

PERCEPCIÓN DE EMPRESARIOS DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS SOBRE LA RESPONSABILIDAD AMBIENTAL EMPRESARIAL. ESTUDIO DE CASO: MONTE HERMOSO Y SIERRA DE LA VENTANA (ARGENTINA)

María Candela Badano*

Cecilia Alejandra Rodríguez**

Soledad Gallucci***

Departamento de Geografía y Turismo
Universidad Nacional del Sur
Argentina

CONTACTO

*  [0000-0001-8388-5630](https://orcid.org/0000-0001-8388-5630)
 candela.badano@uns.edu.ar

**  [0000-0003-0866-5042](https://orcid.org/0000-0003-0866-5042)
 crodriguez@uns.edu.ar

***  [0000-0001-8156-1181](https://orcid.org/0000-0001-8156-1181)
 gallucci@uns.edu.ar

Cita recomendada (APA 6ta ed.)

Badano, M.C., Rodríguez, C.A. y Gallucci, S. (2021). Percepción de empresarios de alojamientos turísticos sobre la Responsabilidad Ambiental Empresarial. Estudio de caso: Monte Hermoso y Sierra de la Ventana (Argentina). *Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo*, 19(1), 1-24.

Recibido: 08/09/2020.

Aceptado: 27/04/2021.

RESUMEN

El artículo estudia la Responsabilidad Ambiental Empresarial (RAE) en alojamientos turísticos de Monte Hermoso y Sierra de la Ventana (Argentina). La misma se concibe como factor relevante para la toma de decisiones tendientes a la sostenibilidad de destinos turísticos. Se utiliza una estrategia cualitativa y cuantitativa como enfoque mixto de investigación. Los resultados exponen un conjunto de 72 indicadores, en cuyo diseño se contemplan diferentes dimensiones de la RAE. El análisis de los datos resalta que los empresarios de alojamientos turísticos muestran interés por la aplicación acciones de RAE sin embargo sólo logran desarrollarlas de forma aisladas y al corto plazo.

PALABRAS CLAVE

responsabilidad ambiental empresarial - percepción-alojamientos turísticos - Monte Hermoso - Sierra de la Ventana.

PERCEPTION OF TOURISM LODGING ENTREPRENEURS ON CORPORATE ENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY. CASE STUDY: MONTE HERMOSO AND SIERRA DE LA VENTANA (ARGENTINA)

María Candela Badano*

Cecilia Alejandra Rodríguez**

Soledad Gallucci***

Department of Geography and Tourism
National University of the South
Argentina

CONTACT

*  [0000-0001-8388-5630](https://orcid.org/0000-0001-8388-5630)
 candela.badano@uns.edu.ar

**  [0000-0003-0866-5042](https://orcid.org/0000-0003-0866-5042)
 crodriguez@uns.edu.ar

***  [0000-0001-8156-1181](https://orcid.org/0000-0001-8156-1181)
 gallucci@uns.edu.ar

Recommended citation style (APA 6ta ed.)

Badano, M.C., Rodríguez, C.A. y Gallucci, S. (2021). Percepción de empresarios de alojamientos turísticos sobre la Responsabilidad Ambiental Empresarial. Estudio de caso: Monte Hermoso y Sierra de la Ventana (Argentina). *Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo*, 19(1), 1-24.

Received: 08/09/2020.

Accepted: 27/04/2021.

ABSTRACT

The article studies Corporate Environmental Responsibility (CER) in tourist accommodation of Monte Hermoso and Sierra de la Ventana (Argentina). Understanding it as a relevant factor for decision making aimed at the sustainability of tourist destinations. The research uses a qualitative and quantitative strategy as a mixed research approach. The results show a set of 72 indicators, in whose design different dimensions of CER are contemplated. The analysis of data highlights that the entrepreneurs of tourist accommodation show interest in the application of CER actions however they only manage to develop them in an isolated manner and short terms.

KEYWORDS

corporate environmental responsibility - perception - tourist accommodations - Monte Hermoso - Sierra de la Ventana.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se enmarca en el proyecto de investigación “Destinos turísticos: Reflexiones teórico-metodológicas y estudios aplicados a distintas escalas (2018-2021)” (Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur). Dicho proyecto tiene como finalidad fomentar reflexiones teórico-metodológicas a través de estudios empíricos en el campo del turismo como disciplina. Una de sus líneas de investigación estudia diferentes dimensiones de la gestión del servicio en organizaciones turísticas y su contribución al desarrollo de los destinos.

En este marco, el presente artículo estudia la Responsabilidad Ambiental Empresarial (en adelante RAE) en alojamientos turísticos en el contexto latinoamericano, entendiendo la misma como factor relevante para la toma de decisiones tendientes a la sostenibilidad de los destinos turísticos. Permite a investigadores y gestores del turismo conocer el grado de concientización y compromiso respecto a la cuestión ambiental.

En la actualidad, se ha intensificado la necesidad de analizar los efectos producidos por los distintos subsectores de la actividad turística para garantizar la sostenibilidad del destino. En particular, la gestión de alojamientos turísticos genera continuamente externalidades por sus operaciones. Es así como la aplicación de la perspectiva de Responsabilidad Social Empresaria (RSE) adquiere un papel central en la prestación de estos servicios turísticos a fin de fortalecer el desarrollo integral del subsector y en particular, para satisfacer segmentos de demanda que comienzan a orientar sus preferencias y decisiones de compra hacia requisitos social y ambientalmente correctos.

El concepto de la RSE se aborda tanto desde la dimensión social, económica como ambiental, constituyendo conceptos relativamente novedosos, cuya aplicación se afianza progresivamente en la cultura empresarial y en la sociedad en general, produciéndose una transformación integral hacia acciones sostenibles, dentro de las políticas públicas, los marcos legales e institucionales, como así también en la estructura de la propia organización.

En particular en el campo del turismo, a partir de la revisión de la bibliografía científica se observa que las propuestas metodológicas para su medición se enfocan sólo en medir la dimensión social y económica de la Responsabilidad Empresarial, mientras que la dimensión ambiental se acota a conocer aspectos vinculados a equipamiento de bajo consumo, amigables con el ambiente, códigos ambientales de buena conducta, entre otros. Sin embargo, no se han encontrado investigaciones que brinden un instrumento metodológico capaz de recolectar datos para determinar el estado sostenible de las operaciones

de los alojamientos turísticos ni de reflejar sintéticamente la percepción del empresariado con relación a dichas prácticas en organizaciones turísticas.

Por ello, el presente artículo plantea como objetivo evaluar la percepción de los empresarios de alojamientos turísticos sobre la RAE en dos destinos del sudoeste de la provincia de Buenos Aires (Argentina) a partir de la aplicación de un instrumento metodológico integrado por un conjunto de 72 indicadores de RAE.

Respecto a las implicaciones prácticas, los indicadores de RAE propuestos son aplicables a cualquier clase de alojamiento turístico dentro del contexto latinoamericano. Estos indicadores constituyen la base para lograr un conocimiento preciso acerca de la toma de conciencia y compromiso ambiental que tienen los prestadores turísticos de alojamientos sobre los efectos que genera la actividad en su entorno. De esta manera, se podrán desarrollar iniciativas que contribuyan a la conservación.

En este marco, los destinos turísticos de la región objeto de estudio poseen una variedad de recursos turísticos que otorgan la posibilidad de posicionarse en mercados turísticos. En particular, la oferta de alojamiento turístico presenta un tipo de explotación microempresarial de carácter familiar, atomizado, atendido por sus propios dueños y complementados con personal temporario.

La presente investigación aborda como área de estudio las localidades de Monte Hermoso y Sierra de la Ventana (provincia de Buenos Aires). Ambas representan los destinos de mayor relevancia de la región del Sudoeste bonaerense dado que concentran el desarrollo turístico más importante. Ello se refleja en una amplia y diversificada oferta de alojamiento, variedad de recursos turísticos naturales, presencia de dos áreas protegidas y diferentes productos turísticos.

En este sentido, ambos destinos turísticos se encuentran consolidados en el marco regional con un perfil de empresarios de alojamientos turísticos capaces de involucrarse en la conservación del entorno en el cual operan. En cuanto a los antecedentes de estudios académicos en la temática abordada si bien se han desarrollado investigaciones referidas a la estructura de la oferta y demanda turística en el área de estudio, se carece de información respecto al tema propuesto.

MARCO DE REFERENCIA

La Responsabilidad Ambiental Empresarial en el marco de RSE

A través del tiempo, el concepto de RSE ha sido abordado por diversos investigadores (Carroll, 1979, Drucker, 1984, Frederick et al., 1996 en Espeche, 2010; Núñez, 2003; Baptista, Contreras, y León, 2012; Fernández Escudero, 2013; Barbosa de Souza y Reinert Lyra, 2015 y Borona Navarro y Pérez Aranda Canela, 2016). Si bien, las diferentes perspectivas atribuidas al concepto difieren en algunos aspectos, todas han permitido el desarrollo de los pilares fundamentales que en la actualidad definen a la RSE.

En este sentido, la RSE es un término multiconceptual. No obstante, independientemente desde la perspectiva con la cual se lo analice, cada una de las definiciones posee aspectos en común, concluyendo que el concepto alude a la forma de gestión a partir de la cual la organización pretende asumir tanto la responsabilidad de los impactos y efectos nocivos que genera su actividad sobre el entorno, así como también, dar respuesta en forma constante a diversas problemáticas y preocupaciones sociales.

A partir de la revisión bibliográfica, las acciones de RSE se abordan a partir de tres dimensiones interrelacionadas: social, ambiental y económica. La dimensión social abarca desde acciones de donación, políticas para incentivar la igualdad de oportunidades y la participación de la comunidad, entre otras; las cuales se desarrollan para dar solución a las consecuencias producidas en los sistemas sociales en los que la organización efectúa su actividad. La dimensión económica, estimula la transparencia en las operaciones financieras de la organización y promoción de prácticas responsables a sus proveedores y distribuidores en respuesta a los impactos generados sobre las condiciones económicas de las partes interesadas y de los sistemas económicos locales, nacionales e internacionales. Finalmente, la dimensión ambiental pretende solucionar los impactos ambientales producidos por la organización, promocionar la preservación del ambiente, la educación ambiental y el ahorro (Avendaño, 2011; Fernández Pájaro y Guerra, 2011; García López, 2015; Barroso González, Bino Raya y Flores Ruiz, 2016 y Hacking y Guthrie, 2008; estos últimos citados en Pérez Arana Canela, 2016).

En el año 1992 la Conferencia de Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo (también conocida como Cumbre de la Tierra) aborda y define el concepto de Responsabilidad Ambiental, como la administración y gestión en forma consciente y ética de todos los bienes y servicios generados por las organizaciones o el individuo y su respectivo impacto en cuestiones relacionadas a la salud, seguridad y ambiente.

Asimismo, destaca que para alcanzar una gestión responsable es necesaria la aplicación de medidas de auto control basadas en las reglamentaciones vigentes, códigos de buenas prácticas, normativas especializadas en materia ambiental que, de la misma forma, permitan crear un espacio laboral acorde y un diálogo entre todas las partes de la organización y con la sociedad en general (Fernández, Narváez, Revilla, y Senior, 2007). En síntesis, la RAE se convierte en el punto de partida de una organización para alcanzar progresos sobre el desarrollo sostenible y en una fuente de rentabilidad y beneficios tanto para los diversos grupos de interés como para sí misma.

En este sentido, la adopción de una perspectiva de RAE en la totalidad de la organización requiere del seguimiento de datos a través del desarrollo y aplicación de indicadores acordes a las operaciones de las organizaciones para poder así, generar información transparente. Los indicadores y en particular, aquellos especializados en asuntos ambientales son implementados por las organizaciones como instrumento de respaldo debido a su capacidad efectiva para evaluar los niveles ecológicos y de sostenibilidad de las mismas (De Esteban Curiel y López López, 2008).

Responsabilidad Ambiental Empresarial en alojamientos turísticos

El alojamiento turístico como elemento clave de la cadena de valor del sector turístico ocasiona, de manera significativa, impactos sobre el ambiente, un consumo de recursos tales como el agua, la energía y de otros materiales, así como también produce emisiones de efluentes líquidos, gases de efecto invernadero, residuos sólidos y desechos producidos por sus operaciones (Kirk, 1995 en Céspedes Lorente y De Burgos Jiménez, 2004, y João Lunkes y Silva da Rosa, 2012).

De esta manera, la incorporación de valores en la organización desde una perspectiva sostenible requiere impulsar acciones en beneficio de la calidad de vida de las partes interesadas, lo cual permite al visitante una percepción integral y favorable del servicio. El logro de estos beneficios requiere de un trabajo en conjunto con los diversos actores sociales (comunidad, proveedores, accionistas, gobierno, organizaciones, entre otros).

En síntesis, la organización socialmente responsable ejecuta una serie de acciones planificadas que permiten identificar los diversos impactos que genera su actividad tanto en el interior de la propia organización, como en el contexto en el cual se desarrolla. De esta manera, consigue incrementar su rentabilidad, los beneficios económicos y mejorar la imagen y reputación de la organización ante los grupos de interés, transformando la responsabilidad ambiental de sus operaciones como elemento diferenciador en un mercado cada vez más competitivo.

Caracterización del espacio turístico bajo análisis

El área de estudio de la presente investigación se encuentra ubicada en el sudoeste de la provincia de Buenos Aires, en la República Argentina. Monte Hermoso es la ciudad cabecera del partido homónimo y uno de los principales centros turísticos de la región. El destino ofrece una playa de 200 metros de ancho con un suave declive, con uso exclusivamente turístico, permitiendo la realización de diversas actividades como pesca deportiva, actividades náuticas, baños de sol, actividades de aventura en los médanos, avistaje de flora y fauna, acontecimientos programados, excursiones con guías especializados a los yacimientos paleontológicos que cuentan con más de 7.000 años de antigüedad.

La oferta de alojamiento turístico está constituida aproximadamente por 13.000 plazas, de las cuales sólo el 17% corresponden a alojamientos de tipo hotelero y el 83% a extrahotelero. En cuanto al primer tipo de alojamiento, está integrado, principalmente por hoteles de 1 estrella (41%), de 2 estrellas (11%), de 3 estrellas (9%), y por apart-hotel (7%), residenciales y hospedajes (6%). Mientras, que en los alojamientos extrahoteleros prevalece el camping (49%) en relación con otro tipo de alojamientos. Al mismo tiempo existen 15 inmobiliarias que ofrecen inmuebles en alquiler, constituyendo estos el 51% de las plazas extrahoteleras (Secretaría de Turismo de Monte Hermoso, 2018).

Una aproximación general a la caracterización de demanda turística permite resaltar que en su mayoría son familias (72%). El segmento etario mayoritario es de 26 a 55 años (44%). El 60% de los turistas se alojan en inmuebles en alquiler, seguido de inmueble propio o de amigos y/o familiares; otorgando su característica de destino turístico que responde a un modelo residencial. La ocupación en hotel alcanza un 11%. Estos datos tienen relación directa con las características de la oferta de alojamiento del destino. En cuanto al lugar de procedencia, el 25% corresponde a la ciudad de Bahía Blanca, manteniendo su condición de centro emisor más relevante, le sigue la región Patagonia (24%), centros emisores del sudoeste de la provincia de Buenos Aires (12%) y el resto de la provincia de Buenos Aires (11%) (Secretaría de Turismo de Monte Hermoso y Departamento de Geografía y Turismo, UNS, 2020).

La localidad de Sierra de la Ventana se encuentra ubicada dentro del partido de Tornquist. Funciona como centro de distribución por su posición estratégica con relación a las demás localidades del partido. El principal atractivo es el Parque Provincial Ernesto Tornquist, y dentro este área el Cerro Ventana declarado Monumento Natural por la provincia de Buenos Aires. Además de los atractivos de base, posee una diversidad de atractivos que complementan la oferta turística recreativa facilitando diferentes modalidades de turismo (cultural, rural, aventura y deportivo).

La oferta turística de alojamiento es diversa y contempla aproximadamente 2.100 plazas disponibles con habilitación municipal. Cuenta con cabañas y bungalows (40%), campings (19%) y hoteles (16%); en menor cantidad, con hosterías, residenciales, apart-hoteles y albergues (Oficina de Turismo de Sierra de la Ventana, 2018).

Cabe destacar que el municipio de Tornquist ha elaborado un programa de alojamiento turístico sustentable a partir del cual distingue a aquellos establecimientos, independientemente de sus modalidades, que le ofrezcan al turista un servicio ambientalmente responsable. De este modo, el programa fomenta el cuidado del ambiente, la correcta y consciente explotación de los recursos naturales, así como también, a la adopción de medidas ambientalmente responsables y la incorporación del entorno natural en la toma de decisiones de las organizaciones.

En términos generales la demanda turística de Sierra de la Ventana presenta las siguientes características. El segmento etarios más importante es de 30 a 49 años (56%). En cuanto a la composición del grupo familiar, predominan parejas con hijos pequeños (38%) y parejas sin hijos (21%). Los turistas proceden de Gran Buenos Aires (21%), Ciudad Autónoma de Buenos Aires (18%) y provincia de Buenos Aires (18%), siendo el principal centro emisor regional la ciudad de Bahía Blanca (36%). Las personas encuestadas seleccionan como forma de alojamiento Cabaña (36%), Camping (22%), Hoteles (11%), mientras que un 7% en vivienda de amigos o familiares y un 6% en vivienda propia, entre otros.

Antecedentes de RSE en el sudoeste bonaerense

En los diversos municipios del sudoeste bonaerense se han desarrollado algunas acciones que se circunscriben en los principios de la RSE en sus tres ejes: ambiental, económico y social (tabla 1).

Tabla 1. Antecedentes de RSE en el sudoeste bonaerense.

Año	Localidad/es	Medida de RSE
2005	Tornquist (partido)	Guía de Buenas Prácticas Ambientales para Prestadores de Servicios Turísticos de las Sierras de la Ventana,
2006	Sierra de la Ventana	Proyecto "Sistema de Calidad Turística Ambiental"
2013	Comarca turística de Sierra de la Ventana	Certificación provincial de Alojamiento Turístico Sustentable

continúa en la página siguiente.

2014	Monte Hermoso	Campaña "Monte Hermoso y Brillante: Ciudad Limpia"
2014	Monte Hermoso	Planta de Residuos Sólidos Urbanos
2016	Bahía Blanca, Pehuajó, Lamadrid, Tornquist, Monte Hermoso, Coronel Pringles	Talleres de eco-juguetes destinados a alumnos de escuelas primarias (SustentAR)
2016	Coronel Pringles	Taller gratuito de compostaje
2016	Coronel Rosales, Coronel Dorrego, Monte Hermoso	V Encuentro del Foro de Gestión Ambiental del Sudoeste: Residuos Universales.
2016	Coronel Pringles	Taller de confección de adornos navideños a partir de materiales reciclables.
2017	Coronel Pringles Bahía Blanca	Adhesión a la celebración del Día Mundial sin Automóvil
2017	Bahía Blanca	Programa de proyectos sociales "ImpulsaRSE"

Fuente: elaboración propia (2021).

A pesar de estas iniciativas que se desarrollan en fomento de acciones social y ambientalmente responsables, éstas no se difunden a todos los actores sociales de los diversos municipios, ni abarcan las múltiples problemáticas, sino que la mayoría de ellas sólo abordan cuestiones para disminuir la generación de residuos y tampoco se sostienen en el tiempo.

ABORDAJE METODOLÓGICO Y PROPUESTA DE INDICADORES DE RAE EN ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

En este marco de investigación, el presente artículo se fundamenta en una investigación de carácter empírico a través de una estrategia cualitativa y cuantitativa como enfoque mixto de investigación (Hernández Sampieri, Fernández Collado, y Baptista Lucio, 2006). De acuerdo con el objetivo planteado, su alcance es exploratorio-descriptivo. Con respecto al diseño de la investigación, es de tipo no experimental y de acuerdo con la evaluación del fenómeno es transversal. La recolección de datos se basa en una muestra probabilística al azar simple en una población finita (Vieytes, 2004, p.404).

La etapa cualitativa posee un alcance exploratorio dado que el concepto analizado es de aplicación reciente en el campo del turismo. La revisión y análisis bibliográfico muestra que no existe una cantidad relevante de estudios

aplicados en destinos turísticos latinoamericanos que implementen instrumentos metodológicos que se adecuen a los requerimientos del objeto de investigación. Se selecciona bibliografía científica de interés en la temática e información obtenida desde sitios de internet oficiales de organizaciones especializadas. Como resultado de esta revisión bibliográfica se determinan categorías temáticas que permiten establecer las variables e indicadores.

La construcción de los indicadores sobre RAE en alojamientos turísticos tiene como finalidad determinar las percepciones de los empresarios de alojamientos turísticos sobre la RAE mediante preguntas orientadas a conocer tanto aspectos objetivos de la realidad de la organización como aspectos subjetivos. Para alcanzar el objetivo de la presente investigación se construyen un conjunto de 72 indicadores, en cuyo diseño se contemplan diferentes dimensiones de la RAE. Un segundo momento de carácter cuantitativo y con alcance descriptivo, tiene como finalidad realizar el proceso de medición a través de la aplicación de los indicadores construidos en la primera etapa. Como instrumento de medición se adopta la encuesta. En este sentido, en el estudio de caso para la recolección de datos se realizan un total de 62 entrevistas estructuradas dirigidas a los empresarios de alojamientos turísticos en las localidades de Monte Hermoso y Sierra de la Ventana durante noviembre y diciembre del año 2018.

En la presente investigación, el concepto teórico a operacionalizar hace referencia a "Percepciones del empresario de alojamientos turísticos sobre las prácticas de RAE". A partir de este concepto se requiere especificar las variables, es decir dar una definición nominal que permita precisar cómo debe ser entendido el mismo en el contexto de estudio. Para ello, se operacionaliza el concepto bajo análisis a partir de cuatro variables: 1) Perfil del empresario de alojamientos turísticos; 2) Perfil del alojamiento turístico; 3) Prácticas de RAE, y 4) Percepción de los empresarios de alojamientos turísticos sobre la RAE.

En función de la definición nominal, se especifican no sólo las variables sino también las dimensiones y subdimensiones entendiéndose por las mismas, los aspectos de las variables a medir. Por último, se desglosan todos los indicadores necesarios para cada dimensión y subdimensión, incluyendo como tal las manifestaciones observables del concepto a medir en una situación concreta. Luego, se desarrollan los ítems que en el caso de la encuesta diseñada son las preguntas (abiertas, cerradas y mixtas) que el encuestado debe responder.

Para concluir, se señala que el instrumento metodológico presentado cumple con los requisitos de confiabilidad debido a que los resultados obtenidos se muestran consistentes con las variables seleccionadas que fueron empleadas a través de una prueba piloto. Los resultados obtenidos en esta instancia llevan a realizar modificaciones que permiten agilizar y perfeccionar el instrumento. A su vez, se recurre a la aplicación del coeficiente estadístico de consistencia

interna de K. Richarson (versión 20). El mismo se emplea para preguntas dicotómicas, las cuales representan el 60% del instrumento diseñado. El resultado de confiabilidad otorgado por esta herramienta es de 0.92. Es decir, la consistencia interna del 60% de los indicadores determinados se encuentra entre las categorías aceptables y elevadas.

Para la aplicación de la propuesta metodológica se identifica como población objeto de estudio las localidades de Monte Hermoso y Sierra de la Ventana. Se realiza un muestreo probabilístico al azar simple en una población finita determinada a partir del software estadístico STATS. En el caso de Monte Hermoso, la muestra abarca 31 alojamientos turísticos y para Sierra de la Ventana se relevan 31 alojamientos. Asimismo, se establece como unidad de análisis de la investigación los alojamientos turísticos de dichas localidades y como nivel de confianza de 90% con un error muestral de 10% y una proporción esperada de la investigación del 50%.

RESULTADOS

A continuación se presenta un análisis sobre la medición de los indicadores de las dimensiones y subdimensiones de la percepción de los empresarios de alojamientos turísticos sobre la RAE de los destinos turísticos del sudoeste bonaerense, Monte Hermoso (en adelante MH) y Sierra de la Ventana (en adelante SV).

A modo de síntesis, la tabla 2 muestra los resultados de las primeras tres variables exhibidas en el apartado *"Abordaje metodológico y propuesta de indicadores de RAE en alojamientos turísticos"*, mientras que la figura 1 muestra los resultados obtenidos de la cuarta variable, ambos presentados en forma esquematizada obtenidos a partir de la aplicación de las entrevistas realizadas a los empresarios de alojamientos turísticos para los destinos objeto de estudio.

Tabla 2. Síntesis de los datos obtenidos de las entrevistas.

Perfil del empresario de alojamientos turísticos	MH	SV
Edad		
18-23 años	13%	7%
24-29 años	10%	10%
30-40 años	13%	20%
41-59 años	45%	27%
Más de 60 años	19%	36%
Residencia habitual (pregunta abierta)		
Bahía Blanca	10%	6%
Destino objeto de estudio	78%	83%
Otro (Tornquist, La Pampa, CABA, Coronel Dorrego, Coronel Pringles, etc.)	12%	11%
Nivel de educación		
Tipo: Nivel de educación alcanzado		
Primario completo	3%	17%
Primario incompleto	0%	0%
Secundario completo	19%	36%
Secundario incompleto	13%	7%
Universitario completo	49%	27%
Universitario incompleto	16%	13%
Especialización de posgrado	0%	0%
Experiencia profesional en alojamiento (cabañas y hoteles)	32%	20%
Cantidad de años de experiencia posee en alojamientos turísticos		
Hasta 4 años de experiencia	19%	13%
5-10 años de experiencia	42%	57%
Más de 11 años de experiencia	39%	30%
Experiencia en Responsabilidad Empresarial		
Experiencia en Responsabilidad Social Empresarial	19%	13%
Experiencia en Responsabilidad Ambiental Empresarial	19%	7%
Puesto actual de trabajo dentro de la organización (pregunta abierta)		
Encargado (recepción, administración, limpieza, mantenimiento general)	35%	23%
Recepcionista	29%	17%
Propietarios y administradores	23%	47%
Gerentes	13%	13%

continúa en la página siguiente.

Perfil del alojamiento turístico		
Clase del alojamiento		
Hotel	45%	13%
Apart-hotel	16%	13%
Complejo de Cabañas	26%	57%
Camping	7%	17%
Hostel	0%	0%
Hospedaje turístico	6%	0%
Cama y desayuno	0%	0%
Otras	0%	0%
Categoría del alojamiento		
1 estrella	25%	3%
2 estrellas	14%	10%
3 estrellas	4%	7%
4 estrellas	4%	7%
5 estrellas	0%	0%
Estándar	14%	30%
Superior	0%	0%
Otras (no posee)	39%	43%
Antigüedad del alojamiento		
Hasta 4 años	7%	13%
5-10 años	19%	37%
11-15 años	32%	10%
Más de 15 años	42%	40%
Habitaciones		
Plazas		
Hasta 5 plazas	0%	4%
6-10 plazas	11%	0%
11-15 plazas	25%	10%
16-20 plazas	0%	7%
21-25 plazas	25%	31%
Más de 25 plazas	39%	48%
Procedencia de los propietarios (pregunta abierta)		
Bahía Blanca	42%	25%
Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA)	30%	25%
Otras (Coronel Suarez, Santa Rosa, Puan, Lomas de Zamora, etc.)	28%	50%
Servicios complementarios (adicionales al servicio de alojamiento)	>60%	>80%

continúa en la página siguiente.

Prácticas de Responsabilidad Ambiental Empresarial		
Agua		
Monitoreo del consumo de agua	42%	60%
Frecuencia de monitoreo		
Cada 15 días	15%	0%
Cada 1 mes	54%	67%
Cada 3 meses	0%	0%
Cada 6 meses	0%	0%
Cada 1 año	8%	5%
Otras (cada dos meses)	23%	28%
Medidas para la monitorear el consumo de agua		
Registro de consumo promedio por sector	15%	22%
Registro de consumo promedio por habitación	1%	0%
Instalación de contadores de agua independientes por zonas	0%	0%
Instalación de sistemas de detección de fugas en aparatos sanitarios	0%	0%
Instalación de sistema de detección de fugas en el suministro de agua	4%	0%
Control mediante la facturación del proveedor	77%	72%
Otras	3%	6%
Aplicación de medidas para disminuir el consumo de agua		
Compra de equipos con uso responsable de agua	14%	8%
Reaprovechamiento de aguas residuales y/o lluvia	5%	8%
Riego de jardines en horas de la mañana o tarde	23%	26%
Riego de zonas verdes por sistema de goteo o aspersión	20%	26%
Programas de reutilización blancos con aprobación del cliente	29%	27%
Otras	9%	5%
Equipamiento amigable con el ambiente utiliza el establecimiento		
Sanitarios con descarga de 3 litros	7%	8%
Canillas con sensor	0%	15%
Canillas con pulsador temporizado	23%	31%
Instalación de fluxómetro (palanca) para inodoros	23%	8%
Cabezales de ducha de bajo consumo	31%	23%
Termotanques solares	0%	0%
Lavavajillas de bajo consumo	8%	15%
Urinarios que no utilizan agua	0%	0%
Otros	8%	0%
Recolección de las aguas residuales y/o de lluvia (uso)		
	100%	100%

continúa en la página siguiente.

Riesgo de los jardines	100%	100%
Aseo de pisos de áreas comunes	0%	0%
Descargas sanitarias	0%	0%
Sistema de recirculación del aire acondicionado	0%	0%
Otros	0%	0%
Acciones aplicadas para la reutilización de blancos con aprobación del cliente		
Reutilización sólo de sábanas con aprobación del cliente	11%	12%
Reutilización sólo de toallas con aprobación del cliente	39%	59%
Reutilización de toallas y sábanas con aprobación del cliente	50%	29%
Otros	0%	0%
Métodos implementados para el riego de zonas verdes		
Riego por goteo	18%	48%
Riego por aspersión	35%	36%
Riego con manguera	29%	7%
Riego con regador temporizado	18%	3%
Riego con regadera	0%	0%
Otros	0%	0%
Energía		
Monitoreo del consumo de energía	42%	63%
Frecuencia del monitoreo de consumo de energía		
Cada 15 días	0%	0%
Cada 1 mes	39%	69%
Cada 3 meses	23%	4%
Cada 6 meses	0%	0%
Cada 1 año	0%	0%
Otras (cada 2 meses)	38%	27%
Medidas implementadas para la monitorear el consumo de energía		
Registro de consumo promedio por sector	15%	15%
Registro de consumo promedio por habitación	0%	0%
Instalación de variadores de velocidad	0%	0%
Control mediante la facturación del proveedor	85%	84%
Otras	0%	1%
Implementa medidas para disminuir el consumo de energía	77%	90%
Medidas empleadas con respecto a la iluminación		
Uso de focos de bajo consumo	7%	16%
Uso de focos Led	22%	19%
Usos de focos halógenos	3%	4%

continúa en la página siguiente.

Uso de lámparas con sensor de presencia/movimiento	10%	11%
Uso de luminaria exterior con temporizador	11%	8%
Uso de luminaria exterior con sensor de luz natural	1%	12%
Uso de cartelería luminosa LED	11%	5%
Uso de lámparas con regulador de intensidad	0%	0%
Uso de reguladores de intensidad en los sistemas de iluminación	5%	1%
División de los espacios en zonas de circuitos eléctricos	23%	19%
Sistema de encendido de luz en habitaciones por tarjeta	7%	5%
Otros	0%	0%
Criterio de límites de graduación de los equipos electrónicos		
Regulación de la heladera en 6° y en -18° el congelador	0%	11%
Aire acondicionado en 24°	50%	39%
Calefacción a 22°	25%	28
Equipos electrónicos en modo "ahorro de energía"	5%	11%
Impresiones en modo borrador	20%	5%
Otros	0%	6%
Energías renovables aplicadas	13%	12%
Paneles solares	100%	100%
Sistema fotovoltaico	0%	0%
Sistema de biomasa	0%	0%
Sistema fototérmico	0%	0%
Aerogeneradores	0%	0%
Sistemas biogestores	0%	0%
Otras	0%	0%
Tipo de electrodoméstico utilizados en habitaciones y espacios comunes		
Electrodoméstico de grado A	35%	17%
Televisores pantalla plasma	7%	28%
Televisores pantalla LCD	15%	25%
Televisores pantalla LED	38%	30%
Otros	5%	0%
Medidas de climatización implementadas		
Uso de aire acondicionado en habitaciones	22%	13%
Uso de aire acondicionado en espacios comunes	13%	13%
Uso de ventilador de techo en espacios comunes	9%	15%
Uso de ventilador de techo en habitaciones	15%	11%
Uso de caldera	0%	3%
Uso calefacción central	2%	6%

continúa en la página siguiente.

Uso de radiadores	4%	6%
Uso de losa radiante	7%	0%
Uso de aire acondicionado frío-calor	4%	14%
Uso cubiertas de techo reflectoras y aislantes apropiadas	20%	2%
Uso de vidrios dobles	2%	13%
Uso de termostato inteligente para la climatización	0%	2%
Otras	2%	2%
Emisiones		
Control de emisiones en cocina (Provisión de productos)		
Los productos se elaboran en el alojamiento	33%	32%
La elaboración de productos se terceriza	67%	68%
Medida adoptan para desechar el aceite de cocina utilizado		
Se filtra el aceite de cocina ya utilizado para poder reutilizarlo	10%	14%
Se vende a otras organizaciones para usos alternativos.	30%	0%
Se coloca en recipientes y se desecha con el resto de los residuos	30%	14%
Se almacena y lleva a un centro de reciclado	0%	43%
Se vierte en los desagües	30%	29%
Otras	0%	0%
Ruidos - Espacios insonorizados (salón de eventos y hall)		
Habitaciones	0%	17%
Cocina	0%	0%
Comedor	0%	0%
Salones de eventos	3%	3%
Hall	0%	3%
Recepción	0%	0%
Todos los espacios del alojamiento	0%	0%
Otros	0%	0%
Reducción de residuos (acciones empleadas)		
Reciclaje	21%	21%
Separación de residuos	79%	43%
Utilización de residuos orgánicos para abono	0%	4%
Uso de papel reciclado para material publicitario y administrativo	0%	2%
Colocación de dosificadores de jabón líquido en los baños	0%	12%
Colocación de dosificadores de detergente en cocina	0%	16%
Selección de electrónicos usados	0%	0%
Otras	0%	2%

continúa en la página siguiente.

Tipo de residuo reciclado		
Papel	30%	26%
Plástico	50%	23%
Residuos orgánicos	5%	8%
Metal	5%	14%
Vidrio	5%	20%
Aceite de cocina	5%	9%
Otros	0%	0%
Protección ambiental (acciones empleadas)	81%	83%
Compra de productos con envases biodegradables	10%	27%
Compra de productos al por mayor	38%	37%
Compra de productos en envases recargables	28%	10%
Compra productos en aerosol	16%	11%
Compra de detergentes que no contengan fosfatos y/o cloro	0%	0%
Programas de uso de bicicletas como medio de transporte para el turista	0%	0%
Compra de productos descartables	2%	5%
Proporcionar a los clientes guías verdes locales/ambientales, etc.	0%	0%
Uso de abonos químicos y fitosanitarios en zonas verdes	2%	0%
Elaboración de abono a partir de desechos orgánicos propios	0%	0%
Compra de abono orgánico natural, sin componentes químicos	0%	0%
Selección de productos de alimentación con certificación ecológica	0%	0%
Evaluación del impacto ambiental de los productos o servicios propios	0%	0%
Otras	4%	0%
Capacitación del personal en protección ambiental y RAE	29%	17%
Charlas y Jornadas	67%	37%
Workshops	50%	0%
Focusgroups	0%	0%
Simulación de condiciones reales	0%	18%
Cursos online	17%	27%
Estudio de casos	0%	0%
Documentación y material sobre la temática	0%	18%
Otras	0%	0%
Comunicación	19%	17%
Destinatarios de difusión		
Empleados	45%	40%
Proveedores	0%	0%

continúa en la página siguiente.

Clientes	55%	40%
Comunidad	0%	20%
Accionistas	0%	0%
Otros	0%	0%
Actividades de concientización ambiental		
Cartelería y folletería de cuidado ambiental	23%	62%
Talleres de reciclaje	0%	0%
Charlas de cuidado y protección ambiental	73%	38%
Programas de plantación de árboles nativos por la localidad	0%	0%
Cine debate sobre cuestiones ambientales	0%	0%
Censo de basura y limpieza de espacios verdes	0%	0%
Concurso local sobre propuestas amigables con el ambiente	0%	0%
Otras	4%	0%
Implementación de sistemas de gestión y otras herramientas		
Certificación en sistemas de gestión (norma ISO 9001 y ISO 14001)	10%	7%
Otros modelos, directrices y distintivos en gestión de calidad ambiental		
Herramientas de gestión ambiental	0%	0%
Modelos de sistemas de gestión	0%	0%
Código de buenas prácticas ambientales	0%	0%
Directrices de gestión ambiental IRAM-SECTUR	10%	0%
Distintivo	0%	0%
No implementa	90%	83%
Otras	0%	17%
Control de instalaciones y seguimiento		
Cada 15 días	0%	22%
Cada 1 mes	32%	13%
Cada 3 meses	0%	0%
Cada 6 meses	0%	4%
Cada 1 año	4%	9%
Otras (diariamente)	64%	52%

Fuente: elaboración propia (2021).

Figura 1. Percepción de los empresarios de alojamiento turístico sobre la RAE.

Percepción de los empresarios sobre el accionar de RAE del municipio
<ul style="list-style-type: none"> •Monte Hermoso <ul style="list-style-type: none"> •El municipio desarrolla acciones una o dos veces al año para contribuir con la concientización sobre el cuidado del ambiente. •Sierra de la Ventana <ul style="list-style-type: none"> •El municipio no desarrolla acciones para contribuir con la concientización ambiental. •El municipio demuestra falta de interés y de desarrollo de programas de estímulo.
Percepción de los empresarios sobre la implementación de medidas de RAE
<ul style="list-style-type: none"> •Monte Hermoso <ul style="list-style-type: none"> •El 77% de los entrevistados consideran la implementación de medidas de RAE como un aspecto primordial en la toma de decisiones de la organización. •Sierra de la Ventana <ul style="list-style-type: none"> •Más del 60% de los entrevistados consideran la implementación de medidas de RAE: <ul style="list-style-type: none"> •Un aspecto relevante pero no primordial en la toma de decisiones de la organización. •Un gasto en sí mismo para la organización.
Conocimiento sobre el concepto de RAE
<ul style="list-style-type: none"> •Monte Hermoso <ul style="list-style-type: none"> •El 29% considera la RAE como una obligación para la organización. •El 23% considera la RAE como una acción voluntaria que realiza la organización. •El 19% no conoce el concepto de RAE. •El 16% considera la RAE como un limitante económico-financiero. •El 13% considera la RAE como un deber moral de la organización frente a la sociedad •Sierra de la Ventana <ul style="list-style-type: none"> •El 27% no conoce el concepto. •El 23% considera la RAE como una obligación para la organización. •El 17% considera la RAE como un deber moral de la organización frente a la sociedad. •El 16% considera la RAE como un limitante económico-financiero. •El 10% considera la RAE como una acción voluntaria que realiza la organización. •El 6 % considera la RAE como un aspecto inherente a la organización, el cual no es aprovechado.
Beneficios para la organización
<ul style="list-style-type: none"> •Monte Hermoso y Sierra de la Ventana <ul style="list-style-type: none"> •Ambos destacan diversas ventajas, las cuales se circunscriben únicamente en un marco económico y propio, pero no hacia el entorno. •Ambos considerarían aplicar medidas ambientalmente correctas si contaran con los recursos necesarios. <ul style="list-style-type: none"> •Medidas tales como la separación de residuos y posterior reciclaje y desarrollo de charlas y cursos de capacitación para empresarios, personal y residentes. •Obstáculos para la implementación de medidas de RAE: <ul style="list-style-type: none"> •Falta de programas de estímulo por parte del municipio con los emprendimientos locales y debido a la ausencia de apoyo del resto de la comunidad. •Infraestructura inapropiada. •Desconfianza por parte de los huéspedes sobre los impactos que podrían ocasionar las acciones propuestas en el precio de los servicios turísticos.
Beneficios para proveedores y accionistas
<ul style="list-style-type: none"> •Monte Hermoso y Sierra de la Ventana <ul style="list-style-type: none"> •Ambos consideran que tanto proveedores como accionistas no obtienen beneficios ante la adopción de medidas de RAE por parte de la organización.
Beneficios para los clientes
<ul style="list-style-type: none"> •Monte Hermoso <ul style="list-style-type: none"> •Casi el 50% de entrevistados reflexionan que la RAE contribuiría a su formación como turistas responsables, y de esta manera, ellos difundirían en su entorno prácticas ambientalmente correctas. •Sierra de la Ventana <ul style="list-style-type: none"> •Más del 30% de entrevistados reflexionan que la RAE contribuiría a su formación como turistas responsables.
Beneficios para la comunidad local
<ul style="list-style-type: none"> •Monte Hermoso y Sierra de la Ventana <ul style="list-style-type: none"> •Reducción del impacto ambiental sobre la localidad donde residen, lo cual generará una mejora en su calidad de vida en el largo plazo. •Ambos consideran que la comunidad tiene la voluntad y el interés de involucrarse en profundidad con el entorno, pero no tiene la información necesaria para tomar conciencia de los impactos negativos que le afectan al ambiente para poder actuar.

Fuente: propia (2021).

A partir del análisis de los datos presentados anteriormente en la tabla 2 y en la figura 1, se destaca que tanto los empresarios de alojamientos turísticos de MH como de SV consideran a las acciones ambientalmente correctas como una práctica irrelevante para la rentabilidad de su organización, para las cuales no realizan inversiones y, aunque muestren interés por la aplicación de dichas prácticas, no logran elaborar estrategias concretas hacia un enfoque de RAE. Asimismo, los entrevistados mencionan que no desarrollan acciones a fin de dar respuesta a los efectos producidos por el funcionamiento de su organización, dado que las mismas no representan el fin último de sus operaciones, ni le otorga una ganancia a corto plazo. De esta manera, los alojamientos turísticos no son capaces de percibir las ventajas que genera la aplicación de RAE.

En síntesis, se evidencia la inexistencia de una política o estrategia de trabajo hacia un enfoque de RSE a pesar de que una parte de los entrevistados demuestra un interés por dichas prácticas. No obstante, en los establecimientos entrevistados, predominan el desarrollo de acciones aisladas de corto plazo, las cuales no implican una inversión relevante y asimismo, reflejan una falta de interés para analizar en profundidad los efectos del funcionamiento de su organización, por lo cual no pueden percibirse ventajas constantes y consistentes de la aplicación de RAE ni lograr internalizarlo de forma integral. A su vez, cabe destacar que los entrevistados también se encuentran con ciertos obstáculos que impiden la internalización de las iniciativas en cuestión, tales como el tamaño de la organización, el desconocimiento de prácticas ambientalmente correctas, la falta de recursos económico-financieros, tecnológicos, de capital humano, de infraestructura, entre otros aspectos.

CONCLUSIÓN

A partir de lo expuesto y en base al análisis de los datos obtenidos, se considera importante incentivar, desde la gestión pública de turismo a nivel local, la articulación interinstitucional con otros actores sociales públicos de modo de desarrollar herramientas concretas (programas y sellos) que promuevan la aplicación de dimensiones de la RAE, tales como acciones sociales con una perspectiva ambiental para poder generar tanto beneficios para la organización, pero sobre todo para la comunidad en general, ampliando y profundizando el concepto básico de la RAE, la RSE.

La aplicación de la estrategia metodológica propuesta permite de este modo, obtener información sobre la RAE desde diversas dimensiones en alojamientos turísticos. El conocimiento sobre las percepciones que tienen los prestadores turísticos del servicio alojamiento sobre prácticas ambientalmente óptimas en sus organizaciones, contribuye a la mejora en el proceso de toma de decisión, no sólo a nivel empresarial sino también desde la gestión pública

del turismo a nivel local con el fin de mejorar la experiencia turística y la calidad de vida de la comunidad local.

En relación con otros estudios realizados por las autoras dentro de la línea de investigación mencionada, se observa que la recolección de datos de manera sistemática, en diferentes destinos turísticos localizados en el Sudoeste de la provincia de Buenos Aires, permite realizar un aporte para la producción de conocimiento en el marco de las investigaciones sobre la gestión de los servicios en organizaciones turísticas. En síntesis, es posible aplicar en otras investigaciones, el instrumento metodológico propuesto para obtener datos que permitan estudios comparados entre destinos turísticos con características similares y en el contexto socioeconómico y cultural latinoamericano.

Por último, a partir del desarrollo de la presente investigación se despliegan nuevos ejes de investigación, tales como determinar el conocimiento de la RSE y de la adopción de este tipo de medidas en el sector turístico, ya sea en alojamientos como en el resto de los subsectores; evaluar la percepción que tienen los diversos grupos de interés frente a la incorporación de medidas tanto de RSE como de RAE; comparar u observar la evolución en un período determinado de las prácticas de RSE o RAE en un área específica del sector turístico; analizar los posibles cambios en la valoración de la RAE por parte de los consumidores, así como también, estudiar la relevancia del concepto de RAE en la decisión y selección de compra en comparación con las demás variables por parte de los potenciales clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Avendaño, W. (2011). Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y Desarrollo Sostenible: una mirada desde la Declaración de Río de 1992. *Respuestas*, 2 (16), 45 – 59.
- Baptista, M., Contreras, H. y León, M. (2012). La innovación social en el contexto de la responsabilidad social empresarial. *Forum empresarial*, 1 (17), 31 – 63.
- Barbosa De Souza, M. y Reinert Lyra, F. (2015). Responsabilidad social corporativa en el sector turístico: un estudio de caso en el parque temático Beto Carrero World (Santa Catarina – Brasil). *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 24, 264 – 278.
- Barroso González, M., Bino Raya, R. y Flores Ruiz, D. (2016). Responsabilidad Social en el sector hotelero. Análisis de caso en Córdoba (Argentina). *Revista de Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, 3 (10), 116-135.

- Boronat Navarro, M. y Pérez Aranda Canela, J. (2016). Valoración de la RSE desde la perspectiva del consumidor hotelero. En Actas XIX Congreso Internacional Turismo Universidad-Empresa de Castelló, España, Castelló.
- Céspedes Lorente, J. y Burgos Jiménez, J. (2004). Un análisis de las dimensiones de la gestión ambiental en los servicios hoteleros. *Dirección y organización*, 30, 5-15.
- De Esteban Curiel, J. y López López, A. (2008). Turismo, internet e indicadores ambientales de sostenibilidad. *Observatorio Medioambiental*, 11, 185-199.
- Espeche, J. (2010). Adecuarse a la Adversidad. *La Responsabilidad Social Empresaria en tiempo de crisis* (Tesina de grado). Universidad de Palermo. Facultad de Diseño y Comunicación, Buenos Aires, Argentina.
- Fernández Escudero, J. (2013). Reflexiones sobre la responsabilidad social empresaria (RSE). *Pensar en derecho – Universidad de Buenos Aires*, 3, 231-245.
- Fernández Pájaro, E. y Guerra, A. (2011). Empresas turísticas en España: ¿socialmente responsables? *Cultur, Revista de Cultura y Turismo*, 2 (5), 43-60.
- Fernández, G., Narváez, M., Revilla, J. y Senior, A. (2007). Responsabilidad ambiental: factor creador de valor agregado en las organizaciones. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, 3 (13), 484 – 494.
- García López, M. (2015). La Cuenta del Triple Resultado o Triple Bottom Line. *Revista de Contabilidad y Dirección*, (20), 65-77.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la investigación*. México D.F.: Mc Graw-Hill.
- João Lunkes, R. y Silva Da Rosa, F. (2012). Environmental Disclosure Evaluation Hotels (EDEH): Una propuesta de indicadores y un informe de sustentabilidad basada en el Global Reporting Initiative para empresas hoteleras. *Estudios y Perspectivas en Turismo - Universidad Federal de Santa Catarina*, (21), 68 – 87.
- Núñez, G. (2003). *La responsabilidad social corporativa en un marco de desarrollo sostenible*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Oficina de Turismo de Sierra de la Ventana. (2018). *Plazas Sierra hotel y apart*. Sierra de la Ventana: Municipalidad de Sierra de la Ventana.

Pérez Aranda Canela, J. (2016). *Valoración de la RSE desde la perspectiva del consumidor hotelero* (Tesis de doctorado). Universitat Jaume, Castellón, España.

Secretaría de Turismo de Monte Hermoso. (2018). *Guía de Servicios 2018*. Monte Hermoso: Municipalidad de Monte Hermoso.

Vieytes, R. (2004). *Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad: epistemología y técnicas*. Buenos Aires: Editorial de las Ciencias.