

REVISTA

El Periplo Sustentable.
Universidad Autónoma del
Estado de México
www.psus.uaemex.mx
ISSN: 1870-9036
Publicación Semestral
Número: 26
Enero / Junio 2014

ARTÍCULO

Título:
Las Ecoetiquetas:
en el Turismo Sustentable

Autores:
María de Lourdes Moo-Canul
Luis Carlos Santander-Botello

Fecha Recepción:
13/diciembre/2012

Fecha Reenvío:
8/mayo/2013

Fecha Aceptación:
5/julio/2013

Páginas:
102 - 125

Las Ecoetiquetas: en el Turismo Sustentable

María de Lourdes Moo-Canul
Universidad de Quintana Roo, México

Luis Carlos Santander-Botello
Universidad de Quintana Roo, México

RESUMEN

El deterioro medioambiental y la necesidad de dar veracidad en materia de sustentabilidad, ha dado origen a mecanismos de mercado como son las normas, certificaciones y ecoetiquetas. El uso y evolución de estas últimas ha generado preocupaciones con base en su efectividad, por lo que la creación de los Criterios Globales de Turismo Sustentable busca asegurar y dar transparencia en la selección de alguna. El desarrollo sustentable no está alcanzado, aún existen lagunas en su aplicación. En este trabajo se realiza un análisis documental y se presenta una síntesis que aborda la evolución de las ecoetiquetas, la creación de una acreditadora internacional y las lagunas que persisten en la sustentabilidad. En el marco institucional se ha puesto interés en estos instrumentos, lo que originó la generación de criterios internacionales; buscando tener una base homologada sobre los requerimientos del desarrollo sustentable.

PALABRAS CLAVE

Ecoetiquetas, Certificación, Turismo, GSTC, Sustentable.



ABSTRACT

Environmental degradation and the need for accuracy in sustainability, has led to market mechanisms such as norms, certifications and eco-labels. The use and development of the latter has generated concerns about its effectiveness, so the creation of the Global Sustainable Tourism Criteria, and to seek to ensure transparency in the selection of some. Sustainable development is not achieved; there are still gaps in implementation. In this paper a documentary analysis and a synthesis that addresses the evolution of eco-labels, creating an international accrediting and remaining gaps in sustainability. The institutional framework has been interest in these instruments and the creation of international standards, seeks a certified based on the requirements of sustainable development.

KEY WORDS

Ecolabel, Certification, Tourism, GSTC, Sustainability.

JOURNAL

El Periplo Sustentable.
Universidad Autónoma del
Estado de México
www.psus.uaemex.mx
ISSN: 1870-9036
Bi-Annual Publication
Number: 26
January / June 2014

ARTICLE

Title:

The eco-labels:
in Sustainable Tourism

Authors:

María de Lourdes Moo-Canul
Luis Carlos Santander-Botello

Receipt:

December/13/2012

Forward:

May/8/2013

Acceptance:

July/5/2013

Pages:

102 - 125



Introducción

**María de Lourdes
Moo Canul.**

*Licenciada en Sistemas
Comerciales por la
Universidad de Quintana
Roo.*

*Línea de Investigación:
Turismo Sustentable-
Ecoetiquetas*

**Luis Carlos Santander
Botello**

*Doctor en Geografía por la
Universidad Nacional
Autónoma de México.*

*Laboralmente en la
Universidad de Quintana
Roo.*

*Líneas de Investigación:
Impactos del turismo en áreas
marinas protegidas y
sustentabilidad de los
destinos turísticos.*

El dinamismo del entorno social y político obliga a que los países busquen ser competitivos y así lograr un desarrollo económico, lo que los obliga a reinventarse. Esto ha proporcionado a su gente mejor calidad de vida, en cuanto a recursos públicos: agua, salubridad, educación, entre otros beneficios (Pleumaron, 1999).

Sin embargo, dentro del sistema capitalista, que busca la acumulación del capital por medio de la generación de ganancias, tratar de alcanzar el crecimiento económico ha creado impactos que han deteriorado los recursos naturales y, en ocasiones, debido a la globalización, éstos no se resienten en un solo país o región, sino que se extiende más allá de las fronteras nacionales. (Pleumaron, 1999).

El modelo de desarrollo económico, donde están inmersas las prácticas turísticas, es el principal causante de la degradación medioambiental, sobre todo, con la globalización. El turismo y las formas en las que se ha desarrollado, han sido determinantes para que la situación se haya vuelto crítica a partir de 1970 (Honey y Roma, 2001; Cardoso, 2009).

El paradigma de la sustentabilidad ha generado diversidad de opiniones, tanto a favor como en contra; en la literatura se pueden encontrar autores que la consideran utópica y contradictoria con el modelo económico; para efectos de esta investigación, se tomarán en cuenta los avances que los organismos internacionales como la ONU, OMT, PNUMA, entre otros, en el terreno institucional, han promovido y respaldado dejando de lado la discusión suscitada por esta temática.

Incorporando las bases del paradigma de la sustentabilidad en 1972, la publicación *The Limits to Growth* alerta sobre los consumos desmedidos y la explotación de los recursos,

cuestiona si, éstos, serían suficientes para las futuras generaciones, interrogante que se mantiene vigente (Meadows et al., 1972). A raíz de esto, surgen iniciativas y tratados con fin de dar solución a esta problemática (Cuadro 1).

Cuadro 1. *Tratados y convenios en materia de sustentabilidad.*

Tratados y convenios en materia de sustentabilidad	Año	Puntos básicos sobre sustentabilidad
Informe del Club de Roma. <i>The Limits to Growth.</i>	1972	Se cuestiona la capacidad del planeta Tierra para satisfacer las necesidades de una población que va en crecimiento, como consecuencia del consumo de sus recursos. Si el ser humano mantiene sus hábitos de consumo llegará al límite en menor tiempo. Se necesitan tomar medidas para contrarrestar el agotamiento de éstos (Meadows, et al., 1972).
1ª Conferencia de la ONU sobre Medio Ambiente y Desarrollo Humano.	1972	Fue en Estocolmo. Se hizo una revisión del concepto de desarrollo en sus tres dimensiones: ambiental, social y económica, enfocándose más en esta última. Como resultado del análisis de los daños provocados, a consecuencia de los impactos de éste en la naturaleza, se crea el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) (Cardoso, 2009).
Estrategia Mundial para la Conservación.	1980	Elaborado por la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN), surge el término sustentabilidad dentro del panorama internacional (Pérez, 2004).
Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y Desarrollo.	1987	La Organización de las Naciones Unidas (ONU) crea dicha Comisión, cuya encargada, era ex Primera Ministra de Noruega (1981) Gro Harlem Brundtland. Surge el informe <i>Nuestro Futuro Común</i> en el cual se define desarrollo sustentable por vez primera: "es aquel que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades" (Brundtland, 1987: 162).

Cumbre Mundial sobre el Medio Ambiente y Desarrollo (CNUMAD).	1992	En Río de Janeiro, mejor conocida como la Cumbre de la Tierra, el concepto de desarrollo sustentable empieza a hacerse más popular. Surge un programa metodológico para el desarrollo sustentable más conocido como Agenda 21, en donde se crea la Comisión de Desarrollo Sustentable (CDS) para velar que ésta se cumpla (Pérez, 2004).
Cumbre del Milenio de las Naciones Unidas.	2000	Se firma la declaración del Milenio, aprobada por 189 países y firmada por 147 jefes de estado y de gobierno. Se establecen los Objetivos de Desarrollo del Milenio que se intentan alcanzar para el 2015 (ONU, 2012).
Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sustentable.	2002	Efectuada en Sudáfrica, Johannesburgo. Se define que los tres pilares de la sustentabilidad son: económico, social y medio ambiental. Surge el Plan para la Implementación de Agenda 21 (ONU, 2002).

Fuente: (Elaboración propia)

El cambio climático y las repercusiones que el turismo ha tenido sobre el medio ambiente, específicamente el de masas, fueron algunos de los detonantes para que se hayan tomado cartas en el asunto sobre el cuidado del medio ambiente, por lo que surge el turismo sustentable como una manera de “controlar” los efectos de éste (Pérez, 2004).

Maurice Strong, en la Cumbre de la Tierra de 1992, citado en Honey y Roma (2001: 15 y 16) declara: “Sin un medio ambiente limpio y saludable, los viajes y el turismo no podrá mantener su papel de líder mundial, los negocios no pueden prosperar y los destinos seguirán siendo abandonados. Para disfrutar del éxito, la industria necesita abrazar el concepto de desarrollo sustentable y hacerlo realidad en el próximo siglo”.¹

El turismo sustentable surge por razones éticas, científicas, económicas y ecológicas. Cada vez

¹ Traducción propia.

hay mayor conciencia ambiental en el mundo. El prefijo “eco” y el adjetivo “sustentable” se destacan cada vez más y su aplicación va en aumento, ya sea a productos y/o actividades, por ende, el turismo se integra a esta tendencia (Pérez, 2004). De igual manera, los grupos ambientalistas ejercen mayor presión, frente al deterioro de los ecosistemas, a consecuencia de la actividad turística.

El turismo sustentable puede ser aplicado a cualquier viaje, inclusive el turismo de masas, e intenta reducir sus impactos ambientales y socioculturales adversos; por lo tanto aplica a hoteles, resorts, turismo rural comunitario, ecoturismo, cruceros, golf, marinas, entre otros (OMT, 2012 citado en Bien, 2012).

Los listados de países, empresas, productos “verdes” hacen su aparición en Reino Unido, en el año de 1989, esto y la Cumbre de Río de 1992, hacen que tanto el sector público como el privado se hayan interesado en la mejora de la calidad del entorno medioambiental y sociocultural turístico (Gómez y coautores, 2005 citados en Sancho, García y Roza, 2007). En este contexto se desarrollan algunos esquemas que verifican y dan certeza a las buenas prácticas, tales como las ecoetiquetas (Buckley, 2002a; Santander-Botello, 2003; Sancho et al, 2007).

Las ecoetiquetas han evolucionado y aumentado en número, ya sean promovidas por el gobierno o por la iniciativa privada. En este documento se presentan los resultados de un análisis de contenido (Navarro y Díaz, 1999 en Delgado y Gutiérrez) sobre el rumbo que han tomado estos esquemas de certificación en turismo sustentable y su aplicación en la hotelería.

Norma, Certificación, Ecoetiqueta y Acreditadora

Honey y Roma (2001) mencionan que el surgimiento de las certificaciones se da a finales de 1980 e inicios de 1990 como resultado de la presión social que se venía suscitando desde la década de los setentas, con respecto al deterioro medioambiental. Con las certificaciones, las

comunidades se aseguraban, de alguna manera, que el impacto socio-cultural no fuera severo, los consumidores podrían reconocer a una empresa que estaba realizando buenas acciones en pro del ambiente y las empresas dedicadas al turismo vieron una oportunidad de mercado, el incluir y adoptar prácticas sustentables, para el segmento de mercado de consumo “verde” y de esta manera expandir su oferta.

Ibañez y Grolleau (2008) consideran que “ecoetiqueta” es un término confuso y mal definido que puede abarcar diferentes significados. Por un lado, son etiquetas expedidas por organismos independientes y se muestran de forma voluntaria por el fabricante que se somete a inspección o de alguna manera cumple con las organizaciones ambientales o las normas. Por otro lado, las ecoetiquetas pueden ser autodeclaraciones de las empresas sin la validación de un tercero que acredite prácticas ambientales y su alcance. Los autores señalan que, en los trabajos académicos, el término ecoetiqueta se utiliza con frecuencia, sin indicar claramente a los lectores la definición utilizada por el autor o autores.

En tenor al comentario anterior y en el ámbito del turismo sustentable se definirán los términos: norma, certificación, ecoetiqueta y acreditadora, con las diferenciaciones correspondientes, para identificar claramente su uso.

Una norma debe de documentarse y establecer una serie de requisitos (Font y Bendell, 2002). Las normas turísticas se encuentran en varias formas y pueden consistir en normas simples: internas de la empresa, códigos de prácticas del sector, directrices, premios, programas de certificación, así como, de manera general, acuerdos y proclamaciones (Sallows y Font, 2004). El proceso de examinar y medir la conformidad del cumplimiento de requisitos establecidos, se puede hacer por medio de: una autoevaluación, por la evaluación de otra parte (proveedores) o la evaluación de terceros (certificadoras) que pueden estar o no acreditados (Sallows y Font, 2004).

La certificación es el proceso de valoración por un tercero, en donde se ofrece una garantía por escrito de que el producto, proceso, servicio o gestión, se ajusta a los requisitos de la norma. Las ecoetiquetas son resultado de la certificación y su objetivo es probar, mediante la evaluación de un tercero, que los requisitos establecidos se cumplen. Se establece una cuota para usar el logo que avala su cumplimiento y que comunica a sus grupos de interés (accionistas, clientes, trabajadores, comunidad, organismos gubernamentales, etc.) sobre sus buenas prácticas (Synergy, 2000).

Honey y Roma (2001) definen un mayor alcance para la certificación, considerándola como un procedimiento voluntario que evalúa, monitorea y asegura por escrito que un sistema de negocio, producto, proceso, servicio o gestión se ajusta a los requisitos específicos. Al cumplir con los requisitos mínimos requeridos por el programa de certificación, la empresa, producto, servicio o proceso se hace acreedor de un sello o logo comercial como distintivo (etiqueta). Amos Bien (2012) le agrega al logo la palabra "mercadeable".

Ralf Buckley (2002b) menciona: "La certificación es un proceso formal en virtud del cual un cuerpo nominalmente independiente certifica a otras partes interesadas, como los turistas, agencias de marketing y reguladores de turismo conforme a una norma determinada. Para eco certificación esto es por supuesto una norma ambiental." (197).

De acuerdo a lo anterior, se puede definir a la certificación como la evaluación por parte de un tercero de un proceso, producto, servicio o gestión; en conformidad con los requisitos establecidos, por lo que la empresa se hace acreedora de un logo mercadeable, mejor conocido como ecoetiqueta.

La acreditadora avala el cumplimiento de estándares mínimos por parte de las instancias certificadoras. El proceso de acreditación busca responder a las preocupaciones de los consumidores y respalda que la ecoetiqueta, otorgada por la certificadora, cumple con los

requisitos mínimos desde una perspectiva de sustentabilidad (Font y Bendell, 2002).

Por otra parte una etiqueta describe el contenido de un producto o servicio, por lo que una ecoetiqueta es aquella cuyo contenido se refiere al medio ambiente, denotando su estado natural y/ o social en un momento y lugar determinado, o sus medidas de gestión en materia ambiental o rendimiento (buenas prácticas y resultados) (Buckley, 2002a).

El organismo o certificadora que otorga una ecoetiqueta, puede dirigirse a sectores muy diferentes, tales como los proveedores de productos turísticos (hoteles, aerolíneas, atracciones y destinos) o los canales de distribución de los mismos que pueden ser las agencias de viajes y tour operadores (Font y Buckley, 2001).

Categorización de las Ecoetiquetas

La Organización Internacional de Normalización (ISO) fundada en 1947 en Ginebra, se encarga de la elaboración de estándares que aseguren que los productos y servicios sean seguros, confiables y de buena calidad (ISO, 2012). Entre sus diversos estándares se encuentra la serie ISO 14000 de normas ambientales, en la cual, se encuentran las series de normas que regulan el etiquetado ambiental: la 14020. La familia ISO 14020 cubre tres tipos de sistemas de etiquetado:

Tipo I: es una etiqueta de atributo multidesarrollado por un tercero. Incluye un procedimiento en donde un tercero avala que el producto, servicio, proceso o gestión cumple con los criterios establecidos por la norma, en relación al medio ambiente y los impactos en el mismo.

Tipo II: es una etiqueta de atributo único desarrollado por el productor; son conocidas como auto declaraciones, en las cuales, el fabricante menciona alguna acción medioambiental sobre la fabricación o transportación de su producto, como por ejemplo, “se recolectan con técnicas sustentables”.

Tipo III: es una etiqueta ecológica cuya concesión se basa en un ciclo de vida completo de evaluación, conocido como tarjetas informativas, en la cual, se indaga sobre el producto en relación a sus efectos en el ambiente.

Al margen de las ISO 14020 la certificación del turismo se clasifica de tres maneras (Honey y Roma, 2001):

- **Turismo de masas:** Son los programas que abarcan a las empresas que manejan el turismo convencional o masivo. Establecen Sistemas de Gestión Ambiental (SGA), ISO 14001 y sus derivados, que explican los pasos a seguir para adquirir la certificación y el sello correspondiente. Estos esquemas se centran mayormente en la infraestructura y, aunque a veces manifiestan incluir al personal y a la comunidad, su perspectiva es limitada y, por lo tanto, no garantizan el turismo sustentable. Generalmente se aplican en grandes cadenas hoteleras y son los que comúnmente se usan en la industria.

- **Turismo Sustentable:** Este tipo de programa busca medir los problemas ambientales, la equidad sociocultural y económica tanto a nivel interno como externo (comunidad). Puede cubrir distintas áreas geográficas o sectores específicos de la industria (playas por ejemplo) y la creación de las normas se ajustan a esas características.

- **Ecoturismo:** Estos programas abarcan a las empresas que se autodescriben (en sus fuentes de comunicación, web, folletos, etc.) como involucradas con el ecoturismo; generalmente se usan en o cerca de áreas naturales. De igual manera que la certificación de turismo sustentable, éste se centra en las características particulares de la empresa o sitios, sin embargo va más allá, porque evalúa la forma en que se relaciona y beneficia a la comunidad local y el ecosistema en el que opera.

Críticas a las Ecoetiquetas

Como resultado del “boom” por el consumo verde, muchas empresas comenzaron a realizar autodeclaraciones sobre sus prácticas ambientales, en 1993, Jamie Grodsky menciona que las autodeclaraciones “sustentables” que hacían las empresas engañaban a los consumidores, ya que frases como “hecho con insumos reciclados” no podían ser comprobadas por el cliente, cosa que incomodaba a muchos, incluso, la autora hace toda una revisión legal de dichas declaraciones y da pauta para el reforzamiento del ecoetiquetado de productos, que en un futuro incluiría a servicios. La necesidad de mejorar la comunicación con el consumidor y la búsqueda de instrumentos que avalen las buenas prácticas ambientales dio un impulso al uso de las ecoetiquetas.

Tras un extenso análisis en el uso y alcance de las ecoetiquetas, Sallows y Font (2004) llegaron a varias conclusiones. De acuerdo al consumidor de las ecoetiquetas los beneficios pueden ser diferentes; los hoteles, por su parte, buscan obtener una ecoetiqueta para reducir costos como prueba para su mercado de sus buenas prácticas; para el mercado (turistas y proveedores) las ecoetiquetas no tienen mucho significado, en vista de que no conocen a fondo cada una de ellas, además de que consideran que es más caro usar productos de ese tipo, que algún otro. Los operadores turísticos tienden a no involucrarse con el proceso de certificación, porque lo perciben como engorroso. Los gobiernos, buscan generar programas gratuitos de certificación, que posicionen el uso de ésta en las empresas.

Las ONG's, han creado sus propios esquemas con el fin de premiar a las empresas, pero carecen de financiamiento y recursos. El objetivo principal de las organizaciones no gubernamentales gira en función del ecoturismo y turismo de comercio justo, más allá de la eco-eficiencia.

Las ecoetiquetas han recibido críticas debido al costo elevado que tienen, motivo por el cual, solo “ciertos” hoteles tienen acceso a ellas. Otra crítica es por la estandarización, que implica utilizar criterios y requisitos homologados para ser aplicados en contextos diferentes, lo que hace que en una región puedan ser válidos, pero, frente a una realidad social distinta, sean inoperables o no aplicables (Sallows y Font, 2004).

Synergy (2000), así como Honey y Roma (2001) aseguran que el proceso de certificación de una organización, no garantiza la sustentabilidad, es decir, resulta más como “bandera” de buenas acciones que buscan mitigar los impactos en el medio ambiente y la sociedad, que de realidades en éstos, lo que beneficia al pilar económico de la sustentabilidad, a expensas del social y medioambiental.

Hablando de términos de gestión ambiental, las empresas que en verdad realizan buenas prácticas enfocadas a la sustentabilidad, deberían de obtener, por sí mismas, beneficios económicos equilibrados con las dimensiones social y medioambiental, reflejadas en: ahorro de costos, ausencia de multas por emisiones de carbono, consumidores satisfechos, sin la necesidad de tener un logo que las respalde, ya que sus propias acciones hablarían por sí solas, empleando a gente local, ajustando su cadena de abastecimiento y ofreciendo productos de la región (Font, 2008).

Sin embargo, como mencionaba Grodsky, los grupos de interés necesitan un “comprobante” que instrumentalice las prácticas orientadas a la sustentabilidad.

Una de las críticas más importantes que han tenido estos esquemas, que incluso ya mencionaba Grodsky (1993) en su investigación, es la ausencia de un “paraguas” con requerimientos mínimos que deben de cumplir las certificadoras que otorgan las ecoetiquetas. Las ecoetiquetas turísticas fueron evaluadas por mucho tiempo con base en su eficiencia comercial, es decir, en el grado en que los programas atraen y mantienen la demanda de productos ecológicos en el

mercado (Carballo, 2010) y no en el verdadero impacto en el turismo sustentable. Sin embargo, las ecoetiquetas parecen ser la mejor manera de comunicar a los consumidores cuales son las prácticas ambientales en el servicio, producto, gestión o proceso. En este sentido Bendell y Font (2004) concluye que es urgente la necesidad de alcanzar un consenso sobre lo que es mejor, para poder establecer, implementar, monitorear, certificar y revisar los estándares de turismo sustentable.

En la primera década del siglo XXI, cobró mayor vigencia, en el ámbito turístico, la necesidad de que las certificadoras que otorgan las ecoetiquetas sean acreditadas por algún organismo internacional con el fin de darles mayor credibilidad. Esto puede acarrear mayor costo en la ecoetiqueta, pero asegura transparencia y da certeza (Sallows y Font, 2004).

Los Criterios Globales de Turismo Sostenible

En este contexto, con base en el "Acuerdo de Mohonk", efectuado en el 2000, se le encarga a Rainforest Alliance trabajar sobre requerimientos mínimos, en cuestión de sustentabilidad, en el hospedaje. Una de las razones por las cuales se propone el Consejo Global de Turismo Sostenible, es debido a que la certificación de turismo sustentable es percibida como una ventaja competitiva (Mihalic, 2000 citado en Sallows y Font, 2004). Se cuestionaba la funcionalidad de dicha encomienda y se consideraba utópica la tarea (Font y Tribe, 2001; Font, 2002; Sallows y Font, 2004). Las ecoetiquetas en países del norte (Europa) son dirigidas por organismos gubernamentales, quienes tienen como objetivo el ahorro en energía y agua. En el sur, las ecoetiquetas son promovidas por las ONG's y se centran en temas sociales y ambientales; por lo que establecer criterios internacionales, podría ser una imposición de condiciones de los países del norte, sobre los del sur (Sallows y Font, 2004).

En el siguiente cuadro puede observarse la evolución y desarrollo de las ecoetiquetas turísticas y los primeros orígenes de los Criterios Globales de Turismo Sostenible.

Cuadro 2. Eventos relacionados con las Ecoetiquetas Turísticas.

Eventos relacionados con las Ecoetiquetas Turísticas antes de Quebec
En 1985 se otorga la primera bandera azul.
1998. Puesta en marcha del Estándar Green Globe. Ese mismo año (en diciembre) PNUMA publica un informe referenciando a las ecoetiquetas turísticas, en donde apoya el desarrollo de éstas como método de autorregulación.
En abril de 1999, la OMT, preocupada por la calidad y fiabilidad de los sistemas de certificación, propone investigar su efectividad.
En marzo del 2000, en Berlín, se organiza un panel organizado por ECOTRANS y hay poco entusiasmo sobre la ecoetiqueta Europea.
En mayo del 2000, Green Globe 21 se asocia con la CRC de turismo sustentable (Australia), con la que fortalece su imagen y aumenta su fondo científico y académico.
A lo largo del 2000, Green Globe 21 incrementa sus alianzas en el mundo (PATA Green Leaf, Alianza del Caribe para el Turismo Sustentable y Green Key).
Agosto del 2000. WWF publica un reporte crítico sobre Green Globe 21, donde es forzado públicamente a responder y tomar acciones.
Septiembre del 2000. FEMATOUR reporta a la junta CE de Etiquetado Ecológico que los hoteles no respaldan la idea de una sola etiqueta.
Noviembre del 2000. La Fundación Ford funda las mesas de trabajo de Mohonk en donde se presentan los Principios de Certificación de Ecoturismo y Turismo Sustentable.
Noviembre del 2000. <i>Rainforest Alliance</i> propone la idea del Consejo Global de Turismo Sostenible.
Enero del 2001. Primera eco-conferencia sobre certificación ecoturística, en ésta, se permite la participación abierta, pero no la gestión.
Marzo del 2001. Primer libro sobre ecoetiquetas publicado ² donde se crea un cuerpo teórico de conocimiento y una base de datos.
Mayo del 2001. <i>Rainforest Alliance</i> ofrece a la OMT estar en el Consejo Asesor para el Consejo Global de Turismo Sostenible.
Mayo del 2001. Seminario de la OMT sobre sistemas de certificación y seminario de estándares turísticos. Los gobernantes de América Latina y del Caribe miembros de la OMT, solicitaron que OMT tomara el liderazgo sobre el establecimiento de estándares internacionales.

² Ed. por Font y Buckley.

Junio del 2001. Se realiza la 2ª Conferencia sobre Certificación de Ecoturismo donde se alcanzan algunos acuerdos.
--

Junio del 2001. Propuesta de ECO-LAB para EC's LIFE, en donde ECOTRANS establece indicadores para las ecoetiquetas y fortalece la cooperación entre ecoetiquetas.

Julio del 2001. <i>Rainforest Alliance</i> comisiona un estudio de factibilidad del Consejo Global de Turismo Sostenible.

Fuente: Adaptación de Font (2002).

Las mesas de trabajo, que se conforman para el establecimiento de los Criterios Globales de Turismo Sostenible, buscaron incluir a diferentes sectores del mundo y se dividían en: Mesoamérica, Andina de América del Sur, Este de África y Sureste de Asia (Sallows y Font, 2004).

En el marco del año del Ecoturismo, en la Cumbre Mundial de Ecoturismo efectuada en Quebec en el 2002, se presentan los primeros resultados sobre la conformación del Consejo Global de Turismo Sostenible. Para el año 2007 la Asociación para los Criterios Globales de Turismo Sostenible (conformado por 27 organizaciones, entre ellas la OMT, *Foundation for Environmental Education* y otros más) se une con el objetivo de crear los Criterios Globales de Turismo Sostenible, los cuales fueron elaborados de acuerdo al Código ISEAL de Buenas Prácticas (WTTC, 2011).

Para agosto del 2010 se establece el Consejo Global de Turismo Sostenible (GSTC) como órgano encargado de la aplicación y difusión de los Criterios Globales de Turismo Sostenible. Asimismo, en 2011, sus objetivos primordiales se centran en el proceso de homologación de los programas de certificación en turismo existentes; dichos criterios, expresan en 37 enunciados los requisitos que debe cumplir una empresa turística para que sea considerada como sustentable.

Los Criterios Globales de Turismo Sostenible cubren 4 ámbitos: a) demostrar una efectiva administración y gestión para la sustentabilidad; b) maximizar los beneficios sociales y económicos para las comunidades locales; c) reducir los efectos negativos sobre el patrimonio cultural, y d) reducir el daño al entorno del medio ambiente local (WTTC, 2011).

The World Travel Tourism Council menciona que la Asociación para los Criterios Globales de Turismo Sostenible busca que dichos criterios sirvan como lineamientos para empresas de cualquier tamaño, como guía de las agencias de viaje para seleccionar proveedores, como ayuda a los consumidores para identificar programas y empresas con sólidos proyectos a favor de la sustentabilidad y como línea base para los programas de certificación, brindando un punto de partida para la atención a los requerimientos para la sustentabilidad, así como fundamento para la capacitación y habilitación de profesionistas.

“Lagunas” en el desarrollo sustentable

La responsabilidad ciudadana busca exigir, por parte de los consumidores, productos como servicios, que demuestren un bajo impacto ambiental y equidad en el trato a los desfavorecidos. Del otro lado, la responsabilidad institucional se enfoca a la promoción del desarrollo sustentable, haciendo uso de mecanismos como: castigos por medio de impuestos o multas, premios, inversión en campañas de sensibilización o de participación en el mercado, por medio de la “compra verde” que consiste en adquirir productos y/o servicios económicos ecológicamente responsables (Bastante-Ceca et al., 2011). Incluso, en países como España, se han desarrollado los Planes de Excelencia Turística, que les ha permitido obtener respaldo económico (OMT, 2006).

Si lo que se busca es la reducción de los impactos al medio ambiente, las acciones que realicen las empresas pueden permitir alcanzar el equilibrio social, económico y ambiental, sin tener que proclamarse amigables con el medio ambiente o “verde”. Sin embargo, el ser reconocido como “verde” permite legitimar sus acciones ante los grupos de interés, aunque sea, en ocasiones, más emblemático que práctico.

El turismo tradicional masivo continúa creciendo, pero los nichos más dinámicos son los nuevos turismos y un porcentaje relevante de viajeros están dispuestos a pagar por experiencias relacionadas con turismo ambientalmente amigable (OMT 2006; Dias 2008; EU Ecolabel 2011). El turismo puede ser bueno o malo según sea la forma en la que se gestione, el “*greenwhasing*” o maquillaje verde es ofrecer el turismo sustentable o ecoturismo de manera engañosa, sin cumplir con estándares mínimos generalmente aceptados (Bien, 2012).

La actividad turística afecta al medio ambiente en un grado menor, comparándose a otras actividades industriales que son más contaminantes, sin embargo, la proliferación de su actividad sin la adecuada política de gestión, puede tener impactos severos en el medio ambiente, deteriorando el medio en el que desarrolla su actividad empresarial. (De Araujo y López, 2010).

Si bien, los recursos naturales se han puesto en riesgo a consecuencia del turismo, los problemas sociales y culturales, en el ámbito donde se practica, deben de ser tomados en cuenta.

En el marco institucional han tratado de poner medidas para controlar los efectos negativos del turismo. Pero, se han enfocado, en mayor parte, a las dimensiones ecológicas y económicas. Cuando, de acuerdo al discurso, el enfoque debería de ser holístico.

Éstas medidas llevan al ahorro de recursos como agua, energía o residuos, que se traduce en: economía de costos para los hoteles, disminución de riesgo en la salud de la población -debido al menor uso de contaminantes-, promoción de cambios culturales, mayor calidad de vida de los ciudadanos, mayor influencia en el mercado, lo que permite implantar mecanismos o fomentar actitudes enfocadas a una gestión consciente de los impactos ambientales, sociales y culturales. (De Araujo y López, 2010; Bastante-Ceca, *et al.*, 2011).

El informe del Secretario General de la Asamblea de las Naciones Unidas (ONU, 2010) como parte del comité preparatorio de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo

Sostenible, presenta los avances alcanzados para el 2010, así como las lagunas que aún persisten en la aplicación en materia de sustentabilidad. Dichas lagunas están enfocadas a la desigualdad de desarrollo que ha existido en los tres pilares de la sustentabilidad: el desarrollo económico, social y ambiental. En todas ha existido un avance, sin embargo, este no ha sido de manera homogénea en todos los sectores.

Foladori (2007) menciona que una de las grandes problemáticas del mundo contemporáneo es el crecimiento de la inequidad y las enfermedades graves en el mundo. Han existido mejoras en los países desarrollados; en los subdesarrollados no ha sido de la misma manera.

En desarrollo económico los dividendos se han distribuido de manera desigual entre los países. En el ámbito social los progresos son limitados o demasiado lentos, las enfermedades y la pobreza extrema han sido causantes de la carencia de crecimiento (ONU, 2010).

El pilar del medio ambiente es posiblemente uno de los que ha tenido un avance más lento que los anteriores, la presión en los ecosistemas, pérdida de bosques y biodiversidad continúa incrementándose, debido, en parte, a que en las comunidades rurales se hace uso de los ecosistemas para la subsistencia alimentaria, vestimenta, hogar, etcétera; lo anterior, es una de las paradojas, que menciona Foladori (2007), de la búsqueda de la sustentabilidad ecológica y la insustentabilidad social. Debido a todas estas situaciones, muchos países no se encuentran en las condiciones óptimas para alcanzar los principales Objetivos de Desarrollo del Milenio (ONU, 2011), lo que es un reto importante para la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Desarrollo Sustentable.

De acuerdo a la ONU, sobre los Objetivos de Desarrollo del Milenio, en su informe 2010(b), se necesita urgentemente dar una respuesta al problema del cambio climático, ya que en el 2007 las emisiones globales de dióxido de carbono (CO₂) tuvieron un incremento, llegando a los 30 mil millones de toneladas métricas que equivalía a un 3.2% con respecto al año anterior.

La OMT en su boletín electrónico núm. 19 del Desarrollo Sustentable del Turismo en el 2011, menciona que es importante conciliar los objetivos económicos de las empresas turísticas con los criterios de sustentabilidad y dar respuesta a los desafíos ambientales (pérdida de biodiversidad, degradación de ecosistemas, cambio climático, etc.).

La hotelería es una actividad turística que permite la generación de beneficios tanto en el sector económico como en el social, lo cual retorna benéficamente a ella misma; como condición de la sustentabilidad, la hotelería debe aportar beneficios a la comunidad desde su misma cadena de abastecimiento (uso de productos de proveedores locales o nacionales), como la mejora de la calidad laboral de sus empleados y generación de empleos entre su propia comunidad. (Font, 2008).

Conclusiones

El turismo es un fenómeno generador de dinero, empleo, entre muchos otros factores que resultan beneficiosos para la comunidad. Esto ha tenido efectos colaterales graves para el entorno del medio ambiente. Cuando se percatan las organizaciones internacionales de la problemática, deciden tomar cartas en el asunto y comienzan la generación de estrategias para poder contrarrestar sus efectos.

A pesar de que esos esfuerzos realizados han tenido resultados, estos han sido muy lentos y se van dando de manera desequilibrada en los pilares del paradigma de desarrollo sustentable. En la mayoría de los casos, los países desarrollados son aquellos que tienen avances, dejando a un lado a los no tan desarrollados.

Es claro que la empresa es el principal beneficiario al obtener una ecoetiqueta, ya que legitima sus acciones, a favor del medio ambiente, ante sus grupos de interés.

La implementación de buenas prácticas, sistemas de gestión ambiental o certificaciones, genera beneficios directos para la empresa que los adquiere. Los criterios y requisitos para la obtención de una ecoetiqueta, generalmente buscan un equilibrio entre la dimensión ambiental, social y económica, es decir, que la empresa genere beneficios, en dichas dimensiones, con sus buenas prácticas.

El contar con una acreditadora internacional genera beneficios, ya que puede homologar el entendimiento del desarrollo sustentable, además, la creación de criterios globales puede ayudar a los gobiernos que no cuentan con esquemas de certificación, al desarrollo de uno.

El mercado “verde” aún no es tan fuerte como para demandar el uso de ecoetiquetas, ya que por falta de información, consideran que lo “verde” es de elevado costo. Sin embargo, la diversificación de las necesidades del turista y las presiones globales sobre el desarrollo sustentable, demandarán un turismo especializado que en ésta década aún es limitado.

Los gobiernos, el sector privado y la sociedad deben de involucrarse con el desarrollo sustentable para que éste sea en verdad alcanzado. La responsabilidad es de todos.

Bibliografía

- Bastante-Ceca, María; Capuz-Rizo, Salvador; Viñoles-Cebolla, Rosario; y Pacheco-Blanco, Bélgica (2011) "Mercadeo verde, ecoetiquetado y compra responsable". *Anales de la Universidad Metropolitana*, vol. 11, no. 2, 15-35 pp.
- Bendell, Jem y Font, Xavier (2004). "Which Tourism Rules, Green Standards and GATS". *Annals of Tourism Research*, vol. 31, no. 1, 139-156 pp.
- Bien, Amos (2012) *Avances en la nueva norma internacional de ISO sobre alojamientos amigables con el ambiente*. (En línea). Disponible en: <http://www.canaeco.org/pdf/norma-iso-amos-bien.pdf>. [Consultado el 05 de octubre de 2012]
- Brundtland, Gro Harlem (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development-Our Common Future*. United Nations General Assembly, New York.
- Buckley, Ralf (2002a). "Tourism Ecolabels". *Annals of Tourism Research*, vol. 29, 183-208 pp.
- Buckley, Ralf (2002b). "Research Note: Tourism Ecocertification in the International Year of Ecotourism". *Journal of Ecotourism*, vol. 1, nos. 2 y 3, 197-203 pp.
- Carballo, Antonio (2010). *Ecotiquetado de bienes y servicios para un desarrollo sostenible*. Asociación Española de Normalización y Certificación. Génova: Madrid. AENOR ediciones.
- Cardoso, Carlos (2009) "*Turismo Sostenible, una revisión conceptual aplicada*" Universidad Autónoma de México. (En línea). Disponible en <http://www.uaemex.mx/plin/psus/rev11/1a.htm> [Consultado el 22 de agosto de 2012]
- De Araujo, Fabiana y López, María (2010) "La información medioambiental divulgada por las empresas turísticas de alojamiento: un enfoque según la teoría de los stakeholders" *Pensar Contábil*, vol. 12, no. 48, 46-54 pp.
- Dias, Reinaldo (2008). "Marketing Ecológico y Turismo". *Estudios y Perspectivas del Turismo*, vol.17, pp. 140-155.

- EU Ecolabel (2011) European Comission Environment. *The Direct and Indirect Benefits of the European Ecolabel – Final Report*. (En línea) Disponible en: http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/about_ecolabel/reports/benefitsfinalreport_1104.pdf. [Consultado el 10 de noviembre de 2011].
- Foladori, Guillermo (2007). "Paradojas de la sustentabilidad: ecología versus social". *Trayectorias*, vol. IX, núm. 24, pp. 20-30.
- Font, Xavier y Buckley, Ralf (Eds.) (2001). *Tourism ecolabelling: Certification and Promotion of Sustainable Management*. Wallingford: CAB International.
- Font, Xavier y Tribe John (2001). "Promoting Green Tourism: the Future of Environmental Awards". *International Journal of Tourism Research*, vol. 3, pp. 9-21.
- Font, Xavier (2002). "Environmental certification in tourism and hospitality: progress, process and prospects." *Tourism Management*, no. 23, 197-205 pp.
- Font, Xavier y Bendell, Jem (2002) *Standards for Sustainable Tourism for the Purpose of Multilateral Trade Negotiations: Studies on TR(r)ade in Tourism Service for the World Tourism Organisation (WTO)*, Leeds: Leeds Metropolitan University.
- Font, Xavier (2008) "Sostenibilidad y alivio de la pobreza en países en vías de desarrollo: el papel del hotelero y del investigador" *Estudios y perspectivas en Turismo*, vol. 17 no. 1, 7-25 pp.
- Grodsky, Jamie (1993). "Certified Green: The Law and Future of Environmental Labeling". *Yale Journal of Regulation*, vol. 10, no. 1, 147-227 pp.
- Honey, Martha y Rome, Abigail (2001). *Protecting paradise: certification programs for sustainable tourism and ecotourism*. Institute for Policy Studies. Washington.
- Ibanez, Lissette y Grolleau (2008). "Can Ecolabelling Schemes Preserve the Environmental?" *Environ Resource Econ*, vol. 40, 233-249 pp.
- International Year of Ecotourism (2002), *Quebec Declaration on Ecotourism*. OMT.
- ISO (2012). *International Organization for Standartization: ISO 14020*. (Enlínea) Disponible en: http://www.iisd.org/business/markets/eco_label_iso14020.aspx. [Consultado el 09 de noviembre de 2012].

- Meadows, Donella; Randers Jorgen y Meadows Dennis (1972). *The limits to growth*. Universe Books, New York. (Traducción: Fondo de Cultura Económica, México D.F., 1972)
- Navarro y Díaz (1999) "Capítulo 7. Análisis de contenido", en Delgado y Gutiérrez, *Métodos y Técnicas cualitativas de investigación en Ciencias Sociales*, págs. 177-224. Síntesis psicología. Madrid, España.
- OMT (2006). *Introducción al turismo /Organización Mundial del Turismo*; dir.y red. Amparo Sancho. Madrid: España. OMT.
- OMT (2011). *Desarrollo Sostenible del Turismo*, Boletín electrónico núm. 19. Disponible en: <http://sdt.unwto.org/sites/all/files/pdf/e-bul19sp.pdf> [Consultado el 12 de diciembre 2011].
- ONU (2010). *Avances logrados hasta el momento y lagunas que aún persisten en la aplicación de los resultados de las principales cumbres en la esfera del desarrollo sostenible y análisis de los temas de la Conferencia*, Informe del Secretario General, referencia A/CONF.216/PC/1. (En línea) Disponible en: <http://www.eclac.org/rio20/noticias/paginas/6/43906/7.A.CONF.216.PC.2-ESP.pdf>. [Consultado el 03 de Diciembre de 2011].
- ONU (2010 b) *Objetivos de desarrollo del Milenio. Informe 2010*. Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas (DESA)
- ONU (2011). *Objetivos de Desarrollo del Milenio*. Disponible en: <http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/> [Consultado el 15 de noviembre 2011].
- ONU (2012). *Objetivos de Desarrollo del Milenio*. Disponible en: http://www.onu.org.mx/objetivos_de_desarrollo_del_milenio.html [Consultado el 11 de diciembre de 2012]
- Pérez, Mónica (2004). *Manual del Turismo Sostenible: Como conseguir un turismo social, económico y ambientalmente responsable*. España. Ediciones Mundi-Prensa.
- Pleumaron, Anita (1999) "Turismo, Globalización y desarrollo sustentable". *Revista del Sur*, no. 91 pp. 1-9.

- Sallows, Margot y Font, Xavier (2004). Ecotourism certification criteria and procedures: implications for ecotourism planning and environmental management. In Diamantis, D. (Ed) *Ecotourism management and assessment*, London: Thomson.
- Sancho, Amparo; García Gregorio; Rozo, Edna (2007). "Comparativa de Indicadores de Sostenibilidad para Destinos Desarrollados, en Desarrollo y con Poblaciones Vulnerables" *Annals of Tourismresearch* en Español, vol. 9, núm. 1, pp. 150-177.
- Santander-Botello, Luis Carlos (2003). "El impacto social de las ecoetiquetas turísticas" En Desarrollo sustentable del turismo: Contribuciones académicas del 1er. Congreso Internacional 21 al 23 de Mayo de 2003 Cancún Quintana Roo. Chetumal: México. Universidad de Quintana Roo.
- Synergy (2000). *Tourism Certification: An Analysis of Green Globe 21 and Other Certifications Programs*. Godalming: WWF UK.
- WTTC (2011) World Travel Tourism Council. *Global Sustainable Tourism Council* (en línea). Disponible en: <http://new.gstcouncil.org/>. [Consultado: 15 noviembre 2011].