turísticas, pues si bien el turismo ofrece una serie de oportunidades a estos municipios, también es cierto que puede traer consigo una serie de amenazas (especulación del suelo, contaminación medioambiental, agotamiento de los recursos, deficiencias de infraestructuras dada la población flotante en determinadas épocas del año, etc.), amenazas que se intensifican en el caso del turismo residencial. De ahí la importancia de gobernar para un turismo responsable.

Con el presente artículo se ha pretendido presentar una reflexión sobre el impacto del turismo residencial en las ciudades donde éste se desarrolla, exponiendo la situación de España, país donde existen numerosos municipios donde se ha producido este fenómeno, y la de Costa Rica, país donde comienza a desarrollarse.

La escasez de datos estadísticos que recojan información sobre el turismo residencial, unida a la dificultad de identificar la oferta de este turismo debido a que existe una parte de la población local que alquila su vivienda a turistas, dificultando la inspección de esta oferta no reglada, constituyen las limitaciones de este estudio. No obstante, en futuras líneas de investigación, este trabajo se ampliará con dos estudios de campo: uno en un municipio español con fuerte impacto del turismo residencial² y el segundo en otro municipio de Costa Rica, donde empieza >>

¹ “Promoción inmobiliaria versus Desarrollo turístico: ¿cómo lograr la sostenibilidad?”. Conferencia pronunciada por la Dra. Inmaculada Martín Rojo. Invitación del Ministro de Turismo de Costa Rica y organizada por el Instituto Costarricense de Turismo. San José (Costa Rica). 3 Mayo 2007.

² Esta investigación se enmarca dentro de un Grupo de Investigación, dirigido por la autora de este artículo, subvencionado con ayudas públicas de la Consejería de Innovación, Ciencia y Tecnología de la Junta de Andalucía (SEJ455) y dentro de un Grupo de Investigación del Plan Nacional de I+D+I del Ministerio de Ciencia y Tecnología de España (SEJ.2004-06649/ECON) en el que participa la autora.

>> a desarrollarse este tipo de turismo, con el fin de hacer un estudio comparativo y poder extraer conclusiones extrapolables a distintos destinos turísticos.

Referencias bibliográficas

Butler, R.W. (1980): The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution and Implications for Management. *The Canadian Geographer*, 24:, 5-12

Carta Europea del Turismo Sostenible en los Espacios Protegidos (2000). Centro de Investigaciones Ambientales de la Comunidad de Madrid "Fernando González Bernáldez". Madrid

Comisión Europea (2003): Mapping instrument for corporate social responsibility, Bruselas.

Comisión Europea (2004): Communication on preventing and combating corporate and financial malpractice, Bruselas.

Cronin, L. (1990): A Strategy for Tourism and Sustainable Developments. *World Leisure and Recreation*, 32, 3, 12-18

Dechant, K.; Altman, B. (1994): Environmental Leadership: From Compliance to Competitive Advantage. *Academy of Management Executive*, 8, 3, 7-27

Dunphy et al (2003): Organizational Change for Corporate Sustainability. London: Routledge

Garriga, E. y Melé, D. (2004): Corporate Social Responsibility theories: mapping the territory, *Journal of Business Ethics*, 53, 51-71

Goodall, B. (1994): Environmental Auditing: Current Best Practice (with special reference to british tourism firms). En A.V. Seaton, C.L. Jenkins, R.C.

Wood, P.U.C. Pieke, M.M. Bennet, L.R. McLellan and R. Smith (eds): *Tourism: The State of the Art*, 655-664. Chichester: John Wiley and Sons.

Instituto de Estudios Turísticos (2003): Monográfico sobre el turismo residencial, en *Estudios Turísticos*, No. 155-156. Secretaría de Estado de Comercio y Turismo de España. Madrid.

Kneese, A.V. and Rusell, C.S. (1987): *Environmental Economics*. The New Palgrave: A Dictionary of Economics. Eatwell J. et al (Eds). London: Macmillan.

McIntyre, G. (1993): *Desarrollo Turístico Sostenible. Guía para planificadores locales*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.

Perrini, F.; Pogutz, S.; Tencati, A. (2006): "Corporate social responsibility in Italy: state of the art." *Journal of Business Strategies*; Spring 2006; No 23, 1.

Pigou, A.C. (1950): *The Economics of welfare*. London: Macmillan.

PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo) (2002): *Caminos Hacia la Sostenibilidad*. United Nations Development Programme. Nueva York.

Robbins, L. (1932): *An essay on the nature and significance of Economic Science*. London

Ros Tonda, J. (2003): Aproximación al turismo residencial español. *Estudios Turísticos*. No. 155-156, 71-85

Torres Bernier, E. (2003): El turismo residencial y sus efectos en los destinos turísticos. *Estudios Turísticos*. No. 155-156, pages 45-70

Vilanova, M., Lozano, J.M. y Dinarés, M (2006):

Accountability. Comunicación y reporting en el ámbito de la RSE. Madrid: Fonética.

World Business Council on Sustainable Development (1998): *Stakeholder Dialogue on CSR*, Países Bajos.

World Commission on Environment and Development (1987): *Our Common Future* (1987), Oxford: Oxford University Press.

http://europa.eu/environment/index_es.htm

www.copenhagencentre.org

www.bpdweb.org

www.iisd.ca

www.ceres.org

www.sustainablebusiness.com

www.svnueurope.com

www.conference-board.org

www.wbcsd.ch

www.observatoriosrc.org

www.csreurope.org

www.globalreporting.org

www.unglobalcompact.org

www.unrisd.org

www.ecodes.org

www.bsr.org

www.ilo.org

www.oecd.org

http://europa.eu/environment/index_es.htm

RESUMEN:

El presente artículo constituye una aportación al estudio de la Responsabilidad Social, haciendo extensiva ésta a gobiernos y sociedad civil, y no sólo a empresas como tradicionalmente se ha hecho. Estos conceptos son aplicados al estudio del gobierno responsable de las ciudades turísticas, especialmente de aquellas en las que se está desarrollando el turismo residencial, dado el impacto que éste genera en estos municipios. Se analiza el caso del turismo residencial en España, donde este tipo de turismo se está consolidando, y el de Costa Rica, país en el que este fenómeno está actualmente en desarrollo. Finalmente, se formulan una serie de propuestas para un gobierno responsable de estos destinos que implican a la Administración Pública, al sector privado y a la sociedad civil, dado el carácter transversal de la problemática abordada.

Palabras Clave: Responsabilidad Social, turismo residencial, ciudades turísticas, sostenibilidad

ABSTRACT:

This article constitutes a contribution to the study of Social Responsibility, making it extensive to governments and society, and not only to companies as it traditionally is done. This concept is applied towards the study of governments responsible for the management of tourist attracting cities, especially those where residential tourism is being developed due to the impact it generates on their municipalities. The cases of Spain, where this type of tourism is under consolidation, and Costa Rica, where this phenomenon is presently developing, are studied. Lastly, a series of proposals for governments responsible of these destinations that implicate Public Administration, private sector and society are formulated, given the cross-sectional nature of the problem.

Keywords: Social Responsibility, residential tourism, tourist attracting cities, sustainability