

Educación ambiental y responsabilidad social en el sector turismo

Environmental education and social responsibility in the tourism sector

  Mayeli Álvarez Mendoza¹
  Dener Leli Mego Ramos¹
  Marko Yousuv Pérez Mondragón¹
  Javier Gonzalo Silva Marin¹

¹ Universidad Señor de Sipán – Lambayeque, Perú

Fecha de recepción: 30.06.2025

Fecha de revisión: 29.07.2025

Fecha de aprobación: 02.08.2025

Como citar: Álvarez Mendoza, M., Mego Ramos, D., Pérez Mondragón, M. & Silva Marin, J. (2025). Educación ambiental y responsabilidad social en el sector turismo. *UCV HACER*, 14(3), 38-50. <https://doi.org/10.18050/revucvhacer.v14n3a4>

Autor de correspondencia: Mayeli Álvarez Mendoza

Resumen

El presente estudio explora la relación entre la educación ambiental (EA) y la responsabilidad social (RS) en el sector turístico, identificando cómo estas disciplinas influyen en la sostenibilidad del sector. Se utiliza un enfoque analítico y correlacional, con un diseño no experimental, evaluando variables clave como conciencia ambiental, educación para la acción ambiental, compromiso ético y acciones de impacto social mediante encuestas a clientes de un restaurante en Chiclayo. Los resultados muestran una correlación positiva entre un mayor nivel de EA y prácticas de RS. Sin embargo, se evidencian desafíos como la falta de educación ambiental en ciertos actores del sector y la necesidad de estrategias integrales para fortalecer la sostenibilidad turística. La educación ambiental en este contexto busca sensibilizar a los turistas, los operadores turísticos y las comunidades locales sobre la importancia de preservar los recursos naturales, la biodiversidad y la cultura local. Esto implica promover prácticas responsables, como la gestión eficiente del agua, la reducción de desechos, el respeto por la flora y fauna, y la adopción de tecnologías limpias en la industria turística.

Palabras clave: Educación ambiental, responsabilidad social, sostenibilidad turística, conciencia ambiental, compromiso ético, turismo responsable.

Abstract

This study examines the relationship between environmental education (EE) and social responsibility (SR) in the tourism sector, identifying their influence on sustainability. An analytical and correlational approach is employed with a non-experimental design, evaluating key variables such as environmental awareness, education for environmental action, ethical commitment, and social impact actions through surveys conducted with restaurant customers in Chiclayo. Findings reveal a positive correlation between higher EE levels and SR practices. However, challenges such as insufficient environmental education among certain sector stakeholders and the need for comprehensive strategies to enhance tourism sustainability are highlighted. Environmental education in this context seeks to raise awareness among tourists, tour operators, and local communities about the importance of preserving natural resources, biodiversity, and local culture. This involves promoting responsible practices such as efficient water management, waste reduction, respect for flora and fauna, and the adoption of clean technologies in the tourism industry.

Keywords: Environmental education, social responsibility, tourism sustainability, environmental awareness, ethical commitment, responsible tourism.

INTRODUCCIÓN

A nivel internacional, García-Capdevilla et al. (2024), en su investigación “Turismo de naturaleza y educación ambiental: perspectivas de las políticas públicas en Colombia” indican que el estudio tiene como propósito explorar los contenidos en los certificados de política pública sobre turismo de naturaleza y educación ambiental en Colombia. Se empleó un método cualitativo y hermenéutico para examinar documentos oficiales y académicos en estas áreas. Los resultados muestran que la enseñanza ambiental está relacionada principalmente con acciones diferentes al ecoturismo, lo cual dificulta una conexión eficaz que sensibilice a la comunidad cercana acerca de la relevancia de estas acciones para el mantenimiento del medio ambiente. Se sugiere la actualización de las normativas para incorporar las normativas de sostenibilidad y las demandas comerciales del turismo, adaptadas a las características específicas de cada área.

Sevilla et al. (2024) en su investigación “Turismo sostenible desde la responsabilidad social de las empresas turísticas” El objetivo de la investigación es examinar de qué manera las compañías de turismo en Nicaragua han incorporado la sustentabilidad en sus actividades a través de la responsabilidad social corporativa. Los aspectos teóricos del turismo sostenible y la responsabilidad social son investigados, junto con cómo se aplican en tres áreas clave: ambiental, sociocultural y económica. La metodología utilizada es de tipo documental, utilizando herramientas hermenéuticas para la interpretación de los datos. Los resultados indican que las compañías han manifestado un compromiso con los pilares de sostenibilidad, algunas resaltando en temas ambientales, otras en aspectos socioculturales y otras en lo económico, colaborando de esta manera con la viabilidad de sus productos y servicios dirigidos a los turistas.

Espino y Gonzáles (2023) en su estudio “La responsabilidad social empresarial en el turismo sostenible” nos dice que el turismo actual necesita encontrar un balance entre los beneficios financieros y la protección de los recursos naturales, sociales y culturales de las regiones en las que se lleva a cabo. La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en esta área específica deberá impulsar comportamientos responsables

y sostenibles, comprometiendo no únicamente a las compañías directamente relacionadas con la industria turística, sino también a aquellas que obtienen beneficios de forma indirecta y, especialmente, a los visitantes, promoviendo una mayor sensibilización medioambiental. Para que el turismo sostenible sea viable, es necesario equilibrar la actividad económica y la biodiversidad, sin causar su deterioro, utilizando de forma responsable los recursos ecológicos y garantizando la conservación de los ecosistemas en los que se trabaja.

A nivel nacional, Garrido (2022) en su tesis “La responsabilidad social turística para fortalecer la imagen corporativa del Hotel Casa Blanca, Sechura, Piura – 2022” nos menciona que el propósito de este estudio fue sugerir tácticas de responsabilidad social turística con el fin de realzar la reputación del Hotel Casa Blanca en Sechura, Piura. Se utilizaron métodos mixtos, incluyendo un diseño no experimental y un enfoque transversal, para llevar a cabo la evaluación. Se encuestó a 382 residentes y 9 empleados del hotel, además de realizar observaciones directas. Los resultados mostraron que la responsabilidad social en el turismo y la imagen de la empresa hotelera fueron evaluadas en un nivel medio, con un 40% y un 33%, respectivamente. A pesar de que se ha reconocido la contribución del hotel al desarrollo local, los residentes no ven una inversión importante en iniciativas sociales o ambientales, lo que ha impactado su reputación.

Huancco (2023), en su tesis “Responsabilidad social empresarial y su impacto en el turismo rural comunitario de Amantani, Puno – 2023” Se empleó un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental y transversal, mediante la aplicación de encuestas a 50 empresarios en el sector turístico. La confiabilidad de las variables, medida utilizando el coeficiente alfa de Cronbach, fue de 0.804 en ambos casos, lo cual señala una fiabilidad satisfactoria. Un 54% de las personas encuestadas consideraron que la RSE era baja, en comparación con el 46% que la calificaron como regular. Se determinó que un aumento en el nivel de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) tiene una influencia beneficiosa en el turismo rural comunitario, en tanto que una reducción en este nivel tiene consecuencias adversas en dicho impacto.

Lalangui, et al. (2021) en su estudio “Turismo sostenible, un aporte a la responsabilidad social empresarial: sus inicios, características

y desarrollo” nos indican que el enfoque del estudio es la responsabilidad social empresarial (RSE) dentro de la industria turística, resaltando la importancia del turismo sostenible como elemento fundamental de la RSE. Se ofrece una revisión de los conceptos asociados con responsabilidad y la industria del turismo, seguida por un análisis de cómo se vinculan la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), el desarrollo sustentable y el rubro turístico, identificando los fundamentos y valores del turismo sostenible. La investigación también investiga cómo estas prácticas han evolucionado a nivel mundial a través de tratados y acuerdos internacionales, enfocándose en los estándares de sostenibilidad que los hoteles deben cumplir como actores clave en la industria turística.

En el contexto local se afirma que un obstáculo principal al implementar la enseñanza ambiental (EA) en el ámbito turístico es la falta de compromiso por parte de las organizaciones turísticas para incluir iniciativas de enseñanza y concientización ambiental dirigidas tanto a los empleados como a los visitantes (Ballena, 2021). La falta de este elemento evita la promoción de un cambio en la conducta de los turistas y restringe la aplicación de prácticas responsables, como el respeto a la biodiversidad y la reducción de residuos. Además, la escasez de capacitación y conocimiento sobre sostenibilidad y cuidado ambiental entre los trabajadores del sector dificulta la adecuada puesta en marcha de estas medidas (Vilca et al., 2021). A pesar del aumento del interés en la responsabilidad social (RS) en el ámbito turístico, Lambayeque enfrenta desafíos importantes en la EA. Muchos operadores turísticos y las comunidades locales no tienen la formación adecuada en métodos sostenibles, lo que resulta en la explotación de los recursos naturales y la degradación del ecosistema. Teniendo en cuenta que la falta de conciencia ambiental impacta tanto en la calidad de la experiencia turística como en la conservación del patrimonio cultural y natural de la zona. Además, la falta de cooperación entre las entidades gubernamentales locales, las compañías turísticas y las comunidades dificulta la elaboración de estrategias efectivas para promover la EA y la RS en el sector (Oliveira et al., 2024). En consecuencia, se requiere promover un método unificado que una la enseñanza sobre el medio ambiente con el compromiso social de las empresas, incentivando acciones que garanticen la protección de los recursos

naturales y culturales, así como el bienestar de las comunidades locales, esto no solo beneficiaría al sector turístico, sino que también contribuiría al desarrollo sostenible de Lambayeque en su conjunto. Debido a esto que se presenta, hay unos desafíos importantes que se enfrenta en el sector turístico y que se integra efectiva de la enseñanza ambiental, por esto a pesar del creciente interés que sostiene la responsabilidad social, se persisten críticas en su implementación de iniciativas de sensibilidad ambiental. Por parte de las entidades turísticas locales para el trabajo dentro del sector que se está empleando, y quienes no lo han logrado incorporar proyectos de esta educación y sensibilidad ambiental. Puesto que esto lleva a cabo que en Lambayeque se enfrenta desafíos que los cuales destacan la falta del compromiso de sus entidades turísticas, la carencia de capacitaciones adecuada en su sostenibilidad y ausencia de la colaboración y que estos no solo limitan la colaboración efectiva entre sus distintos actores del sector.

A nivel internacional, Malliquinga (2022), en su estudio titulado “La responsabilidad ambiental y la oferta turística en la Laguna de Yambo”, El propósito de la investigación fue analizar el compromiso ambiental de la propuesta turística en la Laguna de Yambo. Se realizó un estudio con un enfoque mixto y un diseño no experimental de tipo transaccional, en el que 203 turistas participaron mediante el uso de una encuesta como instrumento validado correctamente. En los fines de semana y días de celebración se observó un aumento en la afluencia de turistas al lugar. Esto sugiere que a medida que crece la demanda, la oferta también se amplía en respuesta a los beneficios económicos que brinda esta área natural. No obstante, se determina que las personas que brindan servicios en esta área no poseen un conocimiento adecuado, aunque cuentan con cierta comprensión sobre la protección del entorno natural, la cual no aporta de manera significativa a la responsabilidad ecológica.

Sarabia (2022), en su investigación titulada “Turismo comunitario y responsabilidad social: aspectos determinantes de la sostenibilidad en las comunidades turísticas de Ecuador”, el propósito era entender la relación entre las acciones y elementos de responsabilidad social llevados a cabo en las comunidades que se involucran en el turismo comunitario. Se llevó a cabo un estudio utilizando un enfoque

mixto secuencial, incluyendo la realización de entrevistas y la administración de cuestionarios. Los resultados señalan que las medidas y aspectos de responsabilidad social que se encuentran en los negocios turísticos son cruciales para la sostenibilidad, promoviendo el crecimiento de la comunidad en el lugar de destino. Se determina que hay un vínculo importante entre la responsabilidad social y el sector turístico comunitario, visible en las acciones de esta modalidad turística, lo cual puede resultar relevante para proyectos futuros vinculados con las comunidades.

A nivel nacional Aquino y Suárez (2022), en su publicación “Responsabilidad social empresarial y la gestión de las empresas turísticas en beneficio de las comunidades rurales de Iquitos”, buscaron describir la conexión entre la responsabilidad social corporativa y la administración de negocios turísticos para beneficiar a las comunidades rurales de Iquitos. La investigación de tipo descriptivo y diseño no experimental, contó con la colaboración de 15 lodges, lo cual representaba el 20% de la población de estudio. La recolección de datos se llevó a cabo a través de encuestas validadas y de confianza. Los resultados subrayan la relevancia de enfocarse en la sostenibilidad y en el plan estratégico para promover la colaboración entre los involucrados. Se llegó a la conclusión de que la mayor parte de los hospedajes han ejecutado más de tres iniciativas que favorecen a las poblaciones campesinas, ayudando en el fortalecimiento de la identidad propia y el aumento del valor del área y sus activos.

Espinoza (2022), en su investigación “Cultura ambiental y práctica de turismo sostenible en el Área de Conservación Regional Albufera de Medio Mundo”, El objetivo del estudio fue establecer la conexión entre la cultura ambiental y la implementación del turismo sostenible en esa región. Se realizó un estudio de investigación con un enfoque cuantitativo y tipo descriptivo-correlacional que incluyó la participación de 192 visitantes. Se recopiló la información mediante una encuesta en línea que emplea un cuestionario con escala Likert. Los resultados revelaron que el nivel de significancia fue de 0.000, y el coeficiente de correlación de Spearman fue de 0.733, lo que sugiere una correlación favorable y significativa entre los comportamientos ambientales y la adopción de prácticas de turismo sostenible. Se determinó que la cultura ecológica y el ejercicio

del turismo sostenible tienen una relación mutua, demostrando una correlación positiva significativa.

A nivel local Moreno (2022) en su investigación titulada “Prototipo de aplicación para contribuir a la mejora de la educación ambiental en los jóvenes usuarios del balneario de Pimentel” tuvo como objetivo desarrollar un plan de negocios que contribuya a mejorar la educación ambiental de los visitantes que frecuentan el balneario de Pimentel. Se llevó a cabo una investigación de tipo cualitativa, se realizaron entrevistas a diversos usuarios del balneario de Pimentel. Los resultados señalaron una alternativa de solución que consiste en un prototipo de aplicación, que tiene como valor añadido el acceso a información actualizada sobre restaurantes y hoteles ecológicos. Se concluyó que el factor más relevante que contribuye a la contaminación ambiental en el balneario de Pimentel se debe a la falta de conciencia ambiental.

Chavarri (2021) en su investigación titulada “El turismo como herramienta de desarrollo sostenible en la provincia de un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental, en el cual se administró una encuesta en línea en una escala de Likert a 384 individuos mayores de 18 años que son naturales y/o viven en la ciudad de Chiclayo. Los resultados indicaron que hay una correspondencia directa, llegando a la conclusión de que cuanto mayor sea el nivel de cultura turística, mayor será el grado de conciencia turística. La alta medición de ambas variables se refleja en un 0.91% de correlación según el Rho de Spearman.

Marín (2021) en su investigación titulada “El turismo como herramienta de desarrollo sostenible en la provincia de Chiclayo” El objetivo fue sugerir el turismo como una herramienta para el desarrollo sostenible. Se realizó un estudio de enfoque cuantitativo en el que se administró un cuestionario a 100 visitantes en una única ocasión. Los resultados alcanzados posibilitaron una implementación específica, llegando a la conclusión de que las actividades turísticas en la región de Chiclayo son importantes y se pretende impulsar su crecimiento sostenible con mayor atención.

En relación al marco teórico, la educación ambiental nos muestra que su definición es un procedimiento que persigue capacitar a los

individuos para realizar elecciones responsables e informadas sobre el entorno natural, fomentando un cambio de comportamiento que contribuya a la sostenibilidad del planeta. En el contexto turístico, la EA tiene como objetivo concienciar tanto a los empleados como a los turistas acerca de la relevancia de conservar los recursos culturales y naturales de las áreas turísticas, reduciendo el efecto ambiental de las actividades relacionadas al turismo. (Salas, 2021).

Según Márquez et al., (2021), la EA se desarrolla en tres niveles fundamentales: el nivel individual, que busca modificar las actitudes y comportamientos de las personas; el nivel organizacional, enfocado en la ejecución de políticas y prácticas responsables dentro de las empresas turísticas; y el nivel comunitario, que se centra en el trabajo colaborativo para la seguridad de los espacios culturales y/o naturales.

Sus dimensiones según (Quintero, 2019) nos dice que sus dimensiones en el sector turismo representan los diversos elementos que contribuyen a su efectividad y al impacto positivo en la sostenibilidad del sector, los mismos que son fundamentales para promover un comportamiento responsable y sostenible entre turistas, empresas y comunidades locales. Cognitiva: Hace referencia a la comprensión y al conocimiento que las personas adquieren sobre los conceptos ambientales orientados con el turismo, incluye la información que se les proporciona sobre el impacto de las trabajos turísticos en el entorno global y cultural, y cómo pueden participar en su preservación, por ende, dentro del contexto del turismo, la dimensión cognitiva busca educar a los viajeros y a los operadores turísticos sobre los ecosistemas locales, la biodiversidad, la historia cultural y las prácticas sostenibles que reduzcan el impacto adverso en el medio ambiente. Afectiva: Está relacionada con las actitudes, valores y emociones que las personas desarrollan hacia el entorno natural y las prácticas sostenibles; se enfoca en fomentar una conexión emocional con el medio ambiente y el legado cultural, lo que puede influir en la motivación de las personas para proteger y conservar los recursos turísticos; además esta dimensión es esencial para generar empatía y un sentido de responsabilidad hacia los entornos visitados, promoviendo la admiración y la apreciación por los paisajes naturales y las culturas locales. Conductual: Se refiere a los comportamientos y acciones concretas que

resultan del conocimiento y las actitudes hacia el medio ambiente adquiridos a través de la educación ambiental, esta dimensión involucra la implementación de costumbres responsables por parte de los visitantes y las compañías turísticas, la disminución del empleo de desechos plásticos, la protección de la flora y fauna, el apoyo al financiamiento local mediante el turismo responsable y la participación en iniciativas de conservación. En el sector de turismo, la parte comunitaria promueve una aproximación que incluya a todos y sea colaborativa, garantizando que las ventajas del turismo sustentable sean distribuidas entre las comunidades locales y que las elecciones relacionadas con la protección del legado cultural sean tomadas en conjunto. La educación ambiental en el sector turismo es crucial, según nos dice, porque tiene la capacidad de conservar los elementos naturales y culturales que son fundamentales para esta industria. Al fomentar el turismo responsable, la educación ambiental reduce los efectos adversos de las actividades turísticas y promueve comportamientos sostenibles entre los turistas y el personal. Además, al implementarla se logra aumentar la competitividad de los destinos turísticos al convertirse en líderes en sostenibilidad y responsabilidad. Además, la enseñanza ambiental aporta a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), los cuales promueven la preservación de los ecosistemas, el adecuado aprovechamiento de los recursos y la implicación de las comunidades locales en el proceso de la cadena de valor del turismo, tienen un impacto positivo en el crecimiento económico sostenible, la disminución de la pobreza y la preservación cultural. Esto fortalece un turismo inclusivo y responsable que beneficia tanto a las generaciones actuales como futuras, (Campo et al., 2021).

Responsabilidad Social en el sector turismo. Su definición de la Responsabilidad Social (RS) en el sector turismo hace referencia al compromiso que adquieren las empresas turísticas, los gobiernos y las comunidades para funcionar de forma ética y sostenible, contribuyendo al bienestar social, económico y ambiental de los destinos turísticos, este concepto implica que las actividades turísticas no solo deben enfocarse en la maximización de ganancias, sino también en reducir sus efectos perjudiciales en el entorno natural y las comunidades de la zona, así como en promover prácticas que ayuden a mejorar el estilo de vida de las áreas turísticas,

(Sánchez-Ortega et al., 2021). La RS en turismo busca que los operadores turísticos integren aspectos éticos y sostenibles en su gestión, asegurando que las decisiones empresariales se alineen con los principios de equidad, inclusión, sostenibilidad y responsabilidad ambiental. Por ello, los beneficios de la RS en el sector del turismo, según Quispe (2024), incluye en la mejora de la reputación corporativa, el aumento de la competitividad y la fidelización de los usuarios, además, la RS puede ser un motor para la innovación en el sector, promoviendo la implementación de tecnologías para generar productos turísticos más amigables con el medio ambiente y el recaudo de residuos con el fin de mantener las áreas más limpias. Las dimensiones de la RS en el turismo cubren diversos aspectos que deben abordarse para lograr un turismo verdaderamente sostenible y ético, dentro de las cuales tenemos, (Rubio, 2020): Económica: Se refiere al impacto que tienen las actividades turísticas en la economía local y global, además implica generar beneficios económicos para las poblaciones locales por medio de la generación de empleo, la inversión en infraestructuras y el apoyo a los negocios locales. La RS desde esta perspectiva promueve un turismo inclusivo que contribuye al desarrollo económico equitativo, asegurando que los ingresos provenientes del turismo favorezcan directamente a las poblaciones locales, reduciendo la desigualdad. Social: está vinculado con la calidad de vida de los individuos y los grupos afectados por el turismo, se enfoca en garantizar que las prácticas turísticas respeten los derechos fundamentales, la diversidad cultural, y contribuyan a incrementar el bienestar de las poblaciones locales, esto incluye la promoción de condiciones laborales justas, la salvaguarda de los derechos de las comunidades autóctonas y el establecimiento de posibilidades para el crecimiento social a través del turismo. Ambiental: Se centra en la protección y preservación del entorno natural en las zonas turísticas, además implica que tanto las compañías de turismo como los turistas implementen prácticas sustentables que minimicen la degradación del entorno natural, como la disminución en el empleo de recursos no renovables, la administración apropiada de los desechos, la preservación del entorno natural, y la implementación de políticas de turismo ecológico; esta dimensión es clave para garantizar que el turismo no comprometa los recursos naturales de los destinos, sino que contribuya a su preservación para las futuras

generaciones. Ética: Esto significa operar con transparencia, responsabilidad y equidad en la toma de decisiones que afectan tanto para los visitantes como para las comunidades de la zona, también aboga por la honestidad en la promoción de los destinos, evitando el uso de prácticas engañosas o dañinas para atraer turistas, y promoviendo un turismo que respete las leyes y regulaciones locales. Existen diversas teorías que sustentan la RS en el sector turismo, entre las más conocidas tenemos: Teoría de los Stakeholders: Se desarrollada por Edward Freeman, quien establece que las empresas deben tener en cuenta las necesidades de todos los colectivos impactados por sus acciones, no solo de los accionistas, en el contexto del turismo, los “stakeholders” incluye a los turistas, las comunidades locales, los empleados, los proveedores, y el medio ambiente, según esta teoría implica que las organizaciones turísticas deben buscar un equilibrio entre los beneficios económicos y el bienestar de todos los participantes implicados, (Reyes et al., 2024). Teoría de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC): Afirman que las entidades cuentan con una responsabilidad moral y ética de colaborar más allá de la búsqueda de beneficios económicos, además implica que las empresas turísticas deben comportarse de forma responsable y sostenible, implementando prácticas que protejan los recursos naturales, apoyen el desarrollo comunitario y promuevan la consideración hacia las culturas locales, (Palacios et al., 2021). Teoría del Desarrollo Sostenible: Propuesta por el Informe Brundtland, sostiene que el crecimiento económico debe abordar las necesidades presentes deben ser cubiertas sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para cubrir sus propias necesidades. Esta teoría es fundamental para el turismo porque plantea que el sector debe crecer de manera que se reduzcan los impactos perjudiciales en el entorno y las comunidades, asegurando la preservación de los recursos para el futuro. La importancia radica en su capacidad para promover un turismo más equitativo, sostenible y respetuoso con el medio ambiente y las poblaciones locales, ya que la implementación de prácticas RS que facilite la protección del medio ambiente, y asegurar un crecimiento económico equitativo distribuyendo los beneficios entre todos los actores involucrados, además, la RS fortalece la reputación de las empresas turísticas, incrementa la lealtad de los consumidores y garantiza la sostenibilidad a

largo plazo del sector, protegiendo los recursos para las futuras generaciones, (Garbizo et al., 2020).

Por lo tanto, la formulación del problema en el sector turístico, la implementación de la EA y la RS del sector turismo enfrenta el desafío de integrar eficazmente estas dos disciplinas en las operaciones de las empresas turísticas. La falta de un enfoque sistemático limita la capacidad de las empresas para adoptar un modelo de turismo sostenible. En este contexto, surge la siguiente interrogante: ¿De qué manera la educación ambiental y la responsabilidad social se vinculan en el ámbito del turismo?

De esta manera la justificación e importancia del estudio nos dice que la educación ambiental y la responsabilidad social son cruciales en el sector Turismo 2024 debido a su impacto en la sostenibilidad de los ecosistemas, estas acciones asisten en la preservación de los recursos naturales y reducir el impacto negativo generado por las actividades realizadas.

Así mismo fomentan el respeto y la pertenencia a comunidades locales beneficiando tanto a visitantes como a residentes. Con regulaciones ambientales más estrictas. La educación en sostenibilidad es esencial para evitar sanciones y mejorar la imagen de los destinos turísticos, también prepara al sector para enfrentar ciertos cambios climáticos que se presenten. En conclusión, es crucial incorporar la educación medioambiental y la responsabilidad social en el sector turista para su sostenibilidad y relevancia futura. En términos metodológicos, se utilizará un enfoque correlacional para determinar el vínculo entre las dimensiones de la EA y la RS en el sector turístico, a través de encuestas y análisis estadísticos.

Este enfoque permitirá no solo medir el nivel de relación, sino también identificar factores clave que expliquen cómo una mayor integración de la EA influye en el rendimiento social y ambiental de las entidades turísticas.

Es por ello que, se plantean el siguiente objetivo general:

- Identificar la conexión que existe entre la educación ambiental y la responsabilidad social en el turismo.

Como objetivos específicos tenemos:

- Evaluar la educación ambiental en el sector turismo.
- Establecer el nivel de responsabilidad social en el sector turismo.
- Establecer la relación entre las dimensiones de educación ambiental y responsabilidad social en el sector turismo.

La hipótesis de este estudio es:

H1: En el sector turismo existe una conexión entre la educación ambiental y la responsabilidad social.

H0: En el ámbito del turismo no hay una conexión entre la educación ambiental y la responsabilidad social.

MATERIAL Y MÉTODO

El presente estudio será de tipo analítica y correlacional. En el enfoque analítico, se buscará examinar de manera profunda las características y dimensiones de la educación ambiental y la responsabilidad social en el sector turístico. Este análisis no solo se limitará a identificar los aspectos que definen cada variable, sino también a comprender cómo interactúan y qué factores específicos las influyen. Por otro lado, el enfoque correlacional se centrará en explorar la relación existente entre estas dos variables. A través de este enfoque, se analizará si existe alguna asociación entre los niveles de educación ambiental y los comportamientos relacionados con la responsabilidad social en el sector, sin intentar manipular las condiciones o establecer relaciones causales directas. De acuerdo a Gómez (2020) Este tipo de investigación permite identificar patrones y conexiones dentro del contexto natural, proporcionando una visión amplia de cómo estas variables coexisten.

Por otro lado, el diseño de la investigación será no experimental, lo cual es apropiado para estudios correlacionales donde no es posible o no se desea intervenir directamente en las variables investigadas. En este caso, el diseño no experimental implicará la observación de las variables de educación ambiental y responsabilidad social tal como se presentan en el sector turístico, sin alterar

ni controlar los factores involucrados. Esto permitirá un estudio más realista y representativo de la situación actual en el sector. Dado que no se realizarán manipulaciones ni se asignarán grupos de control o intervención, el estudio se llevará a cabo en el entorno natural de las variables, observando cómo estas interactúan y se manifiestan sin interferencias externas. En este enfoque es adecuado para comprender fenómenos que ya están en curso y permite a los investigadores observar el comportamiento de las variables en su contexto habitual.

Es por ello que esta investigación tiene como población a los clientes de un restaurante en Chiclayo, quienes son los consumidores que visitan el establecimiento. La población total de clientes es de 135 personas, las cuales comparten el mismo interés y perfil relacionado con el consumo de sushi en este restaurante. Dado que la población es pequeña y específica, se considera que el estudio se realizará sobre todos los consumidores que visitan el establecimiento durante el período de investigación. Esta delimitación asegura que los resultados sean relevantes y directamente aplicables a la clientela habitual del restaurante. Sin embargo, dado a que el número de 135 consumidores es manejable y constituye la totalidad de la población relevante para este estudio, la muestra será igual a la población. No se seleccionará un subconjunto, ya que se utilizarán todos los consumidores que conforman la población de estudio. Esta decisión se toma debido a la limitada cantidad de individuos dentro de la población y la importancia de obtener una muestra completa para obtener datos más precisos y completos. Además, el muestreo utilizado en esta investigación es no probabilístico, lo que significa que no se seleccionan aleatoriamente los participantes, sino que se elige a toda la población disponible, en este caso, los 135 consumidores del restaurante. Este tipo de muestreo es adecuado cuando la población es pequeña y específica, como en este caso, donde se estudian a todos los clientes que visitan el restaurante durante el periodo de investigación.

Teniendo en cuenta las técnicas e instrumentos de recolección, hemos considerado que la encuesta es una técnica que se utiliza para obtener información sistemática de los participantes mediante una serie de preguntas estructuradas. Es una de las técnicas más utilizadas en estudios cuantitativos, ya que permite recolectar grandes volúmenes de datos de forma estandarizada. La

encuesta puede ser administrada de diversas formas: de manera presencial, telefónica, por correo electrónico o en línea, lo que la hace flexible y accesible para diferentes tipos de investigaciones. La importancia de la encuesta radica en su capacidad para obtener datos comparables y replicables de una manera eficiente y económica. Además, las encuestas pueden proporcionar tanto datos cuantitativos como cualitativos, dependiendo de la naturaleza de las preguntas. Adicionalmente, el cuestionario es el instrumento específico que contiene las preguntas de la encuesta. Este documento o formulario puede estar compuesto tanto de preguntas abiertas como cerradas, además debe estar diseñado cuidadosamente ya que debe tener preguntas claras, objetivas, comprensibles y relevantes. Un buen cuestionario contribuye a la fiabilidad y validez de los datos, ya que una mala formulación de las preguntas puede generar respuestas ambiguas o sesgadas. La importancia del cuestionario radica en su capacidad para estructurar la recolección de datos de manera ordenada y sistemática, facilitando el análisis posterior. Un cuestionario bien diseñado proporciona la base para una recolección de datos eficiente, que puede ser analizada de manera confiable. Es por ello, que nuestro cuestionario está validado por un experto, obteniendo de tal manera un coeficiente Alfa de Cronbach de 0.879, el análisis que se realizará se llevará a cabo en el software SPSS versión 27.

El procesamiento de datos es una etapa crucial en la investigación, ya que permite transformar la información recopilada en conocimiento significativo para la adopción de decisiones y la solución de la interrogante de investigación. Los métodos empleados para procesar los datos dependen del tipo de información obtenida, ya sea cuantitativa o cualitativa, y de los objetivos del estudio. En este caso, al utilizar una encuesta con preguntas cerradas, el análisis será principalmente cuantitativo, apoyándose en técnicas estadísticas para interpretar las respuestas.

El primer paso será organizar y preparar los datos obtenidos mediante las encuestas. Esto implicará estructurar las respuestas en una base de datos, corregir posibles errores o información incompleta y codificar las respuestas cualitativas para su posterior análisis. Posteriormente, se llevará a cabo un análisis descriptivo, que ofrecerá una visión general de las respuestas. Este análisis incluirá el cálculo

de frecuencias, promedios, medianas y otras medidas estadísticas relevantes, dependiendo de la naturaleza de las preguntas. Los resultados serán presentados de forma visual, utilizando gráficos y tablas que faciliten su interpretación. En caso sea necesario, se aplicarán análisis inferenciales, como pruebas de correlación, para identificar relaciones significativas entre las variables investigadas. Esto permitirá detectar patrones y tendencias en los datos que puedan guiar decisiones estratégicas. Finalmente, los resultados serán interpretados de acuerdo con los propósitos de la investigación, conectándolos con la literatura existente y los supuestos iniciales. A partir de estas interpretaciones, se generarán conclusiones útiles para la toma de decisiones. Mientras que un análisis de datos detallado y bien estructurado garantiza la legitimidad y aplicabilidad de los resultados, brindando un fundamento firme para elaborar estrategias y adoptar decisiones efectivas.

Criterios:

- Confidencialidad.
- Anonimato.
- Originalidad.
- Honestidad.

RESULTADOS

Tabla 1

Dimensión Conciencia Ambiental

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	4	3,0
Medio	40	29,6
Alto	91	67,4
Total	135	100,0

Los resultados de la encuesta muestran un notable nivel de conciencia ambiental, los participantes (67.4%) expresó una fuerte preocupación por el medio ambiente, lo que refleja una creciente sensibilización sobre los problemas ecológicos. Un porcentaje significativo (29.6%) manifestó un nivel medio de conciencia, lo que indica un interés genuino por estas cuestiones. Solo una

pequeña minoría (2.9%) mostró un bajo nivel de conciencia, lo que resalta la tendencia general hacia una mayor responsabilidad ambiental dentro del grupo evaluado.

Tabla 2

Dimensión Educación para la acción Ambiental

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	43	31,9
Medio	85	63,0
Alto	7	5,2
Total	135	100,0

Se muestran los resultados de una evaluación sobre el nivel de educación ambiental de un grupo de personas. La mayoría (63%) presenta un nivel medio, lo que indica un conocimiento básico sobre el tema. Sin embargo, un porcentaje significativo (31.9%) muestra un nivel bajo, revelando una necesidad de mayor sensibilización y formación. Por otro lado, solo un pequeño grupo (5.2%) exhibe un alto nivel de educación ambiental.

Tabla 3

Compromiso Ético

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	25	18,5
Medio	98	72,6
Alto	12	8,9
Total	135	100,0

Los resultados presentan un análisis del nivel de compromiso ético en un grupo determinado. Se observa que la mayoría de los individuos (72.6%) exhiben un compromiso ético medio, lo que sugiere una valoración moderada de los principios morales en sus acciones. Un porcentaje menor (18.5%) muestra un bajo compromiso ético, indicando una menor consideración por la ética en sus decisiones. Por otro lado, un pequeño grupo (8.9%) presenta un alto compromiso ético, lo cual revela una fuerte adhesión a los valores morales.

Tabla 4*Dimensión Acciones de Impacto Social*

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	22	16,3
Medio	96	71,1
Alto	17	12,6
Total	135	100,0

Los resultados presentan un análisis sobre el impacto social de diversas acciones, clasificándolas en tres niveles: bajo, medio y alto. Los hallazgos indican que la mayoría de las acciones evaluadas (71.1%) generan un impacto social medio, lo que indica que contribuyen de manera positiva a la comunidad, aunque podrían optimizarse. Un porcentaje menor (16.3%) se considera de bajo impacto, sugiriendo que algunas iniciativas no están alcanzando los objetivos esperados. Por último, un 12.6% de las acciones tienen un impacto social alto, evidenciando que ciertas iniciativas generan cambios significativos y positivos en la sociedad.

DISCUSIÓN

Para el objetivo general, Identificar la conexión que existe entre la educación ambiental y la responsabilidad social en el turismo. Los hallazgos obtenidos muestran que la correlación es positiva, hay una relación positiva entre un mayor nivel de educación ambiental y un mayor compromiso con prácticas de responsabilidad social en el sector turístico. Estos resultados son similares a los encontrados por Ballena (2021) en Lambayeque, lo que sugiere que la falta de educación ambiental sigue siendo un desafío en el sector a nivel local. Este hallazgo coincide con las teorías de Salas (2021) quien plantea que la educación ambiental es un factor clave para fomentar actitudes y comportamientos responsables en los individuos. Sin embargo, los resultados también revelan que aún existe un porcentaje significativo de actores en el sector turístico que presenta un bajo nivel de educación ambiental y un compromiso ético limitado.

Para el objetivo específico 1, evaluar la educación ambiental y establecer su nivel de responsabilidad social en el sector turismo. El análisis realizado muestra que el nivel de conocimiento sobre temas ambientales en el sector turístico es alto. El 67.4% de los encuestados demostró un buen dominio de conceptos como el reconocimiento de los principales problemas ambientales, las consecuencias, el reciclaje, mientras que el 29.6% mostró dificultades para definir las problemáticas ambientales. Estos hallazgos sugieren que, si bien existe una cierta sensibilización ambiental, aún hay margen de mejora en cuanto a la profundización de conocimientos específicos. Tal como lo indica Guitiérrez (2023) reveló que el 54% percibe una baja RSE, y el 46% la considera regular. Un nivel de RSE más alto beneficia al turismo rural comunitario, mientras que uno bajo lo perjudica. Según Márquez et al. (2021) La Educación Ambiental se enfoca a nivel individual, busca es modificar las actitudes y comportamientos de los individuos hacia el medio ambiente; a nivel organizacional, promueve la implementación de prácticas sostenibles en empresas, especialmente en el sector turístico.

CONCLUSIONES

En conclusión, los datos muestran una correlación positiva entre un mayor nivel de educación ambiental y un mayor compromiso con la RSE, la realidad es más matizada. El alto nivel de conocimiento ambiental en un sector no garantiza automáticamente una alta RSE. Existen factores adicionales, como la voluntad política, la presión social, y los incentivos económicos, que influyen en la adopción de prácticas responsables. Por lo tanto, se requiere una estrategia integral que aborde estos factores para lograr un impacto significativo en la RSE del sector turístico.

La sensibilización en torno al medio ambiente es fundamental para preservar la biodiversidad, la salud de las personas, el progreso sostenible y la mejora de nuestro bienestar. Esto nos impulsa a proteger los ecosistemas, a adoptar hábitos saludables, a exigir políticas ambientales responsables y a asumir nuestra responsabilidad ética con las generaciones futuras. Por lo que, es necesario trabajar tanto a nivel individual (modificando actitudes y comportamientos),

como a nivel organizacional (implementando prácticas sostenibles en empresas turísticas). Solo de esta manera se podrá mejorar la RSE y asegurar un turismo rural comunitario más sostenible.

Conflicto de intereses: Los autores declaran no incurrir en ningún conflicto de intereses.

Contribución de los autores:

Autor 1: Elementos teóricos, análisis, metodología, recursos, curación de datos, análisis, validación, escritura inicial y final.

Autor 2: Elementos teóricos, análisis, metodología, recursos, validación, escritura inicial y final.

Autor 3: Elementos teóricos, análisis, recursos, curación de datos, análisis, validación, escritura inicial y final.

Autor 4: Elementos teóricos, análisis, recursos, curación de datos, análisis, validación, escritura inicial y final.

REFERENCIAS

- Aquino, E. y Suárez, E. (2022). *Responsabilidad social empresarial y la gestión de las empresas turísticas en beneficio de las comunidades rurales de Iquitos* [Tesis para optar el título profesional de licenciado en turismo y hotelería, Universidad Científica del Perú]. Repositorio UCP. <https://repositorio.ucp.edu.pe/server/api/core/bitstreams/bb3fa845-4d24-47d5-ac0a-82a1947d82ae/content>
- Ballena, A. (2021). *La responsabilidad social universitaria desde la perspectiva del estudiante de una universidad licenciada de Lambayeque Chiclayo, 2019* [Tesis de pregrado, Universidad Santo Toribio de Mogrovego, Lambayeque. Chiclayo]. Repositorio USAT. <https://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/5207>
- Campo, D., Collazos, L., Quintero, S. y Miranda, O. (2021). Educación ambiental: perspectiva crítica en el modelo universitario de Colombia. *Encuentros Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico*, 1, 167-180. <https://repositorio.cuc.edu.co/entities/publication/e603a776-4e4c-4c75-b6ce-b8c0406300b7>
- Chavarri, J. (2021). *Relación entre la cultura y conciencia turística en la ciudad de Chiclayo* [Tesis para optar el título de licenciado en administración hotelera y de servicios turísticos, Universidad Santo Toribio de Mogrovejo]. Repositorio USAT. <https://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/4020>
- Espino, D. y Gonzáles, E. (2023). La responsabilidad social empresarial en el turismo sostenible. *Societas*, 25(2), 48-69. <https://revistas.up.ac.pa/index.php/societas/article/view/4108>
- Espinoza, A. (2022). *Cultura ambiental y práctica de turismo sostenible en el Área de Conservación Regional Albufera de Medio Mundo* [Tesis para optar el Grado Académico de Maestro en Ecología y Gestión Ambiental, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión]. Repositorios Latinoamericanos. <https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/7643/TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- García-Capdevilla, D., Velásquez-Valencia, A. y Hernández-Gil, C. (2024). Turismo de naturaleza y educación ambiental: perspectivas de las políticas públicas en Colombia. *Revista de Investigación, Desarrollo e innovación*, 14(1), 201-220. https://revistas.uptc.edu.co/index.php/investigacion_uitama/article/view/17631
- Garbizo, N., Ordaz, M., y Lezcano, A. (2020). El profesor universitario ante el reto de educar: su formación integral desde la Responsabilidad Social Universitaria. *Revista de Estudios y Experiencias en Educación*, 19(40), 151-168. https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-51622020000200151&script=sci_arttext
- Garrido, M. (2022). *La Responsabilidad Social Turística Para Fortalecer La Imagen Corporativa Del Hotel Casa Blanca, Sechura, Piura – 2022* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Frontera]. Repositorio UNF. https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UNFS_1c7c277a6e7fc2113768de4afb9029d7
- Gómez, E. (2020). Análisis correlacional de la formación académico-profesional y cultura tributaria de los estudiantes de Marketing y Dirección de Empresas. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(6), 478-483. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n6/2218-3620-rus-12-06-478.pdf>

- Huancco, A. (2023). Responsabilidad Social Empresarial Y Su Impacto En El Turismo Rural Comunitario de Amantani, Puno – 2023 [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio UCV. https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCVV_a81e91a100a8b08dfb5564904a45addd
- Lalangui, M. J., Espinoza, M. y Pérez, M. (2017). Turismo sostenible, un aporte a la responsabilidad social empresarial: sus inicios, características y desarrollo. *Universidad y Sociedad*, 9(1), 148–153. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/498>
- Malliquinga, D. (2022). *La responsabilidad ambiental y la oferta turística en la Laguna de Yambo* [Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de Licenciada en Turismo, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio UTA. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/35740/1/Proyecto%20de%20investigaci%C3%B3n%20%28tesis%29.pdf>.
- Marín, V. (2021). *El turismo como herramienta de desarrollo sostenible en la provincia de Chiclayo* [Tesis para obtener el grado académico de doctor en gestión pública y gobernabilidad, Universidad César Vallejo]. Repositorio UCV. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/72522/Marin_TVA-SD.pdf?sequence=1.
- Márquez, D., Hernández, A., Márquez, L., y Casas, M. (2021). La educación ambiental: evolución conceptual y metodológica hacia los objetivos del desarrollo sostenible. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(2), 301-310. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202021000200301&lng=es&tlng=es.
- Moreno, L. (2022). *Prototipo de aplicación para contribuir a la mejora de la educación ambiental en los jóvenes usuarios del balneario de Pimentel* [Tesis para optar el grado académico de maestro en administración y dirección de empresas, Universidad Santo Toribio de Mogrovejo]. Repositorio USAT. https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/4642/1/TM_MorenoBarreraLuiggi.pdf.
- Oliveira, M., Silva, S. y Silva, C. (2024). Improving Environmental Sustainability in Hospitality and Tourism: The Key Strategies. Mejorar la sostenibilidad ambiental en el hotelaría y el turismo: las estrategias clave. *Proceedings of the 7th International Conference on Tourism Research*, 1(7), 306–313. <https://papers.academic-conferences.org/index.php/ictr/article/view/2129/1894>.
- Palacios, P., Zavaleta, J., Chaccara, V., Díaz, S., y Rodríguez, L. (2021). Social responsibility in university students according to gender and age. *Health Educ Health Promot*, 5(9), 513-519. <http://hehp.modares.ac.ir/article-5-56399-en.html>.
- Quintero, M. (2019). Las concepciones de ambiente inciden en el modelo de enseñanza de la educación ambiental. *Entramado*, 2(15), 130-147. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1900-38032019000200130
- Quispe, J. E. (2024). Políticas y estrategias de Responsabilidad Social de la empresa de generación eléctrica San Gabán, Puno-Perú. *Espacio Abierto. Cuaderno Venezolano de Sociología*, 32(4), 264-280. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-00062023000400264.
- Reyes, J., Vargas, E. y Hernández, A. (2024). Responsabilidad social corporativa y compromiso organizacional en el hotelaría. Una revisión sistemática y bibliométrica. *Investigaciones Turísticas*, (27), 243-267. <https://doi.org/10.14198/INTURI.25291>.
- Rubio, V. (2020). Responsabilidad social, más allá del pregrado: consideraciones para la formación ciudadana y la gestión estratégica. *Revista Sophia Austral*, (26), 437-462. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-56052020000200437&lang=es.
- Salas, H. (2021). Educación ambiental y su contribución al cuidado y protección del ecosistema. *Fides et Ratio - Revista de Difusión cultural y científica de la Universidad La Salle en Bolivia*, 21(21), 229-246. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2071-081X2021000100013&lng=es&tlng=es.

Sánchez-Ortega, J., Seminario-Polo, A. y Oruna-Rodríguez, A. (2021). Responsabilidad social y la gestión de calidad: Empresa Peruana de Seguros, *Retos*, 11(21), 117-130. http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-86182021000100117.

Sarabia, M. (2022). Turismo comunitario y responsabilidad social: aspectos determinantes de la sostenibilidad en las comunidades turísticas de Ecuador [Tesis de doctorado, Universidad de Santiago de Compostela]. Repositorio USC. <https://minerva.usc.gal/entities/publication/15dc8934-f6c8-4c19-8e29-378d345513cf>

Sevilla, M., Hurtado, Y., Hurtado, M. Villanueva, J y Castro, C. (2024). Turismo sostenible desde la responsabilidad social de las empresas turísticas. *Torreón Universitario*, 13(36), 71-82. <https://revistas.unan.edu.ni/index.php/Torreones/article/view/3582>

Vilca, Q., Loa, E., Ramírez, A. y Medina, C. (2021). Responsabilidad social empresarial minera y los conflictos socioambientales en el Perú. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, 17(1), 195-215. <https://revistacientifica.uaa.edu.py/index.php/riics/article/view/1001>