

Responsabilidad social empresarial y gestión ambiental en el sector hotelero

Elva Esther
Vargas Martínez



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

Responsabilidad social empresarial y gestión ambiental en el sector hotelero



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México

Dr. en D. Jorge Olvera García
Rector

Dra. en Est. Lat. Ángeles Ma. del Rosario Pérez Bernal
Secretaría de Investigación y Estudios Avanzados

Mtra. en A. Elizabeth López Carré
Directora de la Facultad de Turismo y Gastronomía

Mtra. en Hum. Blanca Aurora Mondragón Espinoza
*Directora de Difusión y Promoción de la
Investigación y los Estudios Avanzados*

Responsabilidad social empresarial y gestión ambiental en el sector hotelero

Elva Esther Vargas Martínez



Responsabilidad social empresarial y gestión ambiental en el sector hotelero

Este libro fue positivamente dictaminado
conforme a los lineamientos editoriales de la
Secretaría de Investigación y Estudios Avanzados
y editado por la Dirección de Difusión y Promoción de la
Investigación y los Estudios Avanzados

Primera edición: enero 2015

ISBN: 978-607-422-572-3

D.R. © Universidad Autónoma del Estado de México
Instituto Literario núm. 100 ote.
C.P. 50000, Toluca, México
<http://www.uaemex.mx>

Impreso en México
Printed in Mexico

El contenido de esta publicación
es responsabilidad de los autores.

La reproducción parcial o total del contenido de la presente obra, sin contar
previamente con la autorización por escrito del editor en términos de la Ley
Federal del Derecho de Autor y, en su caso, de los tratados internacionales
aplicables, viola derechos reservados.

ÍNDICE



Introducción	9
Sustentabilidad y turismo	17
Responsabilidad social empresarial	47
Gestión ambiental	63
Iniciativas voluntarias de responsabilidad social y gestión ambiental	83
RSE y GA en el sector hotelero de Cancún	115
Conclusiones	147

INTRODUCCIÓN



A pesar de la crisis económica internacional, la inseguridad y los problemas de salud, el turismo sigue considerándose una fuerza económica fundamental para México y otros países del mundo, pues su desarrollo se relaciona con importantes factores como la creación de empleos y el aumento de inversiones en infraestructura, bienes y servicios.

La hotelería es uno de los principales elementos que conforman la oferta del sector turístico. Durante 2011 el país dispuso de 651,160 habitaciones a nivel nacional y los destinos mexicanos que obtuvieron el mayor nivel de ocupación fueron la Riviera Maya, Acapulco, Cancún y Los Cabos (SECTUR, 2012). En estos lugares se ubica gran cantidad de empresas multinacionales que conforman las cadenas hoteleras más reconocidas del país y el extranjero; su expansión ha sido considerable. La inversión extranjera directa en el sector hotelero corresponde en su mayoría a capitales españoles, cuyas empresas se han caracterizado por repetir el modelo turístico de sol y playa, con servicios todo incluido.

Las empresas hoteleras, al igual que otros implicados en el sector turístico, adquieren cada vez mayor importancia en el desarrollo de las zonas; sin embargo, debemos reconocer el papel que juegan en los procesos sociales de las comunidades y en las alteraciones a la naturaleza.

Una gran cantidad de grupos hoteleros, instalados en los destinos turísticos mexicanos, han sido denunciados en repetidas ocasiones por contribuir al deterioro ambiental en el afán de llevar a cabo sus proyectos de inversión. Un caso específico es Cancún, Quintana Roo, que de ser un territorio totalmente

virgen se ha transformado en una ciudad turística donde prevalece el modelo hotelero “todo incluido”, el cual atenta contra los derechos laborales, pues los empleados mantienen jornadas excesivas de trabajo durante las temporadas altas, son contratados de manera eventual y no reciben salarios competitivos.

Las diversas prácticas realizadas por las empresas hoteleras en el lugar han ocasionado la pérdida de la diversidad biológica, además de contaminación de tierra, agua y aire que, conjuntamente con otras actividades económicas de las que se apoyan, generan una gran cantidad de desechos, erosionan el suelo y son claros ejemplos de la destrucción del paisaje y la desaparición de las condiciones de vida de las diferentes especies. Los beneficios económicos que obtienen las empresas no se extienden hacia un desarrollo local, pues quedan sólo en la compra de terrenos, pago de servicios e impuestos sobre hospedaje. No obstante, hay que reconocer que el sector turístico en general y la hotelería en particular se privilegian frente a los modelos industriales y crecientes urbanizaciones, ya que cuentan con mejor imagen ambiental ante la sociedad y no son vistos como fábricas que arrojan humo contaminante minuto a minuto. Esta situación ha originado que la hotelería no desarrolle una conciencia social, favorable hacia la conservación del entorno natural, ni oriente sus esfuerzos hacia la gestión ambiental (GA) y responsabilidad social empresarial (RSE) que, a tal efecto, apremia mejorar, identificando qué acciones y prácticas organizacionales se realizan para ello.

Existe en el mercado un amplio abanico de instrumentos para prevenir, detectar y corregir los posibles impactos que se generan por la actividad que desempeñan; sin embargo, la participación para adoptar iniciativas voluntarias por parte de las empresas hoteleras ubicadas en México es aún incipiente.

Así mismo, las empresas no parecen asumir su responsabilidad social, aquella vinculada con sus trabajadores, los agentes del entorno, la naturaleza y la sociedad con la que se relaciona. Este comportamiento de responsabilidad social en las empresas es cada vez más reconocido por los consumidores, inversionistas y entidades financieras (Fernández, 2005). En este orden, aquellas empresas que deciden operar de manera responsable obtienen beneficios

reales y tangibles, tales como desempeño financiero positivo, reducción de costos operativos, mejora de su imagen y reputación, lealtad de sus clientes y empleados, disminución de conflictos, aumento en la capacidad para obtener y mantener talentos, flexibilidad y capacidad para adaptarse, sustentabilidad del negocio, acceso a mercados y capitales, mejora de habilidades para atraer y retener empleados, entre otros (Mercado y García, 2007; CEMEFI, 2008).

En ese sentido, nos preguntamos cuáles son los impactos que generan las empresas turísticas en los destinos donde se instituyen, y de qué manera las empresas hoteleras han integrado la gestión ambiental (GA) y la responsabilidad social empresarial (RSE) a su organización.

El presente proyecto ha sido concebido bajo la perspectiva del desarrollo sustentable, que en su sentido más amplio se centra en el bienestar de los individuos. Esta visión pretende encontrar el equilibrio entre los tres grandes factores del desarrollo: económico, social y ecológico, de tal forma, si alguno de ellos no se logra, se estaría reduciendo la calidad de vida de las personas y sus ecosistemas.

Basado en los elementos que constituyen el modelo de desarrollo sustentable y su correspondencia con el turismo, este estudio refleja la falta de responsabilidad social y ambiental que se manifiesta en los destinos turísticos, así como los efectos que las actividades económicas, en específico la hotelería, tendrán a largo plazo sobre ellos. No obstante, para que las empresas generen un comportamiento más responsable debe existir un marco político adecuado, donde la participación del Estado en la regulación sea significativa, pues las políticas públicas que ejercen los gobiernos en los destinos turísticos determinan, en gran medida, la cooperación de las empresas en el desarrollo de los mismos, alentando o desalentando las inversiones, al marcar el camino para lograr la sustentabilidad.

Las publicaciones recientes sobre GA en empresas de servicios son escasas en comparación con las investigaciones empíricas en empresas manufactureras, pues la mayoría se ha generado en las tres últimas décadas (Pearce y Robinson, 1997;

Prahalad, 1999). Los trabajos iniciaron centrándose en plantear los impactos positivos y negativos de las empresas hacia el ambiente y cómo la gestión podría repercutir en la rentabilidad de las organizaciones. De tal manera, se mostraron las bondades de la GA a pesar de las dificultades de su aplicación.

En un estudio realizado a 39 revistas científicas y 22 universidades españolas, Rubio, Chamorro y Miranda (2007) identificaron que el principal objeto de investigación sobre temas ambientales y empresariales es la gestión financiera y contabilidad ambiental, centrándose en cómo la segunda debe medir, valorar, cuantificar e informar sobre los aspectos cualitativos y cuantitativos que pueden influir en la toma de decisiones acerca de las actuaciones sobre las variables ambientales.

El segundo tópico más tratado es el *marketing* ecológico, donde se incluyen trabajos sobre el diseño, planificación y ejecución de una política de producto, precio, distribución y comunicación, que minimice el impacto causado sobre el ambiente.

El siguiente asunto más estudiado es GA (general), en el se incluyen trabajos relativos al estado actual de la GA y la valoración del impacto ambiental de las actividades empresariales, el uso de tecnologías ambientales y la incidencia de las inversiones en los resultados empresariales, entre otros.

El cuarto tema por importancia cuantitativa es el comportamiento del consumidor, tópico que se ha diferenciado del *marketing* ecológico debido a su relevancia y entidad propia.

En quinta posición está GA (estrategia y actitudes), que engloba aquellos trabajos que analizan las distintas estrategias ambientales de las empresas, así como la actitud de los empresarios ante los principales problemas medioambientales de la sociedad.

Posteriormente aparece SGMA/certificación/auditoría, con trabajos que analizan la implantación de los sistemas de GA en la empresa, su integración con los sistemas de gestión de la calidad y de riesgos laborales, las certificaciones ecológicas (ISO 14001 y reglamento EMAS) y las auditorías ambientales o ecoauditorías.

Finalmente aparece la línea de producción/operaciones que trata el impacto del diseño de nuevos productos y servicios sobre el ambiente, la logística inversa y, en general, la relación de la dirección de operaciones con el ambiente.

Aunque la mayoría de los trabajos están orientados al estudio del sector industrial, recientemente se han realizado investigaciones sobre las relaciones del turismo con el ambiente (Kirk, 1996; Céspedes y De Burgos, 2001; Ayuso, 2003; Llull, 2003; Vargas, Vaca y García, 2005; Chan y Ho, 2006; García y Armas, 2007b, 2004; Mensah, 2007; Holcomb, Upchurch y Okmus, 2007; Penny, 2007; Burzis, 2010; El Dief y Font, 2010). La mayoría de ellos se enmarcan en el comportamiento ambiental de la industria turística, en específico la hotelería y el desarrollo sustentable. Al respecto, las revistas de hospitalidad y turismo en los últimos cinco años (2007-2012) han permitido un avance en los estudios ambientales, identificando cinco líneas de investigación: la percepción del consumidor hacia cuestiones ambientales, la innovación ambiental en la estructura organizacional, la implementación de tecnologías ambientales, los productos y servicios ambientales, y los marcos jurídicos y políticas públicas que fomentan la gestión ambiental.

Por otra parte, el tema de la RSE ha sido abordado de manera creciente en las tres últimas décadas. La participación de académicos y empresarios de todo el mundo ha dado como resultado una serie de publicaciones con visión interdisciplinaria. Existen numerosas revistas que exponen el tema de la RSE desde sus perspectivas teóricas hasta su aplicación práctica, ejemplo de ello son *The Social Responsibility Journal*, *Journal of Management Studies*, *The Journal of Ethics*, *Journal of Business Ethics*, *Environmental Ethics Journal*, *The Journal of Corporate Citizenship*, *CSR Journal*, *International Journal Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, *Academy of Management Journal*, *Academy of Management Review*, *Administrative Science Quarterly*, *Journal of Management*, *Organization Science*, *Strategic Management Journal*, *Journal of Management Studies*, *Harvard Business Review*, *Sloan Management Review* y *California Management Review*, *Journal of Contemporary Hospitality Management* y *Journal of Hospitality & Tourism*, entre otras.

En la actualidad, la literatura acerca de la RSE es cuantiosa y las investigaciones realizadas han contribuido a construir importantes perspectivas teóricas para su estudio. Uno de estos enfoques es la asunción de la responsabilidad social como estratégica para el negocio (Barney, 1991; Vicente, Ruiz, Tamayo y Balderas, 2004; McWilliams, Siegel y Wright, 2006; Edwards, Marginson, Edwards y Ferner, 2007; Marín y Rubio 2008; Zu y Song, 2008).

En un contexto más amplio que la simple visión de rentabilidad, se encuentra la perspectiva social (Freeman, 1984; Husted y Allen, 2000; Chamhuri y Siti, 2008), también está la orientación ética de la RSE (Donaldson y Preston 1995; Carroll, 1999; Lizcano y Moneva, 2004; Crouch, 2006) o la relación con los grupos de interés (Castelo y Lima, 2007; Melé, 2009). Los estudios de la RSE en el contexto turístico son más limitados que los ambientales, específicamente las investigaciones de Jones, Comfort y Hillier (2006), Holcomb *et al.*, (2007), Bohdanowicz y Zientara (2008), Alvarado (2008) y Boardman y Barbato (2008).

Cabe mencionar que, a partir de la revisión de los trabajos publicados, se puede deducir que la temática correspondiente a la GA y RSE es aún limitada en el contexto del sector turístico mexicano. Por ello, el principal propósito de esta investigación fue analizar la gestión ambiental (GA) y la responsabilidad social empresarial (RSE) en el sector turístico de Cancún, Quintana Roo: principal destino mexicano de sol y playa. Este sector se compone por empresas que operan la transportación, hospedaje, entretenimiento, alimentos y bebidas, entre otros. Ante la imposibilidad de poder estudiarlo en su totalidad, la investigación se centra en las empresas hoteleras que de acuerdo con la Asociación de Hoteles de Cancún (AHC) eran 139, durante 2009, en todas las categorías. Dentro de estas empresas se pueden encontrar hoteles de diferente tamaño, desde pequeños hasta grandes resorts internacionales; sin embargo, se decidió considerar como unidad de análisis a los hoteles de cuatro y cinco estrellas, así como de gran turismo (GT), según lo siguiente:

1. Porque se trata de empresas auténticamente turísticas con ubicación estratégica en la zona donde se ofrecen los productos y servicios destinados

- al turista, a diferencia de otros hoteles que reciben huéspedes no exclusivamente turísticos.
2. La capacidad total de habitaciones (23,498), integrada por las tres categorías estudiadas, representa una proporción superior (79%) de la oferta hotelera en comparación a los establecimientos que comprenden el resto de las categorías, los cuales muestran participaciones marginales.
 3. 43% de este tipo de hoteles ofrece planes “todo incluido” (alcanza los más altos promedios de ocupación en comparación con otros planes), esto permite a los turistas permanecer gran tiempo utilizando las instalaciones y los servicios del hotel. Con ello se puede advertir la forma de gestión que posee el hotel en cuanto a los aspectos sociales y ambientales por parte de los turistas durante su estancia.
 4. Las empresas hoteleras de cadena –consideradas como parte de la población de estudio- mantienen una fuerte presencia en el mercado no sólo por la recepción de turistas, sino también por la conformación de patrones de asentamiento territorial que busca ubicaciones privilegiadas para aumentar sus capitales; su influencia llega a incidir social, política, económica y territorialmente en la localidad (Jiménez, 2010), de tal forma que la consideración de estos intereses adquiere una relevancia significativa al identificar si se asume una responsabilidad en sus ámbitos de influencia.
 5. En los últimos cinco años las grandes cadenas hoteleras extranjeras han sido objeto de críticas y denuncias en cuanto a su actuación irresponsable con trabajadores, incumplimiento de leyes y depredación de los recursos naturales. En contraposición, también han sido consideradas como un sector dispuesto y preocupado por integrar principios sustentables a sus prácticas de gestión empleando iniciativas voluntarias de GA y RSE.
 6. Finalmente, la gran cantidad de hoteles que pertenecen a cadenas unifica las prácticas de gestión entre los que integran un mismo corporativo empresarial.

Por lo anterior, la estructura del libro se compone de cinco capítulos. En el primero se presentan los principios que guían el modelo de desarrollo sustentable y cómo se integran al proceso de la actividad turística; igualmente se reconocen los impactos negativos de las empresas turísticas en los destinos y su interpretación desde el orden económico y social. En el segundo capítulo se aborda la responsabilidad social empresarial y se distinguen los enfoques teóricos centrales que dan sustento a su concepto e interpretación. El tercer capítulo conceptualiza la gestión ambiental empresarial, identificando el esquema de regulación ambiental mexicano y el contexto en que se desenvuelve la gestión ambiental pública. El cuarto otorga un panorama general de los diversos instrumentos voluntarios que pueden implementar las empresas turísticas o a los que pueden adherirse en su camino hacia la responsabilidad social y ambiental. En el capítulo cinco se reseña el destino turístico de Cancún, Quintana Roo, y se reflexiona sobre sus dilemas sociales y ambientales. Finalmente, se concluye con algunas consideraciones respecto de la RSE y la GA de las empresas hoteleras y cómo pueden contribuir a la sustentabilidad.

1.1 Desarrollo sustentable: el concepto y sus controversias

El antecedente inmediato que algunos autores ligan con el término desarrollo sustentable¹ es ecodesarrollo (Sachs, 1982; Naredo, 1996; Nadal, 2007): noción que acogió el Consejo del Programa de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente (PNUMA) durante la década de los setenta²; sin embargo, el concepto, como tal, aparece en los ámbitos académicos y científicos a finales de esa misma década. Autores como Freeman y Dasman lo describieron en su libro *Ecological Principles for Economic Development* (Salinas y La O, 2006) en esos años. Más adelante fue retomado como parte de los movimientos ambientalistas de los años ochenta. Aunque dentro de la ecología y ciencias afines ya se usaba esta expresión, fue hasta 1987, con la publicación del Informe Brundtland³, que se extendió su uso a las diversas áreas sociales, políticas y económicas (Azqueta, Alviar, Domínguez y O’Ryan, 2007). Después de este evento, otro acontecimiento que impulsó la sustentabilidad fue la Cumbre de la Tierra, en Río de Janeiro

¹ El término sustentable es utilizado en México, en tanto que en otros países de Europa y América se maneja el término sostenible (de acuerdo con la forma lingüística castellana acordada por Naciones Unidas). En este trabajo se utilizará sustentable y sólo en citas se respetará la expresión que utilice el autor.

² El término ecodesarrollo se da a conocer en la reunión celebrada en Cocoyoc, México, promovida por las Naciones Unidas en 1974, cuando el presidente, Luis Echeverría, hizo pública la declaración internacional a los medios de comunicación. Sin embargo, unos días después el concepto sería desaprobado por Henry Kissinger, secretario de Estado de EE.UU., quien lo notificó al presidente del PNUMA, lo que provocó su poca transición (Naredo, 1996).

³ El informe Brundtland consolida una visión crítica del modelo de desarrollo adoptado por los países industrializados e imitado por las naciones en desarrollo, destacando la incompatibilidad entre los modelos de producción y consumo vigentes en los primeros y el uso racional de los recursos naturales y la capacidad de soporte de los ecosistemas. El informe Brundtland se ha convertido en referencia mundial para la elaboración de estrategias y políticas de desarrollo ecocompatibles.

en 1992, donde se sentaron algunas acciones para reconvertir los procesos que impactaban negativamente al ambiente.

Hoy en día, gran parte de las investigaciones están basadas en estudios de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo⁴, la Agenda 21, la Cumbre de Kyoto⁵ y, más recientemente, en publicaciones relacionadas con la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible⁶ (Farrel y Twinin-Ward, 2004).

El desarrollo sustentable parte de la premisa de “satisfacer las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad de que las futuras generaciones puedan satisfacer sus propias necesidades” (Fundación Ebert, 1987: 43). Esto depende mucho de que cada nación logre obtener su potencial económico completo, mientras que al mismo tiempo aumente la base del recurso ambiental sobre la cual se debe apoyar este crecimiento. Por ello, el desarrollo sustentable “no es un estado fijo sino un proceso de cambio en el cual se encuentran en armonía la explotación de los recursos, la dirección de las inversiones, la orientación del desarrollo tecnológico y el cambio institucional, y aumente el potencial, tanto actual como futuro de satisfacer las necesidades y aspiraciones de los seres humanos” (*idem*: 46).

Esta definición destaca el término de necesidades, es decir, el acceso de los individuos a ciertos recursos económicos, naturales y sociales, lo que significa que el desarrollo sustentable no sólo es un concepto de eficiencia del uso de los recursos, sino que va más allá, pues aborda la solución del problema de la pobreza. En ese sentido, el derecho a una adecuada calidad de la atmósfera y el agua, así como una adecuada provisión de servicios sociales son fundamentales.

⁴ Esta conferencia, celebrada en Río de Janeiro en 1992, supuso la consagración del desarrollo sustentable como guía de las políticas de desarrollo. Se aprobó un programa, Agenda 21, de actuaciones en pro de la sustentabilidad. Se suscribieron acuerdos como La Carta de la Tierra y el Convenio Marco sobre el Cambio Climático (Lull, 2003).

⁵ En diciembre de 1997 se verifica en Kyoto, Japón, la Conferencia sobre el cambio climático, que cumplió con la aprobación de un protocolo en el que se restringía la emisión de contaminantes por parte de los países industrializados. Estados Unidos (que batía el récord de las emisiones) no quiso ratificar el protocolo (<http://www.fq.profes.net>).

⁶ Celebrada en Johannesburgo en 1992.

Empero, la noción de sustentabilidad no deja de tener variadas interpretaciones y provocar discusiones o polémicas a causa de lo indefinido de su conceptualización. Las connotaciones de desarrollo parecen ser las que favorecen su confusión, pues existen versiones restringidas al ámbito económico, la más habitual es la que se define en función del nivel y crecimiento del producto interno bruto (PIB) o del consumo per cápita. Sin embargo, significados más recientes de desarrollo incluyen intenciones adicionales, como propósitos sociales y ambientales, además de la renta y capacidad de consumo; lo que trata de aproximarse a un concepto de calidad de vida (Azqueta *et al.*, 2007).

Así, el término desarrollo implica condiciones que la sociedad busca alcanzar o maximizar, y son atributos relacionados con su alimentación, vivienda, educación, seguridad, libertad, felicidad o prosperidad. Evidentemente la sustentabilidad indica que hay que realizar un esfuerzo para que este desarrollo pueda alcanzarse y permanecer en el futuro.

De tal forma, el término sustentabilidad, utilizado en discursos de economistas, ambientalistas y políticos, transita hacia una interpretación que finalmente concluye en decisiones de crecimiento, ambiente limpio e ingresos equitativos. Meadows, Meadows y Randers (1992) afirman que el conformismo conceptual que prevalece en el discurso político permite que el deterioro ambiental global siga avanzando después de 20 años de haber asumido la nueva idea de sustentabilidad. Por otro lado, se han levantado críticas sobre la incompatibilidad que existe entre los dos términos que componen el binomio desarrollo y sustentabilidad, sin embargo, peor sería que los actores involucrados no debatieran frente al tema, ya que con ello se detendrían los avances a favor de la definición.

Naredo (1996: 5) sostiene que la mayor parte de la indefinición vigente procede:

...del empeño de conciliar el crecimiento (o desarrollo) económico con la idea de sostenibilidad, cuando cada uno de estos dos conceptos se refieren a niveles de abstracción y sistemas de razonamiento diferentes: las nociones de crecimiento (y de desarrollo) económico encuentran su definición en los agregados monetarios homogéneos de producción y sus derivados que segrega la idea usual del sistema económico, mientras que la

preocupación por la sostenibilidad recae sobre procesos físicos singulares y heterogéneos.

De tal manera, el concepto sustentabilidad no se configura como una dimensión unívoca y acabada, ya que sus posibilidades de aplicación dependen de las diversas condiciones de cada comunidad, así como de los intereses de los grupos sociales y políticos que se establecen en cada nación y que, de acuerdo con sus condiciones, tendrán que pensar cómo implementarlo.

Bajo las ideas de Naredo la sustentabilidad “no será fruto de la eficiencia y del desarrollo económico, sino que implica decisiones sobre equidad actual e inter-generacional” (1996: 10). La misma aseveración es compartida por Mowforth y Munt (1998), quienes plantean de manera específica que la sustentabilidad debe poner en marcha una gama de factores que se interrelacionan y trabajan coordinadamente para realizar una actividad como es el turismo, pero además hacen hincapié en la importancia de esta interrelación con la globalización y el desarrollo, y cómo el poder y sus relaciones pueden propiciar un desarrollo desigual e inequitativo.

No debe perderse más tiempo en la búsqueda de la interpretación universal del término desarrollo sustentable, finalmente es utilizado en todos los ambientes a conveniencia de cada actor interesado, lo importante es identificar e interpretar cuál es el propósito esencial de la sustentabilidad.

Un desarrollo sustentable es, en su versión más amplia, un crecimiento socialmente deseable, ambientalmente factible y económicamente viable. Por ello, ha sido tan difícil concretarlo en políticas y programas comunes ambientales debido a la diversidad y complejidad de los procesos económicos, sociales, culturales, científicos, tecnológicos y políticos de cada país. La sustentabilidad es mucho más que garantizar la continuidad de los beneficios que tienen que ver con los patrones de acumulación de capital o el mantenimiento de los estilos de vida de ciertas poblaciones.

1.2 Dimensiones de la sustentabilidad: económica, sociocultural, política y ecológica

En la construcción de ese modelo deseable, se plantean diversas dimensiones de sustentabilidad: la ecológica, sociocultural, económica y política (Guimarães, 1994; Riechmann, 1995; Ayuso y Fullana, 2002).

La sustentabilidad ambiental refiere un desarrollo basado en el uso razonable de la naturaleza y los ecosistemas. Ello comprende dos requisitos según Riechmann (1995): a) respetar los límites, es decir, lo que se toma de la biosfera (en cuanto fuente de materias primas y energía) y lo que se le devuelve (en cuanto a residuos y calor) ha de estar dentro de los límites de absorción y regeneración de los ecosistemas, y b) pensar en el mañana, dejar a la generación siguiente un mundo que sea al menos tan habitable y haga posibles tantas opciones vitales como el que nosotros hemos recibido de la generación anterior.

La sustentabilidad sociocultural tiene como propósito la distribución equitativa de los beneficios del desarrollo, al otorgar condiciones de dignidad para la vida humana (Larraín, 2004). Implica que la sociedad no sólo satisfaga necesidades de educación, salud o vivienda, sino que, además, pueda encontrar equilibrio entre las razas, los derechos humanos y la equidad de género, entre otros.

Otra dimensión de la sustentabilidad es la económica, que implica la relación con la producción de bienes y servicios, el consumo y la rentabilidad, es decir, mejorar la eficiencia económica, lograr nuevas formas de trabajo y hacer más democrático el mercado. En la literatura económica “es el bienestar o la utilidad lo que debe ser sustentable y no decreciente en el tiempo, asumiendo que existen múltiples variables que determinan el bienestar” (Pearce, 1998). Este bienestar se puede seguir produciendo para las generaciones futuras a través del capital⁷, incluyendo al capital natural con el que cuenta una sociedad.

⁷ El capital con valor económico puede adoptar tres formas: capital material o derivado de la actividad productiva humana, *Km* (edificios, maquinaria, infraestructura, etc.); capital humano o conjunto de conocimientos y aptitudes, *Kh*, y capital natural en sentido extenso, *Kn*, que comprende no sólo recursos naturales (renovables y no renovables), sino también recursos ambientales, como la atmósfera, el agua, etc., como medios receptores de los residuos generados por la actividad económica (Labandeira, León y Vázquez, 2007).

Por último, la sustentabilidad política, que involucra la participación de cada ciudadano y la libertad para elegir su propio desarrollo, la implementación de la democracia y su permanencia entre los pueblos, así como la contribución del Estado al generar políticas públicas e instituciones que favorezcan un desarrollo sustentable.

1.3 Indicadores de sustentabilidad

Los indicadores de sustentabilidad surgen para proveer de información a quienes tomarán decisiones en todos los niveles de sistemas ambientales y de desarrollo. Los datos que ofrecen anticipan situaciones acerca de cómo actúa un problema, así que sirven como información útil de cara a la planificación, ya que permiten presentar propuestas de sustentabilidad.

Algunas características que se pueden integrar a los indicadores de sustentabilidad son (*idem*: 37):

- Tener una base científica sólida que cumpla con el propósito de medir los aspectos económicos, sociales y ambientales.
- Utilizar datos a nivel nacional que, agregados, puedan proporcionar un panorama global.
- Proporcionar información acerca del impacto del uso de un determinado recurso independientemente del origen de la actividad económica que lo genera.
- La posibilidad de adaptarse al proceso de toma de decisiones superando la incertidumbre que se encuentra en las políticas de gestión ambiental.

De acuerdo con las dimensiones de la sustentabilidad, se han elaborado indicadores económicos, sociales y ecológicos⁸; los primeros son los más

⁸ Las propuestas de indicadores de sustentabilidad se han efectuado a partir de dos enfoques. Uno se relaciona con las definiciones institucionales que se han basado en los modelos Presión-Estado-Respuesta propuesto por la OCDE, y el modelo de Fuerza Conducente-Estado-Respuesta, usado por la Comisión de las Naciones Unidas para el Desarrollo Sustentable (UNCSD). El otro enfoque usa los indicadores llamados participativos, que se generan a partir de los procesos de construcción de la Agenda 21 (Birkmann y Frausto, 2001).

utilizados. Sin embargo, la medición debe hacerse con los indicadores de todas las dimensiones, de lo contrario se desconocería cómo evoluciona el desarrollo en un país.

Los indicadores económicos están dispuestos para evaluar el nivel de bienestar de una sociedad, entre ellos se ubican las cuentas nacionales que han sido objeto de una serie de críticas por no considerar una medición clara de lo que representa dicho nivel. Durán (2000) destaca que en las cuentas nacionales sólo se obtienen datos parciales de la riqueza, más no se incluyen los costos por la degradación de la naturaleza, por la operación de las actividades económicas y tampoco se incluyen indicadores como la calidad del medio natural ni los gastos por daños ambientales⁹.

Lo anterior se puede comprender, pues los indicadores ambientales se han trabajado posteriormente a los económicos; sin embargo, su importancia es cada vez mayor por la necesidad de contar con información clara y oportuna de los daños a la naturaleza. Cabe mencionar que existen esfuerzos en la elaboración de metodologías para unificar la contabilidad ambiental con los sistemas de cuentas nacionales, la *Environment Statistics Section*, de la *United Nations Statistics Division* (UNSTAT), el Banco Mundial (BM) y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) avanza en una forma más clara y real de los datos (Rivera y Foladori, 2006).

Los indicadores ambientales aparecen, entonces, como una forma de evaluación para conocer el estado y la evolución de determinados factores naturales; Martínez (1997: 462) los define como “una variable que ha sido socialmente dotada de un significado añadido al derivado de su propia configuración científica, con el fin de reflejar de forma sintética una preocupación social respecto del medio ambiente e insertarla coherentemente en el proceso de toma de decisiones”. De tal forma, estos indicadores deben proporcionar información relevante y suficiente en el proceso de transformación ambiental.

⁹ Para mayor información revisar el tema *La contabilidad nacional y la pérdida de patrimonio natural sin amortización. Otra crítica ecológica de la contabilidad nacional: los gastos defensivos o compensatorios*, en Martínez Alier Joan, 1998.

En referencia al modelo estado-presión-respuesta¹⁰ presentado por la OCDE, algunos países –entre los que ha participado México- han podido construir indicadores ambientales. Los propósitos de estos indicadores son según Durán (2000: 13):

- Informar sobre la calidad ambiental y los aspectos cuantitativos y cualitativos de los recursos naturales en una determinada localidad geográfica (indicadores de estado).
- Describir los cambios en el medio ambiente derivados de las actividades humanas (indicadores de presión).
- Conocer la forma en que la sociedad responde a los cambios (indicadores de respuesta).

Así como se desarrollan indicadores económicos y ambientales, también se han realizado indicadores sociales de la sustentabilidad. Este tipo de indicadores está enfocado a medir el bienestar de las personas y su calidad de vida.

En la “Propuesta para un compendio latinoamericano de indicadores sociales”, que la CEPAL publicó en 2005, se presentan 105 indicadores para el desarrollo social agrupados en ocho áreas temáticas: bienestar, trabajo, educación, salud, género, vivienda y servicios básicos, población y economía.

Ahora bien, de acuerdo con la sustentabilidad débil¹¹, los indicadores de medición parten de instrumentos económicos -tal como lo estimaran Pearce y sus colaboradores (1993)-; sin embargo, resultan limitados al ser estrictamente monetarios, como se muestra en la Tabla 1.

¹⁰ Este modelo es uno de los primeros intentos de controlar sistemáticamente la degradación de la naturaleza hecha por las actividades económicas. Los indicadores de presión describen la influencia que ejercen las actividades humanas sobre el ambiente. Los indicadores de estado miden la calidad del ambiente y el *stock* disponible de recursos naturales. Los indicadores de respuesta muestran las reacciones sociales ante los problemas ambientales.

¹¹ Se denomina así porque supone que existen posibilidades de sustitución entre las diversas formas de capital, es decir, el *stock* total de capital es lo que importa y no su composición, de tal forma que el modelo se construye sobre una función de producción con elasticidad de sustitución entre capital natural y material. Por ello, sus críticos y opositores la han denominado sustentabilidad débil, pues las posibilidades de sustitución del capital natural por otros bienes es limitada; así se puede mencionar que una de ellas son las funciones de soporte de la vida, que si no existe la vida del planeta no podría mantenerse (Stiglitz, 1979), otra característica que limita la sustitución es la incertidumbre o desconocimiento que se tiene de las funciones e interrelaciones entre los componentes de ciertos ecosistemas, lo que llevaría a descomponerlos si le falta algún elemento (Pearce y Turner, 1995). Este enfoque además de considerar que existe la posibilidad de sustituir los

Por otro lado, los índices de sustentabilidad fuerte¹² funcionan a partir del capital natural crítico y son más ecológicos, así se pueden mencionar los siguientes:

- a) Capacidad de carga. Se refiere a la “población que un ecosistema es capaz de soportar sin verse alterado significativamente” (Llull, 2003: 51).
- b) Huella ecológica. Herramienta que mide el impacto humano (su consumo) sobre los productos y servicios de la naturaleza. Esto no se torna delicado mientras la demanda no sobrepase la capacidad de carga global. También estima cuánta naturaleza utiliza la gente hoy para sostener su actual estilo de vida.

Los cálculos se basan en dos factores:

- Medir la mayoría de los recursos que se consumen.
 - La mayor parte de desechos que se generan. Muchos de estos recursos y flujos de desechos se pueden convertir en áreas biológicamente productivas.
- c) Índice de planeta vivo. El cual mide el estado de la biodiversidad mundial a partir de las tendencias de las poblaciones de especies vertebradas en ecosistemas terrestres, de agua dulce y marinos.
 - d) Índice de bienestar económicamente sostenible. Integra valores económicos de desarrollo, como la distribución del ingreso, el daño y la pérdida de calidad ambiental.
 - e) Resiliencia. Se puede definir como la capacidad de resistencia o de recuperación de un determinado ecosistema.

bienes ambientales por capital manufacturado, con la idea de medir esos bienes ambientales y su deterioro en términos monetarios, se apoya en la tesis de que la riqueza es buena para el ambiente ya que a través de ella se puede corregir su deterioro (Martínez, 1998).

¹² Se fundamenta en el valor que tiene la naturaleza por sí misma y provee al ser humano de funciones que son irremplazables, este capital natural no sustituible se le denomina capital crítico (Pearce y Turner, 1995). La noción de sustentabilidad fuerte se define a partir de que se requiere que el capital natural no disminuya y que el resto del capital se mantenga constante o aumente, de tal forma que los recursos naturales y ambientales deben conservarse para que puedan continuar proporcionando los servicios indispensables para la vida.

La importancia de estos índices ecológicos y económicos trasciende a la actuación de los diversos países a favor de la sustentabilidad. La información que proporcionan es útil, relevante e indispensable en el proceso de planificación económica de bienestar social. El uso de indicadores de sustentabilidad responde a una estrategia de conservación del ambiente con desarrollo económico, sin que se expresen exclusivamente instrumentos bajo criterios crematísticos.

Tabla 1. Índices de sustentabilidad débil

Índice	Indicadores
Producto verde nacional neto	Las cuentas de recursos naturales Las cuentas satélite Los ajustes en el sistema de cuentas nacionales Depreciación de recursos naturales no renovables Depreciación de recursos naturales renovables Depreciación de la calidad ambiental
Ahorro auténtico o ahorro neto ajustado	Consumo de capital fijo Gastos en educación Explotación de recursos energéticos Explotación de recursos minerales Explotación neta de los bosques Daños derivados de las emisiones de CO ₂
Riqueza per cápita	Crecimiento total de los recursos Crecimiento de la población
Otros índices	Índice de Desarrollo Humano (IDH) Índice Piloto de Sustentabilidad Ambiental (IPSA)

Fuente: elaboración propia, a partir de Labandeira *et al.* (2007: 44-52).

De acuerdo con el Banco Mundial (CEPAL, 2001), los países desarrollados han logrado avanzar en el diseño e implementación de los indicadores de sustentabilidad. México ha logrado prosperar en términos relativos¹³; su

¹³ En un estudio realizado por Quiroga (2001), se plantean algunas características y limitaciones que tienen los países como México para avanzar en el tema de producción estadística ambiental: la escasa comparabilidad de estadísticas generadas a nivel nacional con la de países de la región, el trabajo de las agencias internacionales muchas veces publica estadísticas basadas en metodologías que no son adecuadas a los países de la región latinoamericana, las variables ambientales que se miden o estiman y provienen de una multiplicidad de fuentes lo que limita su evaluación, la dispersión y atomización de la oferta de datos que se da por diversas instituciones, es decir, cada país recoge sus datos de acuerdo con sus necesidades y particularidades, lo que dificulta el avance en las metodologías de medición.

incorporación al desarrollo de indicadores se dio a partir de la convocatoria realizada por la Comisión de Desarrollo Sustentable (CDS) de Naciones Unidas, en abril de 1995, y aunque no participó desde el principio en la prueba piloto, si se incorporó a los talleres en 1997 junto con otros 21 países.

Actualmente México cuenta con dos sistemas de mediciones de sustentabilidad: el Sistema de Cuentas Económicas y Ecológicas de México, que incorpora mediciones ambientales en las Cuentas Nacionales, y los Indicadores de Desarrollo Sustentable, que dan cuenta de variables económicas, ecológicas, sociales e institucionales (Rivera y Foladori, 2006).

A través del Sistema Nacional de Indicadores Ambientales (SNIA) también se ofrece información sobre el estado del ambiente y de los recursos naturales del país. Los indicadores muestran aspectos relacionados con la conservación, recuperación y uso sustentable. La base está integrada por 115 indicadores prioritarios de la agenda ambiental nacional y se complementan con alrededor de 450 variables que aportan información del contexto.

Tabla 2. Marco de referencia

Modelo Presión (directa/indirecta)-Estado-Respuesta	Función del indicador Facilitar la comunicación mediante información clave y visión holística
--	--

Definiciones:

Indicador: parámetro o sus derivados que provee información de un fenómeno, con un significado que va más allá del directamente asociado a los datos en sí mismos.

Criterios mínimos de selección

Representativo de las condiciones de presión, estado o respuesta del fenómeno

Sensible a cambios en la condición del ambiente y las condiciones humanas

Que esté teóricamente bien fundamentado

Que sea accesible con una razonable relación costo-beneficio

Que esté adecuadamente documentado

Que se actualice regularmente

Indicadores básicos del desempeño ambiental						
<i>Atmósfera</i>	<i>Agua</i>	<i>Suelos</i>	<i>Residuos</i>	<i>Biodiversidad</i>	<i>Forestales</i>	<i>Pesqueros</i>
Calidad del aire Cambio climático Ozono estratosférico	Disponibilidad Calidad	Suelos	Residuos sólidos urbanos Residuos peligrosos	Ecosistemas terrestres Ecosistemas acuáticos Ecosistemas oceánicos Especies	Recursos forestales	Recursos pesqueros

Fuente: SEMARNAT, 2012.

Alrededor de los indicadores básicos y clave, el SNIA también incluye otro tipo de indicadores complementarios que, aunque pueden tener propósitos diferentes, son relevantes en el desempeño ambiental en tres ámbitos: estatal, internacional y regional. Los primeros están orientados a particularidades locales y deben ser desarrollados por los organismos ambientales a nivel estatal. Los indicadores internacionales pertenecen a iniciativas internacionales en las que México participa. Los regionales corresponden a zonas geográficas de importancia estratégica o con características particulares.

1.4 Turismo y sustentabilidad

El turismo ha tenido un rápido crecimiento en el mundo como actividad económica y social: se ha recuperado a pesar de la crisis que lo llevan a detenerse por periodos consecutivos (2001-2003). Aunque su avance ha sido irregular en los últimos periodos, la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2014) reportó que durante 2013 hubo 1.087 millones de turistas alrededor del mundo, además de mantener sus pronósticos de 1,560 millones de llegadas internacionales para 2020.

En 2012 el turismo en México aportó 8.4% al PIB nacional, con la participación de empresas de transportación, restauración y hotelería; generó 2,450,231 empleos (SECTUR, 2013).

Lo anterior confirma que el turismo en la actualidad y en un futuro próximo continuará siendo un sector con una fuerte dinámica expansiva, ya que

su evolución es equitativa al incremento del nivel de vida de la población; sin embargo, el proceso globalizador, con la aparición de nuevos destinos y el acercamiento de las distancias, debido al abaratamiento del transporte y la incorporación de nuevas tecnologías, supone un cambio radical en el comportamiento de los individuos y las empresas, que lógicamente incide en el turismo (Mochón, 2004).

La Organización Mundial de Turismo, en su Visión 2020, plantea que en la era de la globalización el turismo es un motor capaz de atenuar la pobreza y la desigualdad mediante la creación de pequeñas y medianas empresas y nuevos puestos de trabajo, lo cual puede elevar “la conciencia ambiental, cultural y social”. Además, se considera una actividad multidimensional, un factor decisivo para ampliar oportunidades de desarrollo, equilibrar la distribución del ingreso y el uso sustentable de los recursos, capaz de detonar las economías por su potencial para la captación de divisas (OMT, 2004).

Esta visión del turismo explica su desarrollo a partir del crecimiento económico, muestra su efecto multiplicador para generar relaciones con otras actividades económicas formando encadenamientos y eslabonamientos productivos. Por tanto, el desarrollo es generado gracias a la intersectorialidad que el turismo mantiene con otros sistemas económicos.

Ibáñez y Ball (2002) definen el efecto multiplicador turístico como el resultado de la concatenación de los efectos del consumo turístico. A diferencia de la producción de bienes materiales, en la actividad turística interviene un mayor número de agentes públicos y privados, que inciden directa o indirectamente en el desarrollo del sector. Este desarrollo se encuentra vinculado al consumo de la demanda turística o a la demanda de bienes y servicios dispuestos a satisfacer al turista; sin embargo, los beneficios no sólo se reciben para el sector, sino que existen otros que, aunque no se encuentren en contacto directo con la demanda, también resultan beneficiados (Figuerola, 1985). Entonces, con el desarrollo intersectorial se origina un efecto multiplicador, pues con la llegada de las corrientes turísticas a un lugar se generan demandas sobre los bienes y servicios que se enlazan para desarrollar actividades terciarias.

La actividad turística incorpora elementos ambientales que son condición para su desarrollo. El turismo no puede prosperar sin un clima agradable, playas hermosas, paisajes atractivos, pero, además, sin la interacción cultural y humanizada de los sitios receptores que brindan su patrimonio a costa del crecimiento económico.

Bajo esta concepción, la Organización Mundial de Turismo (OMT) es la institución que logra conseguir y mostrar las estadísticas que fundamentan el desarrollo producido por el turismo, muestra estudios y evidencias sobre las aportaciones al PIB, la cantidad de personas que viajan, los gastos que efectúan, los beneficios generados con las derramas económicas de los diversos desplazamientos internacionales, entre otros. La visión optimista de la OMT propugna por un turismo favorable para los países desarrollados, primero como consumidores de recursos naturales, atractivos culturales, tradiciones y prácticas turísticas, y posteriormente como inversionistas y comercializadores de los mismos.

Lee (1998) argumentaba la efectividad del turismo como instrumento de desarrollo, pero hacía hincapié en sus estudios sobre las relaciones de dependencia existentes entre los países capitalistas avanzados y los que no lo son. Así, el turismo es concebido como una enorme industria internacional de servicios que dan cabida a las grandes masas turísticas. Menciona: “los países dependientes de América Latina, con su abundancia de materia prima turística (atracciones exóticas culturales y naturales, climas cálidos y mano de obra barata), son considerados por empresarios, tanto extranjeros como nacionales y representantes de gobiernos locales, como algo natural para el desarrollo turístico”.

De tal forma, el turismo también muestra una dependencia económica entre los países de origen y de destino. Entre aquellos lugares que, con un marcado crecimiento económico y desarrollo social, envían en masa a sus turistas para goce y disfrute de los recursos naturales y culturales de los países en vías de desarrollo, que se vuelven dependientes del consumo turístico de sus habitantes, de las inversiones de grandes cadenas hoteleras y franquicias restauranteras, mismas que se manejan bajo una propiedad conjunta.

En esta línea, los turistas mantienen una situación favorable para sus intereses: con pocos ingresos pueden disfrutar de las bellezas naturales de casi todo el planeta, aunque a veces resulta incosteable reparar los daños y el deterioro ambiental que ocasionan dichas visitas.

Bajo esta relación de dominio, corresponde revisar cuál es el papel que desempeña el Estado en términos de regulación normativa y de incentivos económicos a favor de la industria turística. Pero no sólo eso, sino cuáles son las acciones que se emprenden para fomentar la autorregulación a través de procesos cooperativos y menos costosos para la sociedad. También es necesario revalorizar el papel social y cultural frente al progreso económico, ya que el turismo responde a la profunda necesidad humana de desplazarse, de cambiar de medio, experimentando continuos cambios.

En este sentido, es decir, aquel que promueve el turismo y su efecto multiplicador, los destinos turísticos son pensados como *clusters*, integrados por elementos abastecedores de *inputs* y elementos que salen de la actividad como *outputs*, en ellos se organizan cadenas productivas de diversa naturaleza, que resultan en la concentración espacial de actividades productivas.

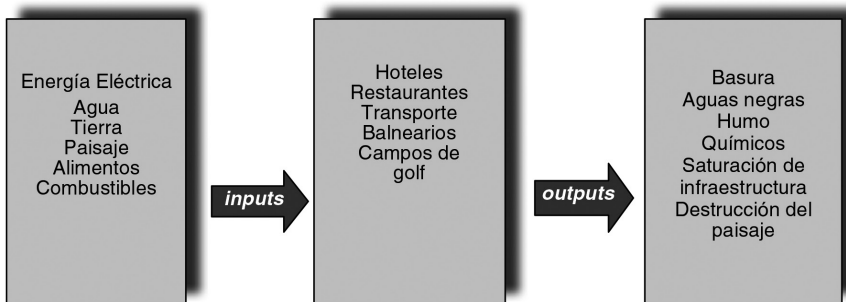
El análisis *input-output* explica el efecto que la demanda turística puede tener sobre la demanda final o sobre la producción de otros sectores de la economía, de tal forma, a partir de ese análisis se puede comprobar si una rama productiva utiliza *inputs* procedentes de otras ramas o también si los productos o servicios que genera como *outputs* son utilizados más adelante en otras actividades (Calderón, 2005).

Hirschman (1958) distingue entre encadenamientos productivos (hacia delante) y eslabonamientos productivos (hacia atrás) del sector turístico. Considera a los primeros como insumos intermedios que serán utilizados por otros productos y servicios, mientras que los eslabonamientos productivos permiten cuantificar la capacidad de un sector para provocar el desarrollo de otros.

Rey Graña (1998) realiza un análisis de *input-output* al sector turístico español e identifica una gran cantidad de eslabonamientos y encadenamientos productivos

en las diversas ramas que integran el sector. Los resultados varían de acuerdo con cada rama turística: hoteles, restaurantes, agencias de viajes, transporte aéreo, camping, etc., pues cada uno de ellos representa un eslabón en la cadena final de satisfacción al turista denominado modelo de industria turística.

Figura 1. Enfoque *inputs-outputs* de la industria turística



Fuente: elaboración propia

Este análisis constituye un elemento diferenciador significativo, pues “el sector consume recursos ambientales en forma de inputs y genera outputs indeseados en forma de contaminación” (Llull, 2003: 38). En la cadena de abastecimiento que la industria turística presenta de cara a la sustentabilidad, los *inputs* y los *outputs* no deben ser evaluados solamente de manera cuantitativa, sino que debe otorgarse su verdadera significación con el progreso de las comunidades. Así, los *inputs* tendrían que ver con la contratación de proveedores locales, consumir alimentos de producción local, trabajar con microempresarios y artesanos de la comunidad, utilizar mano de obra del lugar, entre otros, además de verificar los impactos que los *outputs* tienen (Font, 2008).

En la búsqueda de convertir al turismo en un sector productivo con mayor potencialidad de desarrollo, los *clusters* han significado verdaderas aglomeraciones territoriales, que dan lugar a problemas ambientales. De lo antes expuesto se puede concluir que, si bien el desarrollo conlleva una serie de ventajas, también

plantea una cantidad de retos que deben afrontarse si se pretende alcanzar el desarrollo sustentable.

Por otra parte, la actividad turística se concibe como un acto que supone un desplazamiento que conlleva un gasto de renta, cuyo objetivo principal es conseguir satisfacción y servicios que se ofrecen a través de una actividad productiva generada mediante una inversión previa (Figuerola, 1985). Esta definición, totalmente económica, integra entre sus elementos el consumo de bienes y servicios, el gasto, la generación de la riqueza, la satisfacción de necesidades y la actividad productiva.

Se destacan dos importantes elementos que integran el turismo: la demanda y la oferta turística. La primera es entendida como las corrientes turísticas que se desplazan de un lugar a otro, diferente de su residencia, y que con ello generan impactos sobre todo económicos en los lugares de destino. Esta perspectiva plantea que los turistas tienen diversas motivaciones para realizar su viaje, donde el placer, la diversión, el descanso o el conocimiento, entre otros, provocan una estancia temporal en algún sitio de interés. Por otro lado, la oferta se representa por la cantidad de instalaciones, equipamiento y servicios turísticos para otorgar al turista una estancia placentera.

Muñoz Oñate (1994) entiende a las estructuras hoteleras, de transportación, equipamiento, etc., como un sistema industrial cuyo objetivo es generar beneficios mediante flujos económicos desde el lugar de residencia de los que viajan, hacia el lugar donde pasan las vacaciones.

Se define a la actividad turística como el conjunto de bienes y servicios que consumen los turistas durante su estancia en un destino; se compone de hoteles, restaurantes, servicios de ocio, cultura, campos de golf, museos y otros. Los gustos y preferencias de los turistas para consumir ese bien o servicio conforman la demanda del mismo, y existen factores como el precio y la disponibilidad de renta, que condicionan su utilización.

Muñoz de Escalona (2007) señala que la oferta turística está constituida no por un sólo tipo de bien o servicio, sino por un grupo heterogéneo de diferentes tipos

de recursos, bienes y servicios. Argumenta que entre los recursos se incluye al patrimonio natural y cultural; algunos de ellos son de uso público y se utilizan sin pagar un precio.

Entre los bienes y servicios se encuentran todos los elementos de uso restringido, por los que hay que pagar un precio para adquirirlos o utilizarlos. Esta heterogeneidad es la consecuencia inmediata e ineludible del enfoque de demanda desde el que se formula el modelo convencional con el que se estiman los efectos económicos del turismo.

Siguiendo a Muñoz de Escalona, queda claro que todas las actividades productivas responden a la satisfacción de las necesidades de los consumidores, en este caso los turistas, pero, una vez reconocido esto, existe siempre la perspectiva del productor. Por lo tanto, el estudio e interpretación del turismo como actividad económica puede ser interpretado bajo dos posturas: la de la teoría del consumo y la de las necesidades, que se complementan mutuamente para la observación del comportamiento de los consumidores y del conocimiento de sus gustos y necesidades, desde el cual se adopta el enfoque de la oferta.

Dentro del complejo conjunto de bienes y servicios que integran el turismo, se encuentran también los bienes y servicios ambientales. Difícilmente la oferta turística se desarrolla aislada de los atractivos naturales, de tal forma que los precios de un bien turístico dependen mucho de la valoración que la demanda otorga al bien ambiental que lo rodea. Los gustos y preferencias probablemente sean los determinantes más evidentes de la demanda, pues se reclama aquello que gusta y provoca satisfacción.

El turismo ha dejado de ser un artículo de lujo para convertirse en algo que la gente ha comenzado a desear por encima de otras cosas. A partir de esta reflexión, el nivel de renta se va reduciendo considerablemente.

Este enfoque utilitario y de satisfacción puede resultar subjetivo y mensurable, pues es el propio turista quien determina el grado de satisfacción por parte del bien. En el caso de la actividad turística, existe una cadena de servicios previos y posteriores que, enlazados, logran la satisfacción de un sujeto. Esta relación

resulta ser especialmente importante de cara a la empresa turística, cuya oferta de bienes y servicios depende de otros.

Efectivamente, las condiciones para que la oferta se desarrolle son particulares, pues primeramente debe estar cerca de los recursos naturales y/o culturales que resultan ser el atractivo de los turistas. La distancia entre el destino turístico y el mercado de consumo resulta ser decisiva. La diferencia ambiental entre estos dos espacios también es primordial, pues forman la parte intrínseca del producto turístico. A diferencia de otros sectores, no existe posibilidad de exportación de productos ni de externalidades; por lo tanto, es difícil que haya movilidad de una empresa cuando las condiciones ambientales cambian.

El turismo cuenta con una oferta inelástica conformada por instalaciones, equipamiento y servicios complementarios, frente a una demanda dinámica y elástica orientada por una serie de características particularmente complejas: el uso de recursos naturales y culturales, la interacción con la sociedad, su economía, además de las tendencias cada vez más exigentes de calidad en los servicios y protección ambiental, pues en los últimos años se están produciendo transformaciones cualitativas y cuantitativas de la demanda turística.

Las tendencias del nuevo mercado son cada vez más exigentes, pues predomina un turista moderno, activo, que busca el contacto con la naturaleza y la sustentabilidad ambiental.

Algunas modalidades del turismo se conciben ya no sólo como una posibilidad de generar actividad en las zonas marginadas, sino como estrategias para la conservación de los ecosistemas y recursos naturales, y para el mantenimiento del patrimonio cultural e histórico de los diversos lugares en donde se desarrolla.

1.4.1 Impactos del turismo

El fenómeno y crecimiento turístico han ocasionado problemas en diversos ámbitos, que incluyen la degradación natural, social y cultural, así como la distribución inequitativa de los beneficios económicos, el fomento de actitudes

paternalistas y el aumento de enfermedades. Los problemas aquí mencionados son tangibles e identificables con el turismo de masas, aunque existen evidencias, en diversos estudios de impactos, en donde las nuevas formas de turismo también pueden ser responsables de este tipo de problemas (Mowforth y Munt, 1998).

La complejidad en la descripción de las particularidades que revisten a los impactos económicos, sociales y ambientales del turismo, se forma a partir de la interacción que tienen los diversos actores involucrados en el sector, así como las condiciones que presentan cada uno de los destinos. Sin tratar de generalizar en un ámbito global, se detallan a continuación:

a. Impactos económicos

La importancia del turismo en la economía se refleja en tres ámbitos relevantes: aumento o disminución de su participación en el Producto Interno Bruto (PIB), desarrollo de la infraestructura y crecimiento de la oferta integrada por la gran maquinaria de servicios (Mochón, 2004).

La creciente oferta de productos y destinos en el mercado turístico provoca que la inversión en el sector aumente con el fin de lograr una mejor posición en el *ranking* de participación de cada país en la captación de divisas. El turismo fomenta e incentiva a otros sectores económicos con los que se relaciona, abre nuevos mercados a la agricultura, la pesca, el comercio, la artesanía y la industria manufacturera, entre otros. Sin embargo, estos beneficios económicos pueden verse restringidos si los productos consumidos por los turistas son importados o si la mayoría de mano de obra proviene de otro país.

El gasto que los turistas realizan en el lugar de destino genera empleos, lo que contribuye en las finanzas de individuos y empresas que atienden las necesidades turísticas. Este aumento en empleos y salarios permite a las comunidades disfrutar de más bienes y servicios, además de mejorar su nivel de vida. En relación con la productividad, el turismo es uno de los sectores que integra de manera rápida el uso de las nuevas tecnologías para el comercio electrónico. También el desarrollo de industrias turísticas genera ingresos fiscales al Estado, que se traducen en mejora de infraestructura, equipamiento y servicios a la población.

b. Impactos socioculturales

Los impactos socioculturales del turismo se originan a partir de las relaciones entre turistas y residentes de un destino. Las condiciones son dadas generalmente por la comunidad local y, dependiendo de múltiples factores (cultura, interés económico, religión, etc.), permiten o limitan la aceptación de visitantes.

El turismo puede, por una parte, fomentar el interés y apropiamiento de la historia, el arte, las tradiciones y costumbres del destino, pero, por otro lado, puede haber una aculturación que destruye rasgos identitarios, lo que sucede cuando la comunidad adopta costumbres de los turistas, haciendo desaparecer su propia cultura. Se provoca la mercantilización del arte y la cultura, transformando las tradiciones en un espectáculo étnico o folklórico. Las artesanías locales se tornan productos de venta global, sin identidad; su producción depende, incluso, de países asiáticos. “La cultura se vende por fotografía, pues no sólo los lugares sino los individuos son expuestos como sujetos exóticos” (Varone, 2002: 18).

La aparición y difusión de museos, edificios históricos, así como elementos artísticos y gastronómicos, son algunos de los beneficios que se generan en la localidad receptora. El turismo provoca un cambio radical entre las formas de producción previas a la actividad y las que surgen con ésta. Las poblaciones cambian considerablemente sus medios tradicionales de supervivencia, hay gran inmigración y las condiciones de vida pueden disminuir y no mejorar. La situación de desigualdad entre los que viajan y los que reciben es una inevitable frustración. Además, las comunidades se ven afectadas por problemas de exclusión sobre todo en bienes y servicios ambientales.

El turismo es un fenómeno que no se puede separar de la globalización, y con ella aparecen una gran cantidad de molestias sociales: prostitución, enfermedades sexuales, abuso infantil, delincuencia, alcoholismo y drogadicción, entre otros.

c. Impactos a la naturaleza

El turismo y el ambiente natural siempre han estado y estarán íntimamente relacionados. El entorno ofrece muchas de las atracciones para los turistas; sin

embargo, el desarrollo turístico puede ocasionar impactos¹⁴ tanto positivos como negativos en el ambiente. Dentro de los primeros se pueden mencionar programas de conservación y mantenimiento de parques o reservas naturales, rescate del paisaje, educación ambiental o declaraciones de áreas naturales protegidas.

Los impactos negativos son diversas actividades unidas al turismo, como la caza o la pesca, que ocasionan la pérdida de la diversidad biológica, contaminación de tierra, agua y aire, que se origina a partir de la llegada de turistas a un cierto espacio físico y que, conjuntamente con los servicios y actividades económicas de las que se apoya, generan una gran cantidad de desechos. La erosión del suelo debido a la construcción de infraestructura y el incremento en el consumo de recursos naturales es claro ejemplo de la destrucción del paisaje y la desaparición de las condiciones de vida de las diferentes especies (Llull, 2003).

Las zonas protegidas afrontan una creciente amenaza por parte de los turistas, quienes provocan, inevitablemente, ciertas alteraciones o incluso perjuicios en los destinos visitados. Queda claro que los daños causados a los entornos naturales suelen atribuirse directa o indirectamente a los turistas y a sus actividades; sin embargo, parece poco preciso si las actuaciones asociadas al fenómeno turístico, como la construcción y el desarrollo de infraestructura e instalaciones, son también responsables del efecto negativo en la naturaleza. Es decir, esta creciente sensibilidad por el deterioro ambiental está teniendo un reflejo notable en el terreno económico, muchas veces atribuido a los modelos industriales y crecientes urbanizaciones, lo que hasta cierto punto privilegia a la actividad turística, pues el sector tiene mejor imagen ambiental ante la sociedad, en general, en comparación con otras actividades. Empero, esto ha originado que la empresa turística no desarrolle una conciencia social favorable de la conservación del entorno natural.

Queda claro que la actividad empresarial es una de las principales causas de deterioro natural, a través del uso y consumo de los recursos naturales que la rodean. Además, la construcción de infraestructura carretera, redes de drenaje,

¹⁴ El impacto ambiental es el “conjunto de consecuencias para la salud humana, el bienestar de la flora y fauna y la disponibilidad futura de los recursos naturales atribuibles a las corrientes de entrada y salida de un sistema”, en este caso del sistema turístico (Fundación Fórum Ambiental, 2000: 2).

aeropuertos, campos de golf, restaurantes, así como fraccionamientos y unidades habitacionales que dan cabida a la creciente población, ha ocasionado contaminación visual del paisaje, desplazamiento de la fauna, polución, basura y escasez de agua. Estos daños provocados en la naturaleza fueron señalados en un informe de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) en 1981. Después de más de 30 años las pérdidas de recursos, la contaminación y los desastres ecológicos continúan.

Si bien es cierto que muchos de los problemas ambientales que presenta este país no han sido por el desarrollo de la actividad turística, tampoco el sector ha otorgado apoyo para resolver estas dificultades. Como dice Gómez (2003: 104), “no es posible hablar de desarrollo sustentable, cuando en la mentalidad de nuestras autoridades y de los grupos empresariales del ramo persista la lógica de la racionalidad económica que sólo impulsa el crecimiento turístico y la acumulación de riqueza”.

1.4.2 Turismo sustentable: consideraciones en torno a su conceptualización

Antes de la publicación de *Nuestro Futuro Común* (Fundación Ebert Friedrich, 1987) el tema del turismo sustentable parecía no discutirse. Sus antecedentes inmediatos fueron las posiciones que algunos grupos adquirieron para promover una conciencia ambiental (Hardy, Beeton y Pearson, 2002). La necesidad de disminuir los impactos negativos por parte del turismo, como actividad de desarrollo, motivó a que se iniciaran debates para aportar posibilidades de mejora en la planificación y gestión de los recursos naturales y sociales. Así, la concepción de desarrollo sustentable fue adoptada y adaptada al turismo con la finalidad de conseguir el bienestar de los turistas, residentes y operadores en relación con su entorno, pero sin dejar de lado el crecimiento económico que busca el sector en los destinos (Bramwell y Lane, 1999).

Desde los primeros trabajos de la Organización Mundial de Turismo (OMT) para encontrar la vía que permitiera el desarrollo del sector y la prevención de sus posibles impactos hasta las posiciones actuales, el binomio de turismo

sustentable parece no consolidarse (Ivars, 2001). Nuevos temas y enfoques se asocian a su significado: los impactos de la actividad, el cambio climático, la política ambiental, la globalización, los instrumentos económicos, el papel de las organizaciones, la capacidad de carga y otros tantos aspectos, son estudiados desde diferentes perspectivas disciplinarias (Lu y Nepal, 2009). A pesar de ello, existen vacíos entre lo teórico y lo práctico, y se puede afirmar que el término aún se encuentra en construcción.

La concepción del turismo sustentable se ha desarrollado desde los inicios de la década de 1990, al realizarse el 41 Congreso de la Asociación Internacional de Expertos Científicos en Turismo (AIEST), celebrado en 1991. En esa ocasión se lo definió como “un turismo que mantiene un equilibrio entre los intereses sociales, económicos y ecológicos [...] debe integrar las actividades económicas y recreativas con el objetivo de buscar la conservación de los valores naturales y culturales” (López, 2005: 336).

Posteriormente, fue retomado por la Cumbre de la Tierra, en Río de Janeiro en 1992, el World Wildlife Fund (WWF), el Tourism Concern y la Unión Europea, en 1993. Entonces se inició el proceso de aplicación de la Agenda 21 y de la sustentabilidad al ámbito turístico. Aparecen aportaciones con un matiz sumamente instrumental, como la realizada por la Organización Mundial del Turismo (OMT-WTO) cuando define al turismo sustentable como aquel que “responde a las necesidades de los turistas actuales y las regiones receptoras, protegiendo y agrandando las oportunidades del futuro. Se le representa como rector de todos los recursos de modo que las necesidades económicas, sociales y estéticas puedan ser satisfechas manteniendo la integridad cultural de los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas en defensa de la vida” (WTO, 1993: 23). La cúspide se alcanzó en 1995, en Lanzarote, España, cuando se establecieron 18 principios que guiarían a todos los actores del turismo hacia la sustentabilidad (Carta del Turismo Sostenible, 1995).

Bajo este concepto, dos aspectos resaltan la interpretación: la perspectiva de conservación y el equilibrio entre las dimensiones social, económica y ecológica. La visión de conservación impulsa el aumento de la conciencia de protección a los

ecosistemas (Wilbanks, 1994; Bramwell y Lane, 1999), de tal forma que ha sido un componente determinante en los discursos y declaraciones locales e internacionales. Esta posición de conservación generó que muchos países desarrollados establecieran organismos de protección a la naturaleza (Ludwing, 1990) y, por supuesto, también provocó la aparición de regulaciones y políticas ambientales.

Butler (1991) señala que la posición de conservación en el turismo tiene representaciones en épocas anteriores a la de Cristo, a partir del deseo de preservar animales y recursos naturales para el uso exclusivo de las élites en prácticas recreativas. Aunque se aclara que este ejemplo puede no ser considerado como verdadero antecedente del turismo sustentable en el sentido moderno, sí constituye una forma antigua del mismo, pues reconoce la conservación de los recursos para su uso futuro.

Otra demostración de la visión de conservación, pero ya en el Siglo XIX, se da con la aparición de literatura que expresaba la necesidad de mantener a la naturaleza en armonía con el ser humano. Bajo esta concepción hubo un reconocimiento creciente de preservación de las zonas naturales para futuras generaciones, y así iniciaron las declaraciones de parques nacionales en países como EE.UU. y Australia. No cabe duda de que dicho modelo de análisis descansa en la creación de áreas naturales protegidas (ANP), el uso inteligente de recursos naturales y la necesidad de detener el deterioro ecológico por las repercusiones negativas del crecimiento económico. Es precisamente este discurso el que han llevado los distintos actores que participan en la construcción de la política ambiental.

Por su parte, Korstanje (2010) hace una evocación a las formas de conservación a partir del patrimonio que tenían los habitantes de la antigua Roma para preservar sus usos y costumbres de generación en generación, y muestra un valor asociado a la religión y a la salvaguarda de los bienes materiales recibidos por herencia. En la actualidad el patrimonio es apropiado, en el campo del turismo, como un medio para preservar los recursos legítimos de una zona turística, en el sentido de que representa un medio de consolidación identitaria para los residentes, aunque también se visualiza como un fuerte activo de rentabilidad de

las actuaciones políticas por su capacidad de generar flujos económicos a partir de los visitantes (Prats, 2003: 129).

Bajo el enfoque de conservación, en las zonas turísticas hay una estrecha relación entre el turismo sustentable y la capacidad de carga (Butler, 1980; Mathieson y Wall, 1982; Saarinen, 2006), a partir de que en un espacio deben existir límites de crecimiento, porque, cuando se superan éstos, se pueden afectar los componentes sociales, económicos y naturales quizá de una manera irreversible.

Mathieson y Wall (1982) han definido capacidad de carga como el número máximo de turistas que puede hacer uso de un lugar sin que se produzcan alteraciones. Sin embargo, el término también ha tenido que luchar contra críticas y obstáculos de aceptación, pues la capacidad de carga tiene en principio una condición de escala local (Saarinen, 2006), no existe una capacidad de carga única de destino y, además, la cantidad de turistas que se pueden tener en un espacio dado depende de múltiples condiciones (Hughes y Furley, 1996).

A pesar de las discrepancias existentes entre algunos autores acerca de la capacidad de carga, como marco conceptual del turismo sustentable, es cierto que sigue considerándose una importante herramienta de evaluación, desde el punto de vista territorial, pues refiere la escala en que puede desarrollarse la actividad turística, en un determinado destino, sin producir repercusiones negativas.

Aquí vale la pena rescatar las investigaciones de Herzer (2008), quien reflexiona en torno a la gentrificación de las ciudades –fenómeno que ha caracterizado a los destinos turísticos–. Él explica los procesos de transformación socio-espacial que experimentan estos espacios, ya que inicialmente las actividades económicas, sociales y culturales se aglutinaban en áreas centrales, dejando a las clases populares en las periferias. Sin embargo, cuando se pasa de un consumo de masas a un consumo diferenciado, la tendencia es inversa: las clases poderosas buscan nuevos espacios afuera de las ciudades, provocando con ello el seguimiento del comercio, los servicios, las actividades de ocio y entretenimiento, pero también la segregación de las clases populares que estaban asentadas en esos espacios (Prieto, 2010).

La política turística de las últimas décadas ha fomentado los *clusters* y desarrollos hoteleros e inmobiliarios, expansión que se logra a costa de la especulación de los terrenos rústicos y de la destrucción de los recursos naturales y las viviendas rurales; en este caso la conservación urbana y de la naturaleza se deja de lado para dar paso a inmuebles más costosos para el uso y disfrute del turismo.

La visión de conservación, tan importante en el discurso, se convierte en aparente, pues la atención para mitigar las repercusiones por un desarrollo económico y demográfico se ha centrado en factores que limitan o influyen en el progreso del sector, pero no en plantear los verdaderos límites del crecimiento espacial.

Otro aspecto que se rescata de la conceptualización de turismo sustentable es la búsqueda del desarrollo equilibrado, pues en él todos los elementos funcionan de manera coordinada y tienen el mismo valor (Hunter, 1995; Landorf, 2009; Lu y Nepal, 2009). Sin embargo, la noción de equilibrio ha sido objeto de variadas críticas, pues se vuelve poco realista frente a la gran cantidad de intereses en torno al desarrollo del sector a nivel mundial, además no deja claros los términos de su alcance, la escala y el contexto sectorial (Landorf, 2009). Si bien existen algunos esfuerzos realizados para identificar los efectos negativos del turismo, ante la falta de consenso, sobre cómo debe lograrse el equilibrio, se intenta determinar ese alcance y escala.

En este orden, los daños ocasionados en los destinos han sido históricamente atribuidos al turismo de masas; sin embargo, estudios como los de Butler (1999) y Clarke (1997) demuestran que el turismo de masas puede llegar a ser sustentable. Clarke señala cuáles han sido los cambios en las posiciones del turismo sustentable, utilizando la escala para su enunciación: el primer enfoque, denominado polos opuestos, concibe al turismo de masas como el gran opositor del turismo sustentable, que es visualizado como aquel que destruye los destinos, además de ser operado a gran escala de manera insostenible. Por otra parte, el turismo sustentable es visto como un turismo alternativo, en pequeña escala, que prefiere el individuo al grupo o a las pequeñas empresas en vez de las grandes cadenas hoteleras multinacionales (Wheeller, 1991).

Esta primera postura considera al turismo sustentable como un negocio en pequeña escala. Una segunda posición establece un continuo entre el turismo de masas y el sustentable, pues, para poder llevarse a cabo, hace uso de la infraestructura, transporte y equipamiento establecidos para el turismo de masas, de tal forma que el enfoque continuo sólo propone una actividad encaminada hacia una nueva dirección.

Estas posiciones se ven rebasadas por el creciente movimiento de turistas internacionales a nivel mundial. No se trata de eliminar la práctica del turismo de masas, sino más bien de encontrar formas más sustentables de ejercerla. En ese sentido aparece una tercera perspectiva, la de movimiento, en la cual turistas, funcionarios públicos y empresarios se tornan hacia una gestión más sustentable. El turismo a gran escala es operado a través de grupos de presión y de poder, que ayudan a salvaguardar la calidad ambiental y el patrimonio cultural de los destinos. La cuarta posición propuesta por Clarke es la de convergencia, que representa la comprensión del turismo sustentable como un objetivo a alcanzar, independientemente de su escala, aceptando que el concepto aún está en evolución y eso limita su consolidación. La gran escala sustentable tiene una perspectiva ecológica y una orientación empresarial. La pequeña escala tiene una perspectiva social, local o de destino. Ambas, al correlacionarse, generan un cambio en el comportamiento del sector.

Aparentemente la respuesta no está en la generación de nuevos tipos de turismo, pues el de tipo sustentable ya es posesión de algunos de ellos. Es decir, el turismo sustentable no es una característica de cualquier forma actual de ejercer la actividad, sino un objetivo que se pretende alcanzar. Así pues, la posición más reciente es que lo sustentable puede ser aplicable a todas las formas de turismo, independientemente de la escala. Por lo anterior, algunos autores prefieren utilizar el término desarrollo sustentable en lugar de turismo sustentable, con el fin de evitar una interpretación acerca de la actividad específica que se desarrolla en un destino (Butler, 1993; Hunter, 1997; Wall, 1997).

En otro contexto, los modelos de desarrollo turístico han surgido bajo un enfoque económico, que intenta explicar, por una parte, la relación existente entre los

diferentes elementos que componen al turismo (Butler, 1993), con énfasis en el desarrollo de la industria y el beneficio que adquieren las comunidades receptoras (Oppermann, 1993); y por otro lado, el desarrollo se visualiza a partir del efecto multiplicador que la actividad genera y la facilidad de integrarse en regiones en las que otros sectores no funcionarían.

En relación con lo señalado, la argumentación para conceptualizar el turismo sustentable bajo esta visión no puede soslayar los paradigmas que sustentan a la disciplina. Así, Jafari (1990) estudió cómo los modelos económicos han influido en los enfoques y proporciona una base para comprender el contexto histórico en el que se desarrolló el turismo sustentable, y, de forma similar al planteamiento de Clarke, menciona cuatro plataformas de transición: la de defensa, que concibe al turismo como una alternativa económica viable para los países en desarrollo; la de advertencia: etapa en la que se muestran los impactos negativos del turismo y se inicia una conciencia ambiental entre los agentes del sector; la de adaptación, caracterizada por los defensores de otras alternativas de turismo frente al turismo de masas, articulando recomendaciones para obtener beneficios y, finalmente, la plataforma centrada en el conocimiento: una base que plantea las estructuras y funciones del sistema turístico bajo diferentes enfoques económicos. Cabe mencionar que el modelo de turismo sustentable dio origen a nuevos productos como el ecoturismo, turismo de aventura, agroturismo y turismo rural, etc., como parte del llamado turismo alternativo, cuya práctica promovía la preservación natural y los principios sustentables.

Las plataformas propuestas por Jafari y las posiciones de Clarke revelan el cambio en el pensamiento e interpretación del concepto turismo sustentable.

Es claro que la actividad turística ha sido vista por muchos años como la posibilidad de desarrollo económico de los pueblos, pese a que éste ha sido rebasado por la enorme cantidad de problemas generados en los destinos en ámbitos sociales, culturales y naturales, además de la falta de capacidad para distribuir la riqueza entre todos los participantes.

Con el paso de los años y con el reconocimiento de la afectación que produce el turismo cuando no está bien gestionado, la sustentabilidad gana terreno apoyada por académicos, ONG's, gobiernos y empresarios. Las actitudes sociales hacia las dimensiones de la sustentabilidad se mueven hacia propósitos de ayuda, para salir de los modos de vida centrados en el consumo. El turismo sustentable se ha desarrollado en un contexto que da respuesta a dos paradigmas dominantes: el desarrollo económico y la visión de conservación; sin embargo, es importante considerar, en la construcción e implementación del turismo sustentable, las necesidades e intereses de todos los actores involucrados.

Aunque hay quien afirma que la mayoría de los modelos de sustentabilidad incluyen la colaboración de los interesados y, en particular, la de las comunidades, como elemento significativo en el proceso de desarrollo y en el logro de un sentido de responsabilidad ambiental (Landorf, 2009), para algunos teóricos (Getz y Jamal, 1994) la propuesta se sumerge en una postura idealista, pues en realidad existen pocas posibilidades de una efectiva aplicación. Además, la falta de participación es frecuente cuando se produce la consulta para establecer las estrategias que guiarán la actuación de los agentes involucrados hacia la sustentabilidad. Según Aas, Ladkin y Fletcher (2005), aun cuando los grupos tengan la capacidad de participar, lo primero que hay que superar son los desequilibrios de poder que representan las limitaciones de concertación. A pesar de ello, la colaboración de los interesados sigue siendo un principio dominante para la sustentabilidad en el turismo.

2.1 Responsabilidad social: interpretación y origen

Etimológicamente el término responsabilidad proviene del vocablo “responder”, el cual se deriva del latín *respondere*, definido como “prometer a uno su futuro, prometer o pagar a su vez, corresponder a, guardar la debida proporción una cosa con otra, ser conforme, convenir, contestar a las acusaciones, rechazarlas, debatirlas” (Yepes, Peña y Sánchez: 2007:19); también remite a garante, a asumir algo, a comprometerse a algo ante alguien. Lo anterior implica el comportamiento de un individuo frente a otro u otros.

La responsabilidad compromete las actuaciones y decisiones que las personas realizan en relación con otros o consigo; incluye la responsabilidad ante su propia persona y a qué se compromete para dar a su individualidad cierta significación (Camacho, Fernández y Miralles, 2004).

Navarro (2002: 12) expone: “la responsabilidad se manifiesta de manera consciente en cada persona cuando logra tomar conciencia de que tiene el deber y la capacidad de responder ante los demás por lo que haga y deje de hacer”. Según esta definición, hay que considerar la posibilidad de que a un individuo no sólo se le haga responsable de las consecuencias de sus acciones, sino también las de sus omisiones, aquellas que pudo haber prevenido, haber hecho y no hizo. Esta imputación por las acciones ejercidas u omitidas por una persona es la condición que permite el reconocimiento del individuo como sujeto de responsabilidad.

Los sujetos individuales se relacionan con otros y forman parte de una colectividad por necesidad natural. Sus acciones las realizan al interior de organizaciones,

instituciones o entidades sociales, por tal motivo ese conjunto de acciones, obligaciones y consecuencias constituye la denominada responsabilidad social.

Los distintos niveles de asociación entre personas provocan que la responsabilidad se comparta y se vuelva colectiva; sin embargo, la responsabilidad personal no desaparece, de manera integrada conforma los comportamientos que se presentan en una empresa, iglesia o universidad, y es diferente en cada caso. Por lo tanto, la responsabilidad de cada individuo contribuye a que los grupos en los cuales está inserto cumplan esta función.

Se plantean tres dimensiones de responsabilidad: la personal, la institucional y la social. La primera se refiere a las personas solas o agrupadas. La segunda contempla a las personas y su responsabilidad dentro de una organización. La última considera los efectos que pueden ocasionar las personas en su relación con la sociedad (Camacho, Fernández y Miralles, 2004). Este nexo entre individuos, organizaciones y sociedad, permite construir conjuntamente valores, compromisos, deberes y derechos. Las repercusiones de sus actos impactan igualmente en las tres dimensiones.

Las personas poseen necesidades e intereses diferentes, sus cualidades y aptitudes son aprovechadas por las empresas para alcanzar objetivos comunes, de tal forma la función social configurada en las organizaciones a partir de la combinación de esos factores se puede dividir en tres tipos (Yepes, Peña y Sánchez, 2007: 32):

1. Las que se constituyen con el objetivo de proteger y brindar cuidado y atención a la sociedad en general, integradas en las llamadas organizaciones públicas y cuya función social es de carácter teleológico.
2. Las que buscan apoyar la labor de cuidado de la sociedad de las organizaciones públicas, llamadas del tercer sector y constituidas por organizaciones no gubernamentales (ONG's), asociaciones... y cuya función social es de carácter deontológico.
3. Las que prestan un servicio a la sociedad pero esperan a cambio una retribución económica, tales como las empresas que cumplen una función social de carácter utilitarista.

De acuerdo con la función y propósitos que ejercen las empresas en su entorno, es que, como consecuencia, se observa lo que hacen o dejan de hacer las organizaciones y hasta donde se extiende o limita su responsabilidad.

2.2. Responsabilidad social empresarial (RSE)

El proceso histórico del concepto responsabilidad social empresarial (RSE) muestra como primera referencia la idea de Andrew Carnegie, de 1889, que le daba a esa cualidad un sentido totalmente filantrópico, pues la concebía como los beneficios sociales que otorgaban las organizaciones a los pobres después de haber acumulado riqueza. Más adelante, esta significación cambió como resultado de las presiones que ejercieron los grupos laborales en los años cuarenta del siglo pasado, ampliando su alcance a aspectos económicos y sociales.

Hacia los años 50 y 60 se generó un debate sobre la ética en los negocios, que introdujo planteamientos de corte religioso y académico, tratando de encontrar el vínculo entre la actividad económica y su responsabilidad con la pobreza, degradación ambiental y conflictos sociales. Pero es en 1973 cuando se reconoce, en el Foro Económico Mundial de Davos, Suiza¹, que la función de las empresas es servir a los consumidores, a los trabajadores, al capital y a la sociedad con la finalidad de conseguir un equilibrio de intereses y de bienestar. A esa declaración se unieron, tres años más adelante, la Organización para la Cooperación Económica y el Desarrollo (OCDE) y la Organización Internacional del Trabajo (OIT) (*idem*).

Una posición contraria a la anterior fue la de los economistas liberales Milton Friedman, Friedrich Von Hayek y Leavitt, quienes desde años atrás venían exponiendo que la única función de las empresas era ser negocios rentables, y la única responsabilidad era para con sus accionistas.

¹ En Davos se concentran desde 1971 los más importantes representantes políticos y económicos del mundo, tratando de encontrar el verdadero camino hacia el crecimiento económico global. Sin embargo, Lewis Lapham describe que los discursos económicos de los últimos años del siglo pasado estaban reducidos a una subordinación política y de los gobiernos (Perdiguero, 2003).

Friedman (1970) proclama, en su artículo *The only business of business is business*, que la responsabilidad empresarial debe orientarse primeramente a cumplir las leyes que rigen el comportamiento económico del libre mercado y, segundo, a ser administradas eficientemente, aprovechando al máximo sus recursos con la finalidad de ser competitivas y ofrecer buenos resultados a sus accionistas. Estos argumentos se extienden hasta la actualidad. Los directivos de empresas multinacionales líderes en los negocios consideran que las inversiones generadas por responsabilidad social resultan ser un robo para los accionistas, que las empresas habrían de preocuparse más por su obligación en el pago de impuestos, pues a través de ello se otorga un beneficio para la sociedad.

Friedman fue uno de los más influyentes críticos de la RSE en la literatura. Su constante reclamación era hacia las actividades gubernamentales, pues nunca culpó a los empresarios y sus organizaciones por tomar posiciones ventajosas con intereses estrictamente capitalistas, más bien criticó la descompuesta relación que se produce entre las empresas y el Estado, ya que de este último depende la creación y ejercicio de las políticas públicas ineludibles para la regulación empresarial.

En correspondencia con lo anterior, varios han sido los teóricos que soportan el concepto de la RSE en las políticas públicas. Galbraith (1992) y Baumol y Oates (1982) han destacado la importancia de la sociedad en la definición de las reglas del juego económico. Recalcan que “la orientación ética de las empresas corresponde a las instancias que regulan la política económica y a la legislación que restringe la actividad empresarial” (Perdiguero, 2003: 146).

En los últimos años, la concepción de la RSE se ha construido a partir de las características y comportamientos empresariales, pues se percibe a la organización como una institución social que colabora con numerosos agentes durante su actividad. En ese sentido, la empresa adquiere responsabilidad por los efectos negativos que tiene sobre la sociedad y la naturaleza (Frederick, 1994).

2.2.1 El poder social de las empresas y la ciudadanía corporativa

Los estudios asociados a las llamadas teorías políticas de la RSE refieren el poder social que alcanzan las empresas en la medida que aumentan su participación en la economía e influyen decisivamente sobre las formas de vida de una sociedad. Las empresas son determinantes en la generación de riqueza y desarrollo de los lugares donde se localizan. En ellas también se deciden los productos que se van a vender en el mercado y cuáles serán las inversiones para generarlos. Además, tienen la capacidad de influir en el nivel de consumo de la población a través de la mercadotecnia que operan y de los bienes y servicios que producen. De tal manera, el poder económico que éstas ejercen sobre la sociedad es enorme. Ello trasciende al ámbito social cuando se generan empleos para la población y se reciben beneficios complementarios, marcando con ello la calidad de vida de sus empleados y las distribuciones salariales de las zonas donde se ubican. De la misma forma, inciden sobre la cultura de la sociedad y el ritmo de la vida familiar.

Las empresas tienen una gran influencia política sobre las estructuras de gobierno y una fuerte participación partidista que les permite efectuar negociaciones de trabajo e inversión (Álvarez, Díez, Puerto y Vázquez, 2006). El poder e influencia sobre las sociedades y el impacto positivo o negativo que generan en ellas, las compromete de igual forma a responderles; es decir, “cuanto más grande es el poder de una organización, mayor es el alcance de su responsabilidad” (Camacho, Fernández y Miralles, 2004: 71).

En el sentido estricto de la palabra responsabilidad, existe una obligatoriedad en la RSE cuando la empresa reconoce ante otros los efectos de su actuación o de la actividad que ejerce. Este concepto proviene de las nociones de obligación y garantía que se da por la existencia de daños o perjuicios -ya sean físicos, morales o materiales-, que pueden llegar a derivarse en consecuencias jurídicas.

Preston y Post (1981 en Alcoberro, 2007) enfatizan el carácter público de la actuación empresarial, considerando que la legitimidad de las organizaciones se consigue a partir de dos caminos: el cumplimiento de la ley y la opinión pública. Sin embargo, la RSE ha sido reconocida como una práctica que va más allá del

cumplimiento de las leyes. Hacerlo es una obligación de las empresas para poder operar, y no cabe duda de que esta observancia representa un cumplimiento con la misma, puesto que la empresa que no cumple con sus obligaciones legales difícilmente podrá ser responsable con otros aspectos de su actividad. A partir de lo anterior se puede apreciar una primera significación de la obligatoriedad de la RSE, enmarcada en la obediencia de las normas y leyes tanto del orden social como legal (Donaldson y Preston, 1995).

Una segunda consideración de obligatoriedad de la RSE es la de la empresa, que debe ser responsable con todos sus *stakeholders*², es decir, con cada individuo o grupo de individuos que se relacionan con ella. Camacho, Fernández y Miralles (2004) identifican que, cuando el sujeto se hace cargo de la incidencia de su propia acción sobre otros, se está aplicando la ética a la responsabilidad social, pues la empresa no ignora los efectos de su actividad sobre la sociedad o la naturaleza; de tal forma, contribuir a la reparación del daño y tratar de solucionar los problemas de la sociedad le otorga a la RSE un carácter voluntario.

Crouch (2006), Lizcano y Moneva (2004), Toro (1998) y Carroll (1979) coinciden en que la RSE es un conjunto de actuaciones voluntarias por encima de lo requerido por la ley, con diversas finalidades, que pueden ir desde el mejoramiento de los problemas sociales y económicos de las comunidades hasta el planteamiento de tipo estratégico para incrementar la reputación; sin embargo, Fussler y James (2004) hacen hincapié en que este enfoque voluntario pierde su integridad y credibilidad si no puede demostrar su progreso.

En respeto a la legislación y los compromisos que establecen sus propios principios éticos, la empresa se adapta al entorno social en busca de la legitimación. Es por esta vía que adquiere significado el término de ciudadanía corporativa, la cual se refiere a la contribución que la empresa hace a la sociedad a través de las actividades propias de su negocio, la inversión social, los programas de filantropía y la participación en las políticas públicas (World Economic Forum, en Melé, 2009).

² Grupos de interés del entorno empresarial.

Esta perspectiva destaca que las empresas son parte de una comunidad y deben participar en la vida social respetando los derechos humanos universales y contribuyendo de manera diferente al bienestar. El ejercicio de estos roles y la forma en que sean comunicados al público, puede llegar a influir en la composición de la reputación de la empresa (Wartick y Cochran, 1985; Brown, 1998; Villafaña, 2004).

2.2.2 La RSE: un enfoque de competitividad

El análisis de la actividad empresarial lleva a identificar una serie de elementos que dan sentido a sus funciones, tal es el caso de la RSE, la cual debe verse como un componente legítimo y cada vez más importante en la estrategia de negocios (Orlitzky, 2005 en Porto y Castromán, 2006). Es decir, la RSE se ha visualizado como una estrategia para alcanzar la competitividad, pues se genera bajo intenciones empresariales, tales como mejorar la reputación o imagen de la compañía. Autores como Porter y Kramer (2002), Waldman, Siegel y Jaridan (2006) y McWilliams *et al.* (2006) han destacado los enfoques particulares de la Visión Estratégica de la Empresa y la Visión de los Recursos y Capacidades.

En este marco, se dice que una empresa tiene ventaja competitiva cuando posee un elemento de diferenciación de un producto, proceso o servicio, que es reconocido por el mercado y los competidores y que transforma el escenario de negocios a favor de quien la detenta (Barney, 1991; McWilliams *et al.*, 2006). Esta ventaja puede consistir en la calidad de los servicios, el uso eficiente de los recursos, la tecnología instalada para la operación de los servicios, la ubicación, los menores tiempos de producción o la disposición de información veraz y oportuna de lo que se oferta, además de las buenas prácticas laborales y ambientales a favor de los derechos humanos o la naturaleza.

Así, la competencia global impulsa a las empresas a mejorar sus condiciones de operación, de tal forma que su funcionamiento sea permanente y mantenga un mejoramiento continuo, al establecer una ventaja competitiva desarrollando recursos, habilidades y capacidades para lograr la eficiencia, la calidad, la innovación y sobre todo la satisfacción de los actores con los que se relaciona.

La empresa se concibe, entonces, como un espacio-tiempo en el que se acumulan conocimientos, capacidades y experiencias, incorporadas a través de rutinas organizativas (Anthropos, 1999). La consideración de la empresa como un conjunto de recursos y capacidades busca identificar el potencial que posee o a los que puede acceder (Navas y Guerras, 1998), además de la conexión existente entre los resultados y la habilidad para aprovechar sus capitales humanos y físicos (Penrose, 1959; Rumelt, 1984; Wernerfelt, 1984).

Esta teoría concibe a la empresa como una colección única de recursos y capacidades, que no se pueden comprar ni vender libremente en el mercado y que se aprovechan para alcanzar una ventaja competitiva y posicionarse dentro del mismo (Rumelt, 1984; Wernerfelt, 1984; Conner, 1991). Los recursos, según Gisbert (2002), pueden ser clasificados en tangibles e intangibles. Los primeros son más fáciles de detectar y se integran por el tamaño de las instalaciones, su localización, las reservas de materias primas o de producto acabado, la maquinaria y el capital, entre otros; son elementos que pueden diferenciar a la empresa de sus competidores. Si la empresa cuenta con recursos más modernos, más avanzados tecnológicamente, es obvio que posee una ventaja; sin embargo, la duración de dicha ventaja dependerá de la capacidad de la competencia para adquirir el mismo tipo de recursos si es que éstos se hallan en el mercado.

Los recursos intangibles no son fáciles de copiar o de comprar. Los procesos de gestión, así como el reconocimiento por parte del público, son dos buenos ejemplos de recursos intangibles. Algunos estudios confirman que los consumidores se muestran a favor de los productos o servicios ofrecidos por empresas social y ambientalmente responsables (Brown y Dacin, 1997; Harvey, 2001), lo que significa un elemento de diferenciación. Otro recurso intangible es el que se relaciona con la cultura de la empresa en diferentes ámbitos; un ejemplo es la forma de actuar de la organización frente a los problemas de contaminación que se presentan en las regiones o la ejecución de programas para el desarrollo social de la comunidad donde se ubica.

La base del éxito de las empresas parece estar en su capacidad de movilizar un conjunto de recursos humanos, materiales y tecnológicos de forma integrada,

es decir, la verdadera ventaja de una organización no proviene exclusivamente de la tecnología utilizada sino de la forma de trabajar y combinar sus recursos disponibles. En ese sentido, Marín y Rubio (2008) han demostrado en un estudio que la RSE contribuye al éxito competitivo a través de una adecuada gestión de recursos y de la satisfacción de sus grupos de interés.

2.2.3 La visión de los grupos de interés (*stakeholders*)

La perspectiva de las partes interesadas (*stakeholders*) se basa en que, más allá de los accionistas, existen otros grupos de interés en las decisiones y actuaciones de las empresas (Freeman, 1994). Ello ayuda a comprender la actuación de las empresas, ya que aporta un carácter moral y voluntario en el comportamiento responsable de las mismas (Freeman y Reed, 1983), con diversos agentes de interés, pero también manifiesta un enfoque hipotético cuando los tomadores de decisiones adoptan o rechazan ciertos principios o prácticas de gestión para lograr o evitar ciertos resultados organizacionales relacionados con sus interesados (Argandoña, 1998; Maignan, 2001).

Bajo una orientación normativa, las empresas realizan determinadas actividades con la pretensión de mantener una buena relación con las autoridades gubernamentales acatando lo que marca la ley (Donaldson y Preston, 1995). En consecuencia, este enfoque establece que los comportamientos empresariales están en gran medida determinados por la influencia que mantienen los diversos grupos de interés sobre la empresa y viceversa.

La visión de los *stakeholders* para la RSE puede ser interpretada en dos sentidos (Castelo y Lima, 2007; Melé, 2009): estricto, que integra a todos aquellos interesados (primarios), quienes con su participación permiten la permanencia y supervivencia de la empresa (accionistas, empleados, clientes, proveedores, gobierno y sociedad), y de sentido amplio, que incluye a cualquier grupo o individuo (interesado secundario) que pueda afectar o ser afectado por la empresa, pero que no es esencial para su subsistencia. No obstante, se manifiestan algunos problemas con esta clasificación, pues se muestra la dificultad de integrar a aquellos

interesados silenciosos que no pertenecen a un grupo humano, como es el caso del entorno natural (Phillips y Reichard, 2000; Capron, 2003; Buchholz, 2004). La dificultad se presenta al considerar al ambiente natural como un actor, ya que la mayoría de las definiciones de este supuesto suelen tratarlos como individuo y, por lo tanto, se puede decir que sólo los humanos son capaces de generar obligaciones necesarias para tener la condición de interesados.

Jacobs (1997) sostiene que entre los intereses legítimos de la empresa existe preocupación por el ambiente natural, lo que hay que tener en cuenta y considerar en las estructuras de decisión, ya sea de la empresa o de la misma sociedad.

El argumento subyacente es saber cuál grupo de interés es considerado más importante para los dirigentes; tres factores influyen para otorgar la prioridad: el poder de influencia en la empresa, la legitimidad de la relación con la empresa y la urgencia de la reclamación a la empresa (Mitchell, Angle y Wood, 1997). Pese a ello, la teoría de los *stakeholders* no otorga ninguna prioridad a un actor sobre otro, es entonces cuando se afirma que llegará el momento en que algunos grupos se beneficien a expensas de los demás (Castelo y Lima, 2007). Así, la visión propuesta es que cada actor involucrado directa o indirectamente en las actividades de la empresa es parte del eslabón que agrega valor y bienestar para todos (Freeman y Gilbert, 1992).

Diversos estudios refieren la importancia de los *stakeholders* con los objetivos de desempeño empresarial; incluyen la rentabilidad y el crecimiento (Preston, Sapienza, y Miller, 1991; Kotter y Heskett, 1992, García y Armas, 2007a).

Específicamente la investigación de Brine, Brown y Hackett (2007), en el contexto australiano, muestra una alta correlación entre el desempeño financiero y la gestión de la empresa con su impacto social. De igual forma Chamhuri y Siti (2008) muestran que las empresas multinacionales que practican la RSE lo hacen porque los gobiernos de los países donde se ubican los someten al cumplimiento de las leyes, pero también porque se enfrentan a fuertes presiones de grupos sociales y ambientalistas que exigen el buen comportamiento empresarial. Tener buena imagen y reputación, generar lealtad entre los clientes y empleados, y reducir contaminantes, son atributos gratamente aceptados por los grupos de interés.

2.2.4 La perspectiva ética de la RSE

Algunos autores han abordado la RSE bajo un enfoque ético y moral, en el sentido de interpretar a la empresa como una entidad compuesta por recursos humanos, en donde la toma de decisiones es otorgada por un individuo, llámese gerente, director o propietario. De tal forma, las actividades empresariales son realizadas a partir de los comportamientos de quienes las componen o dirigen. La dimensión ética de la empresa se clarifica a partir de la capacidad para responder a la sociedad, cuanto mejor realice sus funciones y más grande cobertura tenga, mayor será su RSE (Weyzig, 2007). En esta dimensión ética es donde se encuentran los valores tanto personales como organizacionales, que van a permitir comprender el comportamiento humano y, por ende, el de la organización, y es donde se debe pensar a los individuos en su contexto empresarial y también a la empresa en su contexto social.

Las organizaciones construyen sus criterios, valores y metas empresariales utilizando el “reconocimiento del otro”, por lo que se trata, entonces, de un momento interno, no necesariamente visible (Lozano, 1999). Es así que la objetivación de este proceso reflexivo–normativo de la organización, afirmación de una ética de la dignidad humana, se da mediante la formulación de códigos, misiones y principios empresariales, y se actualiza en forma permanente cada vez que se formulan los servicios que se ofrecen a la sociedad (Edwards *et al.*, 2007).

En la empresa debe existir un firme intento de desempeño ético, para que tanto el proceso de enunciación como su dinámica del diario accionar no sean simples expresiones de deseo. Por otra parte, la legitimidad de la empresa, al aumentar sus beneficios y evitar los problemas, implica una condición de relación con la sociedad, avanzando hacia la comunidad y la humanidad. La organización no debe reducirse a poseer normas y prohibiciones o a considerar la ética como una estrategia que se toma en cuenta simplemente por una exigencia del ambiente externo. Por lo tanto la RSE parece ser una importante vía para que las empresas intenten alcanzar un grado de coherencia entre sus operaciones y la legitimidad en el entorno (*idem*).

Los investigadores y empresarios deben aceptar el hecho de que las decisiones que toman tienen repercusiones en su ámbito de influencia. La ética y el comportamiento ético ya no pueden ser ignorados puesto que contribuyen a fomentar la confianza y el sentido de colaboración entre quienes participan en la actividad empresarial (Melé y Guillén, 2006).

2.2.5. La RSE para el desarrollo sustentable

Los discursos más recientes de RSE muestran una orientación clara del papel que debe jugar la empresa en su contribución hacia el desarrollo sustentable. Bajo esta premisa se revisan a continuación los principales propósitos de la RSE en su relación no sólo con el desarrollo económico, sino con el social y ecológico.

La Organización de las Naciones Unidas (ONU), la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) son algunas de las instituciones que han considerado la RSE con la intención de prever los posibles desequilibrios sociales y ambientales³ en el mundo. En la Unión Europea, la comunicación de la Comisión Europea relativa a la RSE y el Libro Verde promueven un marco de responsabilidad adoptando medidas de apoyo mediante el consumo, la inversión o el financiamiento (Fernández, 2005).

Sin duda el organismo que pretende propiciar la RSE a través de un mayor acercamiento de cooperación entre empresas, gobierno y otras organizaciones interesadas en el desarrollo sostenible es el World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). Su filosofía se enmarca en la idea de que las empresas no están separadas de la sociedad, de tal forma que, para su operación, deben considerar preceptos como la preservación de la naturaleza y el progreso de las sociedades y, en ese sentido, la RSE se concibe como “ el compromiso continuo que deben adoptar las empresas de contribuir al desarrollo sostenible, es trabajando con sus empleados, sus familias y la comunidad local, así como con la sociedad en su conjunto, para mejorar su calidad de vida” (WBCSD, 1998).

³ El surgimiento de la conciencia ambiental en la comunidad empresarial es relativamente reciente, en el caso de México es a mediados de los años ochenta cuando se da la reestructuración de las instituciones que dieron lugar a un aumento de presiones sobre el ambiente.

La definición del WBCSD resulta útil para la interpretación de la RSE en el contexto del desarrollo sustentable, puesto que representa una posición conceptual integradora al concebir a la empresa dentro de un sistema con tres niveles: crecimiento económico, cohesión social y preservación ambiental, los cuales son complementarios para alcanzar la sustentabilidad.

Bajo este enfoque la compañía mantiene una interrelación con cuatro esferas de influencia (Olabe, 2004): la primera, referida a la actuación interna de la organización en donde se toman decisiones acerca de los procesos de producción o las condiciones laborales de los empleados; la segunda, enfocada a las relaciones que mantiene con actores más cercanos a su actividad: proveedores, gobierno, clientes, competidores; la tercera, proyectada hacia la comunidad local y, finalmente, la cuarta, que interacciona a través de la sociedad en su conjunto, es decir, en el marco político de los diversos ámbitos en donde se desarrolla, incluyendo el natural.

En este marco la RSE se ubica cada vez más en la agenda de la política pública global y a menudo es impulsada por las reclamaciones de injusticia social y degradación ambiental, acusaciones que han dado como resultado presiones de diversos grupos que exigen negocios diferentes a favor de la sociedad y la naturaleza. De igual manera, las empresas experimentan estas demandas de cambio desde dentro, primeramente por el sistema de valores corporativos y, segundo, en gran medida por el cambio generacional de sus directivos más jóvenes y más conscientes.

Por lo tanto, la RSE se entiende como una acción corporativa que contribuye al desarrollo sustentable. Con todo, la sustentabilidad es un concepto multidimensional más complejo y profundo, que implica que la empresa analice y entienda factores tales como los derechos humanos, los derechos de los empleados, la protección ambiental, la participación de la comunidad, las relaciones con los proveedores, el monitoreo ambiental y el derecho de los interesados (WBCSD, 1998) y cómo éstos afectan a los negocios. Entonces, a la concepción de RSE se deben sumar aquellas acciones estratégicas de

sustentabilidad. Ello significa aplicar las normas de responsabilidad social a todos los niveles y sectores de la actividad empresarial. Las compañías deben fomentar la transparencia y la comunicación acerca de cómo y bajo qué condiciones se genera y desarrolla su producto o servicio (KATE, EED y ACSUD, 2006).

2.3 Dimensiones de la RSE

Existen varios intentos de dar respuesta a lo que debiera ser la RSE. Hay quienes afirman que no se deben asignar más responsabilidades a la RSE que la de ser rentable, competitiva y productiva, pero también existen opiniones acerca del compromiso que debe existir por parte de la empresa en aspectos de corte legal, filantrópico, ético o económico (González, 2001).

La adopción de la responsabilidad social por parte de las empresas no es una tarea fácil, ya que entran en juego diversas dimensiones, las cuales constituyen los pilares de su medición. Se puede hablar de dos dimensiones: la interna y la externa. La primera contempla a los trabajadores en el sentido de que la empresa contempla, para la gestión e inversión de los recursos humanos, aspectos como la salud, la capacitación, el trato justo o la no discriminación, que son integrados en esta categoría. La dimensión externa es la responsabilidad de la empresa con los agentes del entorno, quienes participan en el proceso productivo, con el ambiente, con la comunidad y con la sociedad.

Estas dimensiones se pueden explicar a partir del enfoque de las capacidades de Amartya Sen, cuya orientación se ha dado en estudios del desarrollo y políticas públicas. El enfoque proporciona una base informacional centrada en las personas (Enderle, 2004), es decir, la responsabilidad va más allá del confort basado en ingresos económicos o bienes materiales, concentrándose, más bien, en la capacidad de los individuos a partir de cinco elementos: libertades políticas, oportunidades económicas, servicios sociales, garantías de transparencia y seguridad protectora. De tal manera, al estudiar la responsabilidad social de la empresa, se tendría que revisar qué tanto se están cuidando y fomentando estos factores, a los que Sen ha denominado libertades del individuo.

A través de una pirámide, Carroll (1979) establece cuatro dimensiones. En la base está la económica, relacionada con el rendimiento empresarial. La legalidad se encuentra en segundo plano; implica que las empresas cumplan la ley del lugar donde se establecen. Sólo si se han cumplido estas dos dimensiones, encontramos la tercera, que es ética e involucra lo correcto, justo y equitativo para evitar o minimizar el daño a los *stakeholders*. La cúspide es la responsabilidad filantrópica, es decir, que las empresas sean conscientes y contribuyan con recursos financieros y humanos para la mejora de las comunidades.

Figura 2. Pirámide de la RSE



Fuente: Carroll (1991)

Desde la perspectiva de la sustentabilidad, el concepto RSE se centra en tres dimensiones de bienestar: económico, social y ecológico, de todos los actores involucrados (Wempe y Kaptein, 2002; Panwar, Rinne, Hansen y Juslin, 2006). La dimensión económica es la responsabilidad de la empresa con sus accionistas, al generar utilidades, haciendo más productivos los procesos y mejorando la eficiencia; se refiere al buen aprovechamiento de recursos financieros, humanos y naturales, que resulten en la disminución de costos y efectos dañinos en los sistemas sociales y ambientales. No basta con generar riqueza, hay que ofrecer las condiciones para que haya mayor calidad de vida.

Otro agente entra en acción bajo esta dimensión: el turista-cliente, quien paga por un servicio, mismo que debe ser ofrecido con la calidad prometida y el máximo valor para el consumidor. La dimensión social es mitigar los impactos que la empresa pudiera generar en relación con la cultura, las costumbres, el respeto a los derechos humanos y la participación en la vida de la comunidad. Finalmente, la dimensión ecológica está determinada por el respeto de la empresa hacia los recursos naturales y la biodiversidad biológica.

Cabe mencionar que la gran mayoría de agrupaciones empresariales y organizaciones encargadas de implementar y fomentar la RSE descansan en esta perspectiva, que rescata tres elementos básicos (Yepes, Peña y Sánchez, 2007): primero las prácticas empresariales al interior y en relación con los *stakeholders*; segundo, la gestión socialmente responsable, concebida como el control administrativo de las tres dimensiones a alcanzar y, por último, los resultados que en cada una de las dimensiones la empresa consigue por su actividad diaria. La actuación de las empresas bajo estas dimensiones las compromete con una mejora continua y les permite generar valores agregados para ser competitivas y sustentables.

3.1 Aspectos conceptuales

La gestión ambiental ha sido un concepto recientemente utilizado, en el ámbito de la administración pública, bajo un significado de dirección o gobierno de la protección del ambiente; es considerado sinónimo de manejo ambiental y se designa como el conjunto de actividades que tienen por objeto el ordenamiento racional del ambiente (Brañes, 1987).

El término ha sido empleado frecuentemente para nombrar a las acciones que es necesario realizar sobre bienes ambientales colectivos en los ámbitos municipales y de planeación urbana (Sil, 1998). Por lo tanto, la gestión ambiental es el conjunto de acciones normativas, administrativas y operativas que impulsa el Estado para alcanzar un desarrollo con sustentabilidad ambiental.

No obstante, la gestión ambiental (GA) también tiene un significado empresarial, que se explica desde una orientación esencialmente organizacional, a partir de la serie de actuaciones, diligencias y/o acciones que debe realizar la dirección o gerencia de una empresa para la protección ambiental. Las tendencias mundiales sitúan estas acciones hacia un carácter preventivo más que normativo.

En ese sentido, la GA es identificada como aquella parte del sistema de gestión que comprende la estructura organizativa, las responsabilidades, las prácticas, los procedimientos y los procesos, para determinar y llevar a cabo las políticas ambientales de la empresa (Marques y Da Costa, 2002).

Conesa (1997: 28) la interpreta como “la parte de la gestión empresarial que se ocupa de los temas relacionados con el medio ambiente, contribuyendo a su formación”. De tal forma, si la empresa busca aplicar dicha gestión, en realidad estará adoptando un conjunto de medidas que permitan el mantenimiento del capital natural que se ve afectado por su actividad.

Los objetivos de la gestión ambiental posibilitan el desarrollo sustentable. Bajo este concepto no sólo se rescata la conservación del patrimonio –valdría la pena considerar tanto el natural como el cultural-, sino que se eleva la calidad de vida del ser humano. Ortega y Rodríguez (1994) consideran tres factores esenciales: el nivel de renta, el bienestar social y la calidad ambiental.

Bajo la misma línea, Sánchez (2004: 6) concibe la GA como “el conjunto de acciones encaminadas al uso, conservación o aprovechamiento ordenado de los recursos naturales y del medio ambiente en general”. En el ámbito turístico, De Burgos y Céspedes definen la GA, para la hotelería en particular, como “El conjunto de acciones de diversa naturaleza que se llevan a cabo en los hoteles, y que tienen como finalidad mejorar la relación del establecimiento con el entorno natural y contribuir a alcanzar el desarrollo sostenible, sin que ello excluya cumplir con sus objetivos económico-funcionales” (2001:7).

En este planteamiento se destaca la contribución que la GA hace a las otras esferas de la sustentabilidad, al cumplir con la búsqueda de bienestar económico, ecológico y social. Los autores también definen un constructo conceptual de GA hotelero, donde se incluyen cuestiones ambientales en los procesos de planificación, prevención, control, formación y comunicación. De igual forma se consideran los impactos socio-culturales generados por la operación hotelera. Por ello, las empresas contemplan la necesidad de tener una correcta GA, ya que se enfrentan a los retos de ser competitivas internamente y considerar los factores externos a favor de la sustentabilidad de los destinos.

Tomando en cuenta la revisión de diferentes investigaciones, se puede afirmar que la GA es un término amplio, pues no se limita a la prevención y control de los procesos generadores de impactos ambientales, sino que implica, también,

actividades organizativas, de comunicación y vinculación con los diversos grupos externos al hotel. Estas prácticas, denominadas ambientales, pueden ser adoptadas por las empresas de manera obligatoria, cumpliendo con la legislación ambiental, o bien, de manera voluntaria asumiendo su compromiso y responsabilidad con el entorno natural (Brown, 1996). De la misma manera, la implementación de la GA ocurre tanto en las pequeñas empresas hasta en las grandes organizaciones, y no se limita a un sector o giro específico (Romo, 2005).

En el ámbito de negocios, la GA se ha visualizado como una estrategia para alcanzar ventajas competitivas (Hart, 1995; Sil, 1998; El Dief y Font, 2010), pues se genera bajo intenciones empresariales para mejorar la reputación o imagen de la compañía (Giménez, Casadesús y Valls, 2006); aunque se ha destacado bajo las perspectivas particulares de la visión estratégica de la empresa y la teoría de los recursos y capacidades (Porter y Kramer, 2002).

En el marco de los enfoques de eficiencia y comportamiento estratégico, la empresa modifica su conducta a partir, primero, de reorganizar sus procesos de operación haciéndolos más eficientes, ahorrando costos y satisfaciendo la demanda (Frank, 1992; Tirole, 1990) y, por otra parte, tratando de influir con sus acciones en la estructura del sector a fin de ganar poder y posicionamiento en el mercado. Distintos trabajos de investigación (Menon y Menon, 1997; Ruvalcaba, 2005; García y Armas, 2007) han estudiado estos planteamientos de la estrategia ambiental para el éxito empresarial. Visto de esta forma, es muy probable que las empresas asuman una GA que les permita ser más productivas y rentables y desarrollar estrategias menos contaminantes.

Otras aportaciones (Barreiro, López, Losada y Ruzo, 2002; Banerjee, Iyer y Kashyap, 2003; Anton, Deltas y Khanna, 2004; Nieto y Fernández, 2004) han detectado factores que podrían influir sobre la competitividad empresarial y es la posibilidad de generar estrategias de marketing ambiental. Con la finalidad de captar nuevos segmentos de mercado, las empresas desarrollan acciones para satisfacer una demanda de nuevos consumidores, mostrando una imagen de responsabilidad con la naturaleza. Al mismo tiempo, los grupos de consumidores cada vez ejercen

mayor presión sobre los hoteles al demandar productos y servicios más respetuosos con el entorno natural, lo que provoca que las organizaciones implementen la GA. La actitud ecológica de los consumidores ha sido uno de los determinantes que afectan el comportamiento de compra, de tal forma, considerar la variable ambiental dentro de la estrategia empresarial permitirá mejorar sustancialmente las posibilidades comerciales de las empresas (Esteban, 1997).

Otro factor que ha contribuido a aumentar la relevancia de la GA en las empresas es la legislación en la materia, de tal manera, en la revisión de la literatura se distinguieron algunos aspectos que surgen en relación con este tema. Peattie y Ringler (1994) reconocen a la legislación ambiental como el principal promotor de la GA en la empresa, ya que a través de la regulación se obliga a las compañías a incluir acciones que le eviten problemas con la ley (Hart, 1995).

Del Brío, Junquera y Fernández (2006) consideran que la función que ejerce la administración pública y la legislación son elementos determinantes en el comportamiento ambiental de las empresas. En ese contexto, se desarrollan instrumentos que, por un lado, obligan a las empresas a internalizar sus externalidades a través del pago de impuestos, pero, en otras ocasiones, ayudan a mejorar la imagen corporativa. Las empresas, en su afán de ser reconocidas, pueden adherirse a iniciativas voluntarias que den respuesta a los mecanismos de política ambiental que el Estado establece; ello les permite trazar estratégicamente su desempeño ambiental a partir de certificaciones, auditorías o reconocimientos.

Del Brío *et al.* (2006) han reconocido factores de relación entre la regulación ambiental y la competitividad al introducir nuevas tecnologías para la implantación de la GA en las empresas. Bravo, Fraj y Martínez (2005) exponen el efecto positivo que la presión política e institucional puede tener sobre la adopción de acciones de marketing ecológico, en la medida en que condicionan decisiones relacionadas con la comercialización de productos y servicios.

Un planteamiento distinto se da a partir de la planeación y ejecución de acciones de protección al ambiente en un marco de respeto, principios o restricciones que guían el comportamiento empresarial. Ello conlleva que las empresas asuman

un comportamiento ético, centrado en el compromiso de preservar la naturaleza (Bravo *et al.*, 2005). En ese sentido, Brown (1994) asegura que las prácticas ambientales de una empresa pueden estar motivadas por diversos grupos de la sociedad, que influyen desde el exterior; es decir, la empresa asume la responsabilidad de mejorar su actuación ambiental en correspondencia con sus grupos de relación, y surge como un elemento de responsabilidad social frente a los empleados, turistas, comunidad y el resto de actores involucrados, para mejorar el comportamiento de la compañía con el ambiente (Wight, 1994, Kirk, 1996).

La presión que ejercen tanto los organismos reguladores como la sociedad en general, representa una de las más poderosas fuerzas para que las empresas pongan en práctica la GA (Levy, 1995; González y González, 2005; El Dief y Font, 2010). El desarrollo de ésta no debe ser entendido como la obligación de cumplir con la legislación, sino como una acción voluntaria emanada de una plena conciencia de reducción de los impactos negativos en la naturaleza.

Tradicionalmente las empresas no consideraban la variable ambiental dentro de las actividades que ejercían. Su comportamiento hacia la década de los sesentas era contaminar y después descontaminar¹. Más tarde, el paradigma de conservación a la naturaleza cambió esta situación tratando de controlar la emisión de contaminantes y desechos a través del uso de nuevas tecnologías; sin embargo, algunos empresarios las rechazaron por su alta inversión en equipamiento e instalaciones.

Hoy en día, dentro de los elementos determinantes para la adopción de la gestión ambiental empresarial, están el trabajo de los recursos humanos en favor de una cultura de protección a la naturaleza y la integración de sistemas que organizan los procesos de producción de bienes y servicios para el buen aprovechamiento de los recursos naturales.

Los últimos avances tecnológicos han favorecido la actuación de las empresas en responsabilidad con el ambiente. Aunque las políticas de gobierno han incidido,

¹ Limpieza de contaminantes en agua, suelo, atmósfera, evitando que las generaciones presentes y futuras sean víctimas de sustancias peligrosas.

éstas no son el principal motivo para que se implemente la GA. La motivación, en muchas ocasiones, es atribuible a los accionistas de las mismas empresas, quienes persuaden al gobierno para invertir en servicios energéticos renovables y alientan a considerar beneficios económicos legales y económicos para todas aquellas organizaciones que cumplan con las normas ambientales.

3.2 Las empresas turísticas frente a la gestión ambiental

Las empresas turísticas son entidades que ejercen una tarea compleja de acuerdo con el tipo de servicio y producto que ofrecen. Figuerola (1991) las define bajo tres concepciones: una, como la unidad económica que ejecuta el proceso de producción de bienes y servicios; otra, como el conjunto de factores de producción que, ordenados en relación con principios de carácter social y tecnológico, persigue objetivos de tipo económico, y una más, como la unidad económica, jurídica y social de explotación que, formada por factores productivos necesarios y bajo una dirección estratégica, espera obtener valores agregados mediante la producción de bienes y servicios.

La hotelería es la entidad más representativa de la empresa turística. Al igual que cualquier otra unidad económica, es “una organización que busca obtener utilidades específicamente a través del ofrecimiento y prestación de servicios turísticos” (Masri y Robles, 1997: 57), los cuales se originan gracias a la administración de su estructura, procesos y recursos.

La empresa hotelera obtiene beneficios indirectos de la explotación de los recursos naturales, que constituyen la motivación principal de la demanda de turistas. Los impactos ambientales a partir de su operación pueden conducir, sin duda, a una grave afectación del entorno. Los hoteles actúan con el medio en que se desenvuelven, lo que implica que éstos son afectados por su entorno y que también influyen en él, pues las decisiones empresariales afectan al medio, particularmente a los grupos de interés que con ellos se relacionan (García y Armas, 2004).

En el sector turístico la GA es de especial importancia, ya que, por una parte, la empresa hotelera impacta a una gran cantidad de ecosistemas de los destinos donde se ubica; por la otra, porque sin los atractivos naturales, ni el turismo ni los servicios de hospedaje existirían. Por tal motivo, se esperaría que las empresas hoteleras cumplan condiciones que garanticen primeramente el control y la responsabilidad de sus actuaciones y, después, que aumenten su credibilidad ante la opinión pública y ofrezcan confianza y seguridad a los turistas. La GA de la empresa es un paso necesario en la mejora del desempeño ambiental de los hoteles, que potencia su calidad si las medidas adoptadas forman un todo integrado en un SGA completo.

Se debe tener presente que los efectos ambientales que las empresas hoteleras producen, y que son considerados como externalidades, desde el punto de vista económico tienen una valoración o costo –para el gobierno o empresario- de lo que representaría devolver al recurso natural a su estado original. Además, alcanzan una repercusión económica en el negocio turístico al dejar de recibir ganancias y la disminución en la calidad de vida de la población. Esto pareciera muy sencillo a partir de la afirmación “el que contamina, paga”; sin embargo, el problema no es cobrar a quien contamina más, sino prevenir y disminuir ese efecto negativo en el ambiente y en la sociedad que vive en él.

En el contexto ambiental, se realizan precisamente esfuerzos a favor de la prevención de los efectos negativos de las empresas en el ambiente, pero los cambios tecnológicos, la mejora en infraestructura y la intervención pública, no han ido a la par del desarrollo de métodos que permitan deslindar la responsabilidad que tienen estos actores ante el daño ambiental en los destinos (Aulí, 2002).

No todas las empresas perciben de igual manera el deterioro ambiental ni cómo debería ser su participación para minimizar los aspectos negativos que ésta ejerce sobre la naturaleza. Habría que reconocer la buena posición ambiental que guardan los servicios turísticos frente a la opinión pública, ya que no se consideran empresas contaminantes por tratarse de una operación diferente a la de producción de bienes. No en vano la actividad turística, se ha reconocido como la “industria sin chimeneas”.

Al respecto, Mercado (2008) menciona que el comportamiento de las empresas es inducido por diversos factores, dependiendo de la reacción que se consiga con ellos y de los intereses de la empresa. Entonces, por un lado se distinguen dos posiciones extremas que la empresa hotelera puede adoptar en la implementación de prácticas ambientales: la reactiva y la proactiva (Álvarez, De Burgos y Céspedes, 2001; González y González, 2008). Esto se relaciona con los estudios unidimensionales de la gestión ambiental de las empresas, como los realizados por Hunt y Auster (1990), Roome (1992), Winsemius y Guntram (1992), en los cuales se plantea que las empresas han de seguir una trayectoria cumpliendo fases graduales que les permitan llegar a la cúspide de la eficiencia y sensibilidad ambiental.

Por otro lado, existen estudios multidimensionales, como los de Aragón-Correa (1998), Klassen y Whybark (1999), Céspedes y De Burgos (2001), que señalan que las empresas turísticas pueden ejercer diversos tipos de prácticas ambientales pero no para escalar cada peldaño hacia un mejor comportamiento ambiental, sino que, motivadas por sus propios intereses, pueden quedar posicionadas en un comportamiento proactivo sin transitar por niveles previos.

La Fundación Entorno (2001, en Azqueta *et al.*, 2007) ha realizado una tipología del comportamiento de las empresas de acuerdo con la posición que tienen frente a la situación ambiental. Se dividen en negativas, pasivas e indiferentes, reactivas, proactivas y líderes. A continuación se describe brevemente cada una:

- Negativa. Son empresas que consideran que los problemas ambientales se maximizan a partir de las declaraciones de grupos ecologistas y medios de comunicación, ante las cuales pueden surgir obstáculos para desarrollar favorablemente su actividad productiva.
- Pasiva-indiferente. La variable ecológica es un aspecto que no preocupa demasiado a este tipo de empresas, y solo actúa ante ella cuando se ve obligada a hacerlo.
- Reactiva. Es la empresa que responde ante alguna normatividad que le exige tomar medidas correctivas para solucionar problemas ambientales.

Actúa a favor porque se ve obligada a cumplir, pero no porque se sienta responsable de los daños ocasionados.

- Proactiva. Como su nombre lo dice, es la empresa que se anticipa a los acontecimientos. Siempre estará buscando mecanismos para darle solución a los problemas ambientales.
- Líder. Estas empresas se encuentran en una posición de vanguardia frente a las mejoras ecológicas. Son responsables con el ambiente e implantan estrategias que les permitan mejorar como negocios.

Por otra parte, González y González (2005), bajo ese carácter de multidimensionalidad de la actuación ambiental de las empresas, establecen cinco perfiles de proactividad: reactivo, pro-certificación, pro-diseño, pro-logística y pro-comercial. Para conocer el momento en que se encuentra una empresa respecto a la adopción de la GA, señalan que se debe considerar una lista de acciones y prácticas ambientales que pudieran ejercer. A través de este repertorio, se identifican aquellas que se originan desde los corporativos empresariales o desde los procesos operativos.

Distinguen tres categorías para su estudio: las prácticas de planificación y organizativas, las prácticas operacionales y las prácticas de comunicación, las cuales fueron consideradas para la presente investigación.

La dimensión de planificación y prácticas organizativas se refieren a la inclusión de la variable ambiental en la estructura organizacional de la empresa (Céspedes y De Burgos, 2004); definen la política y los objetivos ambientales, que no tienen sentido si no van acompañados de programas de gestión eficaz que aseguren su cumplimiento. Para ello, los SGA son el marco o método de trabajo que sigue una organización para obtener un cierto comportamiento ambiental (Conesa, 1997).

Las prácticas operacionales de GA se tratan del sistema continuo de observación de medidas y evaluaciones para determinar condiciones de contaminación, optimizar la utilidad de los recursos y mejorar su eficiencia (Sors, 1987; Kirk, 1996). Implican ajustes en los procesos de producción y en las operaciones de la empresa, así como la investigación y desarrollo de productos turísticos más ecológicos (Sarkis y

Cordeiro, 2001). Consideran la utilización de nuevas tecnologías e instalaciones más amigables con la naturaleza (Bullinger, Von Steinaecker y Weller, 1999). En esta dimensión se incluyen las interacciones que las empresas hoteleras mantienen con otros elementos de la cadena de valor, como proveedores, organizaciones sociales o turistas. Además se consideran las medidas y datos que son tomados de la información de la ecoeficiencia.

Finalmente, las prácticas de comunicación repercuten en la construcción de mecanismos de comunicación y participación para generar propuestas de consumo responsable en la empresa. Además, tienen que ver con la información otorgada a la sociedad para hacer su operación más clara y transparente.

Está claro que la posición de una empresa frente a los problemas ambientales depende de varios factores, como la falta o disponibilidad de capital para realizar inversiones de mejora ambiental, la información y conocimiento técnico sobre la materia, los costos y el tiempo que implica la formación para el cambio de actitudes en el personal, la reducción de riesgos financieros por concepto de seguros, fianzas, inversiones en bolsa, bancos, etc., al operar con prácticas de protección ambiental; la política pública que se ejerce en el espacio donde se ubica la empresa, y la falta de compromiso o la responsabilidad social de la alta dirección que las maneja, entre otros (Vargas *et al.*, 2005).

Seguramente las empresas evalúan los costos y beneficios que les implica internalizar las externalidades ambientales. A partir de ello se diseñan políticas y estrategias, al mismo tiempo que se cumple con la legislación. De esa manera las empresas generan un cambio dentro del proceso de gestión, superan no sólo los obstáculos económicos y técnicos, sino también aquellos relacionados con las actitudes y culturas que imperan al interior de su organización (Ruvalcaba, 2005).

Es importante señalar que las empresas hoteleras tienen posibilidad de desarrollar prácticas de doble beneficio: económico y ambiental; es decir, el cambio en su gestión no sólo supone una mejora ecológica, sino también otorga un rendimiento económico. En un mundo en el que las empresas contemplan alternativas posibles y optan por las que maximizan sus beneficios, cualquier política

orientada a reducir los impactos ambientales se implementa en detrimento de los costos de las empresas, por lo que rediseñar los procesos de producción y servicio, desarrollando sistemas más eficientes de gestión, puede tener efectos importantes (Martínez y Roca, 2006).

3.3 Marco político y normativo de la gestión ambiental

En la búsqueda de sustentabilidad, las políticas públicas han constituido un gran quehacer multidisciplinario, por ello deben ser observadas en función de las prácticas que se derivan de la participación de la acción social y ambiental de las comunidades.

Considerando la gran cantidad de agentes implicados en los problemas ambientales, la tarea de desarrollar políticas públicas para la sustentabilidad no es fácil, ya que no se trata sólo de alcanzar determinados objetivos en materia, sino de lograrlos en condiciones aceptables, es decir, sin que la sociedad pague un alto precio por ello (Azqueta *et al.*, 2007). En consecuencia, la política ambiental debe propiciar un cambio que los tomadores de decisiones juzguen deseable para la sociedad.

En la creación de políticas ambientales, hay participación gubernamental (Romo, 2005), contribuciones científicas (Janzen, 1986) y ecologistas (Martínez y Roca, 2006; Toledo, 1998). No obstante, las aportaciones de las empresas empiezan a ser consideradas significativamente en la construcción de esas políticas.

Las políticas ambientales emanan de un cúmulo de actuaciones para protección y conservación de la naturaleza. Rompczyk (1995) ha considerado que la política ambiental se construye por cinco actores específicos: el Estado, la sociedad civil, los empresarios, los partidos políticos y los sindicatos. Empero, el papel de cada uno de estos actores depende del protagonismo de su actuación en diversos escenarios en los que se desenvuelven situaciones particulares. La influencia de su desempeño los convierte en piezas clave para impulsar, promover o acelerar una propuesta de desarrollo sustentable.

Del mismo modo, Sil (2000) identifica tres niveles específicos:

1. La acción social gubernamental, integrada por las regidurías o direcciones municipales de ecología, y la participación ciudadana, organizada en consejos consultivos.
2. La acción privada social o lucrativa, conformada por las diferentes organizaciones que apoyan la incorporación y el cumplimiento de la normativa ambiental.
3. La acción social comunitaria que se organiza en defensa de la naturaleza, integrada por diversos grupos de participación a través de foros, movimientos, investigaciones y otros.

Investigadores mexicanos han identificado quince tipos de actores sociales, que se agrupan genéricamente por sus actividades, funciones o ámbitos de competencia para generar políticas a favor de la conservación del ambiente. Éstos se presentan en la siguiente tabla.

Tabla 3. Actores que participan en la política ambiental

Grupo genérico	Tipo de actores
ONG ambientalistas	ONG ambientalistas regionales ONG ambientalistas externas con actuación regional
Ambientalistas que trabajan individualmente	Educadores ambientales Empresarios ambientalistas Artistas ambientalistas Profesionales independientes que brindan servicios turísticos ambientalistas
Instituciones	Científicos ambientalistas Dirigentes de instituciones académicas Funcionarios de instituciones gubernamentales federales, estatales y municipales Administradores de áreas naturales protegidas Miembros del organizaciones dedicadas al desarrollo sustentable Líderes asambleístas y cooperativas Dirigentes de asociaciones empresariales

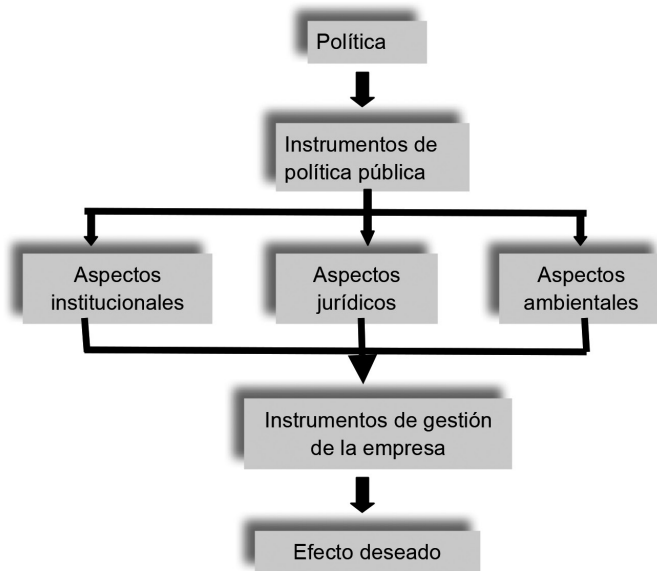
Comunidades	Comunidades rurales que habitan en la ANP Comunidades que han establecido unidades de conservación, manejo y aprovechamiento sustentable en medios marinos costeros y terrestres
-------------	---

Fuente: adaptado de Cariño *et al.* (2004: 49).

No obstante, existen circunstancias bajo las cuales los actores comprometidos con la toma de decisiones dejan de funcionar. Por ello, surgen instituciones ambientales que sirven como un mecanismo que permite alcanzar objetivos colectivos (Lascurain, 2006). Estas instituciones resultan ser el medio a través del cual los actores, incluyendo las empresas, pondrán parte de su buena voluntad y de sus políticas ambientales para reducir ciertos daños.

La política se expresa a través de instrumentos, que realizan una transformación en los factores institucionales, jurídicos y ambientales (económicos, sociales, culturales y ecológicos) de un país. Ello origina obligaciones, derechos y/o sanciones que permiten proteger el ambiente. Los actores económicos, al notar estos cambios, modifican su conducta realizando reformas internas. Así, las empresas adoptan instrumentos de gestión con la finalidad de adaptarse a las nuevas condiciones del entorno. Lo anterior se puede apreciar de mejor manera en la Figura 3.

Figura 3. Proceso de aplicación de una política



Fuente: elaboración propia, adaptado de Romo (2005: 14).

Los países que integran la Unión Europea inicialmente instrumentaron una política y normativa ambiental. El artículo 130R del Acta Única Europea menciona que “la acción de la Comunidad, por lo que respecta al medio ambiente, tendrá por objeto conservar, proteger y mejorar la calidad del medio ambiente, contribuir a la protección de la salud de las personas y garantizar una utilización prudente y racional de los recursos naturales” (Conesa, 1997: 194). Con ello se da pauta a un trabajo legislativo que les ha permitido, desde los años 80, obtener una clara normativa ambiental.

La política ambiental en México se ha desarrollado fuertemente en las últimas dos décadas, pues con la aparición de una gran cantidad de organismos internacionales que han generado informes, tratados, conferencias y programas a favor del ambiente, también en el país se ha empezado a intervenir y tomar decisiones en torno a los problemas ambientales. No obstante, la tarea de proteger, preservar y rehabilitar el entorno natural se ha dejado únicamente a cargo del Estado. Las acciones implementadas por parte del gobierno mexicano

no han tenido el impacto que se esperaba, debido, entre otras cosas, al vacío en esta área del conocimiento, la escasa concienciación social, así como a la limitada evolución científica y tecnológica que le impide avanzar a la par que otros países.

La falta de coordinación entre Secretarías de Estado y entidades paraestatales en la asunción de responsabilidades hace que el trabajo realizado no resulte relevante y, peor aún, que la degradación ambiental tome la delantera sobre las acciones de gobierno. Por ello es necesario involucrar al resto de los agentes sociales, económicos, públicos y privados en la creación e implementación de las políticas ambientales.

En *México: Hacia una política ambiental eficaz para el desarrollo sustentable* (1998), La Comisión de Estudios sobre el Sector Privado para el Desarrollo Sustentable (CESPEDES), en conjunto con el Grupo de Reflexión G-254, menciona que, para que las políticas ambientales sean eficientes, habrá que introducir cambios significativos en los esquemas de coordinación intersectorial de programas y decisiones de gobierno, en la planeación y la programación, y en el diseño y aplicación de instrumentos de política. Es necesario realizar una promoción decidida de infraestructura, ampliaciones en el acceso a la justicia ambiental y en los mecanismos de participación y nuevos esquemas de coordinación entre las entidades federales y los gobiernos estatales y municipales.

Uno de los sectores económicos considerado de mayor intensidad por sus procesos de bienes y servicios y elementos ambientales estratégicos es el turismo, lo que contrasta con que actualmente los avances registrados en el país son del sector industrial.

En general, se puede decir que la política ambiental en el país apenas comienza; sin embargo, existen esfuerzos públicos y privados que están ayudando a su construcción. Las acciones nos deben quedar exclusivamente en manos del gobierno, sino que deben trabajarse conjuntamente con la sociedad (Gil, 2007).

La regulación en materia ambiental aplicada por parte de la administración pública representa uno de los principales impulsos para los cambios empresariales en ese ámbito. Los instrumentos regulatorios más recientes son los de tipo

económico, pues inciden sobre las decisiones empresariales; los economistas las han llamado costo-efectivos; es decir, actúan como incentivos privados para inducir comportamientos voluntarios para la asignación óptima de recursos, pero sin deteriorar la competitividad (Labandeira *et al.*, 2007). Entre ellos están los impuestos o tarifas por emisión de contaminantes, las subvenciones ambientales o introducción de tecnologías limpias, permisos de contaminación, incentivos a la investigación, desarrollo e innovación (I+D+i) para mejorar las condiciones ambientales.

La legislación ambiental se ha convertido en el instrumento que conforma un marco de conducta social razonable frente a la problemática en este rubro y puede ser definido como un instrumento de gestión ambiental auxiliar (Conesa, 1997). Sin embargo, esta conducta corresponde a un cumplimiento voluntario y no impositivo por parte de las empresas, pues si bien la norma imperativa es lo que más ha predominado a la luz del derecho ambiental, de lo que se trata es de tender a una legislación de sensibilización, formación y control ambiental. Conesa considera que este grado de voluntariedad que las empresas tienen para asumir su cumplimiento con la ley e implementar un sistema de gestión puede ser influido por el grado de exigibilidad que la sociedad le dé a la legislación.

La legislación condiciona y regula la gestión ambiental empresarial, es decir, las prácticas que la organización asuma serán las permitidas por la ley. En ese sentido, es un mecanismo de control tanto preventivo como correctivo acerca de la protección a la naturaleza y el bienestar del hombre frente a los impactos negativos de las actividades económicas. Su función es detectar posibles repercusiones y encontrar posibles soluciones, pero también frenar las consecuencias ambientales de las malas prácticas de producción. Además influye en la gestión ambiental de las empresas mediante la integración de mercados y el consiguiente incremento de las presiones competitivas.

En materia de regulación ecológica, en México existe la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) y los organismos descentralizados y desconcentrados; para el aprovechamiento sustentable, protección, conservación de recursos naturales e investigación están la Comisión Nacional de Áreas

Naturales Protegidas (CONANP), la Comisión Nacional Forestal (CONAFOR), el Instituto Nacional de Ecología y Cambio Climático (INECC) y la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA); en los asuntos de gestión integral de los recursos hídricos y los sistemas acuáticos, encontramos a la Comisión Nacional del Agua (CONAGUA), el Instituto Mexicano de Tecnología del Agua (IMTA) y la Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO). Además de estos organismos existen delegaciones de la SEMARNAT en todos los estados de la República.

La responsable del turismo es la Secretaría de Turismo (SECTUR), que, conjuntamente con el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), trata de prevenir los posibles impactos negativos en la naturaleza generados en los destinos.

En materia ambiental, la vinculación entre las instituciones de turismo y de medio ambiente se ha incrementado en los últimos años con la intención de integrar la dimensión ecológica al desarrollo turístico. La CONABIO ha implementado programas de capacitación y asesoría para microempresas que manejan el ecoturismo como alternativa de desarrollo local, además con SECTUR y SEMARNAT formó un grupo, a inicios de la presente década, denominado Grupo Interinstitucional para el Turismo Sustentable (GITS), cuyo objetivo es el estudio ambiental de los destinos turísticos (BM-SECTUR; 2005). A pesar de lo anterior, todavía existen algunas limitaciones entre la posibilidad de articulación de las acciones que en materia turística se necesitan para que tanto destinos como empresas puedan cumplir con los requerimientos del desarrollo sustentable.

La visión de la política ambiental, actualmente, en México, está enmarcada claramente en el Programa Sectorial de Medio Ambiente y Recursos Naturales, 2013-2018 (PSMAyRN), cuya referencia principal es transitar hacia una economía baja en carbono, un adecuado manejo hídrico, detener la pérdida de biodiversidad en el país y mejorar la gestión de residuos. No obstante, la evaluación de la OCDE sobre el desempeño ambiental: México 2013, menciona que el país tiene un triple reto en el diseño e implementación de políticas públicas que impulsen la economía, mejoren el ambiente y, sobre todo, la calidad de vida de la población (OCDE, 2013).

El documento oficial que sustenta la parte ambiental en el ámbito turístico es el Programa Sectorial de Turismo 2013-2018, que plantea, dentro de sus objetivos, ejercer políticas de sustentabilidad y beneficio social, orientadas hacia una industria turística limpia. Hace también hincapié en el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales y culturales que dan origen a la actividad turística (SECTUR, 2013). En específico, el programa no plantea claramente cómo se van alcanzar los objetivos y parece que pretende desarrollar turismo bajo un enfoque de competitividad.

La *Agenda 21 para el Turismo Mexicano* es otro documento que representa una herramienta básica en materia ambiental en el ámbito; en ella se manifiestan los principios ecológicos que debe seguir la actividad; sin embargo, la construcción de la agenda fue elaborada por SECTUR, en 2008, sin la participación de la SEMARNAT, de tal forma, contiene aspectos que no fueron conciliados por ambas instituciones. En ese sentido, y debido a las observaciones realizadas por la Organización Mundial de Turismo a finales de 2011, la *Agenda 21 para el Turismo Mexicano* cambió de nombre a *Programa de Turismo Sustentable en México*.

El programa está enmarcado por tres grandes estrategias:

- Monitoreo y evaluación de la sustentabilidad turística (Sistema de Indicadores de Sustentabilidad para el Turismo)
- Agenda intersectorial de sustentabilidad
- Promoción de mejores prácticas ambientales en empresas y destinos

Por otro lado, la base jurídica que integra los criterios e instrumentos de política nacional para la protección y el mejoramiento del ambiente y la biodiversidad es la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente (LGEEPA), creada en 1988, y reformada durante 2005. En ella se definen los alcances y limitaciones de la actuación del Estado en sus tres ámbitos: federal, estatal y municipal.

En México existen órganos de defensa e investigación en materia ecológica, así como un organismo de investigación y ejecución a nivel administrativo. La acción legal es restringida aun cuando el daño al ambiente es tipificado como delito y el

acceso a denunciarlo es permitido. En la mayoría de los casos, sólo los afectados directamente en su esfera jurídica son los legitimados para presentar un juicio y también serían los únicos beneficiados si dicha resolución fuese satisfactoria.

Es importante entender que las políticas ambientales o aquellas dirigidas al logro de la sustentabilidad en el turismo no darán resultados sólo por existir, sino porque los actores involucrados tengan la firme convicción de que son herramientas efectivas para acabar con los problemas ambientales, el establecimiento de las condiciones adecuadas para guiar las acciones de su implementación bajo un marco legal y administrativo que dé soporte a los procesos decisorios, además del conocimiento claro y oportuno de la situación política, económica y social que se vive en la región o país.

INICIATIVAS VOLUNTARIAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y GESTIÓN AMBIENTAL

● ● ● CAPÍTULO 4

Ante la necesidad de generar acciones de responsabilidad social en las empresas, los diversos actores públicos y privados han aumentado la discusión y la interacción entre ellos, logrando importantes iniciativas internacionales y nacionales.

Agüero (2002) dice que son tres factores interrelacionados los que han provocado el cambio hacia una responsabilidad social y ambiental de las empresas, sobre todo en países de América Latina: la movilización social o presiones desde la comunidad, las visiones cambiantes entre los líderes empresariales, y los avances en la teoría y práctica de la administración¹.

Así, han aparecido actividades unilaterales de las empresas, o concertadas con agrupaciones (asociaciones, sindicatos, ONG y grupos de la sociedad civil), que se pueden ejercer para fomentar la RSE y la GA. Estas iniciativas voluntarias se interpretan como esquemas en los que se establecen compromisos para mejorar el desempeño empresarial más allá de los requisitos legales.

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) ha considerado, desde 1976, directrices sociales y ambientales que deben respetar las empresas multinacionales que operan en los países miembros, promoviendo los principios de responsabilidad y transparencia concurrentes con la legislación.

¹ La RSE puede surgir como una respuesta a las demandas de la sociedad ante el aumento en el grado de conciencia acerca de los problemas laborales o ecológicos, entre otros. Pero, también puede ser resultado del empuje que los gremios realizan en favor de los *stakeholders*, en cuyos grupos, como menciona Agüero, se encuentran los individuos más influyentes del mundo de los negocios y que pueden orientar a las empresas a la implementación de políticas de RSE y nuevas formas de administración.

En su última revisión las denominadas Líneas Directrices de la OCDE plantearon como objetivo fomentar las contribuciones empresariales positivas al progreso económico, ambiental y social, reduciendo al mínimo los impactos negativos que causan sus diversas actividades.

Su cumplimiento por parte de las empresas es voluntario y no tiene carácter obligatorio. Se integra por 17 principios que establecen compromisos con las comunidades locales, respeto a los derechos humanos, buenas prácticas de comercialización, y atención a sus obligaciones legales, entre otros.

Las directrices también señalan aspectos sobre la publicación de información empresarial, tales como actividades de operación, estructuras organizacionales y su situación financiera; hacen hincapié en la lucha contra la corrupción, mayor transparencia en las actividades, y la eliminación de prácticas ilegales o desleales. Entre otros aspectos, también incluyen el *marketing* y publicidad responsable, la seguridad y la calidad de los bienes y servicios que se proporcionan, la innovación de productos, servicios y procesos, así como la necesidad de realizar investigación para el mejoramiento de su actuación.

Una importante iniciativa promovida por la Organización Internacional del Trabajo (OIT), desde 1977, es la Declaración Tripartita de Principios sobre las Empresas Multinacionales y la Política Social. Igualmente representa una orientación a trabajadores, empleadores y gobierno en temas de empleo, formación, condiciones de trabajo y de vida, y relaciones laborales. Cabe señalar que esta declaración no establece una definición jurídica del término empresa multinacional. No obstante, deja claro que, entre éstas, figuran las empresas “ya sean de dominio público, mixto o privado, que son propietarias o controlan la producción, la distribución, los servicios u otras facilidades fuera del país en que tienen su sede” (OIT, 2006: 2).

Esta declaración toma como base la declaración de la OIT relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo, de tal manera que la contribución positiva de las empresas multinacionales reforzará un sector más responsable socialmente.

El Pacto Global (GC por sus siglas en inglés) es una iniciativa instituida por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), en 1999, con la finalidad de que las empresas adopten diez principios universales en los ámbitos de derechos humanos, normas laborales, ambiente y corrupción. No es su propósito actuar como auditoría o código de conducta, sino, como instrumento promotor de los principios entre empresas y comunidades para operar con prácticas de gestión socialmente responsables. La ONU realiza este llamado a través de la OIT, la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos (ACNUDR), el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

Los diez principios el Pacto Mundial, como también se le conoce en español, están basados en las declaraciones y convenciones universales aplicadas en cuatro áreas: derechos humanos, medio ambiente, estándares laborales y anticorrupción (PM, 2013):

- **Derechos Humanos**

Principio 1: Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos

Principio 2: No ser cómplices de abuso de los derechos humanos

- **Estándares Laborales**

Principio 3: Apoyar los principios de la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva

Principio 4: Eliminar el trabajo forzoso y obligatorio

Principio 5: Abolir cualquier forma de trabajo infantil

Principio 6: Eliminar la discriminación en materia empleo y ocupación

- **Medio Ambiente:**

Principio 7: Apoyar el enfoque preventivo frente a los retos medioambientales

Principio 8: Promover mayor responsabilidad medioambiental

Principio 9: Alentar el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas del medio ambiente

- **Anticorrupción:**

Principio 10: Actuar contra todas las formas de corrupción, incluyendo la extorsión y el soborno

Este tipo de iniciativas busca promover los principios manifiestos, con la intención de que haya una respuesta a la RS en un contexto voluntario por parte de todo tipo de empresas, así que deben observarse como un instrumento que, basado en las características propias de cada organización, ayude a mejorar sus políticas y prácticas sociales y ambientales.

Referente al ámbito turístico, las iniciativas e instrumentos internacionales se han generado desde hace tres décadas, como se observa en la Tabla 4.

Tabla 4. Declaraciones internacionales que integran recomendaciones a las empresas turísticas

<p>Conferencia Mundial del Turismo, (OMT). Filipinas. 1980.</p> <p>Convoca a mejorar la calidad de los servicios turísticos, respetar los derechos humanos de sus trabajadores y clientes y hacerse valer de la tecnología para mejorar sus procesos y condiciones para el personal.</p> <p>Vincula a la oferta hotelera con otros sectores, por lo que debe existir un claro compromiso entre las empresas, comunidad y entorno (cultural y natural).</p>
<p>Carta del Turismo y Código del Turista, (OMT). Bulgaria, 1985.</p> <p>Contribuir al desarrollo bajo principios de carácter humanista y respeto a la legislación.</p> <p>Ofrecer a los empleados condiciones apropiadas de trabajo y sin discriminación.</p>
<p>Código Ético Mundial para el Turismo (OMT). Chile, 1999.</p> <p>Operar atendiendo prácticas sociales y culturales de los pueblos, preservar la naturaleza, otorgar adecuadas condiciones laborales, formar y proteger socialmente a sus trabajadores, comprometiéndose con el desarrollo local de los destinos.</p>
<p>Carta del Turismo Sostenible. Lanzarote, España, 1995.</p> <p>Participar en planes de acción sustentable, en donde se respeten y protejan los patrimonios cultural y natural de los pueblos.</p> <p>Originar comportamientos responsables.</p>

Agenda 21 para la industria de viajes y turismo (WTTC, OMT y el Consejo de la Tierra 1992).

Implementar modelos de producción sustentable, que terminen con el proteccionismo y comercialización de los servicios turísticos.

Asumir la responsabilidad de proteger a la naturaleza y respetar las leyes ambientales.

Declaración de Berlín. Alemania, 1997.

Operar bajo condiciones de conservación a la naturaleza y biodiversidad biológica.

Uso de tecnologías ambientales para ahorrar agua y energía, evitar la contaminación y la producción de residuos sólidos.

Diseñar e implementar guías y códigos de conducta para un turismo sustentable.

Acuerdo Mohonk. Nueva York, 2000.

Respetar las áreas geográficas y los factores socioculturales de los destinos donde se ubican.

Asumir responsabilidades más allá del cumplimiento de la ley.

Velar por los intereses de los consumidores y las comunidades.

Auditarse ambientalmente para reducir los impactos negativos hacia la naturaleza.

Cumbre Mundial del Ecoturismo, (PNUMA y OMT). Canadá, 2002.

Valerse de las directrices internacionales para adquirir certificaciones y otras iniciativas voluntarias que actúen con mayor responsabilidad ante las preocupaciones ambientales, sociales y culturales.

Declaración de Galápagos. Ecuador, 2002.

Orientar las inversiones hacia el desarrollo económico y social de las comunidades locales.

Trabajar conjuntamente con todos los organismos y actores relacionados con la actividad turística para la generación del desarrollo.

Declaración de Djerba (Turismo y cambio climático), (OMT). Túnez, 2003.

Implementar en su gestión tecnologías y procesos que disminuyan el consumo de energía y mejoren la utilización de recursos hídricos.

Promover hábitos y formas de turismo en beneficio de la naturaleza.

Declaración para un cambio de clima en el turismo. Lima, Perú, 2008.

Plantear acciones de reducción de contaminantes y protección a la naturaleza.

Generar estrategias de RSE bajo un mayor compromiso con los destinos.

Fuente: elaboración propia, a partir de la revisión de los acuerdos.

Cabe mencionar que, en noviembre de 2008, se celebró en Buenos Aires, Argentina, una reunión que versó sobre las cadenas hoteleras españolas establecidas en América Latina. En ella se expusieron los problemas que once cadenas hoteleras españolas -Meliá, Barceló, Iberostar, Globalia (Oasis), Fiesta, Sirenis, H-10, Princess, Catalonia, Piñeiro (Bahía Príncipe) y la Asociación de Inversores Hoteleros de Ámbito Internacional (Inverotel)- han tenido como consecuencia de políticas antisindicales, así como violaciones a los principios laborales impulsados por la OIT y la Declaración Tripartita de la OIT sobre

Empresas Transnacionales. En esta declaración se evidencia a estas empresas extranjeras por la posición negativa de ética y RS con las comunidades y su desarrollo local, pues se consolida cada vez más su forma de operación bajo el modelo “todo incluido”, lo cual no beneficia ni a trabajadores ni a todos aquellos que ofrecen servicios a los turistas: restauranteros, taxistas, guías, artesanos y servidores complementarios.

Desde el punto de vista ecológico, las repercusiones que se plantean en esta declaración son:

- La pérdida de suelo
- La pérdida de arenas costeras
- La degradación del paisaje
- La sobreexplotación y/o contaminación de ríos, lagunas y acuíferos
- El aumento exagerado del consumo de energía
- El incremento del costo de vida para la población local
- La contribución al cambio climático (por ejemplo, el transporte de alimentos y otros insumos desde lugares alejados)

Estas iniciativas voluntarias para el buen comportamiento de las empresas del sector turístico van desde premios y compromisos hasta etiquetas ecológicas, constituyendo la base para los esquemas de certificación global. Adoptarlas quizás resulte difícil, ya que implementar las acciones mencionadas requiere de tiempo, dinero y esfuerzo grupal; sin embargo, la atención a los derechos humanos, la responsabilidad ambiental, la inclusión de tecnologías o la aplicación de prácticas anticorrupción son impostergables.

4.1 Instrumentos de responsabilidad social empresarial

La gran mayoría de instrumentos existentes en materia de RSE, emanados de las iniciativas internacionales, consideran tres particularidades básicas: las prácticas empresariales al interior y con los *stakeholders*, la gestión socialmente responsable,

concebida como el control administrativo de las dimensiones económica, social y ambiental, y los resultados que en cada una de las dimensiones la empresa consigue por su actividad diaria.

Con la finalidad de conocer si la empresa es socialmente responsable, todos los componentes que participan (principios, políticas y declaraciones, entre otros) se deben trasladar a estándares e indicadores que permitan medirla. En ese sentido, se muestran los instrumentos que posibiliten a las empresas hoteleras mexicanas revisar su actuación en relación con la RSE bajo un carácter voluntario y de compromiso.

4.1.1 Reportes o memorias de sustentabilidad

Los informes o memorias de sustentabilidad son documentos que exponen la información sobre el desempeño económico, social y ambiental de una empresa u organización. En ellos se muestran las ventajas y limitaciones en el desarrollo de estos rubros por medio de un sistema de indicadores de sustentabilidad. Se basan fundamentalmente en la implementación del denominado triple balance (*triple bottom line: people, planet, profit*), que permite medir, divulgar y rendir cuentas frente a los diversos grupos de interés, quienes pueden acceder directamente a la información de la memoria, cuyas directrices fueron lanzadas en 2006 y mantienen actualizaciones.

El *Global Reporting Initiative*²(GRI) es una organización que promueve el uso de memorias de sustentabilidad; ofrece un marco para la elaboración de las mismas bajo tres distintos tipos de información: estrategia y perfil, que establece el contexto general de la organización; enfoque de gestión, que incluye cómo la empresa aborda un determinado conjunto de aspectos para proporcionar contexto y para la comprensión del desempeño en un área concreta, e indicadores de desempeño, que facilitan la comparabilidad de la información sobre el ejercicio económico,

² *Global Reporting Initiative* es una organización sin ánimos de lucro, creada en 1999, que promueve la realización de memorias que permiten valorar el proceder de las empresas en materia de sustentabilidad y responsabilidad social.

ambiental y social de la organización. En esta tipología se incluyen los reportes de responsabilidad social corporativa, de ciudadanía corporativa, de declaración del progreso, reportes web y libros web, e informes anuales no financieros. También ofrece una tabla de vínculos para las orientaciones del GRI-G3 y la Norma ISO 26000 (Global Reporting Initiative, 2013).

Poco a poco, los empresarios ven a los informes o memorias de sustentabilidad como una herramienta para construir o reconstruir el prestigio de sus empresas, pues generan información con estas variables y se sitúan en un terreno más allá de las acciones meramente filantrópicas. La evolución del concepto sustentabilidad originó que los primeros informes tendieran sólo a la cuestión ambiental, pero en los últimos años se refleja un interés hacia el resto de las actividades de la empresa y su responsabilidad, incluyendo la social.

4.1.2 Normalización

El *Institute of Social and Ethical Accountability* (ISEA) ha desarrollado la norma *AccountAbility 1000 Assurance Standard*, mejor conocida como AA1000AS, la cual es de libre acceso a las empresas del mundo; ayuda en la presentación de informes de sustentabilidad y su misión es promocionar la responsabilidad en pro del desarrollo sustentable. Se define como “un estándar de aplicación general para evaluar, atestiguar y fortalecer la credibilidad y calidad del informe de sostenibilidad de una organización y de sus principales procesos, sistemas y competencias” (Institute of Social and Ethical Accountability, 2008: 5).

Para la norma AA1000AS, el concepto responsabilidad se constituye como la transparencia para rendir cuentas a las partes interesadas, la capacidad de respuesta para atender preocupaciones y el cumplimiento de los estándares con los cuales se compromete voluntariamente y las normas y regulaciones que debe cumplir por razones legales. Se basa en tres principios fundamentales: relevancia, que permite una evaluación del cumplimiento legal, regulatorio o financiero, de la política organizacional y del impacto de la conducta de las partes interesadas; exhaustividad, referido a la evaluación de los aspectos relevantes de su desempeño

(actividades, productos, servicios), y capacidad de respuesta, que tiene que ver con la evaluación de la satisfacción de necesidades de los *stakeholders* en tiempo y forma (AA1000 Stakeholder Engagement Standard) (ISEA, 2008) (ver Tabla 5).

Tabla 5. Principios de la Norma AA1000

Principio	Parámetro de evaluación
Relevancia	(a) Resultados en el cumplimiento. Considerar aspectos de los resultados no financieros cuando exista un impacto significativo de carácter legal, regulatorio o directamente financiero. (b) Desempeño relacionado con la política. Identificar aspectos de los resultados relacionados con posiciones respecto de la política acordada en la organización, sin considerar las consecuencias financieras. (c) Normas basadas en los pares. Aspectos relevantes del desempeño si los pares de la compañía y sus competidores así lo consideran. (d) Relevancia basada en las partes interesadas.
Exhaustividad	En qué medida la organización informante puede identificar y comprender los aspectos relevantes de su desempeño sostenible, que se asocia a elementos sobre los que ésta tiene responsabilidad administrativa y legal (actividades, productos, servicios, sitios y agencias subsidiarias).
Capacidad de respuesta	Si la organización informante ha respondido a las preocupaciones, políticas y normas relevantes de las partes interesadas, y si sus respuestas han sido comunicadas de manera adecuada en el informe.

Fuente: Institute of Social and Ethical Accountability (2008: 13-18).

Otro instrumento es la norma internacional SA8000, la cual fue elaborada por *Social Accountability International* (SAI); permite que las empresas se auditen y certifiquen bajo el cumplimiento de buenas prácticas de gestión que garanticen condiciones adecuadas y trato decente a sus trabajadores y clientes. Está sustentada en los principios de 15 instrumentos internacionales sobre derechos humanos y es por ello que las empresas que la adoptan consiguen integrar el aspecto ético en su personal, volviéndolas empresas fiables.

Los requerimientos establecidos son de dimensión social (trabajo infantil, trabajos forzados, salud y seguridad en el trabajo, libertad de asociación y derecho de negociación colectiva, discriminación, medidas disciplinarias, horarios de trabajo, remuneración y sistemas de gestión) y no se consideran factores económicos ni ecológicos. A pesar de que surgió en 1997, y de que su estructura sigue el modelo

de las normas ISO (sistema universal auditable a cualquier tipo de giro –incluido el turístico-), no es lo suficientemente conocida por las organizaciones tanto del sector industrial como de servicios.

La Organización Internacional para la Estandarización (ISO) ofrece la guía ISO 26000 a partir del año 2010, la cual es de carácter voluntario y pretende orientar a las empresas hacia la RSE. Ofrece definiciones y métodos de evaluación para todo tipo de giros y tamaño empresarial, con la intención de contribuir al desarrollo sustentable. ISO 26000 no es una norma de sistema de gestión y hasta el momento no es certificable. Evalúa siete dimensiones o materias de la RSE como se observa en la Tabla 6.

La norma ISO 26000 cubre los vacíos del estándar SA 8000, al complementarse con la evaluación de las dimensiones ecológica (medioambiente) y económica (desarrollo de la sociedad).

Tabla 6. Materias fundamentadas de RSE (ISO 26000)

Materias	Asuntos
Gobernanza de la organización	
Derechos humanos	Debida diligencia Situaciones de riesgo para los derechos humanos Evitar la complicidad Resolución de reclamaciones Discriminación y grupos vulnerables Derechos civiles y políticos Derechos económicos, sociales y culturales Principios y derechos fundamentales en el trabajo
Prácticas laborales	Trabajo y relaciones laborales Condiciones de trabajo y protección social Diálogo social Salud y seguridad en el trabajo Desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo
Medio ambiente	Prevención de la contaminación Uso sustentable de los recursos Mitigación y adaptación al cambio climático Protección del medio ambiente, biodiversidad y restauración de hábitats naturales

Prácticas justas de operación	Anti-corrupción Participación política responsable Competencia justa Promover la responsabilidad social en la cadena de valor Respeto a los derechos de la propiedad
Asunto de consumidores	Prácticas justas de marketing, información objetiva e imparcial y prácticas justas de contratación Protección de la salud y la seguridad de los consumidores Consumo sustentable Servicio de atención al cliente, apoyo y resolución de quejas y controversias Protección y privacidad de los datos de los consumidores Acceso a servicios esenciales Educación y toma de conciencia
Participación activa y desarrollo con la comunidad	Participación activa de la comunidad Educación y cultura Creación de empleo y desarrollo de habilidades Desarrollo y acceso a la tecnología Generación de riqueza e ingresos Salud Inversión social

Fuente: ISO, 2010.

México cuenta con una norma de responsabilidad social NMX-SAST-26000-IMNC-2011, que asiste a las empresas para mejorar su conducta social contribuyendo al desarrollo sustentable. Fue publicada por el Instituto Mexicano de Normalización y Certificación (IMNC) como guía de responsabilidad social; su propósito no es fungir como certificación o regulación, puesto que no considera requisitos de evaluación para las empresas.

La norma considera la identificación de factores sociales que pueden afectar a los *stakeholders* relacionados con la empresa, de tal forma que le permite establecer acciones concretas de RSE. Incluso coincide totalmente con la norma internacional ISO 26000:2010, *Guidance on Social Responsibility*.

4.1.3 El Distintivo ESR

Las acciones a favor de las empresas mexicanas en materia de responsabilidad social ha recaído en el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), la

Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX) y el Consejo Coordinador Empresarial (CCE), que, conjuntamente con otros organismos que conforman Aliarse,³ realizan estudios, eventos, capacitación y certificaciones referidas a la RSE.

CEMEFI se creó en 1996 agrupando empresas, fundaciones e individuos, los cuales se integran en foros socialmente responsables y que participan en el programa de RSE. CEMEFI promueve talleres para alianzas intersectoriales, también coopera de manera dinámica con revistas empresariales, redes universitarias, capacitación, promoción de participación ciudadana y voluntariado, entre otras actividades (CEMEFI; 2012).

A partir de 1997, el Centro Mexicano para la Filantropía estableció el “Reconocimiento al Compromiso con los Demás” con la finalidad de fortalecer la participación organizada de la sociedad civil en su desarrollo integral y en la solución de problemas comunitarios. A partir de 2000 este reconocimiento cambió al distintivo “Empresa Socialmente Responsable” (ESR), que es un proceso que permite conocer el desempeño de las empresas, en este rubro, a través de un autodiagnóstico. La medición se lleva a cabo a través de una revisión anual en cinco ámbitos de la organización (CEMEFI, 2014):

- Ética y gobernabilidad empresarial
- Calidad de vida en la empresa (dimensión social del trabajo)
- Vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo
- Cuidado y preservación del medio ambiente
- Promoción ética y consumo responsable (sólo para ciertos giros empresariales)

La promoción ética y consumo responsable es un ámbito evaluado sólo para ciertos giros empresariales.

³ Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México, integrada por la Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX), el Consejo de Coordinación Empresarial (CEE), la Confederación de Cámaras industriales de los Estados Unidos Mexicanos (CONCAMIN) y la Unión Social de Empresarios de México A.C.

El distintivo ESR acredita a la empresa ante empleados, inversionistas, clientes, autoridades y sociedad en general, por asumir voluntaria y públicamente el compromiso de una gestión socialmente responsable como parte de su cultura y estrategia de negocio, y al haber sustentado el cumplimiento de los estándares propuestos para los siguientes ámbitos de la RSE. A partir de 2007, CEMEFI abre una convocatoria específicamente para pequeñas y medianas empresas (PyMES).

En un análisis comparativo entre diversos organismos que fomentan y evalúan la RSE, a nivel internacional, se pudieron apreciar las dimensiones que se incluyen en cada uno. La Tabla 7 muestra las similitudes y diferencias.

Tabla 7. Dimensiones de RSE

CEMEFI México	ETHOS Brasil	FORÉTICA España	PERÚ 2021	FUNDEMAS El Salvador	IARSE Argentina
Calidad de vida en la empresa	Público interno	Personas que integran la organización	Colaboradores	Público interno	Público interno
Ética y gobernabilidad empresarial	Valores, transparencia y gobernanza	Alta dirección		Gobernabilidad	Valores, transparencia y gobierno
Vinculación con la comunidad	Comunidad	Entorno social	Comunidad	Comunidad	Comunidad
Vinculación con el medio ambiente	Medio ambiente	Entorno ambiental	Medio ambiente	Medio ambiente	Medio ambiente
	Proveedores	Proveedores	Proveedores	Proveedores	Proveedores
		Inversores	Accionistas		
Gestión de la RSE	Gobierno y sociedad	Administraciones públicas	Gobierno y sociedad civil	Políticas públicas	Gobierno y sociedad
Promoción ética y consumo responsable	Consumidores y clientes	Clientes y competencia	Clientes	Mercadeo responsable	Consumidores y clientes



Social



Ecológico



Económico

Fuente: elaboración propia

Los instrumentos de RSE aquí presentados se utilizan para mejorar el desempeño de las empresas hoteleras en relación con la sociedad y el ambiente; han sido diseñados con múltiples propósitos que van desde la planeación de objetivos y políticas operacionales hasta aspectos de vinculación con la comunidad. Resultan ser instrumentos que aumentan la conciencia de los empresarios del sector para que se trabaje en las tres esferas mencionadas de la sustentabilidad, considerando, en el aspecto económico, el desarrollo y la creación de valor para los accionistas, pero también en la capacidad de provocar un progreso económico en las comunidades donde se localizan. Así mismo, buscan la competitividad empresarial que les permita ser rentable.

En el aspecto social, la empresa debe preservar los empleos y los derechos de los trabajadores, así como contribuir a mejorar su calidad de vida; en un sentido ético, alienta a que los negocios posean y promuevan los valores para la protección de las personas, pero también establece objetivos de protección a la naturaleza, minimiza los impactos para con el entorno natural y adopta medidas que disminuyan la contaminación. Sin embargo, más que pensar en cómo lograr el equilibrio entre las tres dimensiones, habría que considerar la relación existente entre estas y qué tan favorable es de acuerdo con los resultados de cada una.

4.2 Instrumentos de gestión ambiental

La GA opera con instrumentos que pueden ser obligatorios o voluntarios. Los primeros incluyen generalmente regulaciones normativas en cumplimiento con la legislación que impone la administración pública. Los segundos intentan que sea el propio mercado el que se autorregule, generando una buena conducta ambiental a partir de los intereses empresariales y de la demanda. Igualmente, estos instrumentos se manejan en dos direcciones no excluyentes entre sí: la preventiva y la correctiva. Se consideran instrumentos preventivos cuando se planifican los proyectos empresariales, nuevas actividades o se realizan planes y programas. Los instrumentos correctivos se aplican en operaciones en funcionamiento. También existen instrumentos auxiliares que apoyan a los dos anteriores con la finalidad de que éstos se desarrollen de manera eficaz (Conesa, 1997) (ver Tabla 8).

Tabla 8. Instrumentos de gestión ambiental

Preventivos	Indirectos	Primarios (EA)	Educación ambiental Sensibilización Capacitación ecológica Códigos de conducta
		Secundarios	Investigación Innovación tecnológica Normativa legal Difusión
	Directos	Calidad	Normalización Sistemas de gestión de calidad
		Gestión	Sistemas de Gestión Ambiental (SGA) Evaluación de impacto ambiental Programas de vigilancia ambiental
		Económicos	Incentivos y recompensas económicas Programas de inversión ética o RSE
	Correctivos	Comunicación	Distintivos
Informativos			Folletos Señalamientos de riesgo y peligro Publicaciones de productos
Fedatarios		Ecobalances	Análisis del ciclo de vida (ACV)
		Auditorías (AMA)	Auditorías Ambientales
		Verificaciones	Programa de inspección ambiental
Ejecutivos		Tratamientos	Programas de conservación, mejora y reutilización
		Recuperación	Restauración Rehabilitación
		Compensación	Sustitución Contraprestación
Auxiliares		Técnicos	Específicos
	Genéricos		Estudios generales de responsabilidad social Estudios de seguridad y salud ocupacional
	Tecnológicos		Ecoeficiencia Ecoinnovación tecnológica
	Legales		Normativa federal, estatal y municipal

Fuente: adaptado de Conesa (1997: 73).

Definitivamente la empresa cuenta con un amplio abanico de instrumentos para prevenir, detectar y corregir los posibles impactos que se generan por las actividades que desempeña; sin embargo, se consideran sólo aquellos instrumentos voluntarios que las empresas establecen como compromiso para cambiar su comportamiento y mejorar su desempeño, más allá de los requisitos legales.

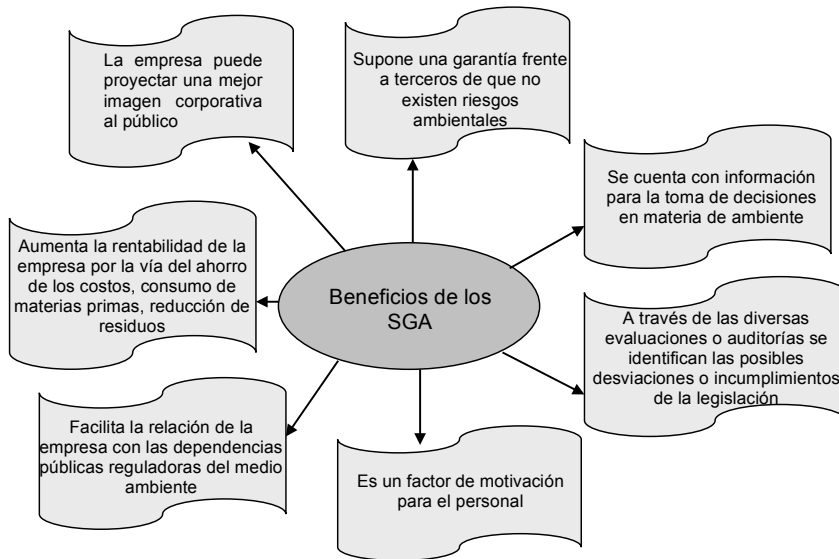
4.2.1 Sistemas de gestión ambiental (SGA) y certificaciones

Los SGA constituyen una extensión de otros sistemas, como los de calidad, y están regulados por normas internacionales. Tienen como objetivo proporcionar a las empresas aquellos elementos que les permitan implementar de manera efectiva procedimientos y acciones para garantizar el cumplimiento de sus políticas y objetivos ambientales; de ninguna manera deben ser usadas para incrementar o cambiar las obligaciones legales de las organizaciones (ISO, 2004).

Las empresas pueden adherirse de forma voluntaria a un sistema de gestión ambiental (SGA) que establece prácticas implementadas en diversas actividades de su operación, desde el diseño de productos y servicios, procesos de producción, selección de proveedores y contratación de servicios externos, hasta la toma de decisiones en las fusiones o adquisiciones corporativas. Finalmente cada organización puede adoptar un sistema propio de gestión para integrar la responsabilidad social en su vida cotidiana empresarial.

La implementación de un SGA puede descubrir oportunidades de reducción de costos antes desconocidas, también le permite a la empresa adaptarse a la normatividad actual y futura, ya que dispone de información sobre sus problemas ambientales. De tal forma, ante una aplicación de las reglamentaciones por parte del Estado, las empresas mejor preparadas se ahorrarán costos futuros y tendrán una mejor imagen ante la relación con la administración pública (Martínez y Roca, 2006: 293). De acuerdo con Llull (2003), las empresas que adoptan un SGA llegan a obtener beneficios que se muestran en la Figura 4.

Figura 4. Beneficios de los SGA



Fuente: elaboración propia, adaptado de Llull (2003: 117-119).

No obstante estos beneficios, la implementación del SGA no es una tarea sencilla, pues habrá que planificar muchos aspectos ligados al control operacional ambiental. Los SGA pueden ser revisados por auditores internos y externos para incrementar su nivel de transparencia y credibilidad en la obtención de certificaciones.

En función de lo anterior, se han configurado, en diversas partes del mundo, estándares de GA y normas de certificación, entre los se pueden mencionar el ISO 9001, ISO 14001 y *Eco Management and Audit Scheme (EMAS)* en Europa.

Entre los aplicables al contexto mexicano se encuentra el SGA ISO 14001:2004 como parte de la Norma ISO 14000:2004. Este sistema ubica a la empresa dentro de los requisitos legales e información de los aspectos ambientales. La base del enfoque se da bajo la metodología de planear-hacer-verificar-actuar (PHVA), que se hizo conocida a partir de los modelos de mejora continua y gestión de la calidad. Los requisitos que se deben cumplir para su implantación se encuentran en la Tabla 9.

Tabla 9. Requisitos de la Norma Internacional ISO 14001:2004

Requisitos	Aspectos a cubrir	
Requisitos generales	Establecer, documentar, implantar, mantener y mejorar continuamente un SGA de acuerdo con los requisitos de la norma	
	Definir y documentar el alcance del SGA	
Política ambiental	Definir la política ambiental, determinar su alcance y comunicarla a todos los integrantes de la empresa	
Planeación	Aspectos ambientales	Procedimientos para identificar los aspectos ambientales de sus actividades y sus impactos significativos
	Requisitos legales y otros	Procedimientos para identificar y tener acceso a los requisitos legales aplicables: nacionales e internacionales
	Objetivos, metas y programas	Documentar los objetivos y metas ambientales
Establecer, implantar y mantener un programa para el logro de los objetivos		
Implementación y operación	Recursos, funciones, responsabilidad y autoridad	Asegurar que el SGA es establecido, implantado y mantenido de acuerdo con la norma
		Reportar el desempeño del SGA
	Capacitación, toma de conciencia y competencia	Personal competente con base en educación y experiencia
		Importancia de cumplir con la política y procedimientos ambientales y el SGA
		Capacitación
		Conciencia sobre política ambiental
	Comunicación	Procedimientos de comunicación interna
	Documentación	Documentos y registros requeridos por la norma
	Control de documentos	Procedimientos establecidos en el control de documentos
	Control operacional	Identificar y planear las operaciones ambientales de acuerdo con la política, objetivos y metas
Preparación y respuesta a emergencias	Procedimientos para identificar situaciones de emergencia	
	Respuesta a situaciones de emergencia	
	Revisión de procedimientos después de una emergencia	

Verificación	Seguimiento y medición	Procedimientos y registro para controlar y medir las operaciones que puedan tener un impacto ambiental
	Evaluación de conformidad	Procedimiento para evaluar periódicamente en conformidad con los requisitos legales aplicables
	No conformidades, acción correctiva y preventiva	Procedimiento para el trato de no conformidades y para tomar acciones preventivas y correctivas
	Control de riesgos	Registro y procedimientos para demostrar conformidad con los requisitos al SGA y de la norma
	Auditoría interna	Procedimientos de auditoría para determinar si el SGA se da conforme a las disposiciones planeadas y ha sido implantado y mantenido apropiadamente
Revisión por la dirección	Revisión, evaluación de oportunidades de mejora y necesidad de cambios al SGA	Decisiones y acciones relacionadas con posibles cambios en la política, objetivos y metas ambientales y otros elementos del SGA

Fuente: elaboración propia, a partir de la Norma Internacional ISO14000:2004.

Los elementos que integran el SGA puedan estar alineados con algunos sistemas relacionados con la calidad, seguridad e higiene o finanzas, entre otros. Su adopción puede contribuir de manera importante en las prácticas ambientales y en la obtención de resultados óptimos por parte de la empresa en relación con la protección a la naturaleza, pero de ninguna manera garantiza por sí misma resultados favorables. Es aplicable a cualquier organización incluyendo las turísticas.

En el ámbito turístico han aparecido diversidad de certificaciones para los SGA (ver Tabla 10).

Tabla 10. Certificaciones ambientales para la hotelería

Audubon Green Leaf Eco-Rating Program
Australian Ecolabel for Tourism
Bayerisches Umweltgütesiegel für das Gastgewerbe
BioHotels
BIOSPHERE
Brazilian Sustainable Tourism Standard
California Green Lodging Program
Certificación para la sostenibilidad turística
Earthcheck
ECObiz
Ecocertification
ECOTEL (HVS)
Ecotourism Kenya's Eco-rating scheme
EMAS (Eco-Management and Audit Scheme)
Green Certificate
Green Deal
Green Globe
Green Hospitality Award
Green Key
Green Leaf Business Scheme
Green Leaf Environmental Standard
Green Seal
Green Star
Green Star Hotel
Green Tourism Business Scheme
Heritage Environmental Rating Programme
Leadership in Energy and Environmental Design (LEED)
Smart Voyager
Stay Green Illinois
Sustainable Tourism Eco-certification
Swiss Tourism Quality Label (Q)

Fuente: elaboración propia, a partir de la revisión de los programas.

El Centro de Investigación Cooperativa del Turismo Sostenible (STCRC por sus siglas en inglés) creó *EarthCheck Limited*, un programa basado en los principios de la Agenda 21, el cual trabaja para sustentabilidad de las organizaciones turísticas. *EarthCheck* se comercializa como EC3 Global y respalda la marca *Green Globe*.

Se puede decir que *Green Globe* (GG) es el más difundido entre el sector turístico, además de que tiene un alcance internacional y certifica una gran

variedad de giros, tales como aeropuertos, aerolíneas, cruceros, hoteles, campos de golf, renta de autos, *resorts* e incluso destinos. Evalúa 337 indicadores bajo 41 criterios de sustentabilidad, gran cantidad de ellos enfocados a la GA de las empresas (ver Tabla 11); sin embargo, recién explora aspectos más amplios de la responsabilidad social y la equidad económica del desarrollo turístico.

Algunos estudios (WWF-UK, 2000; Font y Harris, 2004) han demostrado que los indicadores que permiten llevar a la certificación turística de GG todavía adolecen de una construcción completa que pueda evaluar los aspectos sociales y culturales. En cierta medida, el programa de certificación aún no ha desarrollado suficientemente las iniciativas enlazadas con la participación de las empresas hacia el desarrollo local y el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades.

Tabla 11. Relación entre áreas clave de desempeño e indicadores GG

Área	Criterios
Gestión sustentable	Implementación de Sistemas de Gestión de la Sustentabilidad
	Cumplimiento legal
	Capacitación de los empleados
	Satisfacción del cliente
	Materiales promocionales
	Acondicionamiento, diseño y construcción del espacio: <ul style="list-style-type: none"> • Diseño y construcción • Cumplimiento de requisitos legales • Diseño sustentable y construcción de edificios e infraestructura (edificios nuevos y existentes)
	Interpretación
	Estrategia de comunicación
	Seguridad y salud
	Social/económica
	Empleo local
	Comercio justo
	Apoyo a empresas locales
	Respeto a las comunidades locales
	Explotación
	Protección del empleado
	Servicios básicos

Patrimonio cultural	Código de conducta
	Instrumentos históricos
	Protección de sitios
	Incorporación de la cultura
Ambiente	Conservación de los recursos: <ul style="list-style-type: none"> • Política de compras • Consumibles • Productos • Consumo de energía • Agua
	Reducción de la contaminación: <ul style="list-style-type: none"> • Gases de efecto invernadero • Aguas residuales • Plan de gestión de residuos (reducir, reutilización, reciclar) • Sustancias peligrosas • Otros contaminantes
	Conservación de la biodiversidad, los ecosistemas y la fauna <ul style="list-style-type: none"> • Paisajes • Especies • Vida silvestre en cautiverio
	Criterios de conservación de la biodiversidad
	Interacciones con la fauna

Fuente: Green Globe (2013).

El análisis presentado por la World Wildlife Fund (2000) muestra que muchas empresas turísticas están confundidas ante la amplia gama de normas, certificaciones o programas para el sector en materia ambiental. Incluso para las pequeñas y medianas empresas resultan ser desconocidas, o bien, no las adoptan por los costos que implican su adhesión. Claro está que los sellos y certificaciones en el ámbito turístico aún no significan mucho para los consumidores. Los turistas consideran, según estas investigaciones, que las empresas que los ostentan son aquellas que trabajan bajo la modalidad de ecoturismo.

4.2.2 Auditorías ambientales

La auditoría ambiental es otro instrumento de GA empresarial considerado como de autorregulación voluntaria. De acuerdo con el Reglamento de la LGEEPA en materia de auditoría ambiental, ésta se define como

el examen exhaustivo de los equipos y procesos de una empresa, así como de la contaminación y riesgo que la misma genera, que tiene por objeto evaluar el cumplimiento de su políticas ambientales y requerimientos normativos, con el fin de determinar las medidas preventivas y correctivas necesarias para la protección del ambiente y las acciones que permitan que dicha instalación opere en pleno cumplimiento de la normatividad ambiental vigente, así conforme a normas extranjeras e internacionales y buenas prácticas de operación (Reglamento AA de la LGEEPA, 2000: 1).

Conesa (1997: 317) la define como “un instrumento al servicio de la gestión empresarial del medio ambiente, de carácter correctivo y función fedataria que comprende una ordenación sistemática, documentada, periódica y objetiva de la eficacia de la organización, del sistema de gestión y de procedimientos destinados a la protección del medio ambiente”.

De acuerdo con lo anterior, la auditoría se interpreta como un elemento de evaluación y análisis de las operaciones de una empresa que legitima los SGA; tiene un carácter voluntario y, si así desea, puede concluir en una certificación.

Según Viña (2003: 22-23) la auditoría ambiental puede seguir una variedad de esquemas y clasificarse de la siguiente forma:

- Auditoría ambiental básica: que mide la relación entre las instalaciones de la empresa y su entorno natural.
- Auditoría ante posible responsabilidad por contaminación: es un esquema de evaluación relacionado con el estudio de impacto ambiental (EIA) para implementar próximos proyectos empresariales.
- Auditoría de una actividad: que se realiza para evaluar el desempeño ambiental de los procesos de operación de la empresa.
- Auditoría del proceso EIA: corresponde a la evaluación del desempeño de la Evaluación de Impacto Ambiental (EIA), adelantada para un proyecto en particular.

- Evaluaciones del ciclo de vida de un producto o proceso: que comprende la evaluación sistemática de un producto o servicio desde que inicia hasta que se desecha y su relación con los efectos ambientales.

La implementación de auditorías se considera como una medida para el desarrollo sustentable. En ese contexto el Estado se apoya de ellas para regular el comportamiento de las empresas y los consumidores (Cabrera, 2005).

En México existe el Programa Nacional de Auditoría Ambiental (PNAA), promovido por la Procuraduría Federal de Protección del Ambiente (PROFEPA) desde 1992. Las empresas pueden integrarse de manera voluntaria y, al darle cumplimiento, pueden obtener cuatro tipos de reconocimiento: el Certificado de Industria Limpia, de Cumplimiento Ambiental, de Calidad Ambiental Turística y/o Municipio Limpio y el Reconocimiento de Excelencia Ambiental.

Para efectos de lo anterior se firma un convenio entre las empresas y la dependencia gubernamental. Una vez realizadas las medidas preventivas y correctivas, se lleva a cabo la auditoría, de ser positiva, la PROFEPA entrega un certificado que reconoce a la organización como una entidad en pleno cumplimiento de la legislación ambiental y que opera con buenas prácticas y parámetros internacionales. Este reconocimiento tiene vigencia de dos años y cumple la función de un sello de aprobación que distingue a productos o servicios que son menos perjudiciales para el ambiente que otros.

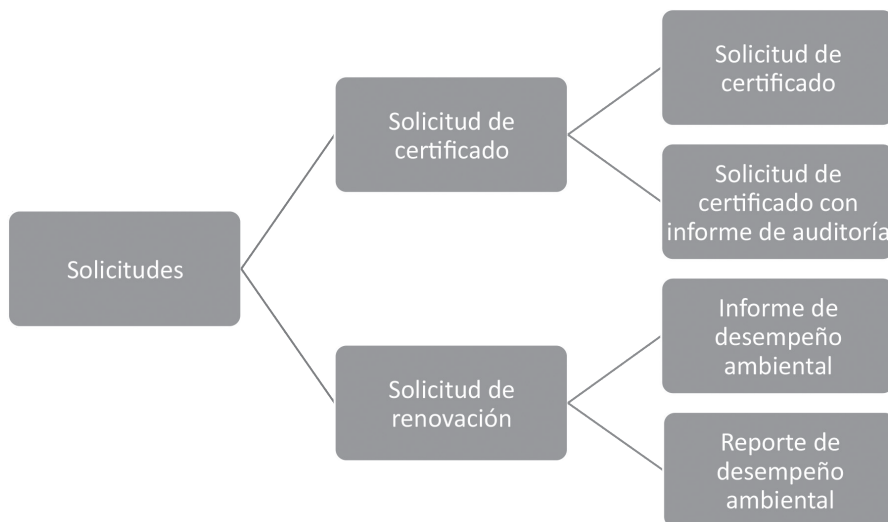
En el caso del sello “Calidad ambiental turística”, se consideraron criterios del programa *Agenda 21 para el Turismo*. En su difusión participa la Secretaría de Turismo (SECTUR) en coordinación con la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles (AMHM), los cuales pretenden influir en las empresas turísticas para que, mediante la certificación voluntaria, se promueva el mejor desempeño ambiental en los destinos.

Los aspectos a evaluar son

- El uso eficiente del agua, cantidad y calidad de la descarga
- Uso eficiente de energía eléctrica y combustibles

- Manejo adecuado de sustancias químicas
- Nivel de cumplimiento de instrumentos legales

Figura 5. Procedimiento para obtención de certificado ambiental



Fuente: PROFEPA, 2010.

4.2.3 Normalización

Bajo la Ley Federal de Metrología y el Programa Nacional de Normalización, se han implementado estándares para el desarrollo de las actividades económicas, los cuales se denominan Normas Oficiales Mexicanas (NOM). El cumplimiento de estas normas permite el buen desarrollo de la auditoría ambiental. También ayudan a resolver ciertos problemas de las empresas en su relación con el ambiente que van desde la planeación e implementación de SGA hasta la promoción de buenas prácticas sociales y ecológicas en las organizaciones. En la Tabla 12 se presentan las NOM que están, directa o indirectamente, relacionadas con la industria turística en materia ambiental.

Tabla 12. Normas Oficiales Mexicanas (NOM)

NOM-001-SEMARNAT-1996	Establece los límites máximos permisibles de contaminantes en las descargas de aguas residuales en aguas y bienes nacionales
NOM-002-SEMARNAT -1996	Establece los límites máximos permisibles de contaminantes en las descargas de aguas residuales a los sistemas de alcantarillado urbano municipal
NOM-003-SEMARNAT-1997	Establece los límites máximos permisibles de contaminantes para las aguas residuales tratadas que se reutilizan en servicios al público
NOM-004-SEMARNAT-2002	Protección ambiental.- Lodos y bio-sólidos.-Especificaciones y límites máximos permisibles de contaminantes para su aprovechamiento y disposición final
NOM-003-CNA-1996	Requisitos durante la construcción de pozos de extracción de agua para prevenir la contaminación de acuíferos
NOM-004-CNA-1995	Requisitos para la protección de acuíferos durante el mantenimiento y rehabilitación de pozos de extracción de agua y para el cierre de pozos en general
NOM-006-CNA-1997	Fosas sépticas prefabricadas- Especificaciones y métodos de prueba de agua
NOM-085-SEMARNAT-2011	Contaminación atmosférica. Niveles máximos permisibles de emisión de los equipos de combustión de calentamiento indirecto y su medición
NOM-041-SEMARNAT-2006	Establece los límites máximos permisibles de emisión de gases contaminantes provenientes del escape de los vehículos automotores en circulación que usan gasolina como combustible
NOM-052-SEMARNAT-2005	Establece las características, el procedimiento de identificación, clasificación y los listados de los residuos peligrosos
NOM-053-SEMARNAT-1993	Establece el procedimiento para llevar a cabo la prueba de extracción para determinar los constituyentes que hacen a un residuo peligroso por su toxicidad al ambiente
NOM-054-SEMARNAT-1993	Establece el procedimiento para determinar la incompatibilidad entre dos o más residuos considerados como peligrosos por la NOM-052-ECOL-1993

NOM-022-SEMARNAT-2003	Establece las especificaciones para la preservación, conservación y restauración de los humedales costeros
NOM-027-SEMARNAT-1996	Establece los procedimientos, criterios y especificaciones para realizar el aprovechamiento, transporte y almacenamiento de tierra de monte
NOM-059-SEMARNAT-2010	Protección ambiental –especies nativas de México de flora y fauna silvestres- categorías de riesgo y especificaciones para su inclusión, exclusión o cambio de especies en riesgo
NOM-060-SEMARNAT-1994	Establece las especificaciones para mitigar los efectos adversos ocasionados en los suelos y cuerpos de agua por el aprovechamiento forestal
NOM-061-SEMARNAT-1994	Establece las especificaciones para mitigar los efectos adversos ocasionados en la flora y fauna silvestres por el aprovechamiento forestal
NOM-131-SEMARNAT-1998	Establece lineamientos y especificaciones para el desarrollo de actividades de observación de ballenas, relativas a su protección y la conservación de su hábitat
NOM-081-SEMARNAT -1994	Establece los límites máximos permisibles de emisión de ruido de las fuentes fijas y su método de medición
NOM-05-TUR-2003	Requisitos mínimos de seguridad a que deben sujetarse las operadoras de buceo
NOM-06-TUR-2009	Requisitos mínimos de información, higiene y seguridad que deben cumplir los prestadores de servicios turísticos de campamentos
NOM-07-TUR-2002	De los elementos normativos del seguro de responsabilidad civil que deben contratar los prestadores de servicios turísticos de hospedaje para la protección y seguridad de los turistas o usuarios
NOM-08-TUR-2002	/Establece los elementos a que deben sujetarse los guías generales y especializados en temas o localidades específicas de carácter cultural
NOM-09-TUR-2002	Establece los elementos a que deben sujetarse los guías especializados en actividades específicas

NOM-010-TUR-2001	De los requisitos que deben contener los contratos que celebren los prestadores de servicios turísticos con los usuarios-turistas
NOM-011-TUR-2001	Requisitos de seguridad, información y operación que deben cumplir los prestadores de servicios turísticos de turismo de aventura
PROY-NOM-140-SEMARNAT-2005	Establece los requisitos ambientales generales para campos de golf y desarrollos inmobiliarios que los incluyan
PROY-NOM-146-SEMARNAT-2005	Establece la metodología para la elaboración de planos que permitan la ubicación cartográfica de la zona federal marítimo terrestre y terrenos ganados al mar que se soliciten en concesión
NMX-AA-119-SCFI-2006	Establece los requisitos y criterios de protección ambiental para selección del sitio, diseño, construcción y operación de marinas turísticas
NMX-AA-133-SCFI-2006	Requisitos y especificaciones de sustentabilidad del ecoturismo.
NMX-AA-120-SCFI-2006	Establece los requisitos y especificaciones de sustentabilidad de calidad de playas

Fuente: (SEMARNAT, 2012).

4.3 La ecoeficiencia

El término ecoeficiencia no es nuevo, en realidad se desprende de expresiones que se han usado a partir de la preocupación por el deterioro natural. El lema “producir más con menos” fue común desde la década de los 70. Durante los años 90 apareció el concepto “producción más limpia” o “industria limpia”. La ecoeficiencia intenta trasladar estas ideas a los sectores productivos para realizar prácticas a favor del ambiente, conjuntando la eficiencia económica con la eficiencia ambiental (Leal, 2005).

La CEPAL (2005) marca una diferencia clara entre el concepto de producción limpia y ecoeficiencia, considerando que el primero es una estrategia asumida por las políticas públicas e impulsada por los gobiernos para que las empresas cumplan con la legislación ambiental; mientras que la ecoeficiencia es una estrategia empresarial para operar eficientemente.

La ecoeficiencia es un término que une el progreso económico y la ecología; es vista como un instrumento para el análisis de la sustentabilidad (Huppel e Ishikawa, 2005). Su objetivo final es mejorar el desempeño de las empresas y monitorear los aspectos relacionados con el consumo o uso del producto o servicio con medidas que sean transparentes y verificables, además de significativas para los administradores y para las partes (WBCSD, 2000).

En el contexto de la sustentabilidad, el *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD, 2000: 10) considera que la ecoeficiencia es “proporcionar bienes y servicios a un precio competitivo, que satisfagan las necesidades humanas y la calidad de vida, al tiempo que reduzcan progresivamente el impacto ambiental y la intensidad de la utilización de recursos a lo largo del ciclo de vida, hasta un nivel por lo menos acorde con la capacidad de carga estimada de la Tierra”. Bajo este enfoque, la ecoeficiencia se orienta a la prosperidad económica a partir del uso más eficiente de los recursos, es decir, producir más bienes y servicios con menos energía y menos recursos naturales, pero también generando menos residuos y menos contaminación.

En esta misma línea, los autores Desimone y Popoff (2000) refieren que la ecoeficiencia es la respuesta empresarial al reto del desarrollo sustentable. En su libro *Eco-efficiency: the business link to sustainable development*, consideran que ésta no solo se limita a la reducción de la contaminación, el consumo de energía o la administración de los productos, también integra al consumo, ya que argumentan que las empresas, los consumidores y la sociedad en general son responsables de sus acciones a favor o en contra del ambiente.

Hartley (2009), por su parte, menciona que las empresas responsables también se enfocan en el mejoramiento de la calidad de vida y tratan de integrar las tres esferas de la sustentabilidad. De tal forma, hasta ahora, la ecoeficiencia solamente une a la economía y a la ecología, dejando fuera la parte social.

Dentro de este marco, los objetivos empresariales están orientados a evaluar internamente el desempeño de la organización, servir como herramienta para la toma de decisiones, iniciar medidas y acciones enfocadas a la mejora del

desempeño económico- ambiental y funcionar como base de las estrategias de comunicación interna y externa (Kuosmanen y Kortelainen, 2005). Para ello, la ecoeficiencia se estima a través de la relación entre el valor del producto o servicio producido por una empresa y la suma de los impactos ambientales a lo largo de su vida. Por lo tanto:

$$\text{Ecoeficiencia} = \frac{\text{valor del producto o servicio}}{\text{impacto ambiental}}$$

El valor económico de un producto o servicio se obtiene por la diferencia entre los ingresos y los costos de los *inputs*, expresado en unidades monetarias; puede ser también en número de unidades de trabajadores, artículos vendidos, distancia recorrida, etc. El impacto ambiental, por su parte, es evaluado a través de la contabilización de los *inputs* de materiales y los *outputs* o problemas producidos en la naturaleza. Los aspectos relacionados con el impacto ambiental son el consumo de energía, de materiales, agua, emisión de gases de efecto invernadero y de sustancias agotadoras de ozono (Verfaillie y Bidwell, 2000).

Los indicadores son herramientas para el monitoreo, seguimiento y evaluación de la gestión y planificación ambiental y del desarrollo. De tal manera que su eficiencia depende del uso y aplicaciones que se realicen con ellos. Con la aplicación de estos indicadores, Ludevid (2000:48) revela cuatro prácticas que las empresas pueden asumir con la ecoeficiencia:

- Reducir el consumo de recursos naturales y energía, a lo largo de todo el ciclo de vida del producto
- Aumentar el componente renovable, reciclable y reutilizable de sus insumos y productos
- Disminuir la carga contaminante tanto directa como indirecta
- Ampliar el espectro de necesidades cubiertas por el producto o servicio que ofrece y su durabilidad, de forma que no sea necesario sustituirlo o complementarlo con otros productos tan frecuentemente

Diversas instituciones, como el WBCSD, el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), la Agencia Medioambiental Europea o la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), entre otras, elaboran indicadores con la finalidad de aplicar la ecoeficiencia en distintos ámbitos (sector, subsector, rama empresarial, etc.). Además, realmente obtienen una comparación entre las fortalezas y debilidades que poseen las empresas respecto del impacto ambiental que generan y al uso de los recursos para su producción.

La ecoeficiencia ha llegado al ámbito de la normalización ISO, en donde se pretende desarrollar una metodología para su valoración (ISO Management Systems, 2008). Por el momento existen dos claras iniciativas de indicadores que evalúan y reportan el desempeño ambiental de las empresas: la ISO 14031 y las guías de reporte del Global Reporting Initiative (GRI).

La Norma ISO 14031 es una herramienta de gestión ambiental interna que, a través de un proceso continuo de recopilación y análisis de datos e información, proporciona una evaluación actualizada del desempeño ambiental de la empresa; apoya los requisitos de la Norma ISO 14001 y, al igual que en el SGA, sigue el modelo de gestión “planificar-hacer-verificar-actuar”. Existen dos tipos de indicadores: del desempeño de gestión (IDGs), que proporcionan información sobre el esfuerzo de la dirección para influir en el desempeño ambiental de las operaciones de la empresa, y los del desempeño operacional (IDOs), que proporcionan información sobre el desenvolvimiento ambiental de las operaciones de la empresa. Ambos indicadores proporcionan información sobre la condición ambiental, lo que puede ayudar a la empresa a comprender el impacto real o potencial de sus actividades (ISO, 2004).

Cancún se ubica al norte del Estado de Quintana Roo, en el Caribe Mexicano; pertenece al municipio de Benito Juárez y conjuntamente con los municipios de Puerto Morelos, Playa del Carmen y Tulum forman el llamado corredor turístico Cancún-Riviera Maya.

El destino ha sido objeto de múltiples estudios (García de Fuentes, 1979; De la Torre, 1990; Torres, 2002; Macías y Pérez, 2009; Romero, 2009; Jiménez, 2010), en ellos se plasman las contradicciones entre un desarrollo turístico integralmente planeado y una realidad social y ambiental generada a lo largo de los años.

Cancún nació como consecuencia de una crisis económica que afectaba a México durante la década de los 60. El turismo representó entonces una importante oportunidad para generar divisas al país, aprovechando sus recursos naturales y culturales. Se contaba con una gran capacidad de mano de obra para los servicios y era una oportunidad para desarrollar localmente comunidades marginadas. La política y la gestión turística en esos años se operaba a través de dos organismos: el Consejo Nacional de Turismo y el Departamento de Turismo; sin embargo, dada la necesidad de impulsar fuertemente al sector, se creó en 1974 el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), como organismo planificador de los centros integralmente planeados (CIP's) (García, 1992).

El modelo de desarrollo turístico constituido se enmarcaba en el argumento de coordinar en forma efectiva los esfuerzos hacia un desarrollo integral, pero, después de cuatro décadas, se vio que éste no tuvo otra intención que la de generar divisas a partir de la movilidad de turistas de alto consumo. Se partió de

la idea del efecto multiplicador que provocaría creación de empleos y aumento de ingresos, estimulando otros sectores económicos de la región y mejorando ampliamente las condiciones de vida de la población; empero, esta perspectiva de atraer enormes capitales, generar grandes obras de infraestructura y ofertar puestos de trabajo predominantemente operativos, trajo severas consecuencias ecológicas y sociales (De la Torre, 1990; Jiménez, 1993; Castillo, 2005; Macías y Pérez, 2009).

Después de cuarenta años de su creación, Cancún es el destino turístico mexicano más reconocido en el extranjero. Se ha convertido en la puerta de entrada a la Riviera Maya, e incluso al mundo maya de Centroamérica. La derrama económica que generan los casi cuatro millones de turistas anuales ascendió en 2012 a 3,929 millones de pesos. Cuenta con una oferta turística diversificada y se ha caracterizado por ser el segundo destino turístico nacional con mayor inversión extranjera hotelera. Actualmente cuenta con 39,426 habitaciones de hospedaje, de las cuales 25,881 corresponden a la hotelería y 7,339 son residenciales (IMPLAN, 2013).

Cancún se ha transformado en un producto turístico de sol y playa, donde impera el modelo “todo incluido”. Autoridades, inversionistas y servidores turísticos, reconocen que el futuro del turismo en el lugar depende en gran medida de la diversificación de los productos y servicios que se ofrezcan para satisfacer la tan cambiante demanda turística del consumo en masa (Paz, 1995).

La actividad turística en dificultades

Cuatro acontecimientos han afectado al sector turístico de Cancún: los huracanes Gilberto en 1988 y Wilma en 2005, los atentados terroristas del 2001 en Estados Unidos y la alerta sanitaria por la influenza A H1N1 durante 2009.

La primera interrupción de la actividad turística se dio en septiembre de 1988, cuando el huracán Gilberto llegó a tierras cancanenses. En ese entonces la oferta hotelera era de casi 12,000 habitaciones y el destino se encontraba con una ocupación media de 70%. Las autoridades municipales tuvieron que trasladar a cerca de 7,000 turistas de la zona hotelera a los albergues dispuestos para tal situación. Fue tal la magnitud del impacto en la imagen del destino, que la

ocupación hotelera se vino abajo y fue necesario recuperarla a través de nuevas estrategias de mercado. Así, las empresas de hospedaje ofertaron una nueva tarifa, el plan “todo incluido”¹, cuyo beneficio a la postre sería sólo para las cadenas hoteleras, lo que limitó el desarrollo local.

De acuerdo con Romero (2009), los daños producidos por el huracán fueron cuantiosos. No obstante, el peor desastre se presentó en el aspecto ecológico, cuando la línea costera padeció una transformación con la pérdida de dunas y playas. Igualmente, la selva y el sistema arrecifal resultaron afectados, además de contaminarse el manto freático.

Posteriormente, la crisis mundial originada por los atentados terroristas del 11 de septiembre de 2001 en Estados Unidos también afectó Cancún. Se detuvo la llegada de turistas que se desplazaban año con año desde ese país, entre otras razones por las restricciones en los aeropuertos y por el temor a viajar.

El 15 de octubre de 2005, lo que inició como una depresión tropical en el Océano Atlántico llegó a Cancún como el huracán Wilma, con vientos de 280 km/hr. El desastre fue inminente y, junto con la degradación del destino, vino el deterioro de las edificaciones hoteleras. Hoy en día, algunos hoteles siguen fuera de operación. Se estima que la afectación económica por el desastre natural fue de 1,411.9 millones de dólares (Moncada, 2009).

Los diarios locales evidenciaron el mal manejo de la situación por parte de hoteleros y autoridades. Los errores de las políticas de protección civil acordadas entre las partes salieron a la luz (Martoccia, 2005). Se mencionó la posibilidad de disponer del 80% de habitaciones para la temporada alta de diciembre; sin embargo, apenas se logró cubrir el 50% de reconstrucción de los mismos.

En cuanto a los cientos de trabajadores que absorbe la industria de hospedaje, la situación se tornó difícil, pues durante días intentaban contactar a los hoteles para saber qué hacer, sin obtener respuesta y los empleados eventuales fueron enviados a vacaciones forzosas (Suverza, 2005).

¹ Tarifa hotelera que integra, además del hospedaje, alimentos, bebidas y actividades de entretenimiento, todos consumidos y pagados dentro del hotel.

Posteriormente, el 24 de abril de 2009, los cancenenses amanecieron con la noticia de que el país se encontraba bajo medidas que debían frenar una nueva enfermedad: la influenza H1N1. Los espacios públicos debían cerrar sus puertas para que no hubiera concentraciones que dieran como resultado el contagio masivo entre la población. La actividad turística resultó sumamente perjudicada. Los turistas internacionales salían del país pero los vuelos del extranjero llegaban casi vacíos. Cancún tuvo una fuerte caída. La ocupación hotelera se reportaba entre el 10 y el 30%, además de presentar cancelaciones en las reservaciones hasta en un 90% (SECTUR, 2009). La afectación económica sufrida por la influenza AH1N1 se estimó en 307 millones de dólares (Moncada, 2009).

**Gráfica 4. Comportamiento de la ocupación hotelera de Cancún
(1998, 2001, 2005, 2009, 2012)**



Fuente: elaboración propia con datos de la Asociación de Hoteleros de Cancún.

En la Gráfica 4 se puede observar el comportamiento de la ocupación hotelera de Cancún ante la afectación de los eventos mencionados anteriormente. La caída más dramática se muestra en 2009 ante la alerta sanitaria de la influenza pues apenas se recuperó algo en la temporada de verano para volver a descender los tres meses siguientes.

El derrumbe del turismo por estos eventos trajo consigo consecuencias para el destino. El efecto multiplicador que tanto se maneja para el desarrollo del sector ahora se mostró a la inversa, detuvo una gran cantidad de servicios y producción de bienes, lo cual condujo al despido masivo de personal.

La desaparición de las playas debido a los huracanes generó una propaganda negativa en contra de las bellezas naturales del destino. Por ello, la recuperación de las playas se convirtió en un asunto prioritario para el FONATUR.

De este modo, durante 2010 el vertido de arena en las playas de Cancún fue de 5.2 millones de metros cúbicos, más del doble de lo que se vació en la primera recuperación de playas: 2.3 millones de metros cúbicos. El relleno se hizo en 11 kilómetros de playas con arena extraída de los bancos marinos de La Ollita y Punta Norte, a pesar de que organizaciones ambientalistas cuestionaron la viabilidad del proyecto.

5.2 Desarrollo turístico en Cancún: utopía de turismo sustentable

El desarrollo turístico de Cancún muestra una realidad cotidiana poco optimista, sobre todo por las condiciones en que se ha manifestado la actividad y cómo se sigue proyectando. El modelo de desarrollo ha tomado como preceptos centrales los valores económicos. La participación del gobierno en este proceso ha respondido a la concepción del gran capital. En este esquema, se ha considerado al turismo como un negocio de altura y, por ende, una mercancía susceptible de generar lucro.

No cabe duda de que Cancún logró entrar en una etapa de consolidación definitiva, convirtiéndose en el destino turístico líder en el país, lo que creó importantes proyectos que permitieron incrementar la calidad de sus servicios mediante una mayor oferta orientada a atraer nuevos segmentos.

El crecimiento sostenido de la actividad turística por más de cuatro décadas, produjo una captación de divisas sin precedentes y gran generación de empleos que sirvieron para catalogarlo como un destino exitoso. Sin embargo, la realidad,

en su última década de vida, se ha encargado de mostrar las contradicciones y conflictos que ya desde sus inicios presentaba con respecto a la disponibilidad de recursos naturales, calidad y cantidad de los empleos, y la desigual distribución de la riqueza entre los residentes locales, a quienes siempre se les marginó de los grandes beneficios enarbolados.

Las condiciones de este desarrollo turístico se han sustentado en un sistema perfectamente delineado de producción y consumo, que dan como resultado bienes y servicios turísticos que se ofrecen para satisfacer fundamentalmente al turista extranjero. Estos servicios parten de una sobreexplotación de los recursos turísticos naturales y culturales, un control del mercado nacional en la participación oferente-demandante y el otorgamiento de todo tipo de facilidades a las grandes corporaciones.

Las fuertes inversiones realizadas por empresarios extranjeros en el lugar han provocado el aumento de los precios de la tierra y su plusvalía. Los terrenos son aprovechados por las grandes cadenas hoteleras que establecen sus propias reglas del juego para el mercado turístico. En ese sentido, existe un entorno de alta competencia que ha llevado a ejercer a las empresas una política de descuento en los precios, operando con sistemas tarifarios de “todo incluido” (Torres, 2002). Aunque inicialmente este esquema era implementado por las cadenas hoteleras españolas, el resto de los hoteles (incluyendo los pequeños e independientes) lo han imitado para beneficiarse a partir del consumo de hospedaje, alimentos y servicios complementarios del turista durante su estancia.

La crisis económica y la alta dependencia del turismo norteamericano y canadiense han traído como consecuencia que los visitantes no cuenten con la misma capacidad de gasto que en otros años. De tal forma, comprar en paquete beneficia a la demanda, pero perjudica a los pequeños negocios de servicios turísticos que no operan como los hoteles.

Las cifras reflejan que los turistas de alto poder adquisitivo buscan ahora destinos más sofisticados y aislados en el Caribe, incluso los *spring breakers* (quienes por muchos años fueron una de las principales fuentes de ingresos de Cancún) se han

desplazado a otros destinos, como Punta Cana. También la inversión hotelera se ha diversificado, y los capitales tanto extranjeros como nacionales están buscando nuevos nichos de mercado atraídos por el mar turquesa y las playas blancas, por lo cual en los últimos años se ha incrementado la construcción de hoteles en Las Bahamas y República Dominicana, con el mismo sistema de todo incluido (Kreats, 2009). El diagnóstico de la OMT es que los destinos turísticos del Caribe se consolidarán en los próximos años, pero Cancún tiene alta probabilidad de quedarse fuera.

5.2.1 Lo social

Cancún, desde su creación, ha tenido una fuerte inmigración. A tres años de haber iniciado el proyecto, 6,000 personas ya estaban viviendo en campamentos asentados irregularmente. Es un lugar al que han llegado personas de todos los estados de la República, que la mayoría de las ocasiones es gente sin familia, que no tiene conocimiento del medio, sin arraigo ni pertenencia. La mayoría vive sola y se pueden incluir en las estancias personales ofrecidas por la hotelería (Ugalde, 2010).

La migración masiva ha ocasionado problemas sociales, entre los que se puede mencionar la excesiva competencia por los puestos de trabajo y niveles salariales. En temporadas altas existe empleo; sin embargo, se compone de largas jornadas laborales y contratos eventuales.

Cancún es un espacio donde la mayoría de los hoteles cuentan con playa propia. Las instalaciones eléctricas y telefónicas están ocultas para no interferir con el paisaje, hay un cierto control sobre el estilo arquitectónico de las construcciones y se busca crear una imagen de modernidad y lujo (Fernández de Lara, 2009: 198). Se llega a aseverar que, en muchas ocasiones, el turista mexicano se siente como extranjero en su propia tierra, pues sufre la discriminación de los operadores de servicios turísticos frente a los extranjeros, quienes pagan en dólares. Con las construcciones hoteleras y las concesiones a las playas, que iniciaron a partir de 1990, los habitantes de Cancún sólo pueden disfrutar de dos playas: Delfines y Langosta.

En Cancún se habla de desigualdad social entre los habitantes de fraccionamientos residenciales de lujo y los que viven en zonas de alta marginalidad. En relación con los trabajadores de la hotelería, Morales Barbosa (en Ugalde, 2010) refiere que existe un contraste entre laborar en la opulencia y el lujo de los hoteles y subsistir con apenas las condiciones mínimas de alimentación y vivienda.

Se asevera que las grandes víctimas de los enormes complejos hoteleros de Cancún son los propios mayas, pues las políticas de contratación de personal no les permiten ingresar a puestos de trabajo por no cumplir con las características de *personalidad* requeridas. Las fuertes inversiones turísticas han despojado a los mayas de sus tierras; sin embargo, ellos, a diferencia de otros grupos, no reciben beneficios laborales ni económicos. Esto ha provocado en la población local “el sentimiento de que se le despoja y se le margina del desarrollo y de las mejores oportunidades, además de que no se le respetan los derechos adquiridos por su calidad de nativos y, por el contrario, se beneficia a los que vienen de afuera” (Campos, Sierra y Balam, 2008: 215-216).

5.2.2 Lo ambiental

Cancún está situado en un terreno de alta permeabilidad. No existen ríos superficiales, el agua de lluvia y de condensación se trasmina hacia el subsuelo formando un manto freático muy cerca de la superficie. El drenaje, insuficiente, provoca que el volumen de aguas negras no procesado tenga como destino las fosas sépticas donde se filtran a través del subsuelo.

El acelerado crecimiento poblacional de Cancún lo ha convertido en una ciudad con un alto nivel de generación de basura, la cual que es enviada a tiraderos clandestinos y se vuelve una constante preocupación para investigadores y grupos ecologistas. Actualmente se recolectan 332 mil toneladas diarias de basura en el lugar, de las cuales la cuarta parte es producida por la zona hotelera.

Es claro que, como consecuencia del desarrollo de la industria turística en la zona, se han erosionado las playas y se ha impactado negativamente a los sistemas arre-

cifales y lagunares. La oferta hotelera ha requerido cada vez mayor territorio. Apenas a unos años de la creación de Cancún, se eliminaron 370 hectáreas de manglar en la parte territorial asignada a la zona hotelera. El área de la cubierta vegetal fue disminuyendo con el paso de los años (Pérez y Carrascal, 2000). Los desarrollos turísticos están provocando la reducción de la calidad de vida de la población y se afecta el desarrollo armónico de la principal actividad económica, el turismo, que tiende a perjudicarse sin que haya alternativas en caso de problemas, especialmente de carácter social y ambiental (Arnaiz y Dachary, 2008).

A mediados de los ochenta, especialistas determinaron la alta fragilidad del ecosistema y el limitado tiempo de vida del sistema lagunar Nichupté. Atendiendo el dictamen emitido, las autoridades consideraron ejercer acciones como la eliminación de descargas de aguas residuales, la ampliación de plantas de tratamiento, la perforación de pozos profundos, la limpieza permanente de plantas acuáticas, la reglamentación de las actividades marinas e impedir la entrada de embarcaciones mayores, no obstante la laguna siguió deteriorándose ya que el ordenamiento ecológico se publicó diez años después (Romero, 2009).

Durante 2010 el vertido de arena en las playas de Cancún fue de 5.2 millones de metros cúbicos, más del doble de lo que se vació en la primera recuperación: 2.3 millones de metros cúbicos. El relleno se hizo en 11 kilómetros de playas con arena extraída de los bancos marinos de La Ollita, Megarrizaduras (Isla Mujeres) y Punta Norte (Cozumel), a pesar de que organizaciones ambientalistas se opusieron al proyecto (Varillas, 2010).

En los últimos años, la tendencia de la oferta de hospedaje en Cancún está orientada al crecimiento inmobiliario residencial, con poco desarrollo hacia la hotelería (Jiménez, 2010). De tal forma, los instrumentos de política y legislación ambiental han sido rebasados por el desarrollo urbano, mostrándose una clara debilidad hacia la protección y conservación ambiental. Así mismo, se observa una falta de coordinación entre los diferentes órdenes de gobierno: federal, estatal y municipal, cuyas decisiones en materia de impacto ambiental pocas veces son analizadas de manera conjunta.

Frente a la desarticulación política y reglamentaria, se comenten diversas irregularidades como la autorización de 19 cambios de uso de suelo y la aparición de los denominados permisos THE (Turístico Hotelero Especial), que permiten la edificación de inmuebles de gran altura, lo que ha contribuido a densificar demasiado el área y a modificar su paisaje (Ugalde, 2008).

La situación evidencia las diferencias en la interpretación respecto de la gestión ambiental y la planificación del desarrollo turístico entre los diversos actores involucrados. Sin embargo, la concepción de los inversionistas, al aplicar gestiones ambientales, ha demostrado que sólo toman en cuenta el régimen de propiedad de los recursos y rara vez consideran los procesos ecológicos que repercuten en el ecosistema.

5.3 RSE y GA en el sector hotelero de Cancún: un estudio empírico

En el campo de la RSE existe una variedad de modelos que permite evaluar el desempeño de las empresas. Estos modelos generalmente han sido desarrollados por organizaciones no gubernamentales o asociaciones empresariales en diferentes países. Algunas de ellas han generado un verdadero esfuerzo para la creación de instrumentos aplicables a empresas de diversos giros y de diferente tamaño.

La lista de instrumentos encontrados en la Unión Europea, EE.UU. y Canadá es muy amplia; sin embargo, atendiendo las condiciones y características de las empresas establecidas en México, las dimensiones de evaluación para los hoteles de Cancún se constituyeron bajo argumentos teóricos de calidad de vida en el trabajo, comportamiento ético, consumo responsable, relación con la comunidad local y compromiso empresarial, cuyos indicadores han sido validados a través de su aplicación en pruebas piloto.

En el caso de la GA, se realizó un análisis de aquellos instrumentos e iniciativas voluntarias que atendieran específicamente esta parte; se distinguen tres categorías para su estudio: a) las acciones de GA (que incluye prácticas de planificación,

organización y vinculación), b) el monitoreo ambiental (prácticas de control) y c) los SGA.

De igual forma se distinguieron tres colectivos específicos de análisis: directivos, empleados y turistas, los cuales estaban destinados a proporcionar información de 28 hoteles y siete corporativos con categoría de cuatro y cinco estrellas, así como gran turismo (GT), cuya operación pertenece a cadenas hoteleras nacionales e internacionales.

5.3.1 RSE en las empresas hoteleras: compromiso y grupos de relación

A partir de las perspectivas de obligatoriedad y voluntariedad que dan significado a la responsabilidad social empresarial (RSE), se destaca el compromiso que debe existir en la empresa en aspectos de corte legal, económico, ético y filantrópico. En ese mismo orden, la hotelería de Cancún alterna sus compromisos obligatorios con sus actuaciones voluntarias, que responden, más bien, a la necesidad de legitimación o validez que requiere la empresa como institución social. Como cualquier negocio, los hoteleros se muestran comprometidos para alcanzar en primer término la rentabilidad empresarial; en consecuencia, mejoran constantemente la calidad de sus servicios y buscan ser cada vez más productivos, lo que de forma directa representan factores de contribución al éxito empresarial.

La naturaleza ética aplicada a la gestión empresarial es reconocida en un importante número de empresas; sin embargo, ante la situación social y ambiental que vive el destino, se advierte una complejidad de carácter moral y económico, toda vez que, para dirigir y tomar decisiones empresariales, hay que mirar hacia las estrategias de rentabilidad sobre las estrategias de naturaleza ética, sobre todo cuando han sucedido eventos como el huracán Wilma o la emergencia sanitaria desatada por la influenza AH1N1. Con estos acontecimientos el mercado se tornó más competitivo y, en ese contexto, existió una marcada diferencia entre lo que se quería hacer y lo que se hacía realmente, pues la posición económica pondera ante el comportamiento ético empresarial de los negocios.

El cumplimiento de la ley es una obligación inminente de las empresas. No obstante, en los hoteles se valora como un compromiso menor, apenas antes de las actividades filantrópicas, las cuales no son percibidas por sus directivos como actividades importantes de RSE. Por ello se deduce que las acciones de carácter social mantienen otro tipo de interés diferente a la mera filantropía.

La falta de consideración de ciertos grupos de interés relacionados con las empresas manifiesta una separación clara entre los hoteles y los grupos sociales externos (comunidad, gobierno, proveedores y competidores), por lo que la responsabilidad se da en un triángulo compuesto por clientes, accionistas y empleados.

Es evidente el gran valor que posee el cliente en la hotelería, ya que representa el actor principal para que la empresa pueda funcionar; sin embargo, ésta no se concibe como una organización social en donde todos los grupos implicados y afectados tengan algo que decir en mayor o menor medida.

Los resultados son explicables bajo el argumento investigativo de Weyzig (2007), quien afirma que en países como México los mecanismos de regulación tanto legales como civiles son más débiles que en otras naciones y la conciencia social es considerablemente menor. De tal forma, un elemento común de las estrategias organizacionales es que están orientadas a no prestar atención a la reglamentación y a no promover activamente la participación de los interesados.

5.3.2 Calidad de vida en la empresa

La calidad de vida en la empresa se entiende como la percepción resultante de un adecuado sistema de gestión que, a través de las actividades laborales, lleva hacia el bienestar y la realización personal y profesional de los trabajadores.

En general la calidad de vida en los hoteles ha sido evaluada de manera satisfactoria, apenas con mínimas diferencias entre la percepción de los directivos y los empleados. Estas discrepancias radican en aspectos relacionados con el ambiente de trabajo y las actividades realizadas para los empleados y sus familias.

La gestión de personal en los hoteles se realiza a través de actividades como la capacitación, la información de asuntos laborales, promoción de cargos, evaluación de la satisfacción y desempeño del personal. Con ello se cumple con los procedimientos establecidos para las empresas. No obstante, es notoria la falta de programas complementarios a la jubilación, el ofrecimiento de iguales beneficios a empleados permanentes y eventuales, así como la escasa contratación de personas con capacidades diferentes.

La mayoría de los hoteles cumple con lo establecido por las autoridades y la legislación en cuanto al desarrollo de acciones que permiten mantener el equipo, las instalaciones y demás bienes de la empresa. También se salvaguarda la integridad física de los empleados a través de acciones que disminuyen los riesgos de trabajo. Cabe mencionar que estas prácticas han permitido a las empresas minimizar los impactos negativos hacia el ambiente.

Los empleados se sienten bien al trabajar en los hoteles de Cancún: en ellos encuentran seguridad laboral, respeto e información por parte de sus jefes. 80% de ellos reconoce recibir salarios competitivos.

Una iniciativa que recién comienza a proporcionarse a los empleados es la oportunidad de culminar estudios en cualquier nivel educativo y certificarse en competencias laborales. Los convenios y apoyos se realizan con escuelas y universidades locales, además del Centro Nacional de Evaluación de la Educación Superior A.C. (CENEVAL).

Al considerar los resultados en un marco ético, la responsabilidad empresarial aún se encuentra dominada por la lógica de la normatividad, el beneficio económico y el desarrollo del personal por rango o jerarquía, cuando la calidad de vida en la empresa exige un planteamiento más flexible que responda a los términos de inclusión, pertenencia e integración organizativa (Cortina, 2005).

La calidad de vida en la empresa se relaciona con las acciones de GA, el consumo responsable y la vinculación con la comunidad; se da cuando la empresa implementa estándares y procesos encaminados a una seguridad ambiental que disminuya la contaminación, se sensibiliza al turista a ser un consumidor más

responsable dentro del hotel o se contrata gente de la comunidad. Con ello se fortalece la generación de bienes y servicios a través de buenas condiciones de trabajo y se mejoran las oportunidades de desarrollo profesional y personal.

5.3.3 Ética empresarial

La ética empresarial exige una reflexión sobre los principios, prácticas y valores que guían a la empresa y aseguran la operación transparente de la misma. En ese sentido, las prácticas más comunes entre los hoteles de Cancún son la formación para el desempeño ético de los empleados, el buen gobierno y el diseño e implementación de códigos de conducta; sin embargo, la existencia de alguna de estas acciones no significa que las empresas se estén comportando éticamente. Por ello, todas las iniciativas para la mejora organizacional deben ser compatibles con la misión y estrategia empresariales.

La ética de la empresa es percibida de manera diferente entre los grupos de directivos, empleados y turistas. La diferencia radica en que el personal percibe algunas acciones de discriminación en la promoción y contratación de puestos, y corrupción.

Durante el periodo que comprendió el estudio, uno de los hoteles que integró la muestra enfrentaba denuncias penales por violar la suspensión de clausura a sus instalaciones, realizada por PROFEPA, pues continuó su construcción sin autorización. El problema fue expuesto en los medios de comunicación locales y nacionales, quienes señalaban la mala actuación del empresario propietario del hotel por tratar de construir una playa artificial a partir de la colocación de espigones en los límites de su empresa, además de edificar parte de las instalaciones en zona federal (Comisión para la Cooperación Ambiental, 2010).

La búsqueda de la calidad en los servicios hoteleros también muestra diferencias para los grupos. Mientras los directivos están preocupados por identificar puntos de mejora para integrar nuevas estrategias, los empleados se esfuerzan para lograr una mayor satisfacción entre los turistas, quienes parecen no quedar convencidos del todo con el servicio brindado por algunos hoteles, lo cual se

refleja evidentemente en la percepción de prestigio y reconocimiento de la marca empresarial.

Otros elementos que resultan ser determinantes bajo esta línea teórica de la reputación empresarial (Fombrun y Shanley, 1990; Alvarado, 2008) y la satisfacción de los trabajadores (Albinger y Freeman, 2000), son la privacidad de los datos del cliente: política de casi todos los hoteles. El respeto a los derechos humanos también reveló diferencias entre directivos y empleados, y otorgar precios competitivos fue menormente evaluado entre los turistas.

La certificación referente al comportamiento ético se da únicamente en tres hoteles de categoría GT (dos de cadena mexicana y uno estadounidense), los cuales han sido considerados como excelentes lugares de trabajo de acuerdo con el modelo *Great Place to Work*. Los hoteles fueron evaluados, desde la percepción de sus empleados, según criterios de confianza, credibilidad, respeto y justicia en su relación con la empresa. Los trabajadores dijeron sentirse orgullosos del quehacer realizado y de pertenecer al equipo de trabajo de empresas con gran sentido de lealtad por parte de jefes y compañeros.

Para concluir este apartado, vale la pena mencionar el comportamiento de las empresas por la irrupción de sus actividades debido a la emergencia sanitaria por la influenza AH1N1: periodo en el que se presentó un inminente despido masivo de personal debido a la baja ocupación. Resalta aquí la alusión que hicieron los entrevistados. Primeramente, dijeron, se tomaron las medidas higiénicas que indicaron las autoridades y se informó a todo el personal del problema para no caer en la consternación.

Aunque en todos los hoteles se cuenta con equipo y material médico (incluso algunos tienen personal ex profeso), los directivos se pusieron alerta en cuanto a la higiene y seguridad de las instalaciones. Hubo comunicados inter-hoteles para coordinarse. Entre las medidas de control, se entregaron cubre bocas a los colaboradores, se hicieron más rígidas las políticas orientadas a la seguridad de los trabajadores y ninguno de los hoteles tuvo casos de huéspedes o trabajadores enfermos.

Algunas de las medidas tomadas por las empresas ante el cierre de 5,200 cuartos de hotel fueron la disminución de contratos eventuales, adelanto de vacaciones, otorgar permisos sin goce de sueldo, renovación de contratos y autorización de renuncias voluntarias. En algunos hoteles sí hubo despido de personal, que disminuyó hasta en un 25%. Hubo comentarios variados de los empleados. Algunos aseguraron que ciertos hoteles aprovecharon el momento para despedir a colaboradores con mayor antigüedad y evitar el pago de prestaciones. Otros mencionaron que los directivos se solidarizaron con el personal implementando acciones que no los dejaran sin empleo.

5.3.4 Consumo responsable

Esta dimensión resulta ser la mejor evaluada de la RSE. Los hoteles evidencian una comunicación clara y abierta de las acciones que realizan y que permiten mejorar el comportamiento empresarial con sus *stakeholders*. Para comunicarse de manera interna utilizan el correo electrónico, la intranet de las cadenas hoteleras, pizarrones, circulares y boletines internos.

Últimamente, con la finalidad de lograr un consumo responsable y amigable con el ambiente, se entrega información ecológica a los huéspedes. Además, los hoteles que han implementado GA informan sus prácticas a los turistas como una posibilidad de mejorar su imagen pública, es decir, son aprovechadas como herramientas de mercadotecnia. Para satisfacer a los turistas y crear nuevos productos o servicios, atienden las recomendaciones de las autoridades en materia de protección al consumidor y toman en cuenta los comentarios de los huéspedes, aunque en ocasiones no vayan orientados hacia una actitud de RSE.

Según los resultados obtenidos, los turistas que llegan a Cancún son individuos que mantienen una preocupación ambiental y muestran un compromiso y comportamiento ecológico importante. Tres cuartas partes de la muestra asegura realizar prácticas de reciclaje, separa la basura y consume productos de bajo impacto ambiental. Incluso casi el 80% de ellos estaría dispuesto a pagar más por productos o servicios que no dañen al ambiente. No obstante, al momento

de contrastar estos resultados con los factores que determinaron la intención de compra del servicio de hospedaje, apenas el 28.3% de los turistas señalaron hacerlo con una empresa que protege la naturaleza. En ese sentido, Izaguirre y Vicente (2008) demuestran que una actitud favorable hacia el ambiente no se relaciona directamente con la compra de productos ecológicos. Pese a percibir que esta actitud es parte de una contribución a la protección de la naturaleza, es posible que el consumidor no llegue a concretar la compra por una serie de factores inhibidores tales como el precio, el desconocimiento de la oferta existente o la falta de credibilidad en la empresa (González y Cobo, 2000; Fotopoulos y Krystallis, 2002). En este contexto es importante que la información adquiera sentido, logrando que el huésped potencial perciba los beneficios y satisfacciones de elegir un hotel que apoya al ambiente, y que ello represente un factor determinante para hacer su reservación.

5.3.6 Vinculación con la comunidad

Las acciones que hacen coincidir los objetivos de la empresa con los intereses y necesidades de la comunidad no son vistas por parte del personal con la misma perspectiva que los dirigentes de la hotelería; esto se debe al hecho de que la operación de la empresa en el lugar no se percibe como un componente fuerte para aumentar la calidad de vida de la comunidad. Se critica a los hoteles por su indiferencia hacia la población. Se duda de que los beneficios económicos del turismo realmente se queden en la localidad. Incluso algunas empresas hoteleras impiden a la gente de la comunidad entrar a las playas que ahora pertenecen exclusivamente al servicio de los huéspedes.

Otro aspecto que destaca el análisis es la deficiente vinculación de los hoteles con el gobierno para realizar proyectos sociales en forma conjunta, y se evidencia la ausencia de apoyos por parte de organismos públicos para propósitos ambientales.

Las empresas mexicanas tienen mayor preferencia para reclutar y contratar personas de la comunidad, igualmente para incluir dentro de sus proveedores a empresas locales.

Algunos estudios (Roitter, 1996; Roitstein, 2004) refieren que las empresas con liderazgo y prestigio desarrollan un vínculo proactivo de desarrollo y cooperación con la comunidad, el cual forma parte no sólo de su identidad empresarial sino también de su éxito como negocios.

La mayoría de los hoteles estudiados son empresas líderes en el sector turístico y poseen una marca reconocida y prestigiada; sin embargo, sus acciones están más asociadas a la filantropía que a las actividades de innovación estratégica y a la construcción de capital social.

Entre los hoteles es común la limpieza de playas, renovación de escuelas y jardines, participación en programas del adulto mayor y enfermos de cáncer o con VIH. Se trabaja en campañas con el Sistema para el Desarrollo Integral para la Familia (DIF), la Dirección de Policía de Tránsito y Bomberos, Cruz Roja y Protección Civil. Los hoteles realizan donativos en especie, como sábanas, toallas, colchas, etc.

Cinco cadenas hoteleras poseen sus propias fundaciones, a través de las cuales se realizan actividades a favor de la sociedad, se ofrecen becas a los empleados y a sus hijos, se financian cirugías, prótesis y tratamiento de enfermedades crónicas; las labores alcanzan acciones de atención a la drogadicción, terapias psicológicas, violencia intrafamiliar, suicidios, violaciones, anorexia, y una fundación se hizo cargo de la ayuda a los colaboradores de su cadena hotelera después del huracán Wilma.

Algunos hoteles apoyan organizaciones como *End Child Prostitution, Child Pornography and Trafficking of Children for Sexual Purposes* (ECPAT), Fundación Lazos, Teletón, Reto Familiar A.C., UNICEF y Niños de la Calle. La participación de los hoteles en actividades filantrópicas es alta (96.5%); sin embargo, algunos empleados expusieron que el compromiso social y la cooperación es de ellos. Por ejemplo, apadrinan niños y ancianos de la Fundación Lazos, con descuentos vía nómina.

El personal se integra para formar grupos de apoyo moral y psicológico contra la violencia y el suicidio, que en esa zona del país son altos.

Por otra parte, existe una falta de integración del turista con la comunidad, pues éste se observa como un actor aislado. Pese al rol como buscador de experiencias y de gran sensibilidad hacia los problemas sociales y ambientales, el turista no exige la protección de los patrimonios cultural ni natural, ni el desarrollo sustentable de las localidades.

Instrumentos voluntarios de RSE

Existen grandes diferencias entre los hoteles respecto a los instrumentos de RSE implementados. Hay empresas que cuentan con códigos de conducta (96.4%), otras que publican algún reporte o memoria de desempeño social (42.9%) y, finalmente, las que están certificadas en aspectos de RSE (25%).

Los hoteles cinco estrellas representan el porcentaje más alto de empresas que refieren tener este tipo de instrumentos. Destaca que sólo cinco hoteles lo diseñaron e instrumentaron con la colaboración de los trabajadores y proveedores locales, mientras que otras cinco empresas originan sus códigos de conducta desde el corporativo de la cadena hotelera.

Los hoteles publican algún reporte o memoria de desempeño social, pero los documentos comunican la responsabilidad social corporativa, es decir, los resultados alcanzados por la cadena hotelera en su conjunto: la totalidad de hoteles que posee en el mundo.

Weyzig (2007) advierte que los logros que se obtienen a nivel corporativo no siempre son parte de las prácticas locales, y efectivamente eso sucede con las empresas estudiadas. En ese sentido, la trascendencia de la implementación de instrumentos de RSE resulta ser limitada y precisa integrarse mejor en la gestión diaria de cada hotel en particular.

Por último, son pocas las empresas que mencionaron estar certificadas en aspectos de RSE. En realidad no se identificó algún reconocimiento obtenido que evaluara este aspecto, aunque sí se registraron algunos certificados con diferentes alcances y acepciones. Ello evidencia la falta de conocimiento de instrumentos entre directivos y empleados.

5.3.8 Prácticas de gestión ambiental

La gestión ambiental es una variable referente al conjunto de prácticas y acciones para llevar a cabo las políticas ambientales de la empresa con la finalidad de disminuir los impactos negativos que sus operaciones pueden producir. La importancia de integrar esta variable a la estructura organizacional de los hoteles por parte de sus directivos se percibe en tres sentidos: como la posibilidad de que la empresa la distinga bajo los enfoques de eficiencia y comportamiento estratégico, tal y como lo señalan Tirole (1990) y Frank (1992); aplicarla como el cumplimiento de las leyes e instituciones reguladoras del ambiente, lo que permite a los empresarios estar más tranquilos frente a multas y sanciones (Llull, 2003), y, escasamente, como una práctica voluntaria establecida por la conciencia y compromiso que las empresas tienen con el entorno natural (González y González, 2005; De la Rosa, 2007).

Los hoteles analizados mantienen amplias instalaciones con una relativa antigüedad: seis son edificios nuevos, seis conservan algunas edificaciones antiguas con otras completamente remodeladas, y el resto permanece en las edificaciones que se construyeron inicialmente. De ello ha dependido considerablemente la introducción de tecnologías respetuosas del ambiente, ya que los nuevos hoteles y los remodelados son edificios inteligentes que mantienen un control preciso de agua y energía. En ese sentido, la introducción de ecotecnologías ha permitido un mejor desempeño ambiental; sin embargo, no puede ser considerado como un determinante en el grado de responsabilidad, puesto que las remodelaciones y nuevas construcciones fueron realizadas como consecuencia de los daños ocasionados por el huracán Wilma y no por una iniciativa voluntaria de querer mejorar el comportamiento ambiental.

Aunque no todas las empresas mantienen un sistema formal de gestión ambiental, se observó que la mayoría de ellas cuenta con aspectos básicos del mismo. Entre los factores de operación se encontraron la separación de basura, las mediciones de agua, energía, gas y gasolina o diesel, el manejo de planes de emergencia y residuos peligrosos.

La totalidad de hoteles monitorea el consumo de agua. Su abastecimiento se realiza a través de la red de agua potable y de pozos de aprovechamiento. No se tiene el dato preciso de los hoteles que cuentan con plantas desaladoras para satisfacer sus necesidades, incluyendo sus campos de golf. En cuanto a las aguas residuales, la mayoría cumple con los estándares que marcan las normas aplicables. Dos cadenas cuentan con sistemas de tratamiento de tipo biológico, físico-químico y depuración del agua residual.

Las prácticas de separación de basura y reciclaje son parte de los programas permanentes y procesos específicos para la minimización de residuos. En el caso de los residuos peligrosos, éstos se entregan a empresas autorizadas. Los residuos sólidos no peligrosos, como pet, aluminio, cartón y vidrio, son vendidos por ocho hoteles, aunque es difícil encontrar en Cancún empresas que los compren. El servicio municipal también recolecta parte de la basura de los hoteles; como éste es concesión de una empresa privada, los hoteleros tienen que pagar por ello.

Entre los cambios que se han realizado en las instalaciones y equipo se pueden mencionar los sensores de electricidad, reductores de los flujos de agua en regaderas, focos ahorradores, lámparas solares y riego de jardines por sistema de aspersión.

Respecto de la forma de operar la logística ambiental, existen comités ambientales a nivel corporativo en ocho hoteles y gerencias ambientales en cinco establecimientos. En el primer caso, la organización se conforma entre directivos, personal administrativo y operativo; las gerencias cuentan con profesionales en la materia: biólogos, ingenieros químicos y técnicos ambientales, entre otros.

68% de las empresas hoteleras cuenta con una política ambiental, la cual es enunciada desde los corporativos hoteleros, y todos los establecimientos que lo integran deben asumirla. Algunos de los aspectos que se muestran en las políticas son el cumplimiento a la ley, la protección a la ecología a través de programas y buenas prácticas ambientales, la responsabilidad con la naturaleza, la sustentabilidad, la comunicación y la comunidad.

Los análisis del rubro de capacitación ambiental proporcionaron resultados muy similares entre los directivos y los empleados, lo que confirma el compromiso de generar una nueva filosofía de trabajo. Con la finalidad de lograr un buen desempeño, se llevan a cabo capacitaciones masivas de empleados y se establecen criterios para el personal de nuevo ingreso. Muchas de las acciones de gestión ambiental van encaminadas a la protección de los trabajadores; por lo tanto, existe capacitación para contingencias, primeros auxilios y protección civil; se forman brigadas contra incendio, búsqueda y rescate.

Comportamiento ambiental de los hoteles

De acuerdo con la tipología de comportamiento ambiental propuesto por Fundación Entorno (Azqueta *et al.*, 2007), se conformaron tres grupos de empresas conforme a las evidencias de gestión ambiental observadas: un primer grupo, “proactivo”, compuesto por ocho empresas que perciben el ambiente como una variable integrada en los procesos de gestión; un segundo, “reactivo”, compuesto por doce establecimientos, cuyos directivos perciben la variable ambiental como una obligación a la que hay que responder pero no de manera activa, y un último grupo, “pasivo-indiferente”, integrado por ocho hoteles que, más bien, se ven forzados a actuar a favor del ambiente pero no consideran que éste sea una variable relevante para la empresa.

Cabe mencionar que ninguna empresa se ubicó en los extremos, es decir, en un grupo “negativo o de resistencia”, pero tampoco en un grupo “líder”. Al respecto, tres hoteles pertenecientes a una misma cadena hotelera nacional podrían situarse en un comportamiento “líder”, ya que presentan una alta preocupación por los impactos de su operación a la naturaleza y dirigen desde su corporativo verdaderas estrategias de mejora. No obstante, a la fecha de la investigación, no habían podido conseguir la certificación ambiental, por tal motivo es que se han agrupado en la categoría de proactivo.

Las empresas hoteleras del grupo “proactivo” (seis mexicanas y dos de capital estadounidense) coinciden en que la gestión ambiental es un proceso de mejora

continua, además de que no sólo es una labor de los directivos, sino que es necesario hacer partícipe al personal, proveedores, clientes y comunidad. Son hoteles que cuentan con declaración de política ambiental empresarial por escrito y difundida entre sus colaboradores.

La disposición para cumplir con la legislación ambiental es una de las prioridades corporativas. Las empresas de este grupo han pasado o están en proceso de una auditoría ambiental. Además, sus procesos se sujetan a las normas ambientales mexicanas. La magnitud de estos logros se debe en gran medida al cumplimiento de las normas y procedimientos.

Un hotel categoría GT, 4 diamantes, opera el programa ECHO (*Environmentally Conscious Hospitality Operations*), una guía de buenas prácticas ambientales para los hoteles que integran la cadena. Las áreas que se trabajan son la conservación de agua y energía, limpieza de aire, gestión de residuos, campaña de limpieza y conservación de la vida silvestre. Sin embargo, se enfocan más a acatar las normas legales establecidas en el destino, ya que, si desean obtener alguna certificación por cuenta propia, deben comunicarlo al corporativo para que lo autorice.

Los programas ambientales que operan los hoteles de este grupo involucran a la comunidad. Se busca, a través de los empleados, llevar las prácticas ambientales hacia las comunidades, iniciando en casa con su familia.

Tres hoteles llevan a cabo, desde 2006, maratones de reciclaje, en los que la comunidad reúne pet, vidrio, aluminio, cobre y cartón. De la misma manera, los programas de conservación de la tortuga marina involucran a la comunidad a través de instituciones educativas y ambientales.

Cinco hoteles implementan programas para la conservación y control de fauna, cuentan con los permisos correspondientes para tener animales en las instalaciones. Uno tiene un delfinario concesionado, pero con responsabilidad para la empresa. Su escenario natural es de casi dos mil metros cuadrados y una de las principales razones para autorizarlo fue que la empresa concesionaria opera bajo reconocimientos como ESR (CEMEFI), *Great Place to Work*, Modelo de Equidad de Género (Instituto Nacional para las Mujeres) y es adherente al Pacto

Mundial y a la Carta de la Tierra. Otro establecimiento tiene tres guacamayas para exhibición, y tres hoteles operan desde su corporativo un campamento tortuguero autorizado por la Dirección General de Vida Silvestre de la SEMARNAT. Conjuntamente, cuatro hoteles forman el Campamento Cancún (entre Punta Cancún y Punta Nizuc).

En cuanto al uso de energía, los hoteles han comenzado a usar paneles solares para el precalentamiento de agua, disminuyendo con ello el consumo de gas LP y, como consecuencia, la emisión de gases efecto invernadero. También se cuenta con programas de conservación de energía, que mantienen el control del encendido y apagado de luz. Todos los hoteles de este grupo poseen en sus habitaciones sensores de energía a través de tarjetas que, al ser introducidas en el sistema, activan las luces y el aire acondicionado.

Se promueve la educación ambiental entre huéspedes y colaboradores como una cultura de respeto y conservación a la naturaleza. Se realizan conferencias, talleres y actividades que llevan el conocimiento ambiental a escuelas y comunidades aledañas. Se incluye también a universidades, colegios, bancos y asociaciones civiles.

El segundo grupo de hoteles, denominado “reactivo”, se constituye por empresas que han integrado o están integrando la gestión ambiental gracias a compromisos ante las autoridades federales, estatales y municipales, como una forma de evitar posibles sanciones. La mayoría de los establecimientos de este grupo es operado por cadenas estadounidenses que mantienen SGA internos dirigidos desde sus corporativos. No obstante, los hoteles que se encuentran en Cancún no han logrado aplicar del todo las políticas ambientales como se plantean desde sus direcciones.

Los directivos reconocen que implementar la GA no es una labor fácil, pues se requiere de esfuerzo y dedicación, además de inversión para el cambio de las instalaciones, por lo que aún no se cuenta con una estructura completamente organizada para llevarla a cabo y que resulte en una auditoría. Se prevé obtener la certificación ambiental a mediano plazo.

Las acciones de GA se basan en la separación de basura, reciclaje de pilas, manejo de residuos peligrosos y ahorro de agua y energía. Tres hoteles han iniciado con la introducción de tecnologías ambientales, y dos de ellos producen su propia energía.

Excepto un hotel, todos los demás reciben desde su corporativo los programas ambientales donde se les comunican las estrategias que hay que implementar. Este grupo de hoteles no ignora la problemática ambiental; sin embargo, considera que hay cuestiones más importantes que atender, como la calidad en el servicio. Parece que la inercia los lleva hacia la gestión ambiental pues así es la tendencia del sector turístico. Su incorporación es todavía incipiente pero han generado un primer paso hacia la adopción de instrumentos ambientales que provienen de las políticas públicas.

Finalmente el último grupo, “pasivo-indiferente”, se compone por empresas que, si bien tienen una conciencia ambiental, no han asumido su responsabilidad con el destino por los impactos que su operación genera. En este grupo se encuentran dos empresas estadounidenses, dos nacionales y cuatro españolas.

Los hoteles prácticamente están empezando a sensibilizarse con el asunto ambiental, implementando algunas acciones como la separación de basura y el reciclaje: actividad que les proporciona beneficios económicos por la venta de residuos. Sin embargo, consideran que el municipio no realiza su labor de la manera adecuada ya que revuelven la basura nuevamente, lo que genera desmotivación para continuar con ese procedimiento. Lo anterior pone en evidencia que frecuentemente las empresas trasladan su responsabilidad ambiental a otras entidades, en este caso a la administración municipal.

Dado que existe una reciente incorporación de los factores ambientales a los procesos de operación, existe heterogeneidad entre las empresas respecto de la estrategia empresarial que desean seguir. En ese sentido, los hoteles de este grupo pretenden concientizar a sus colaboradores creando una cultura a favor de la naturaleza, participar en campañas con otras organizaciones, poner en marcha acciones de sensibilización ambiental en los clientes e introducir programas ambientales.

5.3.10 Instrumentos voluntarios de GA

El Programa Nacional de Auditoría Ambiental (PNAA) de PROFEPA es el instrumento voluntario más adoptado por las empresas hoteleras. En segundo término, los hoteles introducen el programa *Green Globe*, por tener un sistema de gestión ambiental altamente reconocido en el ámbito internacional turístico. En tercer lugar se encuentra el sistema ISO 14001.

La integración al Programa Nacional de Auditoría Ambiental (PNAA) ha sido voluntariamente implementado por más de la mitad de los hoteles; sin embargo, al momento del estudio sólo una de ellas había conseguido la certificación. Ocho hoteles reportaron encontrarse en la última etapa para solicitar la auditoría final. El resto de las empresas no mantiene evidencias claras de avances con respecto al programa.

Los hoteles que se han registrado al proceso de auditoría ambiental pertenecen a grandes cadenas hoteleras mexicanas y extranjeras. Ocho de ellas mantienen un sistema formal de gestión ambiental desde su corporativo, quien define la política ambiental y dirige el rumbo de las acciones.

La obtención del certificado Calidad Ambiental Turística se percibe como un proceso completo y complejo, ya que se revisan ocho aspectos relacionados con el agua, aire, suelo, subsuelo, recursos naturales, residuos peligrosos, no peligrosos y riesgo ambiental; pero además es complejo porque se audita la parte operativa y administrativa que garantizan la calidad de los recursos. No obstante, una de sus limitaciones son las altas inversiones en las instalaciones y equipos con los que trabaja la empresa.

Pocos hoteles mantienen el SGA de *Green Globe* (25%). El programa se observa como un sistema que ayuda a implementar buenas prácticas ambientales en la operación de la empresa; sin embargo, está más orientado al manejo de residuos, y es más fácil obtenerlo en comparación con el ISO 14001 o el PNAA.

El certificado GG se ha promovido activamente por la organización internacional **Iniciativa de Turismo Arrecife Mesoamericano** (*MARTI*, por sus siglas en

inglés), conjuntamente con el grupo ambientalista Amigos de Sian Ka'an, la *WWF*, *Conservation International*, Tour Operadores para un Desarrollo de Turismo Sustentable (TOI) y las Asociaciones de Hoteleros de la Riviera Maya y Cancún.

MARTI ha trabajado una línea de acción para implementar buenas prácticas ambientales de operación y sistema de gestión ambiental; inicia con la elaboración de un diagnóstico. Posteriormente la empresa se registra y firma un convenio para cumplir con los lineamientos de *Green Globe*, el cual tiene costo. Al final, cada hotel forma su equipo verde y pone en práctica el SGA.

En último lugar, el ISO 14001 fue el sistema de gestión ambiental con menor reconocimiento entre las empresas hoteleras, lo que puede significar que, a diferencia de los sistemas anteriores, es ampliamente difundido entre el sector industrial, donde tiene una alta distinción entre proveedores y clientes. Sin embargo, en el sector turístico poco se conoce. Cabe mencionar que sólo un hotel mostró evidencias de operar con ISO 14001 y el PNAA al mismo tiempo.

A diferencia de otros estudios donde los instrumentos de GA son utilizados por las empresas para motivar las opciones de compra o como una contribución hacia el desarrollo sustentable, en esta investigación son escasas las evidencias con esas finalidades, más bien la adopción de instrumentos de GA se da para evitar problemas con las autoridades.

Entre las causas principales por las cuales no se han implantado los SGA en los hoteles, sobresale la escasa información y conocimiento técnico que se requiere para operarlo. En segundo término existe una falta de interés por parte de los directivos hoteleros y presupuesto insuficiente. La implementación de un SGA es un instrumento voluntario de gestión ambiental que no debe ser impuesto por la autoridad; sin embargo, tres directivos consideraron que no lo han introducido porque no se los ha exigido la autoridad (ver Tabla 13).

Tabla 13. Causas por las que no se han implantado los SGA

Causas	Porcentaje
Falta de información y conocimiento técnico	32.1
Los directivos no han querido	17.9
Falta de dinero	14.3
No lo ha exigido la autoridad	10.7
Falta de tiempo	7.1
Porque cuentan con un SGA propio	3.5
Hay otras prioridades	3.5
Ninguno	10.7

Fuente: elaboración propia.

Por otra parte, también se perciben beneficios al implantar los sistemas de gestión ambiental en la hotelería. Más del 70% de los directivos consideró como ventajas el incremento de la rentabilidad por la vía del ahorro de los costos, la proyección de una mejor imagen corporativa y la garantía que se otorga a terceros en relación con que la empresa no representa un riesgo ambiental. No obstante, es necesario destacar que un porcentaje representativo reconoció la posibilidad de mejorar la relación de la empresa con las dependencias públicas reguladoras del ambiente. En ese sentido, se considera que contar con un SGA permite mantener a la empresa blindada contra las autoridades ambientales, lo que definitivamente resulta ser un importante beneficio de carácter legal (ver Tabla 14).

Tabla 14. Beneficios que los hoteleros encuentran en los SGA

Beneficio	Porcentaje
Aumenta la rentabilidad de la empresa por la vía del ahorro de los costos	71.4
Proyecta una mejor imagen corporativa	67.9
Otorga una garantía frente a terceros de que no existen riesgos ambientales	64.3
Facilita la relación de la empresa con las dependencias públicas reguladoras del medio ambiente	64.3
Se cuenta con información para la toma de decisiones en materia de ambiente	60.7

Se identifican posibles incumplimientos a la legislación	57.1
Es un factor de motivación para el personal	57.1
Otorga seguridad	3.5
Mejora el cuidado del medio ambiente	3.5
Conocimiento e integración voluntaria	3.5
Abre puertas a la comunicación directa entre todos los sectores	3.5

Fuente: elaboración propia.

Finalmente, el principal problemas que enfrentan los hoteleros para implementar un SGA es la falta de conocimiento técnico, incluyendo la contratación de personas especializadas. Otro problema es la molestia que se genera entre los empleados por las transformaciones que sufren los procesos de operación, lo que representa todo un cambio de cultura organizacional, mayor trabajo para el personal, aprendizaje de nuevos procesos y asistencia a cursos de capacitación.

Tabla 15. Problemas que enfrentan los hoteleros al implantar SGA

Problema	Porcentaje
Dificultad para llevarlos a la práctica	28.6
Los empleados se molestan ante los procedimientos	25
Requiere de medios técnicos que la empresa no dispone	17.9
Conlleva la posibilidad de sanciones por parte de la autoridad	14.3

Fuente: elaboración propia.

5.3.11 Políticas públicas ambientales y la disposición para cumplirlas

La gestión ambiental emprendida por el gobierno mexicano se ha orientado más al sector industrial, y ha logrado importantes logros; sin embargo, en lo que respecta a las empresas del sector turístico, los resultados han sido insuficientes. En una primera instancia, las políticas públicas ambientales promovidas por la delegación de SEMARNAT y la PROFEPA marcharon con tropiezos y desencantos en Cancún.

Los constantes cambios de delegados estatales y los problemas políticos entre dependencias dificultaron el avance de la gestión ambiental en el lugar; no obstante, también se reconocen los esfuerzos realizados entre autoridades y hoteleros para trabajar conjuntamente en materia ambiental.

Ante la llegada del huracán Wilma, los pocos acuerdos que se tenían al respecto quedaron detenidos. Las empresas hoteleras estaban más preocupadas por reconstruir sus instalaciones y aumentar sus ventas que por mejorar su desempeño ambiental, lo que dio como resultado que las inspecciones y regulaciones se hicieran presentes por parte de las autoridades ambientales, volviéndose uno de los principales móviles para integrar la gestión ambiental a los hoteles.

Durante 2007 fue aprobada la reforma a la Ley de Vida Silvestre, con la que quedó protegido el manglar en las zonas costeras. Durante el proceso de aprobación existieron rupturas entre los hoteleros y las autoridades gubernamentales, ya que mientras el poder ejecutivo y legislativo, conjuntamente con grupos ecologistas, promovían la decisión de las reformas, la industria turística y las organizaciones empresariales exigían que la ley fuera vetada.

En ese entonces, existió la necesidad de mejorar las relaciones entre hoteleros y autoridades ambientales, por lo que se reiniciaron actividades conjuntas. Finalizando la primera década del presente siglo, las inspecciones a las empresas aumentaron; sin embargo, la invitación fue bajo una participación voluntaria. Ante esta situación, los hoteles se han ido integrando al PNAA con la finalidad de mejorar su desempeño y evitar posibles sanciones. Por otra parte, para atender las ordenaciones del gobierno estatal y municipal, las empresas registran sus programas y comisiones ante las autoridades correspondientes y, de igual manera, envían a la Secretaría de Desarrollo Urbano y Medio Ambiente informes sobre los registros de emisiones a la atmósfera y manejo de residuos.

A pesar de lo anterior, los directivos reconocen que hace falta mayor esfuerzo para lograr una verdadera participación tanto gubernamental como empresarial.

5.3.12 Posición que asumen las empresas hoteleras ante la situación ambiental

Finalmente, la participación de la hotelería en los problemas ambientales del destino es reconocida por sus directivos. Los acontecimientos de los últimos años los han hecho reflexionar acerca de la vulnerabilidad del sector turístico. Se considera que la hotelería de Cancún ha tenido impactos negativos significativos hacia la naturaleza, y se reconoce que el lugar se ha deteriorado muy rápidamente, aunque se trata de un destino joven (apenas 40 años).

Los hoteleros consideran que Cancún difícilmente logrará alcanzar la sustentabilidad, ya que se requiere de un gran esfuerzo y una fuerte inversión económica: condición que no todos los actores del sector están dispuestos a cumplir. En ese sentido, otros estudios (Lull, 2003) precisan que para alcanzar el desarrollo sustentable de los destinos debe existir una responsabilidad compartida entre la administración pública y las empresas turísticas. En el caso de Cancún, los esfuerzos para la mejora ambiental se reconoce en tres grupos específicos: la sociedad civil, el gobierno y los empresarios. No obstante, la tarea no ha sido fácil y los compromisos entre ellos apenas comienzan.

CONCLUSIONES

A partir de las reuniones internacionales sobre la problemática ambiental y el aprovechamiento racional de los recursos, que dieron inicio en 1972, la protección al ambiente cobró relevancia, convirtiéndose en una tarea compartida entre la sociedad, el gobierno y las empresas, quienes orientaron sus objetivos hacia un desarrollo basado en criterios de sustentabilidad. No obstante, la conceptualización y significado de sustentabilidad se ha construido sobre argumentos que transitan por diversas visiones economicistas, políticas y ambientalistas. En ese sentido, se ha levantado polémica al tratar inicialmente el asunto de la crisis ecológica, la importancia de su relación con la globalización, así como su interpretación a través de los discursos oficiales para el desarrollo equilibrado.

Por lo anterior, el desarrollo sustentable, en principio, estuvo orientado a la conservación de los recursos naturales. Sin embargo, en la actualidad, el término ha logrado integrar a su significación las esferas económica, social y ecológica, generando un concepto de sustentabilidad separado del desarrollo. Esta investigación se fundamenta en la idea de sustentabilidad, en su versión más amplia, aquella que plantea un desarrollo socialmente deseable, ambientalmente factible y económicamente viable. Por ello, el turismo sustentable se entiende no como un tipo de turismo, sino como un estado de bienestar para los turistas, la comunidad y los operadores de la industria turística en los tres ámbitos.

Con el surgimiento del discurso de sustentabilidad se puede observar una influencia en la construcción de políticas ambientales y su alcance en la toma de decisiones. Dentro del sector empresarial turístico, la manifestación de este

ideal se torna evidente, sobre todo por la necesidad de los hoteles de presentarse ante la sociedad como entidades no contaminadoras, revelando una buena imagen en el sector. Algunas de las perspectivas analizadas en esta investigación explicaron claramente que detrás de los comportamientos empresariales existen determinantes de orden ético, competitivo, de poder social y de responsabilidad, resultado de la insistencia de ciertos grupos de interés.

Así, el análisis permitió distinguir las diferentes perspectivas que se han generado para el estudio y significado de la RSE, cada una presenta ventajas y limitaciones; sin embargo, desde su particular orientación se coincide en que la RSE es una importante herramienta para las empresas en su contribución a las esferas de la sustentabilidad. A lo largo de la investigación, y en el intento de distinguir la variable ambiental dentro de la RSE, la gestión ambiental aparece como una posibilidad organizacional y de control para las empresas tendientes a la conservación del entorno natural.

En el estudio se puede comprender la relación entre la hotelería y el ambiente a partir de la observación de un marco regulatorio que ejerce la administración pública, donde la política, la legislación y las instituciones ambientales mantienen implicaciones en la gestión de las empresas.

Además de la legislación, las empresas hoteleras ubicadas en México deben observar los distintos compromisos del país en el ámbito internacional, los cuales forman parte de acuerdos multilaterales y declaraciones globales, tales como los lineamientos y recomendaciones que hacen organismos como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la Organización Mundial de Turismo (OMT), entre otros.

A lo largo de las páginas se muestra una gran variedad de instrumentos de RSE y GA que se pueden aplicar a la hotelería en México. A pesar de su aparente diversidad, éstos responden a propósitos similares y se fundamentan en prácticas de gestión comparables.

El propósito de la investigación fue analizar las prácticas de RSE y GA en las empresas hoteleras del destino turístico mexicano más reconocido a nivel nacional e internacional, cuya oferta turística se ha caracterizado por tener la mayor inversión extranjera de hospedaje, pero, además, porque algunos de estos grupos hoteleros han sido denunciados, en repetidas ocasiones, por contribuir al deterioro ambiental y la desigualdad social en el afán de llevar a cabo sus proyectos de inversión.

En términos generales, la evidencia obtenida advierte la creciente preocupación de los directivos hoteleros ante la problemática ecológica que vive el destino turístico, así como la importante labor que deben ejercer para que no continúe el deterioro ambiental; sin embargo, muestran poca preocupación acerca de los impactos sociales y culturales ligados a su actividad.

Respecto al compromiso que la empresa asume con sus grupos de relación, el estudio demuestra que los individuos o agrupaciones más significativos para las empresas hoteleras son los accionistas, los clientes y los empleados.

La calidad de vida en el trabajo y la ética empresarial resultan ser dos categorías en su mayoría superadas por los hoteles. No obstante, la vinculación con la comunidad y la comunicación para un consumo responsable todavía es débil. La GA, el control de los impactos ecológicos y la capacitación ambiental son acciones que la mayoría de los hoteles ejercen. El exceso de basura, mal olor y descargas residuales resultan ser los principales problemas a los que se enfrentan las empresas en su operación diaria.

La integración de la mayoría de los hoteles en el Programa Nacional de Auditoría Ambiental (PNAA) evidencia un vínculo por conveniencia con las autoridades. Aun cuando se han firmado los convenios, los resultados han sido insuficientes al tratar de obtener la certificación en calidad ambiental turística.

Este trabajo pretendió realizar una primera aproximación a los factores determinantes que tuvieron los turistas para elegir un hotel, con el propósito de ampliar el tema en próximas investigaciones; igualmente contempla el comportamiento ecológico de los turistas en el lugar, pues sería insensato pensar

que la sustentabilidad se alcanza sólo a través de la responsabilidad de algunos actores. Los resultados demostraron que los turistas que llegan a Cancún todavía no consideran las variables de GA y RSE como determinantes para hospedarse en cierto hotel. La calidad en el servicio sigue siendo un factor decisivo para reservar el hospedaje, por encima de los precios ofrecidos por la hotelería. Aunque una gran mayoría de turistas muestra tener una preocupación ante los problemas ambientales, hospedarse en un hotel que protege a la naturaleza no es importante. En ese sentido, sería conveniente indagar los argumentos que hay detrás de esa elección.

Tal y como se dijo al principio de este documento, el tema de la RSE y la GA es relativamente reciente en el contexto turístico mexicano, por ello el modelo que se siguió para la evaluación de las dimensiones (centrado principalmente en el constructo GA de González y González, 2005; así como el modelo de RSE de CEMEFI) fue adaptado a la empresa hotelera para su aplicación, pues generalmente se ha operado en el ámbito industrial. En ese sentido, se pone de manifiesto el carácter exploratorio de algunos indicadores empleados, que si bien proceden de la revisión de la literatura, pueden tener limitaciones al ser aplicados a otro giro empresarial y a otro contexto.

En general, los resultados obtenidos responden a los objetivos del estudio. El análisis revela que para alcanzar el tan ansiado desarrollo sustentable se requiere de la conjunción del crecimiento económico, la equidad social, el equilibrio ecológico y la responsabilidad de todos los actores del sector turístico. Pero lo más importante son los cambios que se realicen en la manera de pensar, de hacer las cosas, de dirigir gobiernos y de vivir en lo individual. Por tal motivo, las acciones que los hoteles ejercen en su actuar cotidiano apenas representan el inicio de una nueva cultura empresarial hacia la sustentabilidad.

Las empresas deben superar la etapa de sólo cumplir con la legislación para pasar a la etapa de integración de variables económicas, sociales y ecológicas en sus procesos, productos y servicios, de tal forma que puedan decidir de manera voluntaria contribuir al logro de una sociedad mejor y a un ambiente más limpio.

BIBLIOGRAFÍA

- Aas, C.; Ladkin, A. y Fletcher, J. (2005). Stakeholder collaboration and heritage management. *Annals of Tourism Research*, 32(1): pp. 28-48.
- Agüero, F. (2002). *La Responsabilidad Social Empresarial en América Latina: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú*, Escuela de Estudios Internacionales Universidad de Miami.
- Albinger, H. S. y Freeman, S. J. (2000). Corporate social performance and attractiveness as an employer to different job seeking populations. *Journal of Business Ethics*. 28(3): pp. 243-253.
- Alcoberro, R. (2007). *Ética, economía y empresa. La dimensión moral de la economía*, España: Gedisa.
- Alvarado, A. (2008). *Responsabilidad social empresarial percibida desde una perspectiva sostenicéntrica, y su influencia en la reputación de la empresa y en el comportamiento del turista* (Tesis doctoral en CD-ROM), Valencia: Publicacions de la Universitat de València.
- Álvarez, M. J.; De Burgos, J. and Céspedes, J. J. (2001). An analysis of environmental management, organizational context and performance of Spanish hotels. *Omega*, 29 (6): pp. 457-471.
- Álvarez, M. L.; Diez, S.; Puerto, L. M. y Vázquez, O. (2006). *La responsabilidad social corporativa de la empresa española en Latinoamérica. El caso del sector financiero*, Madrid: Entinema.

- Anthropos (1999). *Economía y evolución, un nuevo enfoque de la teoría e historia empresarial*, No. 182, Barcelona.
- Anton, W. R. Q.; Deltas, G. y Khanna, M. (2004). Incentives for Environmental Self-Regulation and Implications for Environmental Performance. *Journal of Environmental Economics and Management*, 48: pp. 632-654.
- Aragón-Correa, J. A. (1998). Strategic proactivity and firm approach to the natural environment. *Academy of Management Journal*, 41(5): pp. 556-567.
- Argandoña, A. (1998). The stakeholder theory and the common good. *Journal of Business Ethics*, 17(9): pp. 1093-1102.
- Arnaiz, S. y Dachary, A. (2008). Cancún del auge turístico a la crisis ambiental. Artículo presentado en el Décimo Encuentro Internacional Humboldt, del 13 al 17 de octubre de 2008. Rosario, provincia de Santa Fe, Argentina.
- Aulí, E. (2002). Integración de los factores ambientales en las estrategias empresariales. *ICIE, Desarrollo Sostenible*, 800: pp.139-148.
- Ayuso, S. (2003). *Gestión sostenible en la industria turística. Retórica y práctica en el sector hotelero español*. Tesis Doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona, España.
- Ayuso, S. y Fullana, P. (2002). *Turismo sostenible*. Barcelona: Rubes Editorial.
- Azqueta, D.; Alviar, M.; Domínguez, L. y O’Ryan, R. (2007). *Introducción a la economía ambiental*. España: Mc Graw Hill.
- Banco Mundial (BM) – Secretaría de Turismo (SECTUR) (2005). *Evaluación Ambiental Estratégica del Sector Turismo en México*. México.
- Banerjee, S. B.; Iyer, E. S. y Kashyap, R.K. (2003). Corporate environmentalism: Antecedents and influence of industry type. *Journal of Marketing*, 67(2): pp. 106-122.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1): pp. 99-121.

- Barómetro Turístico de Cancún (2010), disponible en: web.qroo.gob.mx/siac/anexosqroo/descargas/41.xls [18 de marzo de 2014].
- Barreiro, J. M.; López, M. A.; Losada, F. y Ruza, E. (2002). Análisis de las dimensiones cognoscitiva y afectiva del comportamiento ecológico del consumidor, *Revista Galega de Economía*, 11(2): pp. 1-21.
- Baumol, W. y Oates, W. (1982). *La teoría de la política económica del medio ambiente*. Barcelona: Antoni Bosch Editor.
- Birkmann, J. y Frausto, O. (2001). Indicators for Sustainable Development for the Regional and Local Level: Objectives, Opportunities and problems: Case Studies from Germany and Mexico. *European Journal of Regional Development*, No. 9: pp. 23–30.
- Boardman J. y Barbato C. (2008). *Review of socially responsible HR and labour relations practice in international hotel chains*. Geneva: International Labour Office.
- Bohdanowicz, P. y Zientara, P. (2008). Corporate Social Responsibility in Hospitality: Issues and Implications. A Case Study of Scandic, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. 8(4): pp. 271-293.
- Bramwell, B. and Lane, B. (1999). Sustainable Tourism: Contributing to the Debates. *Journal of Sustainable Tourism*. 7(1): pp. 1-5.
- Brañes, R. (1987). *Derecho ambiental mexicano*. México: Universo XXI.
- Bravo, R.; Fraj E. y Martínez, E. (2005). La importancia del factor medioambiental en las estrategias corporativa y de marketing: una aplicación al sector de bienes de consumo, *Cuadernos de Estudios Empresariales*, 15: pp. 199-224.
- Brine, M.; Brown, R. y Hackett, G. (2007). Corporate social responsibility and financial performance in the Australian context. *Economic Round-up, Autumn*. pp. 47-58.
- Brown, M. (1994). Environmental auditing and the hotel industry: an accountant's perspective, en Seaton, A., Jenkins, C., Wood, R., Pieke, P., Bennet, M.,

McLellan, L. and Smith, R. (Eds.) *Tourism: the state of the art* (pp.675-681). Chichester, John Willey and Sons.

- (1996). Environmental policy in the hotel sector: “Green” strategy or stratagem? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 8(3), pp. 18-23.
- Brown, T. (1998). Corporate associations in marketing: antecedents and consequences. *Corporate Reputation Review*, 1(3), pp. 215-233.
- Brown, T. J. y Dacin, P. A. (1997). The company and the product: corporate associations and consumer product responses, *Journal of Marketing*, vol. 61, pp. 68-84.
- Buchholz, R. A. (2004). The natural environment: Does it count? *Academy of Management Executive*, 18(2): pp. 130-133.
- Bullinger, H. J.; Von Steinaecker, J. y Weller, A. (1999). Concepts and methods for a production integrated environmental protection, *International Journal of Production Economics*, No. 60-61, pp. 35-42.
- Burzis, U. (2010). *The adoption and implementation of environmental management systems in New Zealand hotels: the managers’ perspective*. Thesis of Master, Auckland University of Technology, New Zealand.
- Butler, R. W. (1980). The Concept of a tourism area cycle of evolution: Implications for management of resources, *Canadian Geographer*. 24(1): pp. 5-12.
- (1991). Tourism, environment and sustainable development, *Environmental Conservation*. 18: pp. 201-209.
- (1993). Tourism and evolutionary perspective, en J.G. Nelson, R.W. Butler and G. Wall (eds.) *Tourism sustainable development: Monitoring, planning, management*. University of Waterloo Press, pp. 27-44.
- (1999). Sustainable Tourism: a state-of-the art review, *Tourism Geographies*. 1(1): pp. 7-25.

- Cabrera, C. (2005). El enfoque de la economía ambiental en perspectiva crítica. *Realidad Económica*, UMSNH, Facultad de Economía Vasco de Quiroga. México. N° 19, p.2.
- Calderón, F. J. (2005). *Distrito turístico rural un modelo teórico desde la perspectiva de la oferta. Especial referencia al caso andaluz*. Tesis doctoral, Universidad de Málaga.
- Camacho, I.; Fernández, J. L. y Miralles J. (2004). *Ética de la Empresa*. Bilbao: Desclée de Brouwer.
- Campos, B.; Sierra, L. y Balam, Y. (2008). La actividad turística internacional y su repercusión en la población de Quintana Roo, en Julia Fraga, Guillermo J., Villalobos Sabrina, Doyon Ana García (Coords), *Descentralización y manejo ambiental Gobernanza Costera en México*, Centro Internacional de investigaciones para el desarrollo CINVESTAV-IPN: pp. 203-218.
- Capron, M. (2003). *Économie Éthique Privée: La responsabilité des entreprises à l'épreuve de l'humanisation de la mondialisation*. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- Cariño, M.; Aceves, J.; Rendón, C.; Leal, M. L. y Rodríguez, B. (2004) La política ambiental mexicana y la conservación del ambiente en Baja California Sur, *Gaceta Ecológica*, Instituto Nacional de Ecología, 70: pp. 45-56.
- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate social performance, *Academy of Management Review*, 4(4): pp. 497-505.
- (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 43(4): pp.39-48.
- (1999). Corporate social responsibility: evolution of a definitional construct. *Business & Society*, 38(3): pp. 268-295.
- Carta de Turismo Sostenible (1995). *Conferencia Mundial de Turismo Sostenible. Lanzarote*, España. Consultado en <http://www.turismo-sostenible.org/docs/Carta-del-Turismo-Sostenible.pdf> [18 de marzo de 2014].

- Castelo, M. y Lima, L. (2007). Positioning Stakeholder Theory within the Debate on Corporate Social Responsibility, *EJBO Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, 12(1): pp. 5-15.
- Castillo, M. (2005). *La modernización de las políticas turísticas: Tendencias y perspectivas*, Tesis doctoral. México: UAEM.
- Centro de Estudios del Sector Privado para el Desarrollo Sustentable (CESPEDES) (1998). *México: Hacia una política ambiental eficaz para el desarrollo sustentable*. México, disponible en <http://www.cce.org.mx/cespedes> [18 de marzo de 2014].
- Centro Mexicano de Filantropía, A.C. (CEMEFI) (2008). *Fundamentos para la Empresa Socialmente Responsable*. México: CEMEFI.
- (2012), en www.cemefi.org.mx
- (2014), en www.cemefi.org.mx
- Céspedes, J. y De Burgos J. (2001). La multidimensionalidad de la gestión ambiental en los servicios. Un análisis empírico de la industria hotelera, XI Congreso Nacional ACEDE, Zaragoza, España.
- (2004). Un análisis de las dimensiones de la gestión ambiental en los servicios hoteleros, *Dirección y Organización DyO*, No. 30: pp. 5-15.
- Chamhuri, S. y Siti, H. (2008). *A Study on Corporate Social Responsibility Practices amongst Business Organisations in Malaysia* (LESTARI). Malaysia: Universiti Kebangsaan.
- Chan, W. W. y Ho, K. (2006). Hotels' Environmental Management Systems (IOS14001): creative Financing Strategy. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18(4): pp. 302-316.
- Clarke, J. (1997). A Framework of Approaches to Sustainable Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*. 5(3): pp. 224-233.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2001), disponible en <http://www.eclac.org/default.asp> [18 de marzo de 2014].

- (2005). Propuesta para un compendio latinoamericano de indicadores sociales, disponible en <http://www.eclac.cl/deype/publicaciones/xml/0/27910/LCL2471e.pdf> [18 de marzo de 2014].
- Comisión para la Cooperación Ambiental (2010), Peticiones ciudadanas sobre aplicación de la legislación ambiental, disponible en <http://www3.cec.org/islandora/es/item/11384-north-american-environmental-law-and-policy-es.pdf> [18 de marzo de 2014].
- Conesa, V. (1997). *Instrumentos de la gestión ambiental en la empresa*. Madrid: Mundi-Prensa.
- Conner, K. R. (1991). A historical Comparison of resource-based Theory of firm: Knowledge versus Opportunism, *Organization Science*. 7(5): pp. 477-501.
- Cortina, A. (2005). *Ética de la empresa. Claves para una nueva cultura empresarial*, 7ª ed. Madrid: Trotta.
- Crouch, C. (2006). Modelling the Firm in its Market and Organizational Environment: Methodologies for Studying Corporate Social Responsibility, *Organisation Studies*. 27(10): pp.1533-1551.
- De Burgos, J. y Céspedes, J. (2001). La protección ambiental y el resultado. Un análisis crítico de su relación. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la empresa*. 7(2): pp. 93-108.
- De la Rosa, M. E. (2007). La responsabilidad y la gestión medioambiental de la industria maquiladora, un estudio de caso. *Revista de Contaduría y Administración*, Universidad Nacional Autónoma de México, México. Núm. 221: pp. 83-108.
- De la Torre, R. (1990). Ecología urbana de Cancún. Primer Foro Nacional de ecología y Turismo, Instituto Nacional de Ecología, México: pp. 96-102.
- Del Brío, J. Á.; Junquera, B. y Fernández, E. (2006). Regulación Medioambiental Preventiva y Estrategia de Producción en las Empresas Recuperadoras de Automóviles. Un Análisis de Casos. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*. No. 27: pp. 9-32.

- Desimone, L. y Popoff, F. (2000). *Eco-efficiency: the business link to sustainable development*, Cambridge (USA): The MIT Press.
- Donaldson, T. y Preston, L. E. (1995). The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications, *Academy of Management Review*. 20(1): pp. 65-91.
- Durán, G. (2000). Medir la sostenibilidad: indicadores económicos, ecológicos y sociales. VII Jornadas de Economía Crítica, *La fragilidad financiera del Capitalismo; Crecimiento, equidad y sostenibilidad: cómo cerrar el triángulo*, Albacete, España.
- Edwards, T.; Marginson, P.; Edwards, A. y Ferner, O. (2007). *Corporate social responsibility in multinational companies: Management initiatives or negotiated agreements?* Switzerland: International Labour Organization.
- El Dief, M. y Font, X. (2010). Determinants of environmental management in the Red Sea Hotels: personal and organizational values and contextual variables. *International Centre for responsible Tourism*. No. 10: pp.1-30.
- El Pacto Mundial (2013). Suiza, en: www.pactomundialmexico.org.mx
- Enderle, G. (2004). Competencia Internacional y responsabilidad corporativa de pequeñas y medianas empresas. *Business Ethics: An European Review*, 13(1): pp. 51-63.
- Esteban, A. (1997). *Principios de marketing*. Madrid: ESIC Editorial.
- Farrel, B. y Twining-Ward, L. (2004). Un nuevo concepto de turismo. *Annals of Tourism Research en español*. Universitat de Les Illes Balears, España. 6(1): pp.65-90.
- Fernández de Lara, A. E. (2009). Cancún. Las contradicciones socio-ambientales de un desarrollo turístico integralmente planeado: 1970-2000, en Macías Richard, Carlos y Pérez Aguilar, Raúl A. (Comp.), *Cancún: Los avatares de una marca turística global*, México: Universidad de Quintana Roo-CONACyT.

- Fernández, E. (2005). Reflexiones en torno a la responsabilidad social de las empresas, sus políticas de promoción y la economía social. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública y Cooperativa*, Centro Internacional de Investigación Inform. sobre la Economía Pública Social y Cooperativa, Valencia, España. No. 53: pp. 261-283.
- Figuerola, M. (1985). *Teoría Económica del Turismo*. Madrid: Alianza Universidad Texto.
- (1991). *Elementos para el estudio de la economía de la empresa turística*. España: Síntesis.
- Fombrun, C. J. y Shanley, M. (1990). What's in a name? Reputation building and corporate strategy. *Academy of Management Journal*. No.33: pp. 233-258.
- Font, X. (2008). *Sostenibilidad y alivio de la pobreza en países en vías de desarrollo. El papel del hotelero y del investigador*. Reino Unido: Leeds Metropolitan University.
- Font, X. y Harris C. (2004). El replanteamiento de los estándares desde lo verde a lo sostenible. *Annals of Tourism Research en español*, 6(2): pp. 298-322.
- Fotopoulos, C. y Krystallis, A. (2002). Organic product avoidance: Reasons for rejection and potential buyers' identification in a countrywide survey, *British Food Journal*, 104(3/4/5): pp.233-260.
- Frank, R. (1992). *Microeconomía y conducta*. Madrid: McGraw Hill.
- Frederick, W. C. (1994). From CSR1 to CSR2, The maturing of business and society thought, *Business and Society*, 33(2): 150-164.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.
- (1994). The politics of stakeholder theory: some future directions. *Business Ethics Quarterly*, 4(4): pp. 409-421.
- Freeman, R. E. y Gilbert, D. R. Jr. (1992). Business, Ethics and Society: A Critical Agenda. *Business & Society*, 31(1): pp. 9-17.

- Freeman, R. y Reed, D. (1983). Stockholders and stakeholders: A new perspective on corporate governance. *California Management Review*, 25(3): pp. 88-106.
- Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. *The New York Times Magazine*.
- Fundación Ebert Friedrich (1987). *Nuestro futuro común*. Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo. México: Oxford University Press.
- Fundación Fórum Ambiental (2000). *Guía para la ecoeficiencia*, Barcelona.
- Fussler, C. y James, P. (2004). *Driving Eco Innovation a breakthrough discipline for innovation and sustainability*, London: Pitman Publishing.
- Galbraith, J. K. (1992). *La cultura de la satisfacción*, 3ª ed. Barcelona: Ariel.
- García de Fuentes, A. (1979). *Cancún: turismo y subdesarrollo, regional*, México: U.N.A.M.
- García, A. (1992). *La planificación de centros turísticos de México*. México: Limusa.
- García, F. y Armas, Y. (2004). Responsabilidad social-ambiental y rendimiento económico: un análisis aplicado al sector hotelero español. *Cuadernos de economía y dirección de la empresa*, Asociación científica de economía y dirección de empresa, No. 19.
- (2007a). Aproximación a la incidencia de la responsabilidad social-medioambiental en el rendimiento económico de la empresa hotelera española. *Revista europea de dirección y economía de la empresa*, Universidad de La Laguna. 16(1): pp. 47-66.
- (2007b). Relation between social-environmental responsibility and performance in hotel firms. *International Journal of Hospitality Management*, 26(3), 824-839.
- Getz, D. y Jamal, T. (1994). The Environment-Community Symbiosis: a Case for Collaborative Tourism Planning, *Journal of Sustainable Tourism*, 2(33): pp. 152-173.
- GG21 (2013) en www.greenglobe.com

- Gil, M. A. (2007). *Crónica ambiental, Gestión pública de políticas ambientales en México*, México: Fondo de Cultura Económica-Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales-Instituto Nacional de Ecología.
- Giménez, G.; Casadesús, M. y Valls, J. (2006). La mejora de la posición competitiva a través de la implantación de SGMA basados en estándares. ISO 9000, ISO 14001 y otros estándares de gestión: pasado, presente y futuro. *Estudios y monografías de economía*. Madrid: Civitas.
- Gisbert, R. (2002). *La empresa: Naturaleza, clases, entorno y competencia*. España: Octaedro.
- Global Reporting Initiative (GRI) (2013). *Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad*. Holanda: GRI.
- Gómez Nieves, S. (2003). *Desarrollo turístico y sustentabilidad*. México: Universidad de Guadalajara.
- González L. y Cobo F. B. (2000). Agricultura ecológica en España. Las estrategias de marketing, claves para el éxito. *Distribución y Consumo*, 51: pp. 39-54.
- González, G. (2001). Responsabilidad social de las empresas: alcance y cuestionamientos sobre el tema, ponencia presentada en el 5º Congreso nacional e internacional realizado por la ADOARH. *Revista INTER-FORUM*. Texas, EE.UU.
- González, J. y González, O. (2005). Perfiles de proactividad medioambiental: evidencia en empresas industriales españolas. *Universia Business Review*, pp. 92-101.
- (2008). Determinantes de la proactividad medioambiental en la función logística: un análisis empírico. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, 18: pp. 51-71.
- Guimarães, R. (1994). Desarrollo Sustentable: ¿Propuesta Alternativa o Retórica Neoliberal? *EURE: Revista Latinoamericana de Estudios Urbano Regionales*, (61): pp. 41-56.

- Hardy, A.; Beeton, R. and Pearson, L. (2002). Sustainable Tourism: An Overview of the Concept and its Position in Relation to conceptualizations of Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*. 10(6): pp. 475–496.
- Hart, S. L. (1995). A Natural-resource-based View of the Firm. *Academy of Management Review*, 20(4): pp. 986–1014.
- Hartley B. (2009). Eco-eficiencia una gestión empresarial ambiental, *Ciencias Económicas*, 27(1): pp.189-205.
- Harvey, B. (2001). Measuring the effects of sponsorships. *Journal of Advertising Research*, 41(1): pp. 59-65.
- Herzer, H. (2008). *Con el corazón mirando al sur. Transformaciones en el sur de la ciudad de Buenos Aires*. Buenos Aires: Espacio, 2008.
- Hirschman, A. (1958). *The strategy of economic development*. USA: New Haven, Yale University Press.
- Holcomb, J. L.; Upchurch, S. y Okumus, F. (2007). Corporate social responsibility: what are top hotel companies reporting? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(6): pp.461-475.
- Hughes, G. y Furley, P. (1996). Threshold carrying capacity and the sustainability of tourism: a case study of Belize. *Caribbean Geography*. 7(1): pp. 36-5.
- Hunt, C. B. and Auster, E. R. (1990). Proactive Environmental Management: Avoiding the Toxic Trap. *Sloan Management Review*, 31(2): pp. 7-18.
- Hunter, C. (1995). On the need to re-conceptualize sustainable tourism development. *Journal of Sustainable Tourism*, 3(3): pp.155-165.
- (1997). Sustainable tourism as an adaptive paradigm. *Annals of Tourism Research*, 24(4): pp.850–867.
- Huppes, G. e Ishikawa, M. (2005). Eco-eficiencia y su terminología. *Journal of Industrial Ecology*, 8(1/2): pp. 241-261
- Husted, B. W. y Allen (2000). Is it Ethical to use Ethics as a Strategy? *Journal of Business Ethics*, 27: pp. 21-31.

- Ibáñez, J. y Ball, F. (2002). *El Multiplicador del Turismo*. Universidad Nacional de la Patagonia, San Juan Bosco, Facultad de Ciencias Económicas sede de Trelew.
- Institute of Social and Ethical Accountability (2008). *Introduction to the revised AA1000 Assurance Standard and the AA1000 AccountAbility Principles Standard 2008*, Chair of the AccountAbility Technical Committee. UK: KPMG.
- Instituto de Planeación de Desarrollo Urbano (IMPLAN) (2013). *Primer corredor de transporte público preferencial de la Ciudad de Cancún*. Municipio de Benito Juárez, México.
- Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social (2013). *Conceptos Básicos e Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial*, disponible en www.ethos.org.br [18 de marzo de 2014].
- International Organization for Standardization (ISO) (2004). *Sistema de Gestión Ambiental ISO 14001:2004*, disponible en www.iso.org [18 de marzo de 2014].
- (2008). *Management Systems*, disponible en www.iso.org/iso/iso-management-systems [13 de febrero de 2008].
- (2010). *Descubriendo ISO26000*, disponible en www.iso.org [18 de marzo de 2014].
- Ivars, J. (2001). *Planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible: propuesta para la creación de un sistema de indicadores*. España: Instituto Universitario de Geografía de la Universidad de Alicante.
- Izaguirre, J. y Vicente, M. A. (2008). *Análisis de la influencia de las variables relacionadas con el proceso de compra en el consumo de productos ecológicos: Un estudio del país Vasco*, en Julio Pindado García, Gregory Payne (coords.) *Estableciendo puentes en una economía global*, Vol. 2.
- Jacobs, M. (1997). *The Environment as Stakeholder*. *Business Strategy Review*, 6(2): pp. 25-28.

- Jafari, J. (1990). Research and scholarship: the basis of tourism education. *Journal of Tourism Studies*, 1 (1): pp. 33–41.
- Janzen, D. H. (1986). The future of tropical ecology. *Annual Review Ecology Systematics*, 17: pp. 305-324.
- Jiménez, A. (1993). *Turismo, estructura y desarrollo. La estructura funcional del turismo internacional y la política turística de México. Desarrollo histórico 1945-1990*. México: McGraw Hill.
- (2010). *Cadenas Hoteleras, estrategias y territorio en el Caribe Mexicano*, México: Universidad del Caribe-Porrúa.
- Jones, P.; Comfort, D. y Hillier, D. (2006). Reporting and reflecting on corporate social responsibility in the hospitality industry: A case study of pub operators in the UK, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18(4): pp. 329-340.
- KATE, Centro de Ecología & Desarrollo; EED Tourism Watch y ACSUD. Las Segovias Asociación para la Cooperación con el Sur (2006). *Responsabilidad Social Corporativa (RSC), Empresas turísticas y su responsabilidad global*. Alemania: Comisión Europea.
- Kirk, D. (1996). *Environmental Management for Hotels*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Klassen, R. D. y Whybark, D. C. (1999). Environmental Management in Operations: The Selection of Environmental Technologies. *Decision Sciences*, 30(3): pp. 601-631.
- Korstanje, M. (2010). Searching the roots of patrimony and its appliance in tourism field. *South Asian Journal of Tourism and Heritage*, 3(2): pp. 30-40.
- Kotter, J. y Heskett, J. (1992). *Corporate culture and performance*. New York: Free Press.
- Kreats (2009). *Cancún, bajo una "Campaña negra"*. La voz de Quintana Roo, disponible en <http://lavozdequintanaroo.com.mx/> [09 de noviembre de 2009].

- Kuosmanen, T. y M. Kortelainen (2005). Measuring Eco-efficiency of Production with Data Envelopment Analysis. *Journal of Industrial Ecology*, 9(4): pp.59-72.
- Labandeira, X.; León, C. y Vázquez M. X. (2007). *Economía ambiental*. España: Pearson Prentice Hall.
- Landorf, C. (2009). Managing for sustainable tourism a review of six cultural world heritage sites. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(1): pp. 53-70.
- Larraín, S. (2004). El paradigma de la Sustentabilidad: perspectiva ecologista y perspectiva de género. *Polis*, Revista de la Universidad Bolivariana, 3(9).
- Lascurain, C. (2006). *Análisis de la política ambiental*. México: Plaza y Valdés.
- Leal, Jo. (2005). *Ecoeficiencia: marco de análisis, indicadores y experiencias*. Naciones Unidas CEPAL.
- Lee, K. (1998). Procesos de integración internacional y regional en la nueva economía global. Documento básico utilizado en la *Conferencia Salud y Desarrollo Humano en la Nueva Economía Global* en Galveston, Texas, 26-28 de octubre, 1998.
- Levy, D. L. (1995). The environmental practices and performance of transnational corporations. *Transnational Corporations*, 4(1): pp. 44-67.
- Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente LGEEPA. (2005). Última reforma publicada DOF 23-02-2005. México.
- Lizcano, J. L. y Moneva, J. M. (2004). Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa, *Revista AECA*. No. 68.
- Llull, A. (2003). *Contabilidad medioambiental y desarrollo sostenible en el sector turístico*, tesis doctoral. España: Govern de Les Illes Balears.
- López, A. (2005). Desarrollo sostenible: medioambiente y turismo en las ciudades históricas: El caso de Toledo, *Observatorio Medioambiental*. Instituto Universitario de Ciencias Ambientales, 8: pp. 331-344.
- Lozano, J. (1999). *Ética y empresa*. Madrid: Ed. Trota.

- Lu, J. y Nepal, S. K. (2009). Sustainable tourism research: an analysis of papers published in the Journal of Sustainable Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(1): pp. 5-16.
- Ludevid, M. (2000). *La gestión ambiental de la empresa*. España: Ariel.
- Ludwing, H. (1990). Moving toward economic come environmental sustainability in Asian developing countries. *The Environmentalist*, 4: pp. 257-280.
- Macías, C. y Pérez, R. A. (coords.) (2009). *Cancún. Los avatares de una marca turística global*, México: Universidad de Quintana Roo- CONACYT.
- Maignan, I. (2001). Consumers' perceptions of corporate social responsibilities: A crosscultural comparison. *Journal of Business Ethics*, 30 (1): pp. 57-72.
- Marín, J. y Rubio, A. (2008). La responsabilidad social corporativa como determinante del éxito competitivo: un análisis empírico. *Revista Europea de Dirección y Economía de la empresa*, 17(3): pp. 27-42.
- Marques de Almeida, J. J. y Da Costa, M. C. (2002). Gestión medioambiental y auditoría, en *Revista de Contaduría y Administración*, UNAM, México, No. 205: pp. 37-50.
- Martínez, J. (1998). *La economía ecológica como ecología humana*. Lanzarote: Fundación César Manrique.
- Martínez, J. y Roca, J. (2006). *Economía Ecológica y Política Ambiental*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Martínez, C. (1997). El análisis del medio ambiente en el sistema de indicadores sociales de Andalucía. Instituto de Estadística de Andalucía. I Congreso de Ciencia Regional de Andalucía, disponible en http://www2.uca.es/escuela/emp_je/investigacion/congreso/mcc005.pdf [18 de marzo de 2014].
- Martocchia, H. (2005). "Wilma: la enseñanza, la crisis y las mañas", en *Voz del Caribe* 14/11/2005.
- Masri, S. y Robles, L. (1997). *La industria turística: hacia la sostenibilidad*. México: Ed. Diana.

- Mathieson, A. y Wall, G. (1982). *Tourism: economic, physical and social impacts*. London: Longman.
- McWilliams, A.; Siegel, D.S. y Wright, P.M. (2006). Corporate social responsibility: strategic implications. *Journal of Management Studies*, 43 (1): pp. 1-18.
- Meadows, D.; Meadows, D. y Randers, J. (1992). *Más allá de los límites del crecimiento*. Madrid: El País & Aguilar.
- Melé, D. (2009). Mainstream theories on normative corporate social responsibility: analysis from catholic social thought, disponible en <http://www.stthomas.edu/cathstudies/cst/conferences/thegoodcompany/Finalpapers/Mele%20Final%20Paper.pdf> [18 de marzo de 2014].
- Melé, D. y Guillén, M. (2006). The Intellectual Evolution of Strategic Management and its Relationship with Ethics and Social Responsibility. *IESE Business School*, Working Paper No. 658.
- Menon, A. y Menon, A. (1997). Enviropreneurial Marketing Strategy: The Emergente of Corporate Environmentalism as Market Strategy. *Journal of Marketing*, 61: pp. 51-67.
- Mensah, I. (2007). Environmental management and sustainable tourism development: The case of hotels in greater Accra region (GAR) of Ghana. *Journal of Retail and Leisure Property*, 6: pp. 15-22.
- Mercado, A. (2008). ¿Conducta limpia? Un estudio del comportamiento ambiental manufacturero en México, en Jenkins, Rhys y Mercado, Alfonso (Cords.). *Ambiente e Industria en México. Tendencias, regulación y comportamiento empresarial*. México: El Colegio de México.
- Mercado, P. y García, P. (2007). La responsabilidad social en empresas del Valle de Toluca. Un estudio exploratorio. *Estudios Gerenciales*, Universidad ICESI, Colombia. 23(102): pp. 119-135.
- Mitchell, R. K.; Agle, B. R. y Wood, D. J. (1997). Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts. *The Academy of Management Review*, 2(4): pp. 853-886.

- Mochón, F. (2004), *Economía y turismo*. Madrid: McGraw Hill.
- Moncada, P. (2009). Desastres y turismo. *Boletín turístico de Cancún*, Universidad del Caribe- Asociación de hoteleros de Cancún, 2(2): pp. 2-14.
- Mowforth, M. y Munt, I. (1998). *Tourism and Sustainability: New Tourism in the Third World*. USA and Canada: Routledge.
- Muñoz de Escalona, F. (2007). *El turismo explicado con claridad*. Editado por www.eumed.net.
- Muñoz Oñate, F. (1994). *Marketing turístico*. Madrid: Ed. Centro de Estudios Ramón Areces.
- Nadal, A. (2007). *Desarrollo sustentable y cambio global*. México: El Colegio de México.
- Naredo, J. M. (1996). Sobre el origen, el uso y el contenido del término sostenible, *Documentación Social*, N° 102: pp. 129-148.
- Navarro, G. (2002). *Universidad construye país: responsabilidad social universitaria. Una experiencia de cooperación entre las universidades chilenas*. Chile: Universidad de la Concepción.
- Navas, J. E. y Guerras, L. A. (1998). *La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones*. Madrid: Civitas.
- Nieto A. M. y Fernández, R. (2004). Responsabilidad social corporativa: la última innovación en management, *Universia Business Review*, No. 1: pp. 28-39.
- OCDE (2013), *Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales*, OECD Publishing, disponible en <http://dx.doi.org/10.1787/9789264202436-es> [18 de marzo de 2014].
- Olabe A. (2004). Indicadores de Sostenibilidad en el Ámbito de la Responsabilidad Social de la Empresa, Jornadas sobre responsabilidad social balance social: instrumento de gestión para la empresa social, disponible en <http://www.neticoop.org.uy/article446.html> [18 de marzo de 2014].

- Oppermann, M. (1993). Tourism space in developing countries. *Annals of Tourism Research*, 20(3): 535-556.
- Organización Internacional del Trabajo (OIT) (2008). Normas y derechos en el trabajo, iniciativas voluntarias privadas, disponible en <http://www.oit.org/public/spanish/dialogue/sector/sectors/textile/standards-private.htm> [18 de marzo de 2014].
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (2004). Nueva definición de Turismo Sostenible de la OMT, disponible en <http://www.world-tourism.org/sustainable/esp/top/concepts.html> [18 de marzo de 2014].
- (2014). Datos y cifras, disponible en <http://www2.unwto.org/es> [18 de marzo de 2014].
- Ortega, R. y Rodríguez, I. (1994). *Manual de Gestión del Medio Ambiente*. Madrid: MAPFRE.
- Panwar, R.; Rinne, T.; Hansen, E. y Juslin, H. (2006). Corporate responsibility: Balancing economic, environmental, and social issues in the forest products industry. *Forest Products Journal*, 56 (2): pp. 4-12.
- Paz, S. (1995). Tendencias Mundiales del Turismo: La Zona del Caribe, artículo presentado en el Ayuntamiento de Benito Juárez, *Foro de Análisis: Cancún: El Auge y La Crisis*. Cancún, México.
- Pearce, D. (1998). *Economics and environment essays on ecological economics and sustainability development*. Reino Unido: Edward Elgar Cheltenham.
- Pearce, D. and Atkinson G. (1993). Capital Theory and the Measurement of Sustainable Development. *Ecological Economics*, 8: pp. 103-108.
- Pearce, D. y Turner, R. (1995). *Economía de los recursos naturales y del medio ambiente*, Madrid: Celeste ediciones.
- Pearce, J. A. y Robinson, R. B. (1997). *Strategic management: Formulation, implementation, and control*, 6ª ed. Chicago: Irwing.

- Peattie, K. y Ringler A. (1994). Management and the environment in the United Kingdom and Germany: A comparison. *European Management Journal*, 12 (2): pp. 216-225.
- Penny, W. Y. (2007). The use of environmental management as a facilities management tool in the Macao hotel sector. *Facilities*, 25(7/8): pp. 286-295.
- Penrose, E. (1959). *La teoría del crecimiento de la empresa*. Madrid: Ed. Aguilar.
- Perdiguero, T. (2003). *La responsabilidad social de las empresas en un mundo global*. España: Anagrama.
- Pérez, G. y Carrascal, E. (2000). *El desarrollo turístico en Cancún, Quintana Roo y sus consecuencias sobre la cubierta vegetal*. Investigaciones Geográficas, Boletín del instituto de Geografía. México: UNAM.
- Phillips, R. A. y Reichart, J. (2000). The environment as a stakeholder? A fairnessbased approach. *Journal of Business Ethics*, 23(2): pp. 185-197.
- Porter, M. y Kramer, M. (2002). The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy. *Harvard Business Review*, 80(12): pp. 56-68.
- Porto, N. y Castromán, J. L. (2006). Responsabilidad social: un análisis de la situación actual en México y España. *Revista de Contaduría y Administración*, Universidad Nacional Autónoma de México, México. No. 220: pp. 67-88.
- Prahalad, C. K. (1999). Gestión de las discontinuidades: Los desafíos emergentes, *Euroletter*, No. 14: pp. 19-28.
- Prats, L. (2003). Patrimonio + turismo = ¿desarrollo?, *Pasos revista de turismo y patrimonio cultural*. 1(2): pp. 127-136.
- Preston, L. E.; Sapienza, H. J. y Miller, R. D. (1991). Stakeholders, shareholders, managers: Who gains what from corporate performance?, en Etzioni, A. & Lawrence, P. R. (Eds.) (1991). *Socio-economics: Toward a new synthesis* (pp.149-65). Armonk, NY: M. E. Sharpe.

- Prieto, D. (2010). “Gentrificación y segregación socio espacial: un acercamiento desde la teoría crítica”. El Contubernio [16 marzo 2010], disponible en [gentrificacion-ysegregacion-socioespacial-acercamiento-desde-la-teoria-critica](#) [18 de marzo de 2014].
- Procuraduría Federal de Protección al Ambiente PROFEPA (2010) *Programa Nacional de Auditoría Ambiental* (PNAA) (Datos al 26/08/2010), disponible en http://www.profepa.gob.mx/innovaportal/v/673/1/mx/subprocuraduria_de_auditoria_ambiental.html [18 de marzo de 2014].
- Quiroga, R. (2001). *Indicadores de sostenibilidad ambiental y de desarrollo sostenible: estado del arte y perspectivas*. Chile: ONU CEPAL.
- Reglamento de La Ley General Del Equilibrio Ecológico y La Protección Al Ambiente en Materia de Auditoría Ambiental (2000). Diario Oficial de la Federación el 29 de noviembre de 2000, disponible en http://www.diputados.gob.mx/Leyes_Biblio/regley/Reg_LGEEPA_MAA.pdf [18 de marzo de 2014].
- Rey, C. (1998). *Economía del Turismo: estructura de mercados e impacto sobre el desarrollo*. España: Asoc. Hispalink.
- Riechmann, J. (1995). Desarrollo Sostenible: La lucha por la interpretación. *De la economía a la ecología*. Madrid: Ed. Trotta.
- Rivera, P. y Foladori, G. (2006). Reflexiones sobre la contabilidad ambiental en México. *Sociedad y Territorio*. 6(21): pp. 177-217.
- Roitstein, F. (2004). La responsabilidad social empresarial en Argentina: tendencias y oportunidades, *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, Universidad de los Andes, Bogotá, No. 32: pp 5-28.
- Roitter, M. (1996). *La razón social de las empresas*. Buenos Aires: Centro de Estudios de Estado y sociedad.
- Romero, R. (2009). Política municipal y desarrollo urbano de un modelo turístico. Cancún: 1975-2002, en Macías Richard, Carlos y Pérez Aguilar, Raúl

- A. (coords.) (2009). *Cancún. Los avatares de una marca turística global*. México: Universidad de Quintana Roo-CONACYT.
- Romo, D. (2005). *Políticas e instrumentos para mejorar la gestión ambiental en las pymes y promover la oferta de bienes y servicios ambientales: el caso mexicano*. Chile: Naciones Unidas.
- Rompczyk, E. (1995). Los actores de la política ambiental y las posibilidades de desarrollo. *Nueva Sociedad*. 137: pp.142-163.
- Roome, N. (1992). Developing Environmental Management Strategies. *Business Strategy and the Environment*. 1(1): pp.11-24.
- Rubio, S.; Chamorro, A. y Miranda, F. J. (2007). La investigación sobre gestión medioambiental en la empresa en España (1993-2003), *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, Núm. 30: pp. 39-62.
- Rumelt, R. P. (1984). Towards a strategic theory of the firm, en Lamb, R.B. (Ed.) (1984). *Competitive strategic management*. Englewood Cliffs. NJ: Prentice-Hall, pp. 556-570.
- Ruvalcaba, E. (2005). La gestión ambiental rentable en pequeñas empresas mexicanas. *Revista Futuros, América Latina y el Caribe*, 3(9).
- Saarinen, J. (2006). Tradiciones de sostenibilidad en los estudios turísticos. *Annals of tourism research en español*, 8(2): pp. 243-264.
- Sachs, I. (1982). *Ecodesarrollo: desarrollo sin destrucción*. México: El Colegio de México.
- Salinas, E. y La O, J. A. (2006). Turismo y sustentabilidad: de la teoría a la práctica en Cuba. *Cuadernos de Turismo*. Universidad de Murcia. No. 17: pp. 201-221.
- Sánchez, F.E. (2004). Economía Ambiental: Planeación Estratégica. *Contribuciones a la Economía*, disponible en <http://www.eumed.net/ce/index.htm> [18 de marzo de 2014].

- Sarkis, J. y Cordeiro, J. J. (2001). An empirical evaluation of environmental efficiencies and firm performance: Pollution prevention versus end-of-pipe practice. *Eur. J. Operat. Res.* 135: pp.102-113.
- Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) (2012). Programa Sectorial, de Medio Ambiente y Recursos Naturales, 2007-2012 (PSMAyRN), disponible en www.semarnat.gob.mx [18 de marzo de 2014].
- (2012), 107 Normas Oficiales Mexicanas Vigentes y 9 Canceladas, disponible en [http://www.semarnat.gob.mx/leyesynormas/Documents/comarnat/FOLLETO %20DE%20NOMs%20VIGENTES%202012.pdf](http://www.semarnat.gob.mx/leyesynormas/Documents/comarnat/FOLLETO%20DE%20NOMs%20VIGENTES%202012.pdf) [18 de marzo de 2014].
- Secretaría de Turismo (SECTUR) (2009). *Tercer informe de labores*. México: SECTUR.
- (2012). *6º Informe de labores*, México: SECTUR.
- (2013). *Primer informe de labores*. México: SECTUR.
- Sil, M. (1998). La gestión ambiental en México: 1988–1996, en Saldívar, Américo (Coord.) *De la Economía Ambiental al Desarrollo Sustentable (alternativas frente a la crisis de gestión ambiental)*, Programa universitario para el medio Ambiente. México: UNAM.
- Sors, A. I. (1987). *Monitoreo y evaluación del impacto ambiental*, Centro panamericano de Ecología Humana y Salud Ambiental, Organización Panamericana de la Salud-Organización Mundial de la Salud.
- Suverza, A. (2005). “El fantasma del desempleo en víspera de temporada alta”, Periódico El Universal, 28 octubre 2005.
- Tirole, J. (1990). *La Teoría de la Organización Industrial*. Editorial Ariel.
- Toledo, A. (1998). *Economía de la biodiversidad*, Serie Textos Básicos para la Formación Ambiental, No. 2, PNUMA, México.
- Toro, O. L. (1998). *Liderazgo y responsabilidad social en Bogotá*. Colombia: Centro Colombiano de Filantropía.

- Torres, R. (2002). Cancun's tourism development from a Fordist spectrum of analysis, *Tourist Studies*, 2: pp. 87-116.
- Ugalde, J. (2010). El destino turístico es la inviabilidad y el trueno. La política ambiental es el negocio de las autoridades, en Estos días, el semanario de Quintana Roo, disponible en http://issuu.com/estosdias/docs/estos_dias_170/26# [29 de abril de 2014].
- Vargas, A.; Vaca, R. M. y García de Soto, E. (2005). *Sostenibilidad de la empresa hotelera: indicadores para su medición*. Sevilla: Fundación Biodiversidad, Ministerio de Medio Ambiente.
- Varillas, A. (2010). *Cancún reinicia recuperación de playas*, disponible en <http://www.eluniversal.com.mx/notas/649816.html> [18 de marzo de 2014].
- Varone, R. (2002). *Turismo responsable propuesta didáctica para las escuelas, ACSUD Las Segovias*.
- Verfaillie, H. A. y Bidwell, R. (2000). *Measuring Eco-Efficiency –A Guide to Reporting Company Performance*. World Business Council for Sustainable Development.
- Vicente, A.; Ruiz, M.; Tamayo, U. y Balderas, A. (2004). *Compatibilidad entre responsabilidad social corporativa y competitividad: estado de la cuestión en el ámbito internacional*. Instituto de Economía Aplicada a la Empresa UPV/EHU, Universidad del País Vasco.
- Villafañe, J. (2004). *La buena reputación*. Madrid: Pirámide.
- Viña, G. (2003). *Bases conceptuales de auditoría ambiental como instrumento de prevención de la contaminación*. Colombia: Manual introductorio.
- Waldman, D. A.; Siegel, D. S. y Javidan, M. (2006). Components of CEO transformational leadership and corporate social responsibility. *Journal of Management Studies*, 43(8): pp. 1703-1725.

- Wall, G. (1997). Sustainable Tourism-Unsustainable development, en Wahab, S. and Pigram, J. J. (Eds.). *Tourism development and growth: The challenge of sustainability*. pp. 31–49. London: Routledge.
- Wartick, S. L. y Cochran, P.L. (1985). The evolution of the corporate social performance model. *The Academy of Management Review*, 10(4): 758-769.
- Wempe, J. y Kaptein, M. (2002). *The balanced company: a theory of corporate integrity*. Oxford: Oxford University Press.
- Wernerfelt, B. (1984), A Resource-based View of the Firm. *Strategic Management Journal*, 5: pp.171-180.
- Weyzig, F. (2007). Corporate social responsibility in México. How changes in the behaviour of multinational enterprises contribute to economic development. *Accountancy Business and the Public Interest*, 6(1): 1-157.
- Wheeler, B. (1991). Tourism's troubled times: responsible tourism is not the answer. *Tourism Management*, 12(2): pp. 91-96.
- Wight, P. (1994). The greening of the hospitality industry: economic and environmental good sense, en Seaton, A., Jenkins, C., Wood, R., Pieke, P., Bennet, M., McLellan, L. y Smith, R. (Eds.), *Tourism: the state of the art* (pp.665-674). Chichester: John Willey and Sons.
- Wilbanks, T. (1994). Sustainable development in geographic perspective. *Annals of the Associations of American Geographers*. 84(4): pp.541-556.
- Winsemius, P. y Guntram, U. (1992). Responding to the Environmental Challenge, *Business Horizons*, 35(2): pp. 12-20.
- World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) (1998). Corporate Social Responsibility (CSR), disponible en <http://www.wbcsd.ch> [18 de marzo de 2014].
- (2000). Responsabilidad social corporativa: dándole buen sentido empresarial, disponible en www.wbcsd.com [18 de marzo de 2014].

World Tourism Organization (WTO) (1993). *Tourism the year 2000 and beyond qualitative aspects*. Madrid: WTO.

World Wildlife Fund WWF-UK (2000). *Tourism Certification An analysis of Green Globe 21 and other tourism certification programmes*. Reino Unido: WWF.

Yepes, G.; Peña, W. y Sánchez, L. (2007). *Responsabilidad social empresarial. Fundamentos y aplicación en las organizaciones de hoy*. Colombia: Ltda.

Zu, L. y Song, L. (2008). *Determinants of Managerial Values on Corporate Social Responsibility: Evidence from China*, Discussion Paper Series, No. 3449, United Kingdom.

Responsabilidad social empresarial y gestión ambiental en el sector hotelero, de Elva Esther Vargas Martínez, se terminó de imprimir en enero de 2015, en Litho Kolor, S.A. de C.V., Vialidad Las Torres No. 605, Col. Santa María de las Rosas, Toluca, Estado de México. Tiro: 300 ejemplares.

Tomás Fuentes Estrada
Corrección de estilo

Nancy Huerta Vázquez
Formación y diseño

Patricia Vega Villavicencio
Coordinación editorial

¿Es posible que el sector hotelero asuma un comportamiento social y ambientalmente responsable contribuyendo a la sustentabilidad de los destinos turísticos? ¿Cuáles son los factores que lo impiden o fomentan? ¿De qué manera las empresas hoteleras de Cancún, Quintana Roo han integrado acciones de responsabilidad social empresarial (RSE) y gestión ambiental (GA) a su organización? ¿Los turistas consideran la GA y la RSE como elementos significativos para elegir un hotel en Cancún? La autora responde a estas y otras preguntas al realizar un estudio sobre las prácticas que ejerce la hotelería en esta materia en el destino de sol y playa más importante de México. En éste analiza los principios que guían el modelo de desarrollo sustentable y cómo se integran al proceso de la actividad turística. También distingue las orientaciones que dan sustento al concepto e interpretación de la responsabilidad social empresarial y explica la relación entre las empresas hoteleras y las políticas públicas ambientales a fin de identificar qué posición asumen las empresas ante la situación ambiental.

SI EA
Secretaría de Investigaciones y Estudios Académicos



ISBN: 978-607-422-572-3



9 786074 225723