

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible para la Creación de Valor Compartido en el turismo

Lacruhy Enríquez Claudia Carolina¹, González Torres Arturo²

¹ Dra. Ciencias Administrativas. Posdoctorante en Ciencias de UNICEPES, Profesora de Tiempo Completo Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Los Cabos, División de Ingeniería en administración, claudiac.le@loscabos.tecnm.mx 6241325000 Av. Gandhi- Fraccionamiento Guaymas, San José del Cabo, México, C.P. 23483. <https://orcid.org/0000-0003-4397-326X>

² Dr. En Excelencia Docente. Asesor del Posdoctorado en Ciencias de UNICEPES, Profesor de Tiempo Completo Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Milpa Alta, División de Ciencias Económico Administrativas, cann.azteca13@gmail.com Independencia Sur No. 36, Colonia San Salvador Cuauhtenco, Alcaldía Milpa Alta, C.P. 12300, CDMX. <https://orcid.org/0000-0002-3337-7600>

Resumen -- El propósito fue analizar los estudios sobre Objetivos de Desarrollo Sostenible y la Creación de Valor Compartido en el turismo. Se realizó una revisión sistemática de literatura en Google Académico y emerald insight. En la primera fase se obtuvieron 208 artículos, conforme a los criterios de selección, se usaron 50. Se aplicaron métodos estadísticos descriptivo e inferencial de criterios de calidad de los artículos de investigación; los resultados mostraron que el 54% de las investigaciones son de la región de América, siendo Colombia el país precursor con el 18%, y en Europa, España con el 18%. La metodología de los estudios resultó 50% cualitativos, el 55% con el objeto de estudio de empresas turísticas. Se concluye son escasas las investigaciones empíricas que muestran los avances de las empresas turísticas con relación de las variables mencionadas en los destinos turísticos.

Palabras Clave: Objetivos de Desarrollo Sostenible, Creación de Valor Compartido, Estrategias, Empresas turísticas

Abstract --- The objective was to analyze studies on Sustainable Development Goals and Creating Shared Value in tourism. A systematic literature review was carried out in Google Scholar and emerald insight. In the first phase, 208 articles were obtained, according to the selection criteria, 50 articles were used, descriptive and inferential statistical methods of research article quality criteria were applied. The results showed that 54% of the researches are from the American region, Colombia with 18% is the precursor and in Europe, Spain with 18%, the methodology of the studies is 50% qualitative, 55% with the object of study of tourism companies. There is only one Australian study that relates the Sustainable Development Goals and the Creation of Shared Value in tourism; it is documentary in nature. It is concluded that there is little empirical research about showing the

progress of tourism companies in relation to the variables mentioned in tourism destinations.

Key words – Sustainable Development Goals, Creation of Shared Value, Strategies, Tourism enterprises

INTRODUCCIÓN

A siete años de su creación la Agenda 2030, con relación al sector turístico, se encuentra en incertidumbre en la consecución derivada de los cambios disruptivos por la pandemia por COVID-19, que paralizó por primera vez la industria turística a nivel de cero demandas, con ello repercutió en toda la cadena de valor. [1].

Diversos organismos internacionales, realizaron llamados a una reactivación responsable, inclusiva y resiliente, en este sentido; Cardoso (2020) explicó que los stakeholders del turismo pueden aprovechar el contexto de COVID-19 como impulsor de nuevos cambios y resiliencia, la vigencia de esta y el papel de las empresas turísticas es primordial para la consecución de los 17 ODS (Pacto Mundial de Las Naciones Unidas, 2016) [2], [3].

Cuando las empresas se establecen contribuyen en aspectos económicos, sociales y ambientales de su entorno; es por ello que Porter y Kramer (2013) consideran en la Teoría de la Creación de Valor Compartido (CVC); que una empresa es capaz de resolver problemas sociales a partir de su estrategia de negocio en la cadena de valor, y afirman entonces que una empresa exitosa tiene una comunidad residente saludable [4].

Antecedentes

El turismo sustentable explica que los grupos de interés son claves para la toma de decisiones, en especial en un destino turístico, el estado, sociedad civil y el sector privado tienen la capacidad [5].

La agenda 2030, firmada en el 2015 por 193 países, con 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible y 232 indicadores,

representa un compromiso y guía de acción en cinco ejes: personas, planeta, prosperidad, alianzas y paz. [6]. España y México han alineado su política pública de la gestión de turismo con los ODS, ya que reconocen que las empresas turísticas desde sus buenas prácticas aportan a la sustentabilidad de la comunidad residente.

En España, el Pacto Mundial de Las Naciones Unidas Español (2020) realizó un estudio a empresas turísticas españolas y determinó que el 85.42% tiene acciones relacionadas con los ODS, el 33.33% tienen concimiento a profundidad, 42% superficialmente y solamente el 23.96 % no los conoce. Asimismo los ODS más trabajados en el sector son: ODS 5 igualdad de género con 62.50%, 13 Acción por el clima 60.42%, ODS 3 salud y bienestar con 55.21%, en este sentido prioridad son los impactos ambientales. [7].

En México el Pacto Mundial de las Naciones Unidas México (2021), realizó un estudio a 776 empresas mexicanas para la determinación de su contribución del sector privado a los ODS; entre los principales resultados el 62% de las empresas aseguran implementaciones de acciones de Responsabilidad Social Empresarial y el 90% realizan acciones de filantropía, el 50% reconoce que sus colaboradores desconocen los ODS, solamente el 9% de las empresas cuenta con campañas de comunicación de acciones. [8].

Cabe señalar, que en política pública en México el Programa Sectorial de Turismo (PROSECTUR, 2020) es transversal a los ODS. En el Objetivo 4 Bienestar para la sustentabilidad afirma que es una respuesta a los compromisos con los ODS. [9].

Planteamiento del problema

En el turismo sustentable, las estrategias abordadas desde diferentes stakeholders (grupos de interés) contribuyen a los ODS [10].

Las empresas desde las diversas áreas funcionales de la empresa en su operación cotidiana, es factible que aporten primero a su entorno interno, en consecuencia, al externo.

El éxito de una empresa en los años recientes, no se enfoca solo al valor económico, además de la RSE y Sustentabilidad; su desempeño beneficia a la comunidad residente, es decir las poblaciones donde se establecen, además de la generación de empleo y crecimiento económico, las acciones para cuidar la sociedad y el medio ambiente que las rodean. [4].

Considerando que es un tema poco abordado en su aplicación al sector turístico y es pertinente para un destino turístico, surgen las preguntas de investigación ¿Cuál es el estado del arte de las variables de estudio? ¿Cuáles son los indicadores de desempeño de ODS que contribuyen a la creación de valor compartido en las empresas de un destino turístico?

Objetivo de la investigación

Por lo consiguiente el artículo de investigación tiene como finalidad analizar los estudios sobre Objetivos de Desarrollo Sostenible y la Creación de Valor Compartido en el turismo a partir de una revisión sistemática de literatura.

Justificación

La integración de estado del arte sobre los ODS y la CVC en el turismo, beneficia a futuras líneas de investigación.

DESARROLLO

La revisión sistemática de literatura, a partir de la metodología de Moher et al (2009), en cuatro fases: a. Identificación, b. Selección, c. Elegibilidad y d. Inclusión de artículos. La búsqueda se llevó a cabo de octubre a noviembre del 2022. [11].

a. Identificación

En la tabla 1. se muestran las búsquedas realizadas para la consulta en español. Los criterios de relevancia para el filtro fueron a) año de publicación 2015 a 2022, b) palabras clave: ODS, Creación de Valor Compartido, estrategias, turismo y, empresas turísticas c) Artículos de acceso abierto.

Tabla 1. búsquedas en español

Búsquedas realizadas	Fórmula	Artículos de investigación
https://scholar.google.es/scholar?q=%22creaci%C3%B3n+de+valor+compartido%22%2B%22ODS%22%2B%22empresas+tur%C3%ADsticas%22&hl=es&as_sdt=0%2C5&as_ylo=2015&as_yhi=2022	"creación de valor compartido "+"ODS"+ "empresas turísticas"	13
https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&as_ylo=2015&as_yhi=2022&q=%22ODS%22%2B%22Creaci%C3%B3n+de+valor+compartido%22%2B%22estrategias%22%2B%22turismo%22&btnG=	"ODS"+"Creación de valor compartido "+"estrategias"+"turismo"	167

Fuente: elaboración propia.

En la tabla 2 la búsqueda realizada para la consulta en inglés, realizada en emerald insight. Los criterios de relevancia para el filtro fueron a) Año de publicación 2015 a 2022, b) Palabras clave: SDGs, shared value creation, strategies, tourism y tourism enterprises c) Artículos de investigación de acceso abierto.

Tabla 2. Búsquedas en inglés

Búsquedas realizadas	Fórmula	Artículos de investigación
https://www.emerald.com/insight/search?q=shared+value+creation+%2BSDGs+%2Btourism+enterprises&showAll=true	shared value creation +SDGs +tourism enterprises	26
https://www.emerald.com/insight/search?q=SGDs+shared+value+creation+strategies+tourism&showAll=true&p=1&fromYear=2015&toYear=2022	SGDs +Creating shared value +strategies +tourism	2

Fuente: elaboración propia.

b. Selección

En la selección de artículos de investigación, se excluyeron los están enfocados a otro sector, tesis y capítulos de libros.

Posteriormente se realizó una lectura completa para la elaboración de una bitácora de investigación con los siguientes elementos: título, autores, objetivo de investigación, metodología, principal resultados y conclusiones.

c. Elegibilidad

Para la elegibilidad cada documento se evaluó de acuerdo con Escala de Likert, considerando 13 indicadores para la validación de la calidad académica.

d. Selección

En la última fase, se determinaron los artículos a incluir en el estudio; 30 artículos en español y 20 en inglés.

El análisis de datos se elaboró por medio de estadística descriptiva en el software estadístico de Microsoft Excel, sobre regiones de procedencia de las investigaciones, países con mayores publicaciones, las metodologías de investigación utilizadas, objetos de estudio y variables de estudio.

La validación de los artículos de investigación fue por medio de estadística inferencial y se presentaron las conclusiones.

DISCUSIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este apartado se presentan con una secuencia lógica. Se resaltan las observaciones importantes. Se discuten los resultados de las pruebas. Los resultados

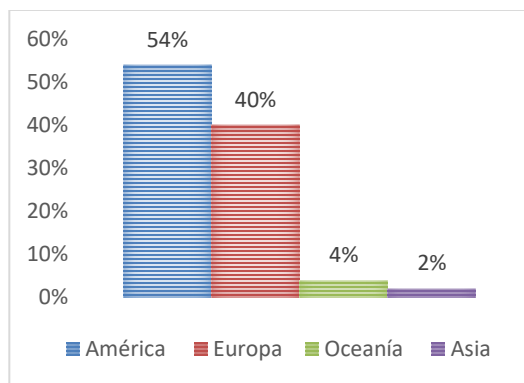
deben responder a los objetivos. La discusión debe ser relevante y breve evitar la prolijidad. En orden de presentación de los resultados, primero las publicaciones con las variables de estudio, segundo los ODS en el turismo y por último estudios de CVC.

a) Contexto de las publicaciones

En la figura 1 se pueden observar las regiones de la Organización Mundial de Turismo donde se han realizado investigaciones: en América el 54%, Europa el 40%, Oceanía 4% y Asia 2%

Las investigaciones son el 60% empíricas y 40% documentales.

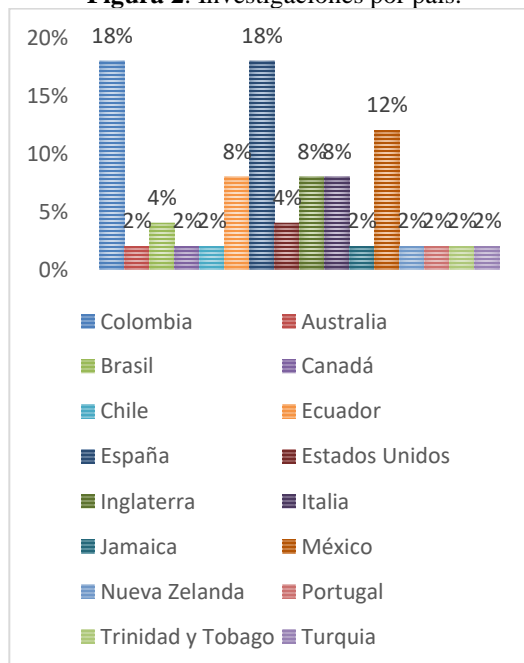
Figura 1. Investigaciones por región de OMT.



Fuente: elaboración propia.

En la figura 2. Los países con más investigaciones en orden de relevancia: España, (18%), Colombia (18%), México (12%), Ecuador (8%), Inglaterra (8%) e Italia (8%).

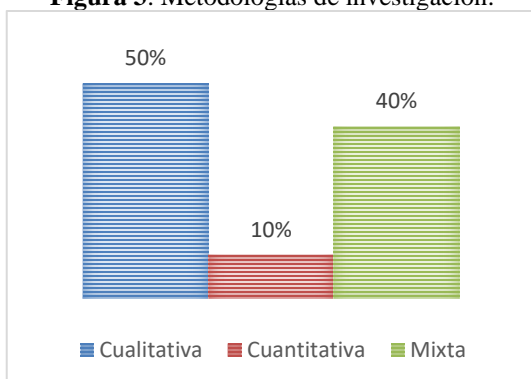
Figura 2. Investigaciones por país.



Fuente: elaboración propia.

En la figura 3. se presentan las metodologías de investigación en orden de relevancia: cualitativas al 50%, mixtos al 40% y cuantitativa 10%.

Figura 3. Metodologías de investigación.

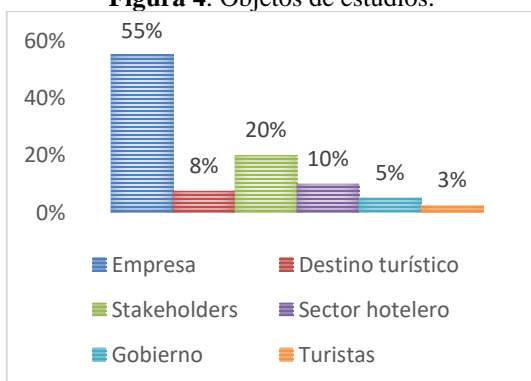


Fuente: elaboración propia.

El 18% son revisiones de literatura de ODS, y Creación de Valor Compartido relacionados por separado, es decir no hay una revisión de literatura del ODS y CVC en el sector turístico.

En la figura 4. Se muestra que en el 55% de las investigaciones el objeto de estudio son las empresas, el 20% stakeholders, el 20% sector hotelero, destino turístico 8%, y gobierno 5%. Solamente existe un estudio desde la percepción del turista, no se observaron estudios desde la percepción de la comunidad residente, por lo que es un área de oportunidad de investigación.

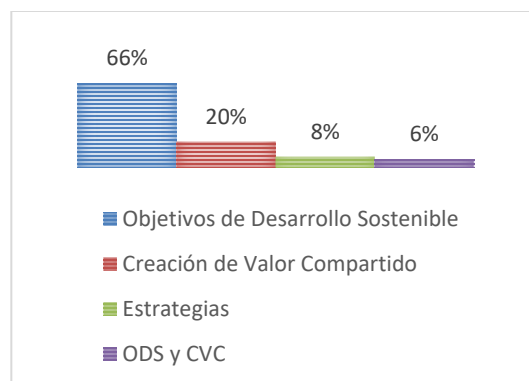
Figura 4. Objetos de estudios.



Fuente: elaboración propia.

En la figura 4. Las investigaciones abordan las variables en su mayoría por separado, Objetivo de Desarrollo Sostenible 66%, Creación de Valor Compartido (20%), Estrategias (8%). Solamente dos autores Jones (2016) y Noh (2020) en Australia corresponden al 6% ambas variables de estudio aplicados al turismo [12]. [13].

Figura 4. Investigaciones por variables de estudio.



Fuente: elaboración propia.

b) ODS en el turismo

Las Naciones Unidas (2021) consideran que los ODS que impactan de manera sostenible en las organizaciones [6]. En este sentido los ODS buscan influir en las operaciones diarias de los grupos de interés públicos y privados. La Organización Mundial de Turismo y Organización de Estados Americanos (2018), considera que el turismo influye en cuatro ODS:

ODS 8 Trabajo decente y crecimiento económico.

ODS 12 Producción y consumo responsable.

ODS 14 Vida submarina.

ODS 15 Vida y ecosistemas terrestres. [5].

Cabe señalar que el turismo sostenible es transversal a los 17 ODS, mediante la implementación de planes locales de Agenda 21 (o equivalentes) en asociación con otras organizaciones, Ordonez, Clarke y MacDonald (2020), explican que las asociaciones intersectoriales pueden ayudar a que las empresas de diversos tamaños logren objetivos estratégicos contribuyendo a la sostenibilidad local y con ello global; es evidente que las mejores prácticas comerciales habituales deben cambiar para que puedan hacer contribuciones tangibles a la sostenibilidad ambiental. [14].

En Jamaica; Franco y Tracey (2019) identificaron que acorde a las prioridades del Ministerio de Turismo, la inversión tenía que enfocarse en mejorar la infraestructura, en consecuencia el ODS 9 Infraestructura es el prioritario. Reconocen que los ODS con mayor inversión son 8,12 y 14, y con la mínima 1,2,4,5,y 6. Las inversiones de turismo se alinean a los ODS, incluido el turismo inclusivo y sostenible, ya que reduce desigualdades de ingresos, lo cual es beneficioso para los jamaquinos que indirectamente contribuyen a la formación de capital humano [13].

Villalba, Egia y Pérez (2020) determinaron que en la actualidad existen pocos artículos que abordan los ODS y la Economía Social Sustentable (ESS) en experiencias reales. Los proyectos implementados de manera coordinada y transversal, contribuyen a muchas metas específicas dentro de ODS 8, 12 y ODS 5 sin planearlo,

ya que la ESS prioriza la sociedad medio ambiental sobre la económica, mientras que los ODS van por indicadores y tienen una mayor huella ecológica. Los ODS y ESS tiene una sinergia, porque las políticas que fomentan la ESS, son deseables en la consecución de ODS; entonces esa contribución a los ODS no fue medida, ni planificada; ambos enfoques son autónomos y enfrentan desafíos para una sociedad sustentable, justa y equitativa. [14].

Por su parte, Scheyvens, Carr, Movono, Hughes y Mika (2021) identificaron que las oportunidades para la industria del turismo, aborda de manera efectiva los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), el desarrollo de comunidades indígenas con pequeñas y medianas empresas de Fiji, Australia y Aotearoa Nueva Zelanda involucradas con empresas turísticas abarca beneficios sociales, ambientales, económicos, culturales y espirituales, que contribuyen al ODS 4 y ODS16; se enfocaron en la educación de cuidado ambiental desde niños, experiencias e historias de manera auténtica de la comunidad, por lo que recomiendan crear una plataforma de comunidades indígenas y el turismo para la implementación de los ODS. [15].

Rivera y Martínez (2021) realizaron un estudio con el propósito de describir el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) con relación a la producción y consumo responsable y la industria, innovación e infraestructura, lograron alinear indicadores desde la perspectiva teórica de la Economía Circular en la unidad de análisis de minas subterráneas del sector minero-metalúrgico de México [16].

c) Creación de valor compartido

Para Porter y Kramer (2011) “un principio que involucre crear valor económico de una manera que también crea valor en la Sociedad al abordar sus necesidades y desafíos”(p.2), ese valor compartido, proponen tres formas de oportunidad para crear valor compartido en las empresas: “Al reconcebir lo productos y mercados” (p.7); “Al redefinir la productividad en la cadena de valor” (p. 8) y “Al permitir el desarrollo de un clúster locales” (p.12) .

La CVC representan una oportunidad para las empresas utilizar su capacidades, competencias y recursos para invertir, reactivar y reconstruir un desarrollo integral del contexto. [53].

La creación de valor compartido representa un nuevo enfoque de gestión que atraviesa varias disciplinas (Porter y Kramer, 2011) y es aplicable a diversos factores entre ellos el turístico. Diversos autores, han explicado que mientras que el destino turístico crece, la comunidad residente no percibe ningún beneficio de ello. Cuando las empresas no comprenden la interdependencia de resultados y comerciales, pierden oportunidades de innovación, crecimiento e impacto social (Bailan y Ghevondyan, 2018). [4] [17]

Fernández, Becerra y Ruíz (2020) explican que las estrategias de valor compartido (CSV) están atrayendo la atención de los clientes hoteleros y gerentes de la

industria, por ello deben ser conscientes que el uso de las nuevas tecnologías está destinada a mejorar la consideración de los productos y mercados. Las tendencias basadas en prácticas más saludables que respeten el medio ambiente, impulsarán a sus clientes a expresar opiniones personales, con comentarios positivos atraen nuevos clientes potenciales. [18].

Melamed, Blanco y Rodríguez (2018) consideran que la creación de valor compartido es un concepto apropiado para la comunidad científica; se encuentra en desarrollo y maduración en las fronteras del conocimiento científico, que busca la reinención del negocio, redimensionar la RSE, dualidad empresa-sociedad y coincide con la tendencia hacia los ODS procuran un mejor entorno para las próximas décadas. [19].

En un caso de estudio de Australia, Noh (2020) mostró que se reconoce el papel clave de las empresas en el logro de las metas, y en las corporaciones que han adoptado la estrategia de creación de valor compartido (CVC), para mejorar la competitividad y rentabilidad corporativa. [13].

En Bogotá, Colombia, Méndez y Gómez (2017) determinaron la aplicación de CVC empresas de Bogotá; se enfocan en el posicionamiento de imagen a través de programas para mejorar sociedad y ambiente, La implementación se adapta a los giros y tamaños con programas de corte social y ambiental. Afirman no requiere inversiones de capital altas y es una relación de ganar - ganar.. [1].

Por último, se muestra la relación los autores por variables de estudio en la tabla 3.

Tabla 3. Relación autores y variables

Variable	Autores
ODS	Acevedo-Duque Gonzalez-Diaz, Vega-Muñoz, Fernández Mantilla Ovalles-Toledo, y Cachicatari-Vargas; Aranibar, y Patiño, (2022); Alba (2021); Álvarez, Piñas, y Delgado (2020); Burbano, Valdivieso, Izurieta, Thomas y Quiroga, (2022); Costa, Menichini, Salierno (2022); Cañizares Ruiz, Paz, López, G. (2020); Castro, Portillo, García, Izaguirre y Inzunza,(2022); Escalona (2022);Franco, y Tracey (2019); Francis y Nair (2020); Ferlito,. Faraci, (2022); Felice, Caputo, Valente, y Pizzi (2021); Gonzalo de la Fuente de Val (2019); Dhungana y Dangi (2021); Ibarra-Morales.; Paredes y Huerta, (2021); Ibujés., Franco, (2019); Jones, y Confort. (2020); Magos y Pérez, (2021); <u>Montaño (2022)</u> ;Narcis, (2021); <u>Ordóñez; Clarke, y MacDonald (2021)</u> ; Rosato, Caputo, Valented y Simone (2020); Rivera,

	Martínez, (2021); Roma, y Ravo (2019); Rodríguez-Valdés, y Foronda-Robles, (2020); Sanabria y Banda (2021); Scheyvens, Carr, Movono, Hughes y Mika (2021); Smith . y Lenssen (2019); Villalba, Egia, y Pérez, (2020).
CVC	Burcin Hatipoglu, Bengi Ertuna, Duygu Salman (2019); Cano, ; Picó, Dimuro. (2019); Cifuentes-Bedoya, Lozada-Valencia, Segovia-Borray, y Otalora-Murcia (2021); Castrillón-Castaño, Correa-Marulanda, Jaramillo-Bedoya y Correa-García (2021); Chicas. y Arias (2022); Díaz Cáceres., Cárdenas Cruz., y Ocampo Eljaiek, (2018); Fernández, Gutiérrez, Becerra, y Ruiz, (2018); Fernández, Gutiérrez, Becerra, y Ruiz, (2019); Melamed-Varela, y Blanco-Ariza y Rodríguez-Calderón, (2018); Muñoz-Martín, (2013); Méndez y Gómez (2017)
ODS y CVC en el turismo	Jones (2016) y Noh (2020)

Fuente: elaboración propia.

CONCLUSIONES

Los autores mencionados previamente han abordado el análisis de las implicaciones de los ODS en su contexto a partir de la percepción y contribución de stakeholders, agendas locales, comunidades indígenas, proyectos de emprendimiento social y sustentable, y cadenas hoteleras, aun así, coinciden que aún es un tema poco estudiado con relación a evidencia práctica y empírica.

A nivel internacional los estudios de ODS y CVC, se observó se aceptan la teoría, y muestran avances de estudios aplicados en el sector turismo y hotelero; por separado.

En México los estudios sobre la contribución de las empresas a los ODS, y la CVC en las empresas turísticas, son escasos, no existe uno en correlación de ambas variables en el sector turístico.

Una futura línea de investigación en el destino turístico Los Cabos: a) los ODS en la gestión de los stakeholders; b) Estrategias de CVC en las empresas del sector, c) La percepción de los colaboradores del sector hotelero de CVC y ODS . Hasta el momento es un fenómeno no estudiado en el contexto regional.

BIBLIOGRAFÍA

[1] CEPAL (2021) Construir un futuro mejor. Acciones para fortalecer la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible en América Latina y el Caribe. Obtenido de: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46682/6/S2100125_es.pdf

[2] Cardoso, C. (2020) The contribution of tourism towards of a more sustainable and inclusive society: Key

guiding principles in time of crisis. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. 12 (6) 689-679. Doi 10.1108/WHATT-07-2020-0065

[3] Red Española de Pacto Mundial para las Naciones Unidas y Organización Mundial del Turismo (2016) El sector turístico y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Turismo responsable, un compromiso de todos. Edamel.

[4] Porter, M. y Kramer, M. (2011) La creación de valor compartido. *Harvard Business Review América Latina*

[5] La Organización Mundial de Turismo y Organización de Estados Americanos (2018) El turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible – Buenas prácticas en las Américas. OMT. Doi: [https://doi.org/10.18111/9789284419937\\$\\$\\$](https://doi.org/10.18111/9789284419937$$$)

[6] Naciones Unidas (2021) Objetivos de Desarrollo Sostenible. Obtenido de: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

[7] Pacto Mundial Red Española (2020) El sector turismo: contribuyendo a la agendan 2030. Sostenibilidad, responsabilidad e innovación.

[8] Pacto Mundial de Las Naciones Unidas México (2021) La empresas mexicanas por la Agenda 2030 en la década de acción.

[9] Secretaría de Turismo (2020). Programa Sectorial de Turismo 2020-2024 (PROSECTUR) Recuperado de: [https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5596145&fecha=03/07/2020\(20 septiembre del 2021\)](https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5596145&fecha=03/07/2020(20%20septiembre%20del%202021))

[10] World Tourism Organization (2017 c). *El sector turístico y los Objetivos de Desarrollo Sostenible - Turismo responsable, un compromiso de todos*. doi.org/10.18111/9789284418299

[11] Moher D, Liberati A, Tetzlaff J, Altman DG, PRISMA Group. (2009). *Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: The PRISMA statement*. *Ann Intern Med*.151:264–9.

[12] Jones, S. Wright (2016) Fashion or future: does creating shared value pay? *Accounting and Finance*. <https://doi.org/10.1111/acfi.12243>

[13]. Noh, J. (2020) Promotion of Share Value for the SDGs (Sustainable Development Goals): a case of Australia. *Journal of Sustainability Research*. 2(3) e200025. <https://doi.org/10.20900/jsr20200025>

[14]. Ordóñez- E.; Clarke, A. y MacDonald, A. (2021) Business contributions to the sustainable development goals through community sustainability through community sustainability partnership. *Sustainability Accounting Management and Policy Journal*. 1 (13) 1239- 1267

[15] Franco, I. y Tracey (2019) Alignment of tourism investment to the SGDs In Jamaica: an exploratory study. *International Journal of Sustainability in Higher Education*. 20 (4) 691-725

[16]. Villalba, U., Egia, A. y Pérez, J. (2020) Convergences between the social and solidarity Economy and sustainable development goals: case study in Basque Country. *Sustainability*, 12, 5435. doi:10.3390/su12135435

[15]. Scheyvens, R. Carr, a. Movono, A. Hughes, F. y Mika, P. (2021) Indigenous

- tourism and the sustainable development goals. *Annals of Tourism Research*. 90
doi.org/10.1016/j.annals.2021.103260.
- [17]. Rivera, P; Martínez, R. (2021) Articulación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible para el paradigma de la economía circular. *Investigación y Desarrollo*. 29 (1)p.178-194 DOI <https://doi.org/10.14482/indes.29.1.333.7>
- [18]. (Bailan y Ghevondyan, 2018).
- [19]. Fernández, M., Gutierrez, M., Becerra, R. y Ruiz, D. (2019) The effects of Creating Share Value on the hotel performance. *Sustainability*. 11 1784 doi:10.3390/su11061784
- [20]. Melamed, Blanco y Rodríguez (2018)
- [21]. Méndez, M. y Gómez, M. (2017) Factores incidentes para crear valor compartido en las Mipymes en Bogotá. *Suma negocios*. 8 (96-105). doi.org/10.1016/j.sumneg.2017.10.003
- [22] Acevedo-Duque, Á.; Gonzalez-Diaz, R.; Vega-Muñoz, A.; Fernández Mantilla, M.M.; Ovalles-Toledo, L.V.; Cachicatari-Vargas, (2021) E. The Role of B Companies in Tourism towards Recovery from the Crisis COVID-19 Inculcating Social Values and Responsible Entrepreneurship in Latin America. *Sustainability* 13, 7763. <https://doi.org/10.3390/su13147763>
- [23] Aranibar, E. y Patiño, A. (2022). Turismo, camino hacia la sostenibilidad: una aproximación al Lago Titicaca Peruano. *ReHuSo*, 7(3), 46 - 62. <https://doi.org/10.33936/rehuSo.v7i3.5150>
- [24] Alba, X (2021) La Agenda 2030 y la política pública Veracruzana para el turismo cultural sostenible. *Dilemas contemporáneos: educación, política y valores*. 8 (3)
- [25] Álvarez, G. , Piñas, L. y Delgado, B. (2020) Turismo Sostenible en el marco de los objetivos de la Agenda 2030 en el Cantón Baños de Agua en Santa Fe de Ecuador. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*. 7 (1) 1- 20
- [26] Barcellos-de Paula, L., & de La Vega, I. (2022). Reportes de sostenibilidad como herramienta de gestión: El caso peruano. *Catálogo Editorial*, 1(155), 70–107. Recuperado a partir de <https://journal.poligran.edu.co/index.php/libros/article/view/3186>
- [27] Burcin Hatipoglu, Bengi Ertuna, Duygu Salman (2019) Corporate social responsibility in tourism as a tool for sustainable development: An evaluation from a community perspective. *International Journal of Contemporary*
- [28] Burbano, D., Valdivieso, J., Izurieta, J, Thomas C. M. Quiroga, D. (2022) “Rethink and reset” tourism in the Galapagos Islands: Stakeholders' views on the sustainability of tourism development. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*. 3 (2) DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annale.2022.100057>.
- [29] Cano, D. ; Picó, M., Dimuro, G. (2019) Los Objetivos de Desarrollo Sostenible como marco para la acción y la intervención social y ambiental. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*. 9 (17) 25-36
DOI <https://doi.org/10.17163/ret.n17.2019.02>
- [30] Costa, Menichini, Salierno (2022) Do SDGs Really Matter for Business? Using GRI Sustainability Reporting to Answer the Question. *European Journal of Sustainable Development* (2022), 11, 1, 113-123 Doi: 10.14207/ejsd.2022.v11n1p113
- [31] Cifuentes-Bedoya, D., Lozada-Valencia, F., Segovia-Borray, C. E., & Otorola-Murcia, E. (2021). La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y la Creación de Valor Compartido (CVC), ejes determinantes para la gestión de las PYMES. Una revisión bibliométrica. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, (E43), 549-567.
- [32] Castrillón-Castaño, Y., Correa-Marulanda, Y., Jaramillo-Bedoya, D. Correa-García, J. (2021) Acciones de valor compartido realizadas por los grupos empresariales de Colombia. *Suma de Negocios*, 12, (27) 115-123. Fundación Universitaria Konrad Lorenz. DOI: <https://doi.org/10.14349/sumneg/2021.V12.N27.A3>
- [33] Cañizares Ruiz, Paz, B., López, G. (2020) El patrimonio industrial en el contexto de los Objetivos de Desarrollo. Sostenible (ODS) y la resiliencia territorial: de la teoría a la práctica. *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*.
DOI: <https://doi.org/10.5209/aguc.72977>
- [34] Chicas, S. y Arias. J (2022) Valor compartido a través de la economía circular: reinventando la cadena de valor de la logística de plásticos en Colombia. *Cuadernos de Administración en Latinoamérica*. 16 (35) 1-11
- [35] Castro, D., Portillo, R., García, D., Izaguirre, F. Inzunza, P. (2022) Pronóstico de los recursos tangibles de las Pymes hoteleras del Municipio de Culiacán, Sinaloa, a través de sus prácticas sustentables. *El Periplo Sustentable*, 42, 494 - 533, <https://doi.org/10.36677/elperiplo.v0i42.14986>
- [36] Díaz Cáceres, N., Cárdenas Cruz, D., y Ocampo Eljaiek, D. R. (2018). Gestión sostenible en el territorio sabana centro, con una visión de equidad, paz y desarrollo humano con creación de valor compartido.
- [37] Escalona, M., OH, D. (2022) Efficacy of Governance in Sustainable Slum Regeneration: assessment framework for effective governance in sustainable slum tourism regeneration. *Rev. Urban.* (46) 131- 151 <http://dx.doi.org/10.5354/0717-5051.2022.61707>.
- [38] Fernández, M., Gutiérrez, M., Becerra, R. y Ruiz, D. (2018) The impact of creating shared value on hotels online reputation. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. Wiley
- [39] Franco, I. y Tracey (2019) Alignment of tourism investment to the SDGs In Jamaica: an exploratory study. *International Journal of Sustainability in Higher Education*. 20 (4) 691-725
- [40] Fernández, M., Gutierrez, M., Becerra, R. y Ruiz, D. (2019) The effects of Creating Share Value on the hotel performance. *Sustainability*. 11 1784 doi:10.3390/su11061784

- [41] Francis, R. M., & Nair, V. (2020). Tourism and the sustainable development goals in the Abaco cays: pre-hurricane Dorian in the Bahamas. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 12(3), 321–336.
- [42] Francis, R. M., & Nair, V. (2020). Tourism and the sustainable development goals in the Abaco cays: pre-hurricane Dorian in the Bahamas. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 12(3), 321–336.
- [43] Ferlito, R. Faraci, R. (2022) Business model innovation for sustainability: a new framework *Innovation & Management Review*. 19 (3) 222-236
- [44] Felice, P., Caputo ,R., Valente, D. y Pizzi, S. (2021) 2030 Agenda and sustainable business models in tourism: A bibliometric analysis. *Ecological Indicators*. DOI <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2020.106978>.
- [45] Gonzalo de la Fuente de Val (2019): “Turismo y Paisaje: caminando hacia la sostenibilidad y responsabilidad social”, *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, n. 27 (diciembre / dezembro 2019). Obtenido de: <https://www.eumed.net/rev/turydes/27/responsabilidad-d-sostenibilidad.html>
- [46] KC, B., Dhungana, A., & Dangi, T. B. (2021). Tourism and the sustainable development goals: Stakeholders’ perspectives from Nepal. *Tourism Management Perspectives*, 38, 100822. doi:10.1016/j.tmp.2021.100822
- [47] Ibarra-Morales,L.; Paredes, D. y Huerta, M. (2021) Monitoreo de buenas prácticas empresariales para el cumplimiento de los objetivos del Desarrollo Sostenible. Un estudio exploratorio, Sonora, México. *Ágora de heterodoxias*. 7 (1) 30-52
- [48] Ibujés, J., Franco, A. (2019) Uso de las TIC y relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible en Ecuador. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*. 9 (17) 37-53
- [49] Jones, P. y Confort, D. (2020) Sustainable Development Goals and the World’s Leading Hotel Groups. *Athens Journal of Tourism*. 6 (1)1-14 <https://doi.org/10.30958/ajt.6-1-1>
- [50] Magos R. y Pérez, J. (2021)Factores clave para colaborar con las micro, pequeñas y medianas empresas mexicanas para el cumplimiento de la Agenda 2030 a través de la cooperación internacional: el caso español “Pymes y ODS” *Revista Internacional de Cooperación y Desarrollo*. 8(2), 19-29DOI: 10.21500/23825014.556
- [51]. Melamed-Varela, E., & Blanco-Ariza, A., & Rodríguez-Calderón, G. (2018). Creación de valor compartido: estado y contribuciones a la sostenibilidad corporativa . *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (85),37-56 DOI <https://doi.org/10.21158/01208160.n85.2018.2047>
- [52]. Muñoz-Martín, J. (2013) Ética empresarial, Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y Creación de Valor Compartido (CVC). *Revista de Globalización, Competitividad*. 7 (3) 76-88
- [53] Méndez y Gómez (2017) Factores incidentes para crear valor compartido en las Mipymes en Bogotá. *Suma negocios*. 8 (96-105). doi.org/10.1016/j.sumneg.2017.10.00

Rol de contribución	Autor (es)
Conceptualización	Lacruhy Enríquez Claudia Carolina
Escritura-Preparación del borrado	Lacruhy Enríquez Claudia Carolina, González Torres Arturo (igual)
Escritura-Revisión y edición	Lacruhy Enríquez Claudia Carolina, González Torres Arturo (igual)
Investigación	Lacruhy Enríquez Claudia Carolina
Visualización	Lacruhy Enríquez Claudia Carolina, González Torres Arturo (igual)
Supervisión	González Torres Arturo



Esta obra está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución 4.0.