



Vol. 9, Nº 21 (diciembre / dezembro 2016)

PROGRAMAS DE CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL PARA PYMES DE TURISMO ALTERNATIVO EN MÉXICO

Jan Cancino Singer

Maestrante en el programa de posgrado Desarrollo Sustentable y Globalización,
Universidad Autónoma de Baja California Sur, México
sila_canja@hotmail.com

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Jan Cancino Singer (2016): "Programas de certificación internacional para PYMES de turismo alternativo en México", Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 21 (diciembre 2016). En línea: <http://www.eumed.net/rev/turydes/21/certificaciones.html>

Resumen

El turismo es uno de los motores de desarrollo más importantes de México, sin embargo es notable el deterioro ambiental que ha provocado a través del turismo masivo; por lo que se vislumbra al turismo alterativo como una opción para combatir los efectos negativos del turismo tradicional y el fomento de las economías locales. Si bien el turismo alternativo adopta la práctica de actividades sustentables, las empresas dedicadas a este ramo no cuentan con un respaldo frente a las necesidades de los mercados globales. La mayoría de la planta turística consiste de pequeñas y medianas empresas, por lo que es pertinente explorar los beneficios de las certificación turística como distintivos frente a la competencia de los mercados internacionales, proporcionando herramientas para la mejor gestión de las empresas y beneficios financieros para las mismas.

Palabras clave: Turismo Alternativo, Certificaciones Internacionales, Pequeñas y medianas empresas.

Abstract

Tourism is one of the most important development factors for Mexico, however is notorious the environmental degradation caused by mass tourism; therefore the alternative tourism has been accounted as an option to counter the negative effects of traditional tourism and continue the development the local economies. While alternative tourism adopts the practice of sustainable activities, companies engaged in this sector do not have a solid background to cover the necessities of the global markets. Most of the tourist industry consists of small and medium-sized enterprises, so it is relevant to explore the benefits of tourism certification as distinctive characteristic at the international markets, providing tools for better management and the increase of their financial benefits.

Key words: Alternative tourism, International Certifications, Small and medium businesses

1. INTRODUCCIÓN

Para muchos países en desarrollo, y sobre todo economías pequeñas que no pueden beneficiarse de grandes economías de escala en la producción y comercio industrial, el turismo ha suplido estas actividades. Los beneficios han sido representados como un impacto positivo en términos de desarrollo regional en la medida que el turismo enciende elementos interrelacionados que incluyen mayores oportunidades de empleo, la entrada de inversiones extranjeras y la creación de vínculos intersectoriales. Por desgracia, el crecimiento acelerado de la planta turística ha conllevado grandes daños ambientales y sociales; por lo que se contempla al turismo alternativo como una vía para el desarrollo sustentable, que puede evitar los impactos del turismo tradicional en el crecimiento de la planta turística. Esto significa que es necesario desarrollar la dimensión económica, social y económica de manera integral dentro de los sistemas de producción de bienes y servicios. La práctica tradicional del turismo (hotelera) concentra grandes cantidades de personas en un área muy reducida; por lo tanto requiere una gran cantidad de recursos naturales y de infraestructura, impactando el ambiente físico y reduce el acceso de la población residente a estos recursos. Estas prácticas de turismo tradicional han demostrado ser ineficientes en el cuidado ambiental y social. Por lo que el turismo sustentable y la práctica del turismo alternativo pueden auxiliar a limitar este impacto y favorecer al desarrollo de las comunidades locales. El turismo alternativo es una industria joven y actualmente existen diversas empresas enfocadas a estas actividades en respuesta a las necesidades de desarrollo locales. Nos referimos al turismo alternativo como los viajes que buscan actividades recreativas en contacto con la naturaleza y con las expresiones culturales locales.

2. IMPORTANCIA DE LAS PYMES TURÍSTICAS

Las prácticas del turismo sustentable son realizadas en su mayoría por micro, pequeñas y medianas empresas, estas se conforman en su mayoría por personal residente de las comunidades. Lo que permite vincular a los actores y servicios locales, fomentando las relaciones intersectoriales y el desarrollo del mercado local. Las propias actividades buscan por lo tanto minimizar el impacto ambiental y reducir el consumo de recursos; ofreciendo la posibilidad de utilizar de los servicios ambientales de manera indefinida para la realización de sus actividades productivas y permite el disfrute estos recursos para la comunidad local. Amaya (2007) establece que las Pymes turísticas constituyen el tejido social de la economía del turismo y en los destinos turísticos son las que imprimen el sabor local, presentando a los visitantes las costumbres, cultura y tradiciones de cada región específica. Lo que permite compartir las costumbres propias de los actores dentro de los servicios que prestan, diferenciándolos de otras localidades, regiones y países. Por lo que la creación y fortalecimiento de micro y pequeñas empresas orientadas al turismo alternativo permitiría incidir en el desarrollo turístico regional y sentar las bases para un crecimiento que reduzca las externalidades negativas asociadas a los modelos tradicionales (Field, 2002).

Las Pymes Turísticas tienen en la actualidad una creciente presencia en el sector turístico; son “incubadoras de ideas creativas y nuevos modelos de mercado, por lo que requieren de tecnología que resuelva problemas y no para ser un accesorio más del negocio”, según el concepto de la Secretaria de Turismo. La pequeña empresa absorbe el 23% de la fuerza total del trabajo y representa un 9% del producto interno bruto generado por la industria. La mediana industria aporta el 35% de este producto y emplea el 35% de la fuerza laboral. Mientras que en el sector turismo, SECTUR reporta que existen 1,239 empresas ecoturísticas, de las cuales 70% están conformadas por grupos sociales de poblaciones rurales indígenas, que ofrecen servicios de hospedaje, alimentación y actividades de turismo rural o ecoturismo. Asimismo,

considera que las Pymes representan el 99.4% del total y su participación es fundamental para que exista un crecimiento económico sostenido en el país.

Significando entonces que la oferta turística de México se encuentra cimentada en pequeñas y medianas empresas; lo cual denota su importancia no solo como catalizador del desarrollo económico local, sino su importancia en los mercados globales.

3. NORMAS INTERNACIONALES

La oferta y demanda turística se desarrolló de manera muy revolucionada y descontrolada, por lo que los visitantes perciben los impactos de las actividades y la proliferación de masas de turistas en los destinos más visitados (causales de la degradación provocada por la industria). Lo que provoca que a finales de los años 60 surja el interés por el “turismo de naturaleza”; posteriormente en los años 70 se desarrolla el concepto del ecoturismo como “viaje a áreas con ecosistemas prístinos, frágiles y a áreas usualmente protegidas, caracterizado por su bajo impacto y pequeña escala”. Consolidando entonces en los años 80 el concepto del desarrollo sostenible, culminando en la década de los 90 con la Cumbre de la Tierra, década en la que se publica la Agenda 21. Esta agenda es un plan de acción diseñado para ser aplicado de forma universal, nacional y local por el Sistema de Naciones Unidas, Gobiernos y organizaciones asociadas; buscando atender las necesidades ambientales a nivel global, debido a la influencia del ser humano en el medio ambiente. El Pacto Mundial (PM) es una iniciativa de la ONU que busca promover la adopción de diez principios en la gestión organizacional y que a su vez se contribuya al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio; los principios giran alrededor de cuatro ejes: derechos humanos, condiciones laborales, medio ambiente y anticorrupción. Esta preocupación por la relación hombre-medioambiente ha provocado una multitud de acuerdos que buscan atender las necesidades de la sociedad global frente a los retos de la producción y consumo masivo de recursos, caracterizado por los daños medioambientales, sociales y económicos para todos los países del mundo. Ejemplo de esto es la creación del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, centrándose en las materias de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y anti-corrupción; el cual ha servido para el diseño de políticas y modificaciones para las normativas internacionales pertinentes a cada campo. La ONU a través de estos acuerdos y pactos, solicita especialmente a las empresas adoptar, apoyar y promulgar, dentro de su esfera de influencia estos valores; ya que en gran medida, la producción masiva de bienes y servicios ha provocado este deterioro social y ambiental.

Como bien lo expresan Reboloso y Salcedo (2007), *“La degradación ambiental se ha globalizado, y que ninguna nación tiene la capacidad autónoma para controlar la calidad de su atmósfera y evitar que la contaminación llegue a sus fronteras o, para impedir que todas las consecuencias negativas de sus propias decisiones ambientales viajen a través de las fronteras de otros. De tal forma que, este problema encierra en su estructura la necesidad de comprender la actual situación ambiental y sus vínculos con la economía, los procesos sociales, los recursos naturales y los modelos de desarrollo.”*

Comprendiendo la influencia de los medios de producción de las empresas en las dinámicas globales, se desarrollan herramientas que abarcan las dimensiones ambientales, económicas y sociales. Estos métodos buscan mejorar los propios procesos productivos; surgiendo los principios de gestión de la calidad, responsabilidad social empresarial y el cuidado ambiental. Con la finalidad última de desarrollar las mayores capacidades de las empresas y mejorar sus procesos productivos, administrativos y su relación con la sociedad. Entiéndase entonces que

estos conceptos y valores buscan eficiencia y eficacia de los procesos, por lo tanto permitiría el crecimiento de las empresas, el mejoramiento de su entorno y sus dinámicas internas.

Para tales fines se ponen a disposición a nivel mundial las normativas estandarizadas de la ISO (Organización Internacional de Normalización, por sus siglas en inglés), que desde 1947 promueve el uso de estándares industriales y comerciales a nivel mundial. Estas normativas funcionan como guías para el cumplimiento de los lineamientos y los objetivos globales y finalidad la estandarización de soluciones que cumplan con las exigencias comerciales y sociales; tales normativas ISO pueden ser utilizadas para atender problemáticas específicas de las empresas turísticas, en este caso ISO9000, ISO14000, ISO18000 y la ISO26000. A pesar de que estas normas son voluntarias; en algunos casos la competitividad del mercado mundial puede requerir estas para que una empresa mantenga su competitividad a nivel global. Las cuales proporcionan herramientas para la certificación, gestión y evaluación de los procesos tanto internos como externos de las empresas. Es necesario hacer notar que estas normativas y por lo tanto sus herramientas son totalmente voluntarias y dependen de la responsabilidad, compromiso y transparencia de las empresas tanto para realizarse, como para mantenerse, ya que representan un esfuerzo constante que requiere su implementación dentro de todos los procesos de producción. Además estos pueden servir para autoevaluar los servicios, determinar su alcance y de ser necesario, su rediseño para cumplir con los objetivos dispuestos por tales normativas.

La ISO9000 se centra en los elementos de administración de la calidad y proporciona un sistema efectivo para administrar de manera adecuada sus recursos y mejorar la calidad de sus bienes y servicios.

La ISO14000 se refiere a la gestión de medioambiental de las organizaciones. Promueve la producción de bienes y servicios, protegiendo al medio ambiente al minimizar los impactos de la empresa promoviendo planes de gestión ambiental en la industria y el gobierno.

La ISO18000 es un conjunto de estándares relacionados con la gestión de la seguridad laboral y salud ocupacional. Que buscan a través de una gestión sistemática y estructurada asegurar la salud y seguridad de los trabajadores de una organización.

La ISO26000 establece los lineamientos de la responsabilidad social empresarial. Proporcionando los principios y las materias básicas para identificar y gestionar los impactos sociales en el medio de las empresas o en sus procesos internos.

Cabe mencionar que las normas de ISO son un conjunto o familia de normas que se desarrollan en función de las necesidades y desarrollo de las problemáticas contemporáneas, por lo que se encuentran en constante desarrollo y transformación. Tanto así y en su máximo interés de abarcar la mayor cantidad de dimensiones posibles, que las propias normativas (en su carácter de estandarización) guardan una relación estrecha; es decir, estas son compatibles y en muchos casos pueden constituirse en conjunto para proveer una mayor eficiencia y eficacia para las organizaciones que deseen adoptarlas y abarcar las áreas específicas que estas deseen mejorar. Como parte de estas herramientas, se desarrollan un sistema de certificaciones que pueden ser usados para etiquetar e identificar los servicios turísticos que cumplen con tales normativas.

Para las organizaciones la sostenibilidad de los negocios significa no sólo el suministro de productos y servicios que satisfagan al cliente, haciéndolo sin poner en peligro el medio ambiente, sino también operar de una manera socialmente responsable. La presión para hacerlo proviene de los clientes, consumidores, gobiernos, asociaciones y el público en general. Al mismo tiempo, líderes organizacionales con visión de futuro reconocen que el éxito

duradero debe basarse en prácticas de negocio creíbles y en la prevención de actividades, tales como la contabilidad fraudulenta y la explotación laboral (ISO 26000, 2010).

4. CERTIFICACIONES TURÍSTICAS

Por certificación nos referimos a la acción llevada a cabo por una entidad independiente de las partes interesadas mediante la que se manifiesta que una organización, producto, proceso o servicio que cumple con los requisitos definidos en normas o especificaciones técnicas definidas. Estas pueden distinguirse como certificaciones internacionales, regionales y nacionales; sin embargo, generalmente están se encuentran vinculadas.

Esta nueva ola de normativas dio origen a un nuevo mercado de certificaciones a nivel mundial; creándose un sinnúmero de empresas auspiciadoras y evaluadoras que adoptan la terminología de los organismos internacionales, las cuales muchas veces no cuentan con el aval de los mismos. Es decir, existen empresas certificadoras que no cuentan con el soporte o conocimiento de las normas de los organismos internacionales, expidiendo certificaciones. Generalmente estas certificaciones tienen un menor costo, pero ponen en riesgo la imagen de las PYMES que las solicitan; ya que pueden no proporcionar las herramientas necesarias para cumplir sus objetivos. Ya que si bien las certificaciones presentan nuevas oportunidades comerciales para las empresas auspiciadoras, también representan una ventaja comercial para las empresas que las adquieren; al ser distintivos en su nicho de mercado. Lo que puede darse un “mal uso” de las certificaciones (avaladas por los organismos internacionales o no), haciendo caso omiso a los requisitos o estándares dispuestos y aprovechándose de los beneficios mercantiles que confieren las certificaciones. Ya que pueden aparentar y promocionan su aplicación de las mismas dentro de sus procesos como una herramienta de mercadotecnia, incurriendo en el *greenwashing*. Dándose entonces la necesidad tanto de la PYME turística como del consumidor el corroborar las características de las certificaciones que avalan el bien o servicio, a fin de hacer una compra informada y responsable.

Por lo que es necesario poder medir y evaluar sus acciones en relación a los principios de las normativas internacionales. Asiendo así fundamental la medición y el control de los procesos; de esta manera se pueden realizar los ajustes necesarios para realizar mejoras basadas en los principios de la ISO. Llevado a la creación de normas y certificaciones reconocidas a nivel internacional, que permitan ser utilizadas como herramientas de administración que efectivamente inculquen la cultura propuesta de la sustentabilidad. Esto también exige de manera primordial el ejercicio de transparencia ya que obliga a la empresa a presentar informes de sus avances y compromisos de manera pública, exponiéndose a un mayor índice de regulación. Como afirma Orozco y Acevedo (2013), en la actualidad los grupos de interés buscan un nuevo índice de confiabilidad, por lo que los aspectos no financieros y la transparencia se perciben como factores de competitividad; aumentando el valor de los bienes y servicios. Esta normalización se lleva a cabo elaborando, difundiendo y aplicando normas establecidas en principios que aseguran las instituciones evaluadoras; lo que lleva posteriormente a un proceso de certificación, en el cual agencias independientes garantizan y validan las acciones de la empresa en función a dichas normas (Vivió y Franch, 2008).

El mismo proceso requiere que la inscripción de la empresa interesa al programa de certificación que solicita; para posteriormente proceder a realizar una autoevaluación de sus procesos, buscando mantener los estándares solicitados por el miembro certificador y en su defecto, modificar sus procesos para cumplir con estos. El ente auspiciador por su parte, se encarga de la revisión e inspección de los procesos de la empresa y evalúa de manera

constante el cumplimiento de estos, para mantener la constancia de los mismos. Si el ente auspiciador constata el cumplimiento de los estándares convenidos, el ente certificador expide la certificación solicitada en función de una calificación, dependiendo de la modalidad que la empresa solicite o bien el grado de cumplimiento de las normativas. En base a la constante autoevaluación de la empresa y de una auditoria regular por parte del ente auspiciador, se asegura el mantenimiento de los requisitos y la renovación de la certificación.

Cabe destacar que los requisitos primarios para las empresas solicitantes de certificaciones se rigen primeramente en torno al cumplimiento de las normas internacionales que abarcan derechos humanos, derecho laboral, seguridad social, salubridad y cuidado ambiental; cumpliendo además con sus derechos y obligaciones estipulados por las leyes vigentes de su país. Demostrando su compromiso con las buenas prácticas empresariales y obtener una certificación con la que asume un compromiso moral superior al estipulado por la ley y realiza un esfuerzo por mejorar sus procesos en función del bienestar de sus empleados, sus clientes, sus proveedores y su ambiente.

Reboloso y Salcedo (2007) realizan una clasificación de certificaciones turísticas en base a las recomendaciones de Honey (2007):

1) Certificación para turismo masivo

Los Programas de Certificación para turismo masivo están dirigidos al turismo convencional. Se basan en la utilización de sistemas de manejo ambiental (ISO 14001 o sus derivados), son adaptados a los negocios individualmente y aportan los pasos a seguir para obtener la certificación y la utilización de un logotipo. Se apoyan en el cumplimiento de la legislación de cada localidad o país y en la adopción de buenas prácticas.

2) Certificación para ecoturismo

Los Programas de Certificación ecoturística van más allá de los “estándares verdes”, fomentan una contribución directa a la conservación y al bienestar social e involucran activamente a los actores locales y nacionales; generalmente son seleccionados por el gobierno o por ONGs. Estos programas tienden a beneficiar a pequeñas y medianas empresas, son más respetuosos de las necesidades locales y la conservación de la biodiversidad, y además facilitan la distinción geográfica de las áreas naturales.

3) Certificación para turismo sustentable

Este tipo de Programas de Certificación miden los sistemas a largo plazo e integran los aspectos económicos, ambientales y sociales. No hacen diferenciación en el tamaño de las operaciones (medianas, pequeñas), ni tampoco de aquellas que están dentro, cercanas o fuera de las áreas naturales.

De las cuales Del Valle (2002) resume de manera específica las características de los elementos más comunes en los que coinciden estos tres distintos tipos de certificaciones,

- Son de aplicación voluntaria.
- Otorgan un logo o distintivo
- Fomentan el cumplimiento de las leyes nacionales e internacionales.
- Se aplican utilizando un sistema de auditorías.
- Exigen membresías o cuotas que pagan los procesos de certificación y sus operaciones.

4.1. COSTA RICA COMO EJEMPLO DE CERTIFICACIONES EXITOSAS

En Latinoamérica, es notable el caso de Costa Rica como pionero en los avances de certificación de servicios turísticos sustentables. El Programa de Certificación en Turismo Sostenible del Instituto Costarricense de Turismo, representa uno de los primeros esfuerzos de programas gubernamentales de países en desarrollo para la certificación ambiental voluntaria.

Con el crecimiento del número de visitantes a Costa Rica (a diciembre 2001 sobrepasaban los 1.3 millones de visitantes), también surgió la necesidad de establecer un tipo de ética o estándar para el turismo responsable. Es así como en 1993 el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) inicia el desarrollo del “Certificado para la Sostenibilidad Turística (CST), programa que es lanzado en 1998 y que es reconocido como la herramienta de certificación oficial para la región (Del Valle, 2002). Funcionando como parte aguas para el desarrollo de políticas y normatividad del turismo sustentable para toda america latina, y trabajando de manera conjunta con la WWF y Rainforest Alliance.

El Programa está diseñado para categorizar y diferenciar establecimientos de hospedaje de acuerdo al grado en que su operación se acerque a un modelo de sustentabilidad, en cuanto al manejo de los recursos naturales, culturales y sociales. La Comisión Nacional de Acreditación, con sede en Costa Rica, otorga al establecimiento un galardón con base en los niveles de sustentabilidad turística que alcance. Para evaluar la posición de sustentabilidad de una empresa turística, se aplica el Manual de Categorización, el cual ha sido diseñado exclusivamente para la ejecución de la certificación e incluye cuatro ámbitos:

- Entorno físico biológico
- Planta de servicio
- Cliente externo
- Entorno socioeconómico

4.2. LAS CERTIFICACIONES TURÍSTICAS EN MÉXICO

Para Costa Rica, el CST representa una marca que le ha permitido diferenciarse como destino, al ofrecer al mundo un producto turístico con la connotación de sustentabilidad. Al empresario turístico le ha dado la posibilidad de contar con un elemento de competitividad basado en la diferenciación de su producto, logrando además que el ahorro y la utilización eficiente de los recursos que establece el Programa repercutan en la relación costo-beneficio de las empresas certificadas. El CST es un Programa calificado como “punta de lanza” que abre oportunidades para el desarrollo de empresas que ofrecen bienes y servicios.

Cabe mencionar que las principales instituciones certificadoras internacionales principales para el turismo sustentable son Green Globe, Rainforest Alliance y Earthcheck, ya que estas promueven las prácticas sustentables para empresas de todos los ámbitos y de todos los tamaños posibles. Si bien, las certificaciones expedidas por los organismos internacionales conllevan altos costos; estos ponen en desventaja a las pequeñas empresas de turismo frente a los grandes consorcios multinacionales que representan las cadenas hoteleras. Por ejemplo, en el caso de la certificación de Green Globe, agrupa solamente a 32 empresas en México (Green Global, 2016); las cuales son en su mayoría establecimientos hoteleros pertenecientes a grandes cadenas hoteleras ubicadas en los polos de crecimiento turístico. Dado el interés de los hoteles por distinguirse en el mercado local e internacional como empresas responsables, es clara su motivación para certificarse. Por desgracia, el alto costo de las certificaciones y en debido al interés de la comunidad turística en general; el gobierno federal, a través de la la secretaria de turismo, realizaron convenios con las instituciones certificadoras internacionales para realizar programas de evaluación y certificación a precios accesibles para las pequeñas y medianas empresas turísticas que buscan cumplir con los requisitos que estos solicitan.

Por lo que la SECTUR diseña y expide las siguientes certificaciones nacionales, basándose en los lineamientos de las instancias internacionales.

- El distintivo “S” es un reconocimiento a las buenas prácticas sustentables, en el desarrollo de proyectos turísticos y el compromiso de las empresas turísticas que operan en México bajo los criterios globales de sustentabilidad; de las cuales hasta mediados del 2015 sumaban un total de 56 empresas certificadas.

Es importante mencionar que este distintivo avala las certificaciones emitidas por EarthCheck y Rainforest Alliance, empresas reconocidas internacionalmente que promueven las mejores prácticas sustentables en las empresas turísticas (SECTUR, 2015). Además, se cuenta con la metodología de evaluación y certificación diseñada por el Instituto Costarricense de Turismo, pionero en Latinoamérica en certificaciones regionales a través de organismos internacionales con el Certificado de Sostenibilidad Turística.

- El Programa de Calidad Moderniza es un Sistema para el mejoramiento de la calidad a través del cual las empresas turísticas podrán estimular a sus colaboradores e incrementar sus índices de rentabilidad y competitividad. Logrando una expedición de 14703 certificaciones hasta finales de Marzo del 2016.

El Programa de Calidad Moderniza es un Sistema para el mejoramiento de la calidad a través del cual las empresas turísticas podrán estimular a sus colaboradores e incrementar sus índices de rentabilidad y competitividad, con base en una forma moderna de dirigir y administrar una empresa turística, condiciones que le permitirán satisfacer las expectativas de sus clientes (SECTUR, 2014).

- Sello de Calidad Punto Limpio. Tiene como objetivo propiciar la incorporación de buenas prácticas de higiene en los modelos de gestión de las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas, a fin de proteger la salud de sus clientes, de sus trabajadores y de las comunidades. Completando al 31 de Marzo del 2016, 7298 certificaciones.

Lo que permite a las PYMES de turismo poder acceder a certificaciones y evaluaciones de manera más sencillas a través de las propias instituciones locales. Evitando así la dificultad de contactar a las empresas auspiciadoras, reduciendo sus costos operativos y aumentando su competitividad en los mercados internacionales.

4.3. BENEFICIOS QUE PROPORCIONAN LAS CERTIFICACIONES

Existen casos en que el costo extra que generan las certificaciones pueden exceder la rentabilidad de la empresa, pero de ninguna manera deben de pasarse por alto. El aumento de los costos por asumir esta responsabilidad social y ambiental puede aminorar la competitividad de las empresas en el mercado local. Pero si todas las empresas asumen tales responsabilidades, no habrá una distinción sustancial en el mercado. Sin embargo, en el creciente mercado global; esto se convierte en una clara ventaja competitiva, debido al aumento de la demanda de consumidores por bienes y servicios que solventan el desarrollo sustentable con sus acciones.

Las ventajas de las certificaciones radican en establecer estándares y ayuda a distinguir empresas genuinas de ecoturismo y turismo sostenible, de otras que hacen aseveraciones vacías. Esto ayuda a proteger la integridad de estos conceptos. *La certificación no es un fin en sí misma. Es una de varias herramientas para motivar a las empresas y a otros a mejorar su desempeño ambiental, social y económico, al tiempo que las recompensa por hacerlo. Estas recompensas algunas veces son tangibles y otras no (Bien, 2006).* La certificación ayuda a las empresas a mejorar; experimentar un proceso de certificación es formativo. Muchas empresas certificadas han manifestado que uno de los mayores beneficios del proceso de certificación fue que les enseñó los elementos de sostenibilidad en sus operaciones y a centrar su atención en los cambios que necesitaban hacer en sus empresas. En el turismo, se ha demostrado que las gestiones proporcionadas por las certificaciones reducen dramáticamente los costos en agua, electricidad y combustibles fósiles, sin disminuir la calidad del servicio.

Según la cita de Vivió y Franch (2008); *aquellas empresas mejor gestionadas en materia medioambiental y social también están mejor gestionadas en su conjunto*; esto lo comprueban los autores al citar los informes de Morgan Stanley y Oekom Research (2004), en las que se comparó una cartera de 187 empresas líderes en materia medioambiental y social del índice MSCI World con otra cartera de 416 empresas convencionales y ha encontrado que desde el año 2000 hasta finales del 2003, la primera cartera ha obtenido una rentabilidad superior en un 23,39%. Igualmente, la cartera de empresas líderes en sostenibilidad obtiene un mejor rendimiento cuando se compara con el MSCI World, exactamente del 6,83%.

5. CONCLUSIONES

Indudablemente el turismo es una de las actividades económicas claves de México, atrae grandes beneficios económicos y una gran cantidad de inversión para su desarrollo. Estos se centran en gran medida en grandes proyectos hoteleros que debido a la planeación deficiente de esta clase de desarrollos, se han propiciado graves conflictos sociales y ambientales. Por lo que es pertinente contemplar a las actividades de turismo alternativo como opciones para lograr el desarrollo sustentable de esta industria, en pos de la protección de los recursos naturales que son finalmente el principal atractivo del destino. En vista de la alta competitividad

que presenta el mercado turístico, las pequeñas y medianas empresas deben de buscar formas de obtener ventajas y o distinciones que les permitan mejorar su oferta. Por lo que la certificación de las empresas a través de distintivos avalados por instancias internacionales proporciona una doble mejora a su condición como organización; ya que permite a las empresas continuar su enfoque hacia el desarrollo sustentable y a su vez obtener un beneficio de este esfuerzo. Este beneficio se reflejara primeramente en su entorno social y ambiental; permitiendo ofertar sus bienes y servicios a una creciente masa de clientes potenciales.

BIBLIOGRAFIA

Amaya Molinar, Carlos M. y Rafael Covarrubias Ramírez (coord.) 2007 *Impacto de las nuevas tecnologías en las PYMES turísticas mexicanas*, Universidad de Colima & SECTUR, México, DF.

Bien, A. (2006). Una guía simple para la certificación del turismo sostenible y el ecoturismo. *Center for Ecotourism and Sustainable Development*.

Del Valle, D. (2002). Certificaciones turísticas en Centroamérica Actualización de estudios. *División de Turismo Sostenible de Rainforest Alliance para PROARCA/APM. Guatemala*.

Field, Barry C. (2002). *Economía ambiental*, McGraw Hill, Madrid, España

Reboloso, F. S. M., & Salcedo, M. P. (2007). Turismo, sustentabilidad y certificación: Un reto global. *Revista del Centro de Investigación de la Universidad la Salle*, 7(27), 77-91.

Orozco, Y. V. D., Acevedo, M. C., & Acevedo, J. A. R. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de Administración*, 29(50), 196-206.

Vivó, L. A., & Franch, M. D. R. B. (2008). La responsabilidad social de la empresa y los resultados financieros. *Revista de contabilidad y dirección*, (7), 11-26.

Asociación Mexicana de Turismo de Aventura y Ecoturismo (2005). *Turismo de naturaleza*, Recuperado el 24 de Febrero del 2007, de (http://www.amtave.org/publica.php?cons=1&num_pub=16)

Green Globe (s.f.). *Members webpage, Americas*. Recuperado el 15 de Abril de 2016, de (<http://greenglobe.com/members/americas/>)

ISO 26000 (2010), *Vision general del proyecto*. Recuperado el 06 de Octubre 2016, de (http://www.iso.org/iso/iso_26000_project_overview-es.pdf)

Secretaria de Turismo (2014). *Distintivo M*. Recuperado el 28 de Abril de 2016, de (<http://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/programa-de-calidad-distintivo-s>)

Secretaria de Turismo (2015). *Programa de Calidad Distintivo S*. Recuperado el 28 de Abril de 2016, de (<http://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/programa-de-calidad-distintivo-s>)