



Asignatura: Responsabilidad Social de las Empresas Turísticas  
Código: 19522  
Centro: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
Titulación: Grado en Turismo  
Nivel: Grado  
Tipo: Optativa  
Nº. de Créditos: 6

**1. ASIGNATURA / COURSE TITLE**

**RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS**

**1.1. Código / Course number**

**19522**

**1.2. Materia/ Content area**

**SOCIOLOGÍA**

**1.3. Tipo / Course type**

**OPTATIVA/ELECTIVE SUBJECT (OPTIONAL)**

**1.4. Nivel /**

**GRADO/BACHELOR**

**1.5. Curso / Year**

**4º**

**1.6. Semestre / Semester**

**PRIMERO**

**1.7. Número de créditos / Credit allotment**

**6**

**1.8. Requisitos previos / Prerequisites**

Interés en el estudio científico de la dimensión social de la empresa turística.



Asignatura: Responsabilidad Social de las Empresas Turísticas  
Código: 19522  
Centro: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
Titulación: Grado en Turismo  
Nivel: Grado  
Tipo: Optativa  
Nº. de Créditos: 6

## 1.9. Requisitos mínimos de asistencia a las sesiones presenciales/ **Minimum attendance requirement**

Se solicitará como mínimo un 80% de asistencia al alumno a las sesiones presenciales, más dos ausencias adicionales /80% attendance to the lectures is required.

## 1.10. Datos del equipo docente / **Faculty data**

El equipo docente está integrado por profesores del siguiente departamento: / **The faculty is composed of professors from the following department:**

### **Departamento de Sociología**

Módulo E-5

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

C/ Francisco Tomás y Valiente, 5

Universidad Autónoma de Madrid

28049 Madrid

Secretaría: Despacho E-5-302

Tel.: (+34) 91 497 4760

Fax: (+34) 91 497 4259

Web:

<http://www.uam.es/ss/Satellite/Economicas/es/1234888139964/subhomeDepartamento/Sociologia.htm>

Los profesores concretos encargados de la docencia de cada asignatura aparecen en los horarios de cada curso académico, disponibles en la siguiente página web: / **The concrete professors in charge of teaching each subject can be seen in each academic course schedule, which is available at the following web page:**

[http://www.uam.es/ss/Satellite/Economicas/es/1242650730114/contenidoFinal/Horarios\\_y\\_aulas.htm?idenlace=1242661251796](http://www.uam.es/ss/Satellite/Economicas/es/1242650730114/contenidoFinal/Horarios_y_aulas.htm?idenlace=1242661251796)

Los coordinadores de cada asignatura pueden consultarse en la misma página web. / **Each subject coordinator can be seen also at the same web page.**



Asignatura: Responsabilidad Social de las Empresas Turísticas  
Código: 19522  
Centro: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
Titulación: Grado en Turismo  
Nivel: Grado  
Tipo: Optativa  
Nº. de Créditos: 6

## 1.11. Objetivos del curso / Course objectives

El principal objetivo de esta asignatura consiste en analizar el modelo de gestión socialmente responsable y su aplicación concreta en la esfera de las empresas turísticas. A tal fin, atendemos a la influencia que dicho modelo puede ejercer en los grupos de individuos directamente afectados (*stakeholders*): empleados, clientes, accionistas, proveedores y conjunto de la sociedad, etc...

En el desarrollo de ese objetivo general se ejercitarán las siguientes competencias específicas:

1. Conocer y comprender los requerimientos actuales del funcionamiento y la estructura de los mercados y las empresas turísticas.
2. Conocer y comprender la necesidad de un comportamiento ético en los negocios turísticos.
3. Identificar las variables y los procedimientos de una gestión socialmente responsable en el sector turístico.

El alumno ejercitará asimismo las siguientes competencias genéricas:

- Capacidad teórica de análisis y síntesis.
- Capacidad creativa para encontrar nuevas ideas y soluciones.
- Capacidad para detectar oportunidades y amenazas.
- Capacidad de rendir bajo presión.
- Desarrollo de iniciativas y espíritu emprendedor.
- Capacidad para tomar decisiones.
- Capacidad crítica y de autocrítica.
- Capacidad para trabajar en equipo de carácter interdisciplinar.
- Capacidad de liderazgo: habilidad para convencer, influir y motivar a otros.
- Habilidad para trabajar en un contexto de carácter internacional.



Asignatura: Responsabilidad Social de las Empresas Turísticas  
Código: 19522  
Centro: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
Titulación: Grado en Turismo  
Nivel: Grado  
Tipo: Optativa  
Nº. de Créditos: 6

- Habilidad para la búsqueda, identificación y análisis de las fuentes de información pertinentes al ámbito de estudio.
- Habilidades de comunicación a través de internet y manejo de herramientas multimedia para la comunicación a distancia.
- Habilidades para la presentación en público de trabajos, ideas e informes.
- Saber gestionar eficazmente el tiempo.
- Preocupación por la calidad y el trabajo bien hecho.

Asimismo, los **resultados previstos en el aprendizaje** son los siguientes:

- Conocimientos relativos a la naturaleza y fundamentos de la RSC.
- Identificar las dimensiones de la Responsabilidad Social Corporativa.
- Analizar modelos de gestión socialmente responsables.
- Proponer nuevas iniciativas en los procedimientos de aplicación de la RSC.
- Examinar desde una perspectiva crítica el contenido de las Memorias de RSC y Sostenibilidad de empresas e instituciones.
- Comparar las Guías de Evaluación de RSC y los procedimientos de verificación.
- Identificar Buenas Prácticas de RSC en empresas multinacionales y PYMES del sector turístico.
- Examinar los efectos de la aplicación de RSC en los resultados de las empresas y en el comportamiento de los consumidores. Estudios de casos.

## 1.12. Contenidos del programa / **Course contents**

El programa está estructurado en 7 Temas:

1. Introducción: Naturaleza y fundamentos de la RSC.



Asignatura: Responsabilidad Social de las Empresas Turísticas  
Código: 19522  
Centro: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
Titulación: Grado en Turismo  
Nivel: Grado  
Tipo: Optativa  
Nº. de Créditos: 6

2. Diferentes doctrinas respecto a la RSC.
3. Raíces históricas de la RSC.
4. Institucionalización de la RSC.
5. La RSC en empresas turísticas.
6. La RSC y su vinculación con la política social del Estado.
7. Estudio de casos de RSC en empresas turísticas.

### 1.13. Referencias de consulta / Course bibliography

AECA (2004) *Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa Doc 1*. Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas. Madrid.

Comisión Europea (2011) *Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas.

Daugareilh, I. (2010) *Responsabilité sociale de l'Entreprise Transnationale et Globalisation de l'Économie*. Bruselas: Bruylant.

De la Torre, I. (2008) "Fundamentos de la Responsabilidad Social de la Empresa" *Revista Responsabilidad Social de la Empresa*, nº 1 (1) pp. 28-42.

De la Torre, I. (2010) "Actualidad de la Responsabilidad Social de la Empresa" *Revista Sociedad y Utopía*, nº 35 (Dossier) pp. 137-281.

De la Torre, I., Almagro, J. J. y Garmendia, J. A. (2009) *Responsabilidad Social. Una reflexión global sobre la RSE*, Madrid: Pearson Prentice Hall.

Fernández Alles, M. T. y Moral Moral, M. (2013) "La sostenibilidad como factor de equidad e igualdad de oportunidades en el Turismo" *Revista de Responsabilidad Social de la Empresa*, nº 13 (5) pp. 85-112.

Garay, L. y Font X. (2013) "Motivaciones, prácticas y resultados del comportamiento responsable en las pequeñas y medianas empresas turísticas" *Revista de Responsabilidad Social de la Empresa*, nº 13 (5) pp. 51-84.

García Martínez de Leaniz, P., Pérez A., y Rodríguez del Bosque I. (2013) "Responsabilidad Social Corporativa: definición y práctica en el sector hotelero. El caso de Meliá Hotels" *Revista de Responsabilidad Social de la Empresa*, nº 13 (5) pp. 141-173.

González Jiménez de la Espada, G. (2013) "Procesos de integración en el sector hotelero español" *Revista de Responsabilidad Social de la Empresa*, nº 13 (5) pp. 201-239.



Asignatura: Responsabilidad Social de las Empresas Turísticas  
Código: 19522  
Centro: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
Titulación: Grado en Turismo  
Nivel: Grado  
Tipo: Optativa  
Nº. de Créditos: 6

López Gamero, M. D., Molina Azorín, J. F., Pertusa Ortega, E., Tarí Guilló J. J., y Pereira Moliner, J. (2013) “Certificación medioambiental, competitividad y resultado empresarial: un estudio híbrido en el sector hotelero” *Revista de Responsabilidad Social de la Empresa*, nº 13 (5) pp. 113-140.

Ministerio de Educación (2011) *La responsabilidad social de la universidad y el desarrollo sostenible*. Madrid: Secretaría Gal. Técnica.

Rodríguez-Antón, J. M., Alonso-Almeida, M. del M. y Celemín Pedroche, M. de S. (2013) “Responsabilidad Social Corporativa en las cadenas hoteleras españolas. Un estudio de casos” *Revista de Responsabilidad Social de la Empresa*, nº 13 (5) pp. 15-50.

Sánchez Fernández, M. D. (2013) “Turismo socialmente responsable en destino: la comunidad autónoma de Galicia” *Revista de Responsabilidad Social de la Empresa*, nº 13 (5) pp. 175-200.

Vives, A. (2011) *Mirada crítica a la Responsabilidad Social en Iberoamérica*. Buenos Aires: Cumpetere.

## 2. Métodos Docentes / Teaching methodology

### 1. Conocimiento del español.

Este curso exige un nivel de **conocimiento del español muy elevado**. Este dato es muy importante para los alumnos ERASMUS y extranjeros que estén interesados en realizar este curso.

### 2. Materiales para las clases.

- En el inicio del curso se indicará el material bibliográfico.
- En MOODLE se podrá encontrar material de estudio.

### 3. Metodología docente.

- El curso se desarrollará de manera interactiva.
- Los alumnos deberán acudir a cada clase con la materia leída y trabajada.



Asignatura: Responsabilidad Social de las Empresas Turísticas  
Código: 19522  
Centro: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
Titulación: Grado en Turismo  
Nivel: Grado  
Tipo: Optativa  
Nº. de Créditos: 6

- Se **calificarán** tanto la presentación del tema como la calidad de las preguntas y de las intervenciones en las sesiones.

#### 4. Exámenes

- Se realizarán dos exámenes parciales a lo largo del curso.
- Es **IMPRESINDIBLE** aprobar los exámenes para aprobar la asignatura.

#### 5. Trabajos.

- Los alumnos deberán realizar uno o más trabajos en equipo que se explicarán una vez iniciado el curso, y serán evaluados.

### 3. Tiempo de trabajo del estudiante / **Student workload**

150 horas, repartidas de la siguiente forma:

Horas presenciales (45):

Clases teóricas..... 30 horas

Clases prácticas y tutorías programadas.....15 horas

Horas no presenciales (105):

Lecturas y otros trabajos individuales.....30 horas

Trabajos en grupo.....45 horas

Preparación para exámenes, controles, etc...30 horas

### 4. Métodos de evaluación y porcentaje en la calificación final / **Evaluation procedures and weight of components in the final grade**

#### 1. Calificaciones posibles.

Puntuaciones que se pueden obtener



Asignatura: Responsabilidad Social de las Empresas Turísticas  
Código: 19522  
Centro: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
Titulación: Grado en Turismo  
Nivel: Grado  
Tipo: Optativa  
Nº. de Créditos: 6

<b>Actividad</b>	<b>% de la nota final</b>	<b>Máxima nota posible</b>
Examen	65%-70%	6,5-7,0
Evaluación continua (*)	35%-30%	3,5-3,0
<b>Total calificación final</b>	100%	10

(\*) Incluye asistencia, participación, intervenciones y realización de trabajos.

## 2. Cómo se aprueba el curso en la convocatoria ordinaria.

- Para aprobar el curso **deberán aprobarse los exámenes** previstos como condición imprescindible.
- Los estudiantes podrán obtener un total de 10 puntos. Se utilizará la calificación de **nota con un decimal**, que es la que permite el sistema SIGMA. El curso se aprueba obteniendo 5 puntos como nota final. Con una nota de 5-6 y sus decimales se obtiene un Aprobado; con 7-8 y sus decimales se obtiene un Notable; con 9-10 se obtiene un Sobresaliente; la Matrícula de Honor se reserva para la obtención de 10 puntos y un rendimiento extraordinario.

## 3. Convocatoria de Recuperación.

- Se realizará mediante examen.
- Se mantienen los puntos obtenidos en la evaluación continua.

## 4. Segunda matrícula.

En las sucesivas convocatorias se mantendrán las calificaciones de evaluación continua, y el alumno deberá superar un examen sobre toda la materia.

## 5. Cronograma\* / Course calendar

<b>Semana</b>	<b>Contenido</b>	<b>Horas presenciales</b>	<b>Horas no presenciales del estudiante</b>
1 y 2	Tema 1: Introducción: Naturaleza y fundamentos de la RSC.	6	9
3 y 4	Tema 2: Diferentes doctrinas respecto a la RSC.	9	9





Asignatura: Responsabilidad Social de las Empresas Turísticas  
Código: 19522  
Centro: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
Titulación: Grado en Turismo  
Nivel: Grado  
Tipo: Optativa  
Nº. de Créditos: 6

Semana	Contenido	Horas presenciales	Horas no presenciales del estudiante
5 y 6	Tema 3: Raíces históricas de la RSC.	6	9
7 y 8	Tema 4: Institucionalización de la RSC.	6	9
9 y 10	Tema 5: La RSC en empresas turísticas.	6	9
11 y 12	Tema 6: La RSC y su vinculación con la política social del Estado.	6	9
13 y 14	Tema 7: Estudio de casos de RSC en empresas turísticas.	6	9
TOTAL		45	105

\*Este cronograma tiene carácter orientativo.