

Prácticas ambientales

de las empresas turísticas en valle de Bravo

Environmental practices

of the tourist companies in valle de Bravo

Recibido para evaluación: 01 de Junio de 2011
Aceptación: 01 de Diciembre de 2011
Recibido versión final: 22 de Diciembre de 2011

Nadia Hernández Peñaloza¹
Lilia Zizumbo Villarreal²
Elva Esther Vargas Martínez³

RESUMEN

El presente artículo analiza las prácticas ambientales de los actores sociales que se relacionan con las empresas turísticas del municipio de Valle de Bravo, Estado de México. Cabe mencionar que dichas prácticas se consideraron desde el punto de vista socio- económico, es decir, no sólo como se asumen en cuanto al manejo de los recursos naturales, sino también desde su entorno social y económico. Por ello, a partir de la propuesta metodológica de la teoría de sistemas complejos, se analizan los efectos producidos en los entornos de este destino turístico, lo que permite visualizar de una manera holística la situación que prevalece para el cuidado del ambiente con la participación de todos los actores sociales de la localidad. Los resultados encontrados muestran una gran debilidad en la implementación de dichas prácticas, ya que éstas, actualmente, son impuestas por el gobierno municipal y no se asumen como una iniciativa de los propios actores que participan en las empresas turísticas. Por esta razón, las condiciones de deterioro ambiental en Valle de Bravo son cada vez mayores. A partir de los resultados generados por este estudio, se formulan recomendaciones de implementación y mejoramiento de las prácticas ambientales que contribuyen a la conservación y al cuidado del ambiente.

Palabras claves: Prácticas ambientales, subsistema social, subsistema natural, subsistema económico, empresa turística y valle de Bravo.

ABSTRACT

The present article analyzes the environmental practices of the social actors related to the tourist companies of the municipality of Valle de Bravo, Mexico State. The environmental practices were considered from the socioeconomic point of view, including not only the natural resources management, but also the social and economic environment. Considering the previous, using a methodological proposal based on the theory of complex systems, the effects on the above mentioned environments of this tourist destination were analyzed, allowing to holistically visualize the situation that prevails towards the environmental caring performed by all the social actors of the locality. The results show a great weakness in the implementation of the above mentioned practices, due to the fact that nowadays these practices are imposed by the municipal government and are not an initiative of the actors of the tourist companies. For this reason, the conditions of environmental deterioration in Valle de Bravo are increasing. Based on the results, some recommendations are proposed for the implementation and improvement of environmental practices that contribute to the conservation and care of the environment.

Key words: Environmental practices, social subsystem, natural subsystem, economic subsystem, tourist company and valle de Bravo.

1. L.T. Estudiante de Maestría en Ciencias Ambientales
Facultad de Química
nadis_7@hotmail.com

2. Dra. Profesora de tiempo completo
Facultad de Turismo, Universidad Autónoma del Estado de México.

3. Mtra. Profesora de tiempo completo, Facultad de Turismo
Universidad Autónoma del Estado de México.

1. INTRODUCCIÓN

El crecimiento económico conlleva a situaciones donde el hombre ha tenido que sobreexplotar los recursos de los que se vale para el desarrollo del sistema capitalista en el cual vivimos. Por ello, surge el pensamiento sustentable que implica la construcción de una racionalidad que permita que cada individuo sea responsable de sus actos y así mismo tome conciencia de sus acciones de manera individual y conjunta como parte de una sociedad que participa en el desarrollo de actividades para el crecimiento económico, ecológico y social, garantizando a las futuras generaciones un ambiente propicio para sobrevivir.

El uso turístico y sustentable del territorio debería dar un uso óptimo a los recursos naturales, para mantener los procesos ecológicos esenciales, ayudando a su conservación y diversidad biológica. Debería respetar la autenticidad socio-cultural de las comunidades anfitrionas, conservar vivos sus activos culturales y arquitectónicos, y sus valores tradicionales, contribuir al entendimiento y a la tolerancia intercultural; también asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos. El desarrollo sustentable del turismo exige la participación informada de todos los agentes relevantes, así como un liderazgo político firme. El logro del turismo sustentable es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de los impactos, debiendo reportar un alto grado de satisfacción a los turistas y fomentar en ellos prácticas turísticas sustentables (Brinckmann, 2010).



El turismo en México es una de las principales actividades económicas, y ha tenido un crecimiento acelerado, por el cual ha sido necesario implementar políticas públicas para la protección y conservación de los recursos de los que se vale la actividad turística: una de ellas es el turismo sustentable que se refiere a la promoción de actividades turísticas respetuosas con el medio natural, cultural, social y los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, que propicia una relación justa entre el turista y la comunidad, una repartición equitativa de los beneficios de la actividad, y una actitud verdaderamente participativa de los visitantes en su experiencia de viaje (Carta de Lanzarote, 1995).

A pesar de contar con políticas públicas para los diferentes destinos turísticos de México, existen lugares donde éstas no son suficientes y surge la necesidad de implementar prácticas ambientales. En el caso de Valle de Bravo, son pocas las acciones ambientales que se llevan a cabo, y prevalecen las actividades y los procedimientos gubernamentales, razón por la cual resulta importante conocer qué acciones realiza el sector privado integrado por las empresas turísticas que han tenido un crecimiento realmente acelerado, produciendo con ello un deterioro en el entorno.

El crecimiento turístico del Valle de Bravo en los últimos años se manifiesta a través de la construcción de mayor infraestructura, capaz de atender la demanda turística de los más de dos millones de turistas al año (Anuario Estadístico de Turismo, 2007), que acuden al municipio, en su mayoría, durante los fines de semana y que requieren lugares para hospedarse, alimentarse y cubrir sus necesidades de recreación.

Dado el crecimiento empresarial que se ha registrado en Valle de Bravo, es importante saber si las empresas vinculadas al turismo llevan a cabo prácticas ambientales que permitan disminuir el deterioro del ambiente y ayudar a fomentar la sustentabilidad. Resulta importante mencionar que las prácticas ambientales son un conjunto ordenado de propuestas que no representan un gran esfuerzo para la empresa, ni significan modificar sus procesos o sistemas de gestión y que se pueden llevar a cabo para reducir el impacto ambiental causado en su entorno, que son aplicables a cualquier decisión y acción dentro del funcionamiento de la empresa turística, éstas son una medida preventiva fundamental, que evita riesgos ambientales asociados a cualquier actuación sobre el medio, promoviendo un ahorro de los recursos, disminución en los consumos, haciendo una buena gestión de los recursos que se poseen, de tal forma que se asegure el equilibrio entre sociedad-naturaleza (Guía para la Ecoeficiencia, 2004).

El artículo se construye en cinco apartados: el primero aborda el desarrollo e importancia de la actividad turística en el municipio de Valle de Bravo; el segundo trata de las empresas turísticas que conforman el sector económico del lugar; el tercero presenta la metodología que se utilizó para la investigación; el cuarto suministra la información recopilada de los instrumentos de investigación respecto a las prácticas ambientales; y el quinto hace un análisis de los resultados obtenidos en el trabajo de campo para comprobar la ausencia de las prácticas ambientales empresariales. Por último

se entregan las conclusiones y recomendaciones.

2. LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN VALLE DE BRAVO.

Valle de Bravo, como muchos otros pueblos del país, ha modificado su modo de vida: así, de ser una población eminentemente campesina a lo largo de 50 años, se ha venido convirtiendo en un centro turístico con una actividad económica sustentada en los servicios.

Dichas actividades tuvieron sus inicios en el año 1945 cuando finalizó la construcción de la planta hidroeléctrica conocida como Miguel Alemán. Este hecho trajo como consecuencia, cambios tanto en el paisaje como en la economía del municipio, ya que fue necesario inundar 2.900 hectáreas de tierra fértil utilizada para la agricultura, por lo tanto, cambiar la principal actividad económica, pasando de la agricultura al turismo.

De esta manera, se da una nueva conformación de paisaje que impulsó la actividad turística como el nuevo eje de aprovechamiento económico. Estos cambios se contextualizan a finales de la década de 1960 y principios de 1970, dentro de una serie de eventos deportivos y artísticos que se desarrollaron en el municipio, convirtiendo éste en un lugar ideal para vacacionar (Bernal, 2010).

Es entonces cuando se comienza con la inversión tanto nacional como extranjera para la construcción de residencias y casas de descanso para unos cuantos, como los empresarios, quienes aprovechan el nuevo potencial paisajístico. Entre los primeros, está un grupo de franceses que establecen sus casas de descanso; luego llegan familias provenientes de la Ciudad de México aficionados al vello y construyen una segunda residencia; y finalmente un grupo de holandeses edifica sus residencias cerca de la presa e inicia un club acuático (Sierra, 2010).

Posteriormente, se inicia la intensa construcción de viviendas residenciales; continúa con los desarrollos inmobiliarios; surge la afluencia de visitantes, y se construyen hoteles y se habilitan casas de huéspedes. El comercio crece y el turismo se considera ahora como el eje de la economía, asociado a las oportunidades de la presa y a los prestadores de servicios turísticos (López, 1992).

Actualmente, el turismo en Valle de Bravo es la principal actividad económica, y Valle de Bravo se posiciona como el principal destino turístico en el Estado de México, con un reconocimiento a nivel nacional e internacional, y una afluencia turística importante.

Por un lado, dicho desarrollo ha traído beneficios al Estado, gracias a la derrama económica que genera, pero por el otro, ha repercutido en el ambiente de manera negativa. Por ello, es importante implementar estrategias que ayuden a la preservación y conservación del ambiente, y que permitan mantener la actividad turística como una actividad rentable.

Como parte fundamental del turismo, están los prestadores de servicios que atienden las necesidades del visitante; y, a la vez, se consolidan las denominadas “empresas turísticas” que intervienen en el desarrollo de la actividad turística. Sin embargo, a medida que aumenta el turismo, también se da un crecimiento empresarial, y como consecuencia, un deterioro ambiental en la zona.



3. EMPRESAS TURÍSTICAS

La empresa turística es una unidad económica y social que está conformada por un conjunto de factores y elementos humanos, técnicos y financieros, con cierta estructura organizativa, cuya función es abastecer a la sociedad de productos y servicios, en función de los objetivos de cada empresa (Casanueva, 2000). De acuerdo con la investigación, debemos concebir a la empresa turística como un sistema, entendido como un conjunto de elementos interrelacionados entre sí, que existen dentro de un entorno (De Miguel, 1993).

Así entonces, las empresas turísticas son entidades que ejercen una tarea compleja de acuerdo con el tipo de servicio y producto que ofrecen, ya que pueden ir desde transportación y alojamiento, hasta las actividades culturales y recreativas.

Por otra parte, las organizaciones empresariales vinculadas al turismo no actúan de manera aislada para su funcionamiento, sino que es necesario hacer uso de los recursos naturales, económicos y humanos, además de un buen ambiente social.

De acuerdo con la Dirección de Turismo del H. Ayuntamiento Constitucional de Valle de Bravo (2009), actualmente operan 40 hoteles (tres de cinco estrellas; dos de cuatro estrellas; nueve de tres estrellas. No existe registro de hoteles que cuenten con la categoría de dos estrellas, pero, hay veintitrés hoteles sin categoría). Otro tipo de empresas turísticas dedicadas al servicio de hospedaje son las que ofrecen instalaciones en cabañas, contando con un total de 23, y en posadas que son instalaciones en casas acondicionadas para brindar el servicio de hospedaje, teniendo un total de 33. Con lo que respecta a las empresas destinadas al servicio de alimentos y bebidas, se encuentran 40, de las cuales treinta y dos son restaurantes que ofrecen comida típica e internacional, cinco brindan servicio de bar y por último tres son cafeterías. Para el servicio de transportación, existen cuatro cooperativas y quince empresas dedicadas a la recreación del turista como gotcha, go karts, paracaidismo, paseos por la laguna, paseos a caballo, renta de motocicletas y bicicletas, temascales, entre otras (Ver: mapa 1).

Mapa 1. Ubicación de las Empresas Turísticas

Amarillo: empresas de hospedaje.
Naranja: establecimientos de alimentos y bebidas.

Azul: establecimientos de recreación. Numerados: atractivos turísticos

Fuente: Dirección General de Turismo de Valle de Bravo.



4. METODOLOGÍA

Bajo el esquema de sistemas complejos como parte de la realidad que incluye aspectos físicos, sociales, culturales, políticos, económicos, entre otros, se puede entender y manejar el ambiente como un conjunto de sistemas multidimensionales de complejas interrelaciones y en un estado continuo de cambio, constituidos por el medio natural y el socio- económico. Este estudio identifica la problemática que presentan las empresas turísticas con respecto al ambiente a través de la Teoría de Sistemas Complejos¹ visualizando al ambiente como un sistema, y considerando a su vez subsistemas del cual forman parte el entorno social, natural y económico. De esta manera, se estudiaron los factores que intervienen en cada uno de ellos. Para ello, se hicieron subdivisiones que permiten realizar un análisis a profundidad de las prácticas ambientales que se llevan a cabo dentro de las empresas turísticas.

En el subsistema social, se tomaron en cuenta variables como

- la participación social, considerada como la contribución de grupos o individuos de la población activa, para la aceleración del desarrollo económico y social (SEGOB, 2006);
- la identidad cultural que encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales como costumbres, valores y creencias, además de monumentos o representaciones con las que dicho grupo social se identifica (Molano, 2010);
- la comunidad local considerada como un grupo de personas que viven en la misma zona, comparten los mismos objetivos, las mismas normas sociales y/o vínculos familiares (Case, 1993);
- la discriminación social y económica que se refiere al acto de hacer una distinción que atenta contra la igualdad de oportunidades. Dichas distinciones son provocadas por el nivel socio- económico, las condiciones físicas, entre otras, de cada individuo o de un grupo de personas (Marguli, 1997);
- la seguridad personal referida a la ausencia de riesgos y al mantenimiento de la integridad de cualquier persona (Villanueva, 2002);
- la protección al patrimonio cultural e histórico como parte de la herencia del pasado de una comunidad con la que ésta vive actualmente y que es transmitida a las generaciones siguientes y por último
- la manera en la que los turistas cuidan el ambiente en el municipio.

Para el entorno natural se consideraron las variables:

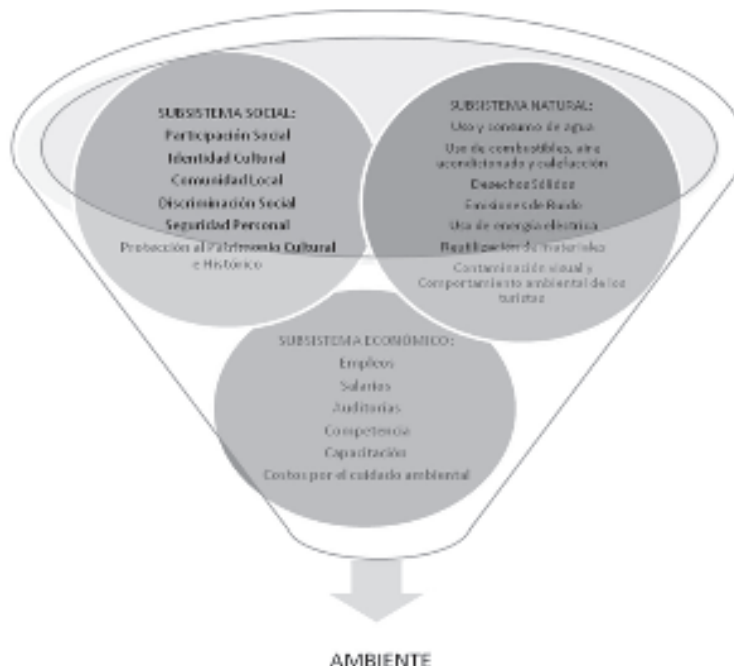
- uso y consumo de agua,
- uso de combustibles, aire acondicionado y calefacción,
- producción de ruido,
- consumo de energía,
- generación de residuos sólidos,
- contaminación visual,
- educación ambiental, y
- uso de recursos y materia prima.

Finalmente en el entorno económico, se estudian las variables

- generación de empleos,
- manejo de los salarios de los trabajadores,
- aplicación de auditorías,
- certificaciones ambientales y
- los costos que genera el cuidado del ambiente (Ver figura 1).

1. El sistema complejo es una representación de la realidad compleja, conceptualizado como una totalidad organizada aisladamente, para constituir un sistema complejo es necesario tener un dominio material, entendido como el conjunto de objetos a los cuales se refiere una disciplina; el dominio conceptual conjunto de teorías o conocimientos sistematizados elaborados por cada ciencia acerca de su dominio material; el dominio epistemológico interno que corresponde al análisis de los fundamentos de cada disciplina, es decir a la crítica de las teorías de su dominio conceptual y el dominio epistemológico que analiza las relaciones entre el sujeto y el objeto de conocimiento, el marco más general, comparando los resultados de una disciplina con los de otras (García, 2008).

Figura 1. Metodología



Para el análisis de las prácticas ambientales de las empresas turísticas de Valle de Bravo, se aplicaron 48 cuestionarios, 8 entrevistas, 10 listas de verificación, además de observación directa a los diferentes actores sociales que intervienen en el funcionamiento de dichas empresas; se tomaron como referencia gerentes o encargados de dirigir las empresas turísticas que prestan servicios de hospedaje, alimentos y bebidas, transportación y recreación, así como los trabajadores que laboran en las mismas; los turistas que hacen uso de estas empresas, la comunidad local y las autoridades que intervienen directa o indirectamente con ellas.

4. PRÁCTICAS AMBIENTALES DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS

Dentro del **Subsistema Social**, los resultados que se obtuvieron de las **empresas de hospedaje y las de alimentos y bebidas** fueron las siguientes:

- El 85% de los clientes que acuden a dichos establecimientos, es de nacionales y 35%, de procedencia extranjera;
- los productos de limpieza que compran las empresas, son adquiridos con proveedores nacionales en 78% de los casos, con proveedores locales en 19% y con proveedores extranjeros en 3%;
- las compras que realizan las empresas turísticas para la adquisición de materia prima para la preparación de alimentos, se hacen en 73% de los casos con proveedores nacionales, en 16%, con empresas locales y en 11%, son productos provenientes de empresas extranjeras;
- el personal que contratan las empresas, es en un 56% residente de Valle de Bravo; en 20%, originario del municipio y en 24%, de las comunidades aledañas al municipio;
- el 100% afirma que los trabajadores de las empresas de hospedaje no participan en fiestas patronales, eventos culturales, musicales o deportivos, así como tampoco en festividades cívicas o religiosas;
- de igual forma, el 100% afirma que la población es beneficiada con empleo dentro de las mismas empresas turísticas y con descuentos;
- el 100% muestra que la empresa no presenta ningún problema con la población, ni con el ayuntamiento municipal.

- En lo referente a discriminación, el 20% de los encuestados afirma que los hombres reciben un mejor sueldo y 80% afirma que recibe un salario equitativo; además que los puestos de gerentes o encargados, jardineros y cocineros son ocupados por personas del sexo masculino y los de recamareras, aseo y recepcionistas son ocupados por mujeres;
- en las empresas estudiadas, no existen personas laborando con capacidades diferentes; en el caso de las trabajadoras embarazadas, en un 60%, son incapacitadas con goce de sueldo y las demás no han tenido embarazos.
- El 60% de las empresas estudiadas verifica que todas las zonas dentro de la empresa estén limpias y alumbradas y 40% contrata vigilancia las 24 horas;
- además todos los trabajadores cuentan con seguro social.
- El 68% afirma que el lugar que ahora ocupa la empresa turística, era una parcela agrícola; el 22%, una casa de habitación y el 10% desconoce para qué era destinado;
- El 65% ofrece trípticos de los lugares culturales y naturales para visitar; el 23% lo informa de manera verbal y el 12% no promueve los atractivos.
- Con lo que respecta a los turistas, la empresa afirma que 100% presenta un comportamiento bueno en el uso de agua y energía, la generación de basura y el cuidado de instalaciones y áreas verdes;
- El 80% de las empresas da a conocer cómo es el cuidado del ambiente al turista de manera verbal en las instalaciones y el 20% no lo da a conocer; además el 100% orienta al cliente cuando el comportamiento ambiental es inadecuado;
- el 80% de las empresas no cuenta con señalamientos de carácter ambiental, y el 10% señala que no se debe tirar basura y el 10%, que no se debe pisar las áreas verdes.

Para las empresas turísticas de **transporte y recreación**, se obtuvo que 20% de los clientes son de la población local, 60% son turistas nacionales y 20% son extranjeros. Los trabajadores afirman que no participan en ninguna celebración de carácter cívico o religiosa; 100% confirma que la población incluidos ellos son beneficiados con descuentos y empleo, no se encuentran mujeres conduciendo vehículos, para la seguridad de los turistas 85% recomienda no subir a los vehículos en estado de ebriedad y el otro 15% no hace nada, 45% de los trabajadores cuentan con seguridad social, 25% cuenta con seguro que brinda la empresa en caso de accidentes y el otro 30% no cuenta con ningún tipo de seguridad; el 100% recomiendan lugares culturales y naturales para visitar.

Los resultados que se obtuvieron de los **turistas** son los siguientes:

- el 30% proviene del Estado de México; el 60%, de los diferentes estados de la República y el 10% del extranjero,
- el 100% de los visitantes no recibe información por parte de las empresas acerca de las festividades de carácter cívico o religioso que se realizan en el municipio;
- al 100%, le agrada el paisaje del lugar, y el 38% afirma que es un lugar tranquilo; el 5% que es un lugar seguro, el 47% que cuenta con diversos atractivos y el 10% que es un lugar familiar.
- En relación con la discriminación, todos los turistas encuestados consideran que las personas de ambos sexos brindan un buen servicio, aún si tuvieran alguna discapacidad.
- El 40% de los turistas afirma que la empresa procura seguridad y el 60% que no lo hace.
- Además el 70% recibe información turística dentro de las empresas: 60% por medios impresos, 30% de manera verbal y 10% no recibe información.
- Para la preservación del ambiente, el 10% de los turistas apaga las luces para ahorrar energía; el 75% respeta los señalamientos y el 15% no hace nada.

Con respecto a la información recabada de la **comunidad**, ésta señala que 80% ha trabajado en una empresa turística y 20% nunca lo ha hecho. Sin embargo 79% tiene familiares o conocidos que trabajan en el sector turístico y 21% no conoce quien labore en este ámbito; 100% afirma que las empresas vinculadas al turismo no realizan festividades en las cuales los incluyan, pero 100% de los encuestados son beneficiados con empleos y descuentos. De la población estudiada, 74%





vive cerca de una empresa turística y 26%, no. El 100% afirma que no le gustaría vivir en otro lugar porque el 80% considera que la calidad de vida es buena y 20% opina que no es así. El 95% de las personas encuestadas afirma tener las mismas oportunidades de empleo que las personas del sexo opuesto, pero el resto afirma que los hombres tienen mejores oportunidades; el 100% no conoce personas con capacidades diferentes que laboren dentro de las empresas turísticas, y el 37% afirma que los pobladores son tratados diferentemente al hacer uso de los servicios turísticos y 63% considera que es tratado de manera igual. El 100% afirma que Valle de Bravo es un lugar seguro y el mismo porcentaje desconoce si había un monumento o zona con valor arquitectónico donde actualmente están establecidas las empresas turísticas; y por último, el 100% no presenta molestias por la presencia de los turistas.

Los resultados obtenidos de las **instituciones** ubicadas en el municipio con respecto a la publicación de bolsa de trabajo son los siguientes: el 100% afirma que no cuenta con esta promoción; el mismo 100% dice que las empresas no participan en festividades tradicionales del lugar, pero opina que la población es beneficiada con empleo y descuentos; el 80% afirma que la población es tratada diferentemente de los turistas y 20% opina que son tratados de la misma manera; el 84% sabe que hay un reglamento para la protección de los trabajadores de las empresas turísticas y el 16% lo desconoce; el 49% afirma que existen programas para brindar protección y el 21% dice que no hay ningún programa; el 90% afirma que el gobierno municipal y el Instituto Nacional de Antropología e Historia son los responsables de otorgar los permisos de construcción a las empresas turísticas y 10% lo desconoce; cuando el comportamiento del turista es inadecuado, el 94% informa que se llama la atención y 6% aplica directamente el reglamento municipal.

En cuanto al **Subsistema Natural**, los resultados encontrados en las **empresas de hospedaje y las de alimentos y bebidas** fueron los siguientes:

- en cuanto al uso y consumo de agua para la operación de las mismas, el 21% opina que es para lavar utensilios de trabajo, el 12%, en uso de regaderas, el 28%, para el aseo de las instalaciones, el 25%, en regar jardines, el 14% uso de albercas;
- el 100% de las empresas cuenta con sistemas de drenaje y el 95% afirma que las organizaciones desembocan el agua que utilizan y el otro 5%, en barrancas; sin embargo, 100% dice que las empresas no cuentan con un sistema de tratamiento para dichas aguas.
- Con respecto al uso de combustibles, el 100% de las empresas de hospedaje estudiadas utiliza gas L.P. para las regaderas y albercas, y también, para cocinar alimentos;
- el 100% de las organizaciones afirma que el ruido al interior de la empresa es producido por la utilización de electrodomésticos;
- el 46% la utiliza la energía para encender focos; el 23%, en aire acondicionado y/o calefacción, mientras que el 18% la requiere para el funcionamiento de computadoras y el resto es utilizada en otros aparatos eléctricos;
- el 90% no realiza acciones para ahorrar energía, pero el 10% si lo hace;
- el 100% de las empresas estudiadas afirma que separa la basura y que posteriormente la deposita en el camión de la basura; el mismo porcentaje conoce que dichos residuos son depositados en el relleno sanitario;
- para la publicidad de las empresas, el 10% menciona que se anuncia mediante volantes; el 60% en páginas de Internet y el 30% no se anuncia en ningún medio.
- La educación ambiental en las organizaciones arroja que el 100% tiene la noción de lo que es una política ambiental; sin embargo el 95% no cuenta con políticas ambientales en el manual de operación; pero el 20% de los empleados cuenta con reglas o políticas de conducta con respecto al ambiente;
- el 100% de las empresas da a conocer el reglamento mediante un manual;
- los cursos de capacitación en materia ambiental se imparten una vez al año en el 10% de los casos; en el 20%, se realizan rara vez y en el porcentaje restante, no se imparte cursos;
- finalmente todos los estudiados afirman que hacen uso del reciclaje en cuanto a la utilización de amenidades, además de no tirar basura y cuidar el consumo de agua.

Los trabajadores de las empresas de **transporte y recreación** señalaron lo siguiente:

- el 25% utiliza el agua para lavar los vehículos y el 75% para lavar utensilios de trabajo;
- el 100% de las emisiones de humo no es auditado; así mismo, este porcentaje utiliza gasolina para el funcionamiento de los vehículos de recreación; y el 20% considera que dichos vehículos contaminan, mientras que el resto afirma que no es así;
- el 30% afirma que rara vez hace uso de calefacción y/o de aire acondicionado y el 70% no lo utiliza;
- el 80% de los trabajadores encuestados afirma que sus vehículos producen mucho ruido mientras que el resto asegura que no producen ruido excesivo.
- Estas empresas no hacen uso de energía eléctrica;
- El 100% de las organizaciones estudiadas afirma que separa y tira la basura en el camión recolector de basura y que posteriormente la deposita en un relleno sanitario;
- en cuanto a la publicidad, el 58% la realiza mediante páginas web; el 4% en espectaculares; el 15% por medio de volantes o folletos, mientras que el 23% no se anuncia.
- En relación con las políticas ambientales, el 100% conoce el significado de las mismas; sin embargo el mismo porcentaje no cuenta con políticas para los empleados, ni ofrece capacitación de carácter ambiental para los mismos.

Con respecto a los **turistas** encuestados, el 80% menciona que hace uso de agua para bañarse y el 20%, para otras actividades; durante su estancia dentro de las empresas turísticas, el 70% de los encuestados hace uso de aire acondicionado y/o calefacción, mientras que el 30% afirma que no lo hace; el 90% de los turistas considera que Valle de Bravo es un lugar ruidoso. Con respecto a las acciones ambientales realizadas dentro de las empresas, el 70% de los visitantes apaga las luces cuando no la utiliza y el 30% no realiza acción alguna; sin embargo el 98% afirma que tira la basura dentro de los depósitos destinados, y el 85% afirma que los botes para la basura son suficientes y el 2% guarda la basura para tirarla posteriormente, porque el 5% de los turistas afirma que los botes resultan ser insuficientes. Con respecto a la publicidad, el 70% de los clientes encuestados se enteró de la existencia de la empresa mediante páginas de internet; el 10%, por medio de recomendación de otra persona; el 8% la vio al pasar y el 12% ya lo había visitado anteriormente. El 100% de los turistas encuestados considera importante que los prestadores de servicio reciban capacitación de tipo ambiental porque el 70% de los turistas estudiados afirma que las empresas de transporte y recreación presentan mayor contaminación; el 20%, las restauranteras y el 10%, las empresas de hospedaje; así mismo el 90% afirma que realiza acciones que mejoran las condiciones del ambiente durante su estancia.

Dentro de la **comunidad**, se obtuvieron los siguientes resultados con respecto al uso y consumo de agua: el 90% considera que las casas residenciales serían las responsables de la escasez de agua, mientras que el 10% piensa que sería responsabilidad de las empresas turísticas; así mismo, el 100% considera que las empresas de transporte generan grandes emisiones de humo y son muy ruidosas. En caso de que la comunidad se quedara sin energía eléctrica, el 100% de los pobladores encuestados considera que sería por causa de las casas residenciales; el 85% de la comunidad estudiada desconoce si las empresas turísticas arrojan desechos a la presa y el 15% afirma que es así.

Las **instituciones** estudiadas en el municipio afirman todas que las casas residenciales consumen más agua y que, en Valle de Bravo, no hay programa para el control de emisiones. Con respecto al ruido, el 100% también afirma que existe un reglamento para controlar los decibeles. El 90% de estas instituciones asegura que, en caso de que las empresas turísticas consuman demasiada energía, solo incrementa el pago de su recibo y el 10% afirma que no pasa nada. Con respecto a la basura, el 100% separa y la basura se deposita en el relleno sanitario; las empresas turísticas requieren un permiso para anunciarse dentro del municipio por lo que el 100% de las instituciones conoce que dicho permiso es otorgado por los gobiernos municipal y estatal. En lo que se refiere a los cursos que se imparten en materia ambiental, el 90% desconoce si existen, mientras que el 10% afirma que si existen, pero que se dictan eventualmente.

Dentro del **Subsistema Económico**, están los resultados obtenidos de las **empresas de hospedaje y de las de alimentos y bebidas**: el 65% indica que los trabajadores contratados por





dichas empresas son de la comunidad de Valle de Bravo; el 32%, que son de las comunidades aledañas al municipio y solo el 3%, que son de origen extranjero; el 100% asegura que los salarios ofrecidos a sus trabajadores son mayores que los que marca la ley, y considera que cubre las necesidades básicas de vivienda, salud y alimentación. El 100% de las empresas no son auditadas en materia ambiental; sin embargo el 80% sabe cómo obtener una certificación de esta índole y el 20% lo desconoce; el 100% de las empresas no realiza estudios de impacto ambiental, considerando que el cuidado del ambiente genera costos a la empresa; y por último, el 90% afirma que el servicio que brinda, es lo más importante para la empresa, el 4% asegura que son los precios que maneja y el 6% el cuidado del ambiente.

En los resultados obtenidos de las **empresas de transporte y recreación**, el 55% afirma que los vehículos utilizados para la recreación son del ayuntamiento; el 30%, que son de empresas privadas y solo el 15%, que son de su propiedad; el 100% asegura que los trabajadores que se contratan son de Valle de Bravo y de comunidades aledañas; el 70% de los trabajadores afirman que los salarios que reciben, son conformes a la ley y el 30% asegura que son superiores a los que marca la ley y permiten cubrir sus necesidades de educación, alimentación y vivienda. El 69% de los encuestados reveló que se dedica a actividades complementarias que tienen que ver con el turismo para poder sostenerse, y todos dicen que la comunidad está a gusto con los negocios de transporte y recreación, y que el cuidado del ambiente genera costos para la empresa; el 93% considera que el servicio que se brinda es lo más importante para la empresa y solo el 7% considera que el cuidado del ambiente es lo más importante.

El 65% de los **turistas** considera que las empresas de las que hacen uso, cuentan con una certificación de tipo ambiental, mientras que el 35% restante opina que no es importante; con respecto a la competencia, el 25% prefiere empresas que brinden el mejor servicio, y el 68% busca las que ofrecen mejores precios y tan solo el 7% prefiere las que se preocupan por el ambiente; por último, el 72% de los turistas considera que las empresas no cuidan el ambiente porque no quieren gastar dinero; el 15% considera que es porque no tienen conciencia ambiental y el 13%, que a las empresas no les interesa el ambiente.

Con respecto a la **comunidad**, el 90% de los integrantes encuestados no se enteran de las vacantes que existen y 10% se enteran por familiares o amigos, 100% de la comunidad considera que son beneficiados con empleo y descuentos; 89% de los pobladores encuestados consideran que las empresas no se preocupan por el cuidado del ambiente porque no quieren gastar dinero y el resto opina que es porque no les interesa el cuidado de ese ambiente.

El 90% de las **instituciones** de Valle de Bravo entrevistadas desconoce si se publican ofertas laborales para la comunidad y el 10% afirma que no hay publicación de las vacantes; el 100% de las mismas afirma que no se otorgan certificaciones de carácter ambiental; así mismo, el 80% considera que las empresas no se preocupan por el ambiente porque no quieren gastar dinero y el 20% restante opina que es por falta de conciencia ambiental.

5. AFECTACIÓN AL AMBIENTE EN LOS SUBSISTEMAS SOCIAL, NATURAL Y ECONÓMICO POR PARTE DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS

En este apartado, se señala de qué manera las empresas turísticas han afectado al ambiente de Valle de Bravo, de acuerdo con los resultados que se obtuvieron en los subsistemas mencionados anteriormente.

5.1. Afectación al subsistema social por parte de las empresas turísticas.

Con respecto a la *participación social*, las empresas turísticas contribuyen con este aspecto a través de la compra a proveedores locales y nacionales, lo que refleja una aportación económica a la población local y nacional; con lo referente a la *comunidad local*, las organizaciones generan empleo en el municipio, además de que aplican un descuento en las tarifas a las personas originarias de Valle de Bravo; sin embargo, la *identidad cultural* es un aspecto que está en un nivel deficiente ya

que las empresas no promueven algún aspecto que contribuya a la conservación de las tradiciones, y que esta responsabilidad es del H. Ayuntamiento, con fiestas y eventos privados; así mismo, la *discriminación* en la comunidad se manifiesta de manera diferente a raíz de que los miembros de la comunidad generan menos ganancias por los descuentos mencionados y porque se da preferencia a los turistas que provienen del extranjero o a las personas que son de un nivel socio- económico elevado; esta discriminación también se refleja en los jóvenes originarios del lugar que, al acudir a una diversión nocturna, no pueden ingresar a bares o discotecas por no llegar en automóviles de lujo o simplemente por su apariencia física. Por ello, tienen que acudir a lugares lejanos del centro turístico. Por otro lado, la seguridad personal para los turistas se encuentra en un nivel bueno, ya que el municipio se considera seguro y cuenta con la suficiente vigilancia; no obstante, la seguridad no es igual para empleados de las empresas, ya que solo algunos trabajadores cuentan con seguridad social y no cuentan con un seguro contra accidentes en el empleo. La protección al patrimonio cultural e histórico se lleva a cabo por medio del H. Ayuntamiento mediante el programa de imagen urbana, que establece en el Bando Municipal, la prohibición de colocar espectaculares en la totalidad del territorio municipal (Imagen Urbana de Valle de Bravo, 2009). Pese a esto, hay una gran cantidad de espectaculares desde las carreteras y dentro de la mancha urbana. Además de esto, la fachada de dichas empresas es diseñada por arquitectos particulares que no respetan totalmente la imagen que deberían contener en un pueblo considerado mágico. Cabe mencionar que, para los pobladores originarios del municipio, resulta imposible mantener en el mercado una empresa turística o la construcción de una porque los lineamientos para la construcción exigen costos muy elevados por el material requerido. Por esta razón, los dueños de las empresas turísticas son, en su mayoría, extranjeros.

5.2. Afectación al subsistema natural por parte de las empresas turísticas

En cuanto al comportamiento de las empresas turísticas hacia el entorno natural, se observa que el uso y consumo del *agua* es para regar jardines y lavar utensilios que sirven para la operación de la misma empresa; sin embargo, dicho elemento es utilizado en mayor parte en zonas residenciales, donde las casas son utilizadas únicamente durante los fines de semana; y pese a ello, utilizan agua para regar jardines todos los días, además de utilizarla para el llenado de albercas, entre otros. Algunas empresas mandan sus efluentes a la presa Miguel Alemán y las otras a un sistema de tratamiento de agua que desemboca en un río de otra comunidad. Con respecto al uso y consumo de *combustibles*, se genera una gran contaminación ya que las empresas turísticas emplean combustibles fósiles para su funcionamiento, como son los vehículos de recreo y la utilización de calefacción y aire acondicionado; en cuanto a la variable ruido, éste es cada vez más intenso a causa de las motocicletas utilizadas para la recreación, además de los bares y discotecas que se encuentran dentro del centro turístico del municipio y que, en fines de semana, sobrepasan el límite de decibeles permitidos; en lo referente al uso de *energía*, las empresas hacen un alto consumo de la misma; sin embargo, no son sancionadas de ninguna forma: únicamente se les hace un cobro elevado por dicho consumo. Es importante mencionar que las empresas que cuentan con capital extranjero, pueden cubrir dicho gasto sin problemas, y que, en cambio, las empresas manejadas por los pobladores originarios tienen dificultades para pagar costos elevados que, en ocasiones, no son por el alto consumo de energía, sino por la cuota correspondiente a la ubicación en la zona residencial o en el embarcadero. Por tal motivo, dichas empresas no cuentan con el suministro de energía a cargo de la Comisión Federal de Electricidad, sino que tienen que implementar plantas de luz que funcionan con gasolina, lo que contribuye a la contaminación atmosférica. Con respecto al recurso *suelo*, se tiene que los desechos sólidos generados por las empresas turísticas por reglamentación del H. Ayuntamiento tienen que ser separados entre orgánicos e inorgánicos y posteriormente, depositados en los camiones de basura que pasan semanalmente. No obstante, la separación resulta inútil ya que todos los desechos se depositan juntos en un relleno sanitario situado en una comunidad aledaña al municipio, llamada Mesarica. También se encontró que algunas empresas de hospedaje depositan sus desechos en una barranca, y contribuyen con reutilización de materiales de plástico para sus amenidades como son botellas de jabón, shampoo, entre otras. Referente al *paisaje* visual en el municipio, algunas empresas contribuyen haciendo su publicidad de manera electrónica o con volantes. Sin embargo, existen empresas que se anuncian con espectaculares que, a pesar de estar prohibidos, como se mencionó anteriormente, dan al lugar un aspecto agresivo para la vista de los turistas que gustan del sitio por su belleza escénica. Dentro de la variable de *educación ambiental*, las empresas realmente presentan



una gran deficiencia porque no brindan cursos sobre educación ambiental, ya que todos los cursos que se imparten, son en materia de calidad y servicio, y no se imparten cursos de capacitación, ni se cuenta con políticas ambientales para el cuidado de los recursos ya que la empresa considera que no puede cubrir los costos. Por último, con respecto al *comportamiento ambiental de los turistas*, se encontró que las empresas no toman acciones para corregir el mal comportamiento que tienen los visitantes hacia el ambiente, y que solo les llaman la atención de manera verbal.

5.3 Afectación al subsistema económico por parte de las empresas turísticas

Valle de Bravo es un municipio que, antes del turismo, se mantenía con la agricultura que fue afectada por la actividad turística porque la mayoría de las empresas turísticas fueron construidas en lugares donde existían parcelas agrícolas. Como hoy, el turismo es la actividad principal del municipio, resulta interesante mostrar los resultados que se obtuvieron con respecto al *empleo*: los empleos, a excepción de los puestos de mayor rango, son ocupados por integrantes de la comunidad local de Valle de Bravo, y cabe mencionar que se presenta una discriminación hacia las mujeres que laboran en dichas empresas porque no está permitido que los vehículos de recreo como lanchas sean operados por ellas. En los puestos administrativos, la mayoría está constituida por hombres y solo los puestos como meseras, recamareras, cocineras y aseadoras, en general, son ocupados por mujeres. Además, en ninguna empresa estudiada, se encontró personal con capacidades diferentes. La mayoría de los empleados son contratados de forma eventual ya que el turismo es de fin de semana. Por ello, los empleados solo trabajan en temporadas altas y en fines de semana. Los *salarios* están por encima de los que marca la ley. Sin embargo, no son suficientes para cubrir todas las necesidades por lo que las personas tienen que laborar dobles turnos o tener dos empleos enfocados a la actividad turística. Las empresas turísticas no son *auditadas* por ningún organismo de carácter ambiental, y lo son únicamente con respecto a la calidad en el servicio: algunas organizaciones obtienen el distintivo "M"². Tampoco el H. Ayuntamiento promueve un reglamento de carácter ambiental para las empresas turísticas en el municipio; dichas empresas están conscientes que si contarán con una certificación de tipo ambiental, estarían a la vanguardia, además de sobresalir ante la competencia, pero saben que ello requiere gastos mismos que no están dispuestos a cubrir para el cuidado del ambiente.

2. El Distintivo "M", es un programa que incorpora un modelo de calidad, con el propósito de impulsar a la micro, pequeña y mediana empresa turística, a través de la capacitación y consultoría especializada. Permite mejorar los procesos y servicios para garantizar la satisfacción de las expectativas del cliente (SECTUR, 2010).

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La investigación demuestra que las empresas turísticas afectan al ambiente en sus aspectos social, natural y económico porque, a pesar de que generan ingresos a la comunidad y a la economía del país, no tienen una preocupación por el ambiente. Este aspecto es de suma importancia ya que, de seguir así, en algunos años, será tal el deterioro que resultará imposible mantener el turismo, sin contar que el deterioro generado en el ambiente no solo es a nivel local o nacional, sino que se están acabando los recursos del planeta. Por ello es importante realizar recomendaciones que contribuyan a la conservación de la actividad turística y más aún al cuidado del ambiente en general.

La recomendación de mayor importancia para las empresas turísticas en Valle de Bravo es la implementación de prácticas ambientales en las que se tomen en cuenta los tres aspectos: social, natural y económico.

Las recomendaciones para mejorar las prácticas ambientales en el *subsistema social* son:

- elaborar una política de contratación de personal que promueva la equidad de género y étnica, la incorporación de personas con capacidades diferentes, entre otras;
- otorgar como un servicio obligatorio, el seguro de gastos médicos;
- promover la integración entre la empresa y la comunidad a partir de la participación mutua en eventos sociales, deportivos o culturales;
- realizar festejos de las fiestas patronales para los trabajadores,
- promover la visita a monumentos históricos, a la iglesia de San Francisco de Asís, al museo del centro, al mercado de artesanías, entre otros, como un servicio adicional que ofrezca la empresa,

mencionando la importancia de la preservación de los mismos;

- promocionar en el interior de la empresa el aprendizaje del lenguaje étnico;
- ofrecer en la organización espectáculos culturales realizados por la comunidad local como danzas folklóricas, rituales ancestrales, venta de artesanías, entre otros.

Con respecto al *subsistema natural*, se recomienda colocar, dentro de las instalaciones, letreros que contengan medidas para el ahorro del agua como cerrar la llave del agua cuando no la utilicen (mientras se lavan los dientes, se afeitan o se enjabonan); reutilizar las toallas y sábanas que estén limpias; utilizar lavadoras y lavavajillas solo cuando tengan cargas completas; regar jardines solo una vez al día utilizando aguas grises (agua utilizada en el lavado de ropa, la utilizada en las regaderas y la pluvial). Es conveniente colocar también señalamiento para el ahorro de energía como apagar las luces mientras no las utilicen; mantener cortinas abiertas para aprovechar la luz del día; pintar las paredes de colores blancos para obtener mejor reflejo de la luz solar; apagar televisores, calefacción y ventiladores cuando los turistas no se encuentren en las instalaciones, además de tomar acciones para disminuir el consumo de energía como la colocación de focos ahorradores, calentadores solares; desconectar aparatos eléctricos como computadoras, impresoras, electrodomésticos mientras no se están utilizando; secar ropa, toallas y sábanas al aire libre; utilizar la ventilación natural; reutilizar materiales como las botellas de shampoo; emplear los sobrantes de los jabones para el lavado de ropa; reciclar y separar la basura en inorgánica y orgánica utilizando ésta última para realizar compost, entre otros. Para disminuir las emisiones de humo, es importante revisar los vehículos de recreo constantemente; disminuir la utilización de los mismos como por ejemplo no dar paseos en lancha hasta que todos los lugares estén ocupados; rentar solo un determinado número de motocicletas por hora, y de esta manera reducir el consumo de combustible, las emisiones y el ruido; anunciar a la empresa en medios electrónicos y en medios de comunicación como radio y televisión.

Por otro lado, es importante destinar áreas para jardines o cultivos, promover la conservación de especies endémicas pequeñas que sea posible integrar en las instalaciones, plantar árboles frutales dentro de las instalaciones, si existen áreas verdes o jardines, y no utilizar pesticidas.

Las recomendaciones para el *subsistema económico* son desarrollar en la empresa turística una visión y políticas de sustentabilidad, enfocadas al servicio, y establecer un compromiso por parte de la empresa para satisfacer las necesidades, requerimientos y deseo de los clientes. En lo ambiental, se debe determinar acciones, comportamientos y compromisos de la empresa y sus trabajadores para la protección del ambiente; dentro de las políticas sociales, crear normas de comportamiento de la empresa y sus trabajadores con la sociedad y la comunidad del municipio; para la gestión humana, plantear objetivos que contengan información de lo que se espera de los trabajadores y viceversa; y en lo referente a las políticas de seguridad, la empresa tiene que proponer acciones concretas de seguridad y salubridad, cuidado del personal, equipo, herramientas, recursos, entre otros. Además, se debe apoyar el desarrollo local, mediante la compra de productos con proveedores de la zona; implementar manuales de procedimientos donde se encuentre registrada la información básica del funcionamiento de todas las áreas y puestos de la empresa, además de las obligaciones de realizar acciones que ayuden a la conservación del ambiente; incentivar a los empleados de manera que exista un clima propicio y armonioso en toda la empresa, aumentando la motivación que les impulse a estar a gusto con su trabajo; destinar una parte de los ingresos para realizar acciones a favor del ambiente; impartir cursos de educación ambiental a todos los miembros de la empresa por lo menos tres veces al año.

Por último es importante realizar recomendaciones para las autoridades correspondientes en el municipio de Valle de Bravo, como son: implementar un reglamento exclusivo para empresas turísticas en materia ambiental; exigir áreas verdes dentro de las empresas turísticas; ejecutar un programa de verificación de los vehículos de recreación; multar a las empresas en caso de arrojar efluentes a la presa Miguel Alemán, y dar seguimiento a la separación de basuras, otorgar permisos a la población local para poner establecimientos turísticos a menores costos, integrar a los habitantes del municipio en la realización de eventos, ofrecer capacitación a los encargados de las empresas en materia ambiental, y promover la certificación de municipio limpio, entre otras.

Con estas recomendaciones, se disminuye de manera significativa el deterioro del ambiente ya que la empresa, con la aplicación de prácticas ambientales adecuadas, asegura el crecimiento y mantenimiento de la misma empresa, beneficia los propietarios, trabajadores y los pobladores de



Valle de Bravo, conserva los recursos naturales del municipio, y mantiene la actividad turística sin perjudicar el ambiente social e irrespetar la cultura local.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bernal, E., 2010. Transformación del paisaje natural y cultural: Desarrollo del turismo en Valle de Bravo, Estado de México (1930-2010). Tesis de la Universidad Autónoma del Estado de México.
- Brinckmann, W., 2010. Development, complexity and sustainable tourism. The use of the land from the XXI Century Challenges. Universidad de Santa Cruz Do Sul. Brasil. Disponible en <http://revistas.um.es/geografia/article/download/114401/108401>
- Carta de Lanzarote, 1995. Conferencia Mundial del Turismo Sostenible. España. Disponible en www.turismosostenible.org
- Case, D., 1993. Herramientas para la comunidad. Chile
- De Miguel, E., 1993. Introducción a la Gestión (Management). Valencia.
- García, R., 2008. Filosofía de la Ciencia. Sistemas Complejos. Barcelona.
- García, R., 2008. Filosofía de la Ciencia. Sistemas Complejos. Barcelona.
- Guía para la Ecoeficiencia, 2004. Disponible en www.ministeriaambiental.com
- Imagen Urbana de Valle de Bravo. (2009). Bando Municipal de Valle de Bravo. Disponible en www.todovalle.com
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Gobierno del Estado de México, 1987. Anuario Estadístico.
- López, L., 1992. Valle de Bravo: Herencia y Promesa. Gobierno del Estado de México. DIGETUR.
- Marguli, M., 1997. Cultura y discriminación social en la época de la globalización. En: Revista Nueva Sociedad, N° 152. Buenos Aires.
- Marí, M., 2003. Manual de gestión de la calidad ambiental. Washington D.C. Disponible en: www.science.oas.org
- Molano, O., 2010. Identidad cultural: un concepto que evoluciona. En: Revista Opera año 2010 N° 7. Colombia.
- Mowforth, M. y Munt, S., 1998. Tourism and Sustainability. New tourism in the third world. Gran Bretaña.
- Osorio, M. y Castillo, M., 2006. Ensayos Teóricos Metodológicos del Turismo. México.
- Rubio, V., 1999. La Gestión ambiental en la pequeña y mediana empresa. Segundas Conferencias Sobre El medio ambiente: turismo y medio ambiente. Valencia. Disponible en www.ces.gva.es/pdf/conferencias/02/3.pdf
- Secretaría de Gobernación, 2006. Participación Social. Disponible en www.e-local.gob.mx
- Secretaría de Turismo, 2010. Programa Moderniza. Distintivo "M". Disponible en <http://cadihsc.com>
- Secretaría de Turismo. Gobierno del Estado de México, 2007. Anuario Estadístico de Turismo.
- Sierra, N., 2010. Desarrollo, planeación y ordenamiento territorial en Valle de Bravo, México: Electrificación y turismo. Tesis de la Universidad Autónoma del Estado de México.
- Torre, M., 2010. Buenas prácticas ambientales en el turismo. En: Revista Anuario de Estudios en Turismo año 10, Vol. VI. Buenos Aires.
- Villanueva, M., 2002. La seguridad humana: una ampliación al concepto de seguridad global. Argentina. Disponible en www.globalargentina/vill01.html

