

Turismo de base comunitaria y responsabilidad social en los ejidos El Jorullo y Benito Juárez, México

DOI: 10.2436/20.8070.01.141

Daniela Giovana Ortiz Lopez
Centro Universitario de la Costa.
Universidad de Guadalajara, México.
E-mail: danielaortiz.df@gmail.com

Rosa María Chávez Dagostino
Centro Universitario de la Costa.
Universidad de Guadalajara, México.
E-mail: rosac@cuc.udg.mx

José Luis Cornejo Ortega
Centro Universitario de la Costa.
Universidad de Guadalajara.
E-mail: jose.cornejo@cuc.udg.mx

Resumen

Las experiencias de turismo de base comunitaria en el mundo se multiplican probando que existen alternativas al modelo turístico tradicional, con capacidad de mejorar las condiciones de vida de las comunidades. Las cooperativas ejidales Casa Mexicana de la Ballena Gris y Canopy River han incursionado exitosamente en el turismo sin una estrategia específica de responsabilidad social. El objetivo de este trabajo es determinar los elementos de responsabilidad social empresarial (RSE) en los ámbitos social, económico y ambiental existentes en ambas empresas, con apoyo de una herramienta gráfica de la Economía Social: advalua. Se utilizaron 14 indicadores que los responsables de las empresas calificaron con una escala de 0-3, según el grado de cumplimiento. Se encontró un buen desempeño general en ambas empresas en los tres ámbitos. Canopy River tiene mejor desempeño en el ámbito social y su mayor área de oportunidad es la ambiental. Para Casa Mexicana el mejor desempeño resultó lo ambiental y, el área de oportunidad en el ámbito económico.

Palabras claves: Turismo Comunitario. Indicador. Cooperativa. Economía Social. Ejido.

1 INTRODUCCIÓN

El éxito de una empresa depende de factores que trascienden más allá de la rentabilidad financiera, es por lo que la responsabilidad social empresarial (RSE) ha adquirido relevancia en todo el mundo. Sin embargo, no existe un acuerdo en su definición, varía en el tiempo y según los enfoques y ámbitos en los que se incluye y, las perspectivas de cada país, por lo que se considera un concepto complejo, vinculante y de distinto alcance. Puede entenderse en general como un compromiso voluntario que, a través de la gestión empresarial, permite responder anticipadamente por los impactos económicos, sociales y ambientales que provoca ante los distintos grupos de interés. Estas características según Reyes-Iturbide (2017) permiten a su vez, relacionarla con la condición de sustentabilidad, donde una empresa sustentable desarrolla prácticas que garantizan un buen futuro para la empresa, colaboradores y familias asociadas, la comunidad y el medio ambiente. Sin embargo, desde la perspectiva de la oferta, la RSE se ha defendido tradicionalmente como una respuesta corporativa convincente en el contexto neoliberal.

Se ha demostrado que ha habido avances notables en la investigación acerca del tema, sobre todo en los aspectos de implementación a nivel de negocio y, el compromiso de las partes interesadas, especialmente en el nivel de destino. Por el contrario, ha habido comparativamente poco trabajo académico en la medición o comunicación, no obstante, para Coles, Fenclova y Dinan (2013) es decepcionante que los diversos enfoques académicos que abordan el tema no han logrado evidentemente, apuntalar en la práctica un manejo más responsable del turismo.

Por otra parte, el turismo de base comunitaria entendido como un turismo de características más humanas y menos mercantiles que surge a partir de experiencias de turismo en el mundo rural, donde la comunidad, convivencialidad y la cotidianidad, son clave para definirlo (Skewes, Zuñiga y Vera, 2012), es un modelo que germina de forma lenta en el mundo, contra el modelo turístico donde los beneficios de corto plazo son principalmente privados y, los impactos negativos se socializan.

Los ejidos, como la forma de propiedad social que junto con las comunidades agrarias, ocupan más de la mitad de las tierras de México (Morett-Sánchez y Cosío-Ruiz, 2017), tienen un gran potencial económico y ecológico, sin embargo, la mayoría tiene grandes carencias que dificultan la producción y comercialización. Por esta razón, el turismo se ha desarrollado de forma creciente en este tipo de propiedad, donde las cooperativas son una forma de organización que respalda esta oferta (Andrade y Ochoa-Velázquez, 2017). Se esperaría que, por sus características, las prácticas empresariales fueran inherentemente responsables en términos de RSE, sobre todo en los aspectos sociales, aún sin la instalación explícita de un modelo de RSE.

El objetivo de este trabajo es explorar los elementos de responsabilidad ambiental, social y económica, presentes en dos empresas cooperativas ejidales que se consideran exitosas (Ortiz-Lopez, 2017), utilizando una herramienta gráfica para determinar la RSE, que permite a su vez, comunicar los resultados de forma sencilla, resaltando con colores los temas más urgentes para atender. Esta puede utilizarse en otros contextos y puede ser aplicada por las mismas comunidades como un autodiagnóstico rápido (Konfekoop, 2010).

2 LA RSE Y EL TURISMO COMUNITARIO

Las empresas de manera global optan por hacerse responsables, bajo la lógica del mercado apoyado en el modelo capitalista, donde el sistema se basa en las necesidades de cada individuo, la desigualdad, el dinamismo productivo y la superación; esto a su vez hace que el Estado tienda a ser partícipe en la reducción de la diferencia social a través de su intervención económica y jurídica; sin embargo, esta carga no solo debe ser asumida por el Estado. Las cooperativas formadas por ejidos actúan bajo una lógica diferente motivados por el logro de objetivos comunes para los participantes.

Con el fin de unificar conceptos, Valenzuela (2004) definió la RSE a partir de una revisión de definiciones, donde destacan cuatro elementos principales: la ética, la integridad, el diálogo y la coherencia, llegando así a la siguiente definición:

“El compromiso que debe tener una empresa en relación con el medio ambiente, la sociedad y los trabajadores, con una intensidad similar a la generación de valor para los propietarios, que se refleja en las estrategias, en las acciones de la empresa, cuya construcción participa activamente en el diálogo, en todos los grupos de interés, actuando en un escenario de justicia y responsabilidad” (Valenzuela, 2004:356).

La RSE se implementa también en función del mejoramiento de la calidad de vida de las personas involucradas tanto en la empresa como fuera de esta, entendida ésta como el aumento de las capacidades y funcionalidades con respecto a la vida, que una persona puede llegar a tener (Scanlon, 1996). Así, las empresas deben tener ciertas responsabilidades con respecto a los ámbitos económico, social y ambiental (Carroll, 1979) en donde lo social comienza con los empleados de la organización, seguido de factores que tienen relevancia en el factor social como son las familias de estos trabajadores, la conciencia que llega a tener la empresa, sus sentimientos, el apoyo a organizaciones no gubernamentales como casas de asistencia e iglesias y en especial a proyectos relevantes en donde puedan ayudar a su ciudad o al mismo país; estas responsabilidades deben englobarse en el término de responsabilidad social ya que son una distinción que apoya a organizar la información que debe tener esta definición.

Actualmente la RSE está tomado fuerza a nivel mundial por la exigencia por parte del mercado y la sociedad (Caravedo, 2011), con posturas cada vez más radicales. Sin embargo, son pocas las empresas que realizan estas prácticas y se certifican para ser reconocidas como tal, en las empresas turísticas comunitarias.

Por otra parte, desde principios del siglo XXI, el turismo alternativo, donde se puede localizar la mayoría de los casos de turismo de base comunitaria, se ha visto como generador de desarrollo local asociado a un proceso de desconcentración y diferenciación turística que ha permitido a su vez, el surgimiento de diversos proyectos y productos turísticos, esto como respuesta a las motivaciones de una demanda interesada en descubrir nuevas opciones de viajes que satisfagan sus necesidades personales (Ibáñez y Rodríguez, 2012).

La creación de nuevas empresas en el entorno social y económico dentro de las comunidades ha sido con la finalidad de generar empleo, tener mejores oportunidades de trabajo y contar con mayores oportunidades de desarrollo local de la población, pero sobre todo el planteamiento de estas empresas va en relación con el apoyo a grupos en situaciones de pobreza, mujeres y niños pensando en un futuro mejor para estos y la comunidad en general (Palomino y López, 2011). En Latinoamérica, existe una tendencia basada en demandas sociales a través de la unificación normativa, el abatimiento de la pobreza y un buen gobierno.

Estas nuevas empresas, en el seno de los ejidos, tratan de impulsar al turista a conocer y disfrutar de su territorio, costumbres y creencias haciéndoles partícipe de éstas. Al mismo tiempo consiguen empleos para su propia comunidad que ellos mismos ordenan, logrando el empoderamiento comunitario que a su vez permite el logro de otros beneficios (Chávez-Dagostino, Sánchez-González y Fortes, 2017). Algunos de estos proyectos han recibido apoyos financieros por parte del gobierno, autoridades estatales y organizaciones no gubernamentales, para seguir desarrollándose de manera trascendente. Así mismo, el desarrollo local basado en la actividad turística puede ser un factor de fortalecimiento en los procesos de recuperación y expansión del territorio en comunidades rurales (López y De Esteban, 2010).

Las empresas de base comunitaria que ofertan actividades turísticas generalmente son microempresas que no instalan explícitamente las prácticas de RSE y no compiten en el mercado tradicional, aunque están presentes en muchos casos. Sin embargo, este tipo de empresas requieren de herramientas sencillas que les permita evaluar sus actividades en el contexto de la sustentabilidad y la RSE. Una de ellas es la herramienta llamada *advalua* diseñada por la Confederación de Cooperativas de Euskadi (Konfekoop, 2010) que reconoce las empresas y entidades que desarrollan políticas de gestión empresarial socialmente responsable y, que publican una memoria de sostenibilidad de acuerdo a los indicadores de Global Reporting Initiative y los indicadores específicos estipulados por la misma Economía Social, que da primacía a las personas y al fin social sobre el capital, que se concreta en gestión autónoma y transparente, democrática y participativa a través del cooperativismo.

Este software está diseñado especialmente pero no exclusivamente, para la Economía Social, ya que tiene una doble funcionalidad: por una parte, diagnosticar y medir el grado de RSE de la empresa, mediante un procedimiento específico de valoración y por otra, ser una guía de implantación de mejoras en los ámbitos que definen la RSE: el económico, el social y el medioambiental. El proceso de implantación y elaboración tiene el objetivo de realizar una memoria de sostenibilidad (Konfekoop, 2010) que registra las acciones de la empresa. Esta herramienta es gráfica y sencilla, que permite hacer diagnósticos básicos y a su vez, comunicar los resultados fácilmente. Esta puede utilizarse en otros contextos y ser aplicada por las mismas comunidades que ofertan actividades turísticas como un autodiagnóstico rápido y ha sido aplicado en otros trabajos para evaluar el desempeño y acercamiento a la sustentabilidad en empresas comunitarias en la costa de Jalisco (Gómez-Morales, 2011; Chávez-Dagostino, Espinoza, Andrade y Gómez, 2012). En estos se determinó que la RS de las empresas de turismo de naturaleza evaluadas, está mejor representada por las acciones sociales y, que las organizaciones con formato de cooperativa demostraron niveles más bajos de desempeño comparadas con las empresas privadas. También se encontró que el turismo de naturaleza crea pocos empleos en la zona y una falta de equidad de género. El aspecto ambiental en las empresas de turismo de naturaleza evaluadas obtuvo un puntaje general de desempeño medio, lo cual puede contradecir la actuación esperada del turismo de naturaleza cuando trata de disminuir los impactos ambientales negativos.

3 CARACTERÍSTICAS DE LOS EJIDOS: EL JORULLO Y BENITO JUÁREZ

3.1 Ejido El Jorullo

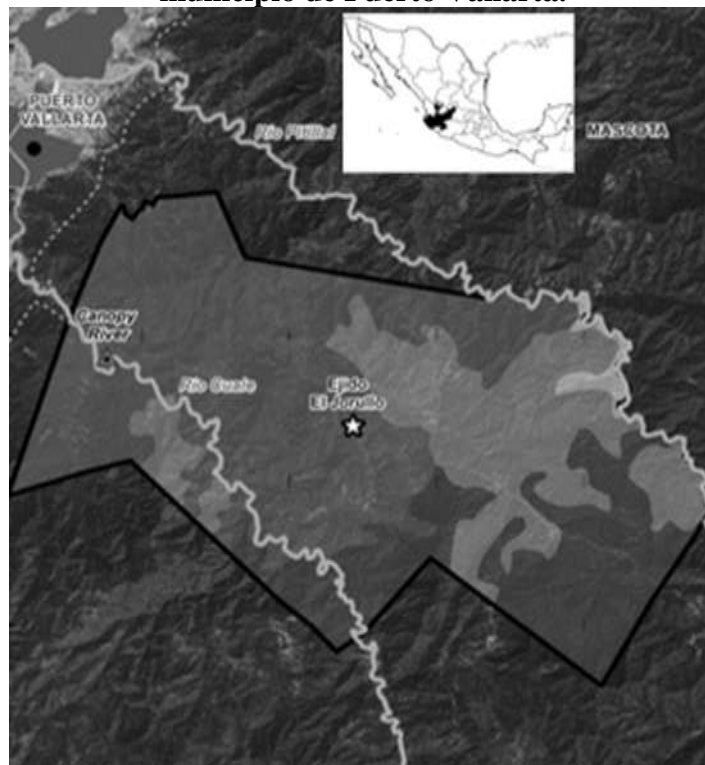
Localizado en el municipio de Puerto Vallarta, en la región centro occidente del país, al poniente del estado de Jalisco. Colinda al norte con Bahía de Banderas en Nayarit,

al este con los municipios de San Sebastián del Oeste y Mascota, y al sur con Cabo Corrientes y Talpa de Allende (INEGI, 2017).

El Jorullo es una de las 104 localidades del municipio de Puerto Vallarta en la región costa norte de Jalisco (IIEG, 2017), que da nombre al ejido donde opera la cooperativa Canopy River (figura 1), a cinco kilómetros del centro de Puerto Vallarta, en la zona montañosa del municipio. El ejido cuenta con una superficie de 13, 530 ha dentro de las cuales se encuentran 16 localidades, donde Los Llanitos y La Arenita son las de mayor población. Las principales actividades de estas localidades son la elaboración de productos lácteos (queso, leche y crema), la venta de productos artesanales y por último el turismo, que se ha convertido en una actividad importante debido a que la zona ofrece una diversidad de escenarios naturales relativamente bien conservados. Esta última característica ha hecho que la mayor parte de la superficie del ejido sea considerada como parte de una propuesta estatal de área natural protegida con el consentimiento de los ejidatarios (Chávez-Dagostino, Sánchez-González y Fortes, 2017).

Canopy River es una empresa cooperativa con base ejidal que ofrece actividades de turismo de aventura y ecoturismo como caminatas, rappel, paseo en mula, tours en motocicletas y el principal atractivo que es la actividad de canopy en diferentes productos. Otros servicios que oferta es el de restaurant-bar, así como espectáculos nocturnos como noches mexicanas. Empezó a operar en el 2005, hoy la forman 36 socios. La mayoría de los empleados, con alguna excepción, pertenecen a alguna localidad dentro del mismo ejido, su número ha ido creciendo, así como en las actividades que realizan (Chávez-Dagostino, Sánchez-González y Fortes, 2017). La afluencia turística ha crecido enormemente de 2,500 visitantes en el 2006 a cerca de 40,000 en el 2016.

Figura 1 - Localización del ejido El Jorullo y la empresa Canopy River en el municipio de Puerto Vallarta.



Fuente: Mapa elaborado por Flores-Navarro (Flores-Navarro y Vladymir, 2017).

3.2 Ejido Benito Juárez

Localizado en Guerrero Negro que se encuentra ubicado en la costa del océano Pacífico en Baja California Sur. Esta localidad forma parte del municipio de Mulegé (figura 2) y colinda con los municipios de Loreto y Comondú. Guerrero Negro es uno de los centros urbanos más importantes según la Subsecretaría de Planeación y Desarrollo Económico del Gobierno de Baja California Sur (SDEMARN, 2015) con distintas actividades: la agricultura, la ganadería, la pesca, la minería y el turismo. En cuestiones de agricultura es el segundo municipio productor agrícola del estado, se especializa en la producción de hortalizas.

La zona del Pacífico-Norte se encuentra en una de las reservas pesqueras más importante del país y por ello es considerada la principal región pesquera en Baja California Sur (Poo, Ramírez y Quintero, 2011). Los principales productos mineros con los que cuenta son la sal la cual se obtiene de la localidad de Guerrero Negro, dicha actividad ha posicionado a esta localidad como primer productor a nivel nacional, teniendo una producción de sal de 8.7 millones de toneladas. Por último, la actividad turística también forma parte importante dentro de este estado, las actividades que se realizan alrededor de esta es el ecoturismo ya que el lugar se destaca por la observación de ballena gris en los santuarios balleneros que son la Laguna de San Ignacio y el Complejo Lagunar Ojo de Liebre, la observación de aves marinas y fauna silvestre como es el caso del berrendo peninsular. Existen otras actividades que se realizan dentro de la zona, como la visita a las pinturas rupestres, el ciclismo y el turismo náutico que se hace con embarcaciones pequeñas.

Para contextualizar el área de estudio es necesario partir de algunos aspectos relevantes del territorio ya que la zona en la que se encuentra la empresa está sujeta a tres decretos normativos de protección: Reserva de la Biósfera, Reserva de aves y sitio Ramsar.

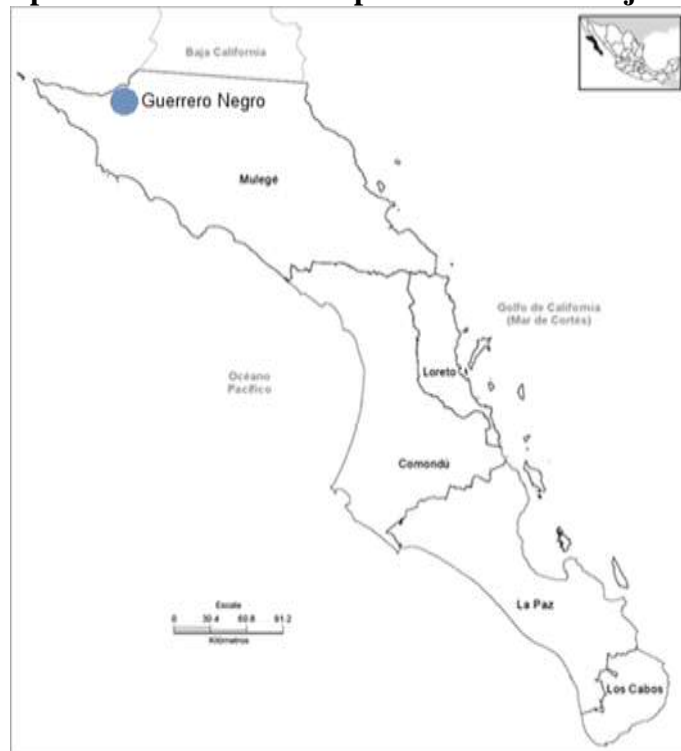
La Reserva de la Biosfera El Vizcaíno (REBIVI), ubicada al extremo norte del estado de Baja California Sur, va desde la laguna de Guerrero Negro, hasta la punta del estero El Dátil (figura 2), es el área natural protegida con mayor extensión geográfica del país (INE, 2000).

El complejo Lagunar Ojo de Liebre además de encontrarse dentro de la REBIVI, cuenta con otras dos inscripciones de protección: la primera denominación fue a través de un sitio de importancia internacional de la Red Hemisférica de Reservas para Aves Playeras en el año 2000 (RHRAP, 2018) y, otra como sitio Ramsar para la protección de humedales según la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP, 2003).

Dentro de esta zona se encuentra el ejido Benito Juárez el cual se encarga de la empresa Casa Mexicana de la Ballena Gris. Este ejido es uno de los más sobresalientes debido a que parte de sus tierras se encuentran dentro del complejo lagunar Ojo de Liebre, esta laguna es mayormente conocida por ser un hábitat importante para la reproducción y crianza de la ballena gris, es por esto que durante cinco meses (diciembre a abril) (CONANP, 2015), se practica el avistamiento de ballena gris como parte de las actividades de ecoturismo que realiza la empresa.

Además de poseer tierras dentro del complejo lagunar y el lugar donde se establecieron como comunidad, también cuentan con una extensión de tierra la cual es arrendada a Exportadora de Sal S.A. de C.V., una de las productoras y exportadoras de sal más importantes del mundo.

Figura 2 - Mapa de la división municipal del estado de Baja California Sur.



Fuente: Modificado de INEGI (2010).

4 EVALUACIÓN DE LA RSE

Para medir la RSE se aplicó un cuestionario a los responsables, administradores o gerentes de Canopy River y Casa Mexicana de la Ballena Gris. El cuestionario de 14 ítems distribuidos en tres ámbitos, fueron calificados con una escala del 0 al 3 (cuadro 1) de acuerdo con indicadores propuestos en la evaluación básica del software advalua, que permite medir la RSE a nivel básico (Konfekoop, 2010). En uno de los casos fue necesario entrevistar a más de una persona de la empresa para completar la información que se requería. Los puntajes obtenidos para cada indicador y las preguntas derivadas para los aspectos económicos, ambientales y sociales de acuerdo con Gómez-Morales (2011) y Chávez-Dagostino, Espinoza, Andrade y Gómez (2012), se graficaron e interpretaron y promediaron para obtener el valor total de RSE de la empresa.

4.1 Aspectos económicos

Los indicadores en este ámbito indagan acerca de si la organización cuenta con un escrito formal donde se declaran tanto los valores, la misión, la visión y los objetivos estratégicos a largo plazo. También toma en cuenta los sistemas de control, si se priorizan las compras locales (consumo local); si, operativamente tienen un sistema de gestión de la calidad que monitoree las acciones de la organización, si tiene herramientas para la planificación y el seguimiento presupuestario. Se pregunta además si se ha diseñado un plan de negocios, si la empresa controla sus productos y/o servicios y enfoca parte de sus esfuerzos a la generación de ellos utilizando procesos innovadores incorporando un seguimiento documentado de los resultados que se generan. El control de ventas, los impuestos y subsidios recibidos, así como la evolución de las ganancias retenidas también

se incluyen en las preguntas que se resumen en las figuras 3 y 4, igual que para los siguientes aspectos.

4.2 Aspectos ambientales

Se consideraron indicadores con base al compromiso que las empresas tienen con el medio ambiente y el establecimiento de indicadores que permiten analizar resultados, fijar objetivos de mejora y minimizar impactos ambientales, además de aplicar mecanismos que favorezcan una mejora en la gestión de residuos sólidos, el agua, la energía, la reducción de contaminantes y, por último, fomentar la participación en información y formación de las personas en materia ambiental.

4.3 Aspectos sociales

Se utilizaron indicadores relacionados con el diálogo y la transparencia que tienen las empresas con el grupo de interés para el que están destinados, llámese turistas, empleados, población local, si la empresa cuenta con valores corporativos bien definidos y principios étnicos adaptados para cada grupo de interés a corto, mediano y largo plazo; si cuenta con mecanismos que garantizan la igualdad en la selección, contratación, formación, promoción y retribución de los miembros de la organización; si se colabora en el desarrollo de la comunidad local a través de la participación activa de la sociedad; si se realizan acciones o apoyos de acción social a través de otras organizaciones y por último, si se asume una relación con los clientes más allá de los obligatorios o legales.

Cuadro 1 - Indicadores por ámbito, del cuestionario de evaluación básica de RSE

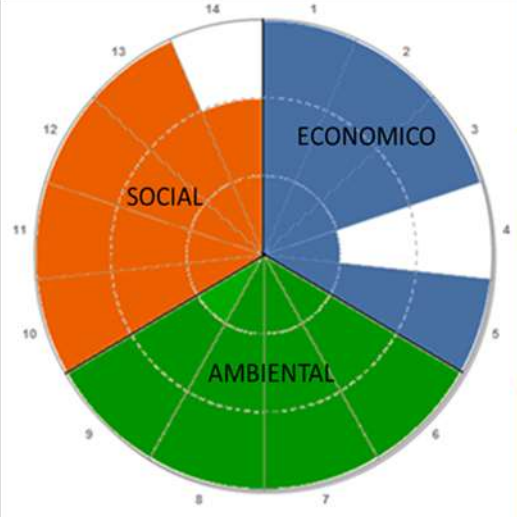
Ámbito	Indicadores	Puntaje
1.Económico	Misión, visión, valores y objetivos estratégicos	0 1 2 3
2.Económico	Uso de recursos locales	0 1 2 3
3.Económico	Sistemas de gestión	0 1 2 3
4.Económico	Marketing e innovación	0 1 2 3
5.Económico	Control económico	0 1 2 3
6.Ambiental	Política y objetivos ambientales	0 1 2 3
7.Ambiental	Gestión de residuos agua y energía	0 1 2 3
8.Ambiental	Reducción de diferentes contaminantes	0 1 2 3
9.Ambiental	Información y formación ambiental	0 1 2 3
10.Social	Diálogo y transparencia grupos de interés	0 1 2 3
11.Social	Valores corporativos y principios étnicos	0 1 2 3
12.Social	Igualdad de oportunidades	0 1 2 3
13.Social	Comunidad local	0 1 2 3
14.Social	Satisfacción de la clientela	0 1 2 3

Fuente: Elaboración propia con base en el software advalua (Konfekoop, 2010).

5 RESULTADOS

Casa Mexicana de la Ballena Gris obtuvo una calificación de 39 de 42 puntos posibles y, cubre la mayoría de los aspectos evaluados (Figura 3), salvo en los ámbitos Económico (indicador número cuatro) y Social (indicador número catorce), que resultan áreas de oportunidad. Con respecto al ámbito Económico, la organización cuenta con un manual donde se especifican los valores, misión, visión y objetivos a corto y largo plazo.

Figura 3 - Resultados obtenidos por ámbito e indicador de la empresa Casa Mexicana de la Ballena Gris.



Casa Mexicana de la Ballena Gris	Ámbito	Pregunta	Valor			
			0	1	2	3
Casa Mexicana de la Ballena Gris	ECONÓMICO	¿La organización dispone de una declaración formal de sus valores, misión, visión y objetivos a largo plazo, así como de una sistemática para su control?				3
		¿La organización prioriza las compras de recursos locales y tiene una política definida respecto a estas compras?				3
		En términos operativos, ¿la organización dispone de un sistema de gestión de la calidad, donde se incorpora la RS?				3
		¿La organización dispone de un plan de marketing y controla sus productos/servicios y las comunicaciones que realiza a sus grupos de interés, además de enfocar sus esfuerzos en la generación de productos/servicios?		1		
	AMBIENTAL	¿La organización lleva un control de ventas, de la destinación de excedentes, de la distribución de deudas, de los impuestos y subsidios recibidos, y de la evolución de las ganancias?				3
		¿La organización evidencia un compromiso explícito con el medio ambiente, establece objetivos que minimicen su impacto?				3
		¿La organización tiene establecidos mecanismos que favorezcan una buena gestión de sus residuos, el agua y la energía?				3
		¿La organización tiene establecidos mecanismos para reducir diferentes tipos de contaminaciones?				3
	SOCIAL	¿La organización fomenta la participación, información y formación de las personas en los procesos de mejora ambiental?				3
		¿La organización establece canales de comunicación con sus grupos de interés para fomentar la transparencia?				3
		¿La organización tiene definidos unos valores corporativos y principios de actuación éticos para cada grupo de interés que guíen su actividad a corto y largo plazo?				3
		¿La organización ha incorporado mecanismos que garanticen la igualdad en la selección, contratación, formación, promoción y retribución de las personas de la organización?				3
		¿La organización se esfuerza por el desarrollo local de la comunidad, a través de estrategias aplicables a dicho fin, mediante su participación activa en el tejido social?				3
		¿La empresa asume en su relación con clientes y clientas aspectos más allá de los puramente legales u obligatorios?				3

Fuente: Software advalua (Konfekoop, 2010).

Los insumos que se utilizan en el restaurante se compran localmente en el Ejido Benito Juárez (90%) y, lo restante se compra en el municipio de Guerrero Negro. Realizan el ejercicio de planificación de la temporada de observación de ballenas, en la cual se deciden las necesidades de la empresa, así como el presupuesto necesario. Un ejemplo de esto es la restauración y/o construcción de palapas, palma, mantenimiento de baños y áreas de cocina, entre otros, con la finalidad de ofrecer un servicio de calidad.

La comunicación con el segmento de interés al que está dirigido su producto es casi nula debido a que no cuentan con una página adecuada para reservas e información

de sus servicios. Otra de las oportunidades de mejora identificada para esta empresa es la relacionada con la información que se proporciona para realizar otras actividades con la misma empresa y en la zona y, una vez realizado el avistamiento de ballena no se da seguimiento sobre su experiencia o futuras visitas.

Se lleva un control de boletos vendidos, así como el control de las deudas, el cual se realiza diariamente con hojas de cálculo a mano y se cuenta con documentos que avalan los subsidios que se les ha otorgado.

Con respecto a los aspectos ambientales, se confirmó que cuentan con documentos manifestando el compromiso con la conservación de flora y fauna, así como las acciones que realizan para el manejo y/o el mantenimiento de las áreas que se utilizan. Cuentan con mecanismos de ahorro de agua como es el uso de baños secos, además de contar con una pila de agua con una capacidad de 60,000 litros, la cual se utiliza para las instalaciones y se distribuye por un sistema de abastecimiento por gravedad a través de mangueras. Para la gestión de residuos se tienen botes de basura donde los residuos se separan en orgánicos e inorgánicos. Utilizan energía fotovoltaica para algunas instalaciones, la utilización de motores de cuatro tiempos en las embarcaciones hace que estas gasten menos combustible, sin embargo, muchas de las lanchas salen con el mínimo de la capacidad de carga (pasajeros) que implica un mayor número de viajes y, por tanto, la utilización de mayor combustible.

Cada palapa-dormitorio, cuenta con fosas secas y en el caso de los baños se cuenta con una fosa semi-seca la cual al solo utilizarse tres meses se va secando poco a poco lo que disminuye o elimina el problema de contaminación del suelo por heces fecales. El jabón que se utiliza para el lavado de trastes es biodegradable y el agua que se utiliza de igual forma se traslada a una fosa amplia.

En toda la laguna se cuenta con información relacionada con el cuidado del medio ambiente, así como la flora y fauna del lugar. Cuenta con un reglamento para el comportamiento de los turistas tanto dentro de las instalaciones como para el avistamiento de especies.

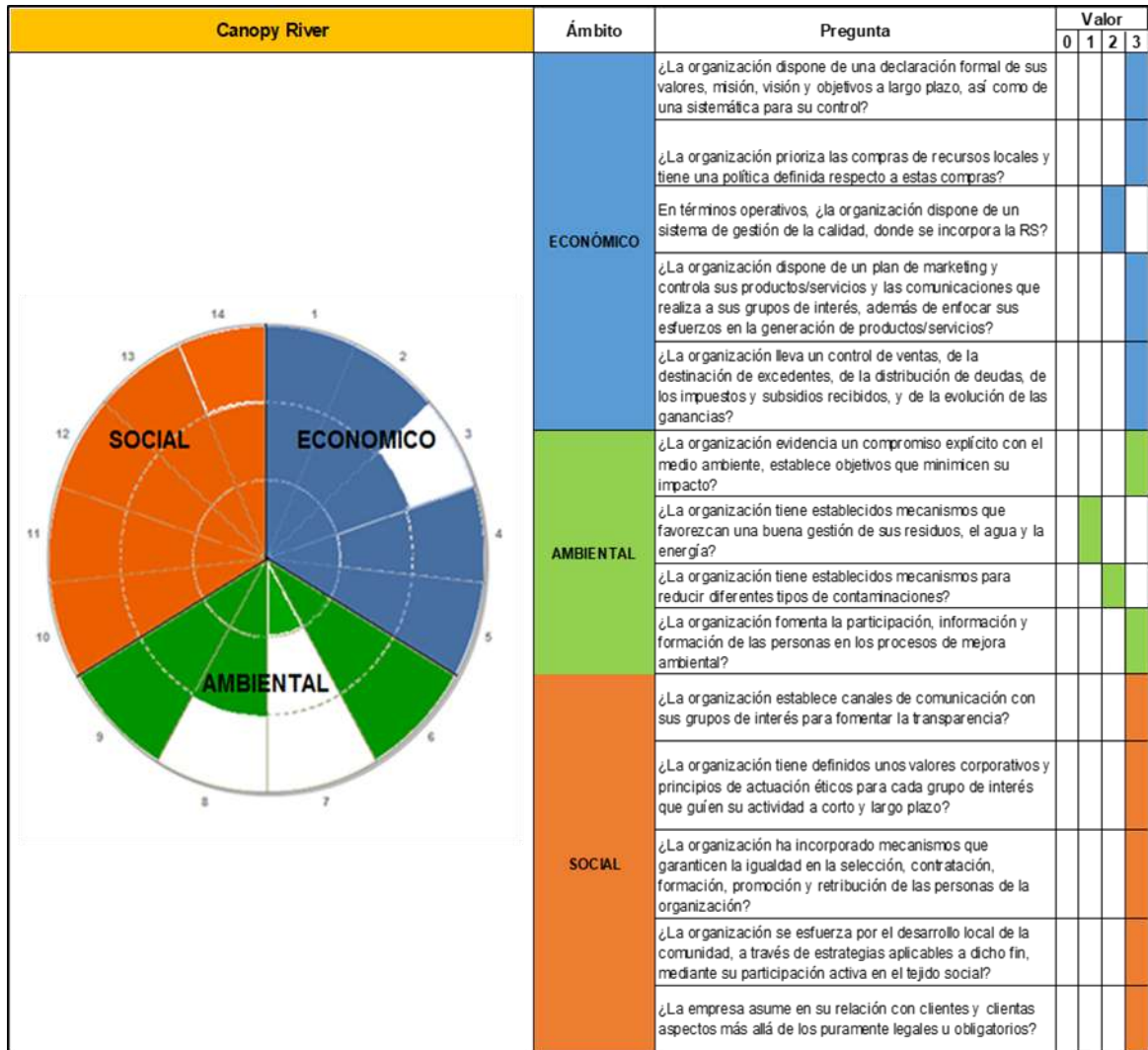
En lo que corresponde al ámbito social, se realiza una reunión por parte de la empresa cada 15 días para tratar temas de organización y gestión, tomando en cuenta las opiniones de los involucrados para darle respuesta a las necesidades. La empresa cuenta con valores y principios ya establecidos desde su creación y se difunden. También tienen mecanismos de selección y contratación en relación con los perfiles del puesto, sin importar género. Cada año se realiza rotación y nueva contratación de todo el personal con el fin de darle oportunidad de trabajo a una parte de la comunidad cada vez.

La CONANP, la Exportadora de Sal y la Reserva de la Biosfera del Vizcaíno, son algunas de las organizaciones que apoyan a esta empresa con subsidios en construcción para la mejora y/o restauración de infraestructura o en eventos y capacitación. La ayuda es mutua y cooperan estrechamente para lograr la conservación, mantener así el patrimonio natural, hecho que beneficia a todos.

La empresa además está certificada por la norma voluntaria de calidad NMX-AA-133-SCFI-2013 (Diario Oficial de la Federación, 2014), la cual ya ha renovado cumpliendo los requisitos y las especificaciones de sustentabilidad que estipula.

Por su parte, Canopy River obtuvo una calificación de 38 de 42 puntos posibles, la empresa cubre con una gran parte de los aspectos evaluados, salvo en los ámbitos económico (indicador número tres) y ambiental (indicadores siete y ocho), que en este caso son áreas de oportunidad para la empresa.

Figura 4 - Resultados obtenidos por ámbito e indicador de la empresa Canopy River.



Fuente: Software advalua (Konfekoop, 2010).

Los insumos que se utilizan en el restaurante y durante las actividades que ofertan, son productos provenientes del ejido El Jorullo (80%), mientras que el resto se compra en el municipio de Puerto Vallarta. Por lo menos una vez al mes se realiza una junta de socios y empleados para conocer las necesidades que tiene tanto la empresa como sus trabajadores, teniendo una planificación de las actividades a realizar durante un periodo determinado. La empresa ha enfocado grandes esfuerzos en la generación de servicios innovadores como es la construcción del puente colgante vehicular más largo de mundo con 470 metros de largo y 150 metros de altura, según sus propias palabras, que utilizan para caminatas y recorridos en vehículos motorizados ligeros. Además, de la construcción de una nueva palapa en el área de restaurante con la finalidad de aumentar la capacidad, ofrecer un mejor servicio y aumentar la oferta de trabajo dentro de la empresa. Por otra parte, la organización lleva un control de las entradas a las actividades a través de los boletos o pulseras vendidos, así como un control de los gastos e ingresos que tienen diariamente.

Con respecto al rubro ambiental, cuentan con documentos que manifiestan el compromiso con la conservación de su ambiente, por otra parte, el ejido cuenta con un

pago por servicios hidrológicos el cual es una forma de fomentar y concientizar a las comunidades sobre la conservación. La empresa no cuenta con mecanismos establecidos de ahorro de agua ya que la mayor parte del agua que se utiliza dentro de las instalaciones (baños, cocina, lavabos) se obtiene del río Cuale a través de bombas que transportan el agua a tinacos o cisternas. La gestión de residuos se limita a la separación en orgánicos e inorgánicos. Durante la mayoría recorridos se va proporcionando información relacionada con la flora y fauna del lugar, además de contar con un reglamento para el comportamiento de los turistas en cuestiones ambientales, durante la realización de las actividades

En lo que corresponde al ámbito social que fue el de puntuación más alta, se justifica por las siguientes características: se realizan juntas mensuales para tratar temas sobre la organización, tomando en cuenta las opiniones de las personas involucradas dentro de la organización. Para los mecanismos de selección y contratación de personal se hace exclusivamente de la comunidad sin importar género o edad, dándoles la oportunidad de crear nuevas capacidades.

La organización se esfuerza por tener apoyo y colaboración con las universidades e institutos de la región a través de convenios, la realización de servicio social o prácticas profesionales e investigación, hecho que les beneficia a ambas partes. También trabajan estrechamente con el Ayuntamiento de Puerto Vallarta y otras instituciones en busca de subsidios y apoyos para la implementación de contenedores grandes de basura y la pavimentación de las calles que llevan a las comunidades, para facilitar el acceso a locales y visitantes.

La empresa Canopy River, puede considerarse como una de las empresas en Puerto Vallarta que se encuentra encaminada a lograr la sustentabilidad donde, las áreas de oportunidad identificadas están relacionadas con los sistemas de gestión, la gestión de residuos, agua y energía y, la reducción de contaminantes.

Este ejercicio constituiría la fase del diagnóstico, que tiene por objetivo analizar la situación en la que se encuentra la organización, con base en compromisos, que representan la declaración de principios que la empresa ha planteado.

5.1 Comparativo entre las empresas comunitarias

El puntaje promedio obtenido por la empresa Canopy River (cuadro 2) fue de 2.68. El ámbito en el que tuvo una mayor puntuación fue en el apartado social con 3 puntos. Esto puede explicarse debido a que se aseguran de establecer canales de comunicación con los clientes, tiene sus valores corporativos y principios éticos estructurados, utiliza mecanismos que garantizan la igualdad en la selección y contratación del personal, así como generar la participación del desarrollo local y el seguimiento con los clientes después de realizar las actividades. El ámbito económico tuvo una puntuación de 2.80 debido a que la organización no dispone de un sistema de gestión de calidad adecuado y por último el área ambiental obtuvo un puntaje de 2.25, si bien lo ayuda el estar de acuerdo con ingresar en el pago por servicios ambientales aún no se establecen medidas de ahorro de agua y la implementación de mejores mecanismos para la gestión de los residuos, mientras que para Casa Mexicana de la Ballena Gris (cuadro 2) el puntaje promedio obtenido de la empresa fue de 2.80. El ámbito en el que tuvo una mayor puntuación fue en el apartado ambiental con 3 puntos, seguido del ámbito social con un 2.80 y por último el ámbito económico con un puntaje de 2.60. El área que tuvo mayor puntuación en esta empresa fue la ambiental debido a las tres zonas de protección con la que cuenta, además de contar con la certificación en instalaciones y las

actividades que realizan. El área social no cuenta con un seguimiento de clientes, es decir, una vez que se realiza el tour no se vuelve a invitar a los clientes a que los visiten de nuevo y tampoco se les vuelve a contactar para futuros tours que podrían llegar a tomar en otras temporadas. En el área económica se tuvo una puntuación baja debido a que no cuentan con planes de marketing que apoyen los productos y/o servicios que oferta la empresa.

Cuadro 2 - Puntaje promedio tenido por área y por empresa

Área	Canopy River	Casa Mexicana de la Ballena Gris	Promedio
Económico	2.80	2.60	2.70
Ambiental	2.25	3	2.63
Social	3	2.80	2.90
Promedio	2.68	2.80	2.74

Fuente:

CONSIDERACIONES FINALES

La RSE en los aspectos social y ambiental dentro de las empresas fue bastante positiva en los dos casos. Por parte de la empresa de Casa Mexicana de la Ballena Gris el aspecto mejor representado fue el ambiental, esto debido a la obligatoriedad de protección de su territorio a diferentes escalas, lo que los ha hecho más conscientes en términos ambientales y que sus prácticas turísticas sean de bajo impacto. Al estar esta empresa certificada por la norma NMX-AA-133-SCFI-2013, cumple con requisitos que ayudan a que esta empresa tenga un puntaje superior en los aspectos ambientales.

Por otro lado, la empresa de Canopy River obtuvo un puntaje elevado en la cuestión social ya que la empresa ha apoyado a otros ejidos a través de cursos o pláticas de la experiencia que ellos han tenido en la realización de la empresa y como otros ejidos pueden optar por esta práctica del ecoturismo. A su vez la empresa le da oportunidad de trabajo en diferentes áreas según sus habilidades o perfiles dándole así oportunidad a jóvenes y adultos de tener un ingreso extra para su familia o la oportunidad de aprender del negocio.

Si se comparan los valores promedio globales del desempeño en RSE de las dos empresas de este estudio, con empresas de turismo de naturaleza evaluadas en la costa de Jalisco (Chávez-Dagostino, Espinoza, Andrade y Gómez, 2012) con la misma herramienta de advalua, se encuentran diferencias importantes. Mientras en la costa de Jalisco se calcularon valores de desempeño de RSE promedio de entre 1.8 y 2.1, donde la mejor empresa evaluada fue una empresa comunitaria de base ejidal y la de menor desempeño fue una cooperativa de servicios turísticos. En cambio, las empresas evaluadas en este trabajo obtuvieron un puntaje global promedio de 2.74, que implica un muy buen desempeño, con algunas áreas de oportunidad. Esto apunta a que la condición de ejido y cooperativa promueven una mayor RSE a diferencia de lo reportado para la costa de Jalisco. Sin embargo, estas condiciones por si mismas, no representan una garantía para el buen desempeño. El trabajo en el ejido y en la cooperativa, debe estar cimentado en la confianza, la cooperación y el consenso de las metas, que debería ser estudiado.

Las empresas estudiadas presentan un buen desempeño en elementos básicos RSE, que pueden incluirse en la planeación estratégica de las empresas, no solamente como estrategia corporativa de mercado. A mediano y largo plazo puede tener un papel importante en la promoción de una mejor calidad de vida de los socios de las cooperativas y demás miembros de los ejidos, así como en el desarrollo local sustentable.

REFERENCIAS

Andrade, E., & Ochoa-Velázquez, M. Á. (2017). La cooperativa, organización que beneficia a todos. In R. M. Chávez Dagostino, Y. Sánchez González, & S. Fortes (Eds.), *De campesinos a empresarios: Experiencia turística del ejido El Jorullo* (pp. 57–79). Puerto Vallarta: Universidad de Guadalajara.

Caravedo, B. (2011). Fundamentos. In A. Vives & E. Peinado-Vara (Eds.), *RSE. La responsabilidad social de la empresa en América Latina* (p. 468). Washington: Cumpetere.

Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *The Academy of Management Review*, 4, 497–505.

Chávez-Dagostino, R. M., Sánchez-González, Y., & Fortes, S. (2017). *De campesinos a empresarios: Experiencia turística del ejido El Jorullo*. Puerto Vallarta: Universidad de Guadalajara.

Coles, T., Fenclova, E., & Dinan, C. (2013). Tourism and corporate social responsibility: A critical review and research agenda. *Tourism Management Perspectives*, 6, 122–141. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2013.02.001>

CONANP. (2003). Ficha Informativa de los Humedales de Ramsar (FIR). Retrieved from [http://ramsar.conanp.gob.mx/docs/sitios/FIR RAMSAR/Baja California Sur/Laguna San Ignacio/Laguna San Ignacio.pdf](http://ramsar.conanp.gob.mx/docs/sitios/FIR_RAM SAR/Baja California Sur/Laguna San Ignacio/Laguna San Ignacio.pdf)

CONANP. (2015). *Inicia temporada de avistamiento de Ballena Gris*. Ciudad de México.

Diario Oficial de la Federación (2014). Declaratoria de vigencia de la Norma Mexicana NMX-AA-133-SCFI-2013 (2014). Distrito Federal: DOF. Retrieved from <http://legismex.mty.itesm.mx/normas/aa/nmx-aa-133-scfi-2013.pdf>

Flore-Navarro, K. L., & Vladymir, S. V. I. (2017). El territorio de El Jorullo. In R. M. Chávez-Dagostino, Y. Sánchez-González, & S. Fortes (Eds.), *De campesinos a empresarios: Experiencia turística del ejido El Jorullo* (pp. 23–40). Puerto Vallarta: Universidad de Guadalajara.

Gómez-Morales, T. (2011). *El Desarrollo Local a partir del Turismo de naturaleza : caso municipio de Cabo Corrientes, Jalisco, México*. Universidad Internacional de Andalucía. Retrieved from <http://dspace.unia.es/handle/10334/885>

Ibáñez, R., & Rodríguez, I. (2012). Tipologías y antecedentes de la actividad turística: Turismo tradicional y turismo alternativo. In A. Ivanova & R. Ibáñez (Eds.), *Medio ambiente y política turística en México. Tomo I: Ecología, biodiversidad y desarrollo turístico* (p. 162). Ciudad de México: Secretaria de Medio Ambiente y Recursos Naturales.

IIEG. (2017). Puerto Vallarta. Diagnóstico Municipal. Retrieved February 17, 2018, from <http://iieg.gob.mx/contenido/Municipios/PuertoVallarta.pdf>

INE. (2000). Programa de Manejo Reserva de la Biosfera el Vizcaíno, México. Instituto Nacional de Ecología, 243. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

INEGI. (2010). Mapas Baja California Sur. División geoestadística municipal. Retrieved February 17, 2018, from <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/ae10/info/bcs/mapas.pdf>

INEGI. (2017). Anuario estadístico y geográfico de Jalisco 2017. Retrieved February 17, 2018, from http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/Productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/anuarios_2017/702825092085.pdf

Konfekoop. (2010). RSE - Responsabilidad Social Empresarial. Retrieved from <https://www.konfekoop.coop/herramienta-rse/>

López, A., & De Esteban, J. (2010). El turismo sostenible como dinamizador local. *Observatorio Medioambiental*, 21.

Morett-Sánchez, J. C., & Cosío-Ruiz, C. (2017). Panorama de los ejidos y comunidades agrarias en México. *Agricultura, Sociedad Y Desarrollo*, 14(1), 125–152. Retrieved from <http://www.scielo.org.mx/pdf/asd/v14n1/1870-5472-asd-14-01-00125-en.pdf>

Ortiz-Lopez, D. G. (2017). *Ecoturismo comunitario: calidad de vida, empoderamiento y conservación del ambiente*. Centro Universitario de la Costa, Universidad de Guadalajara.

Palomino, B. C., & López, G. A. (2011). Acercamiento a la responsabilidad social empresarial de las microempresas de ecoturismo en México. *Tourism & Management Studies*, 1, 982–989.

Poo, J., Ramírez, C., & Quintero, H., A. (1992). La pesca y los principales puertos pesqueros en México. *PORTES, Revista Mexicana de Estudios Sobre La Cuenca Del Pacífico*, 3(4), 25–34.

Reyes, J. (2017). *Responsabilidad social empresarial*. Ciudad de México: LIMUSA-Anahuac.

RHRAP. (2018). Red Hemisférica de Reservas de aves playeras. Sitios de México. Retrieved February 17, 2018, from <https://www.whsrn.org/sites-mex>

Scanlon, T. (1996). El valor, el deseo y la calidad de vida. In M. C. Nussbaum & Sen Amartya (Eds.), *La calidad de vida* (pp. 245–264). Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.

SDEMARN. (2015). Mulegé. Información Estratégica. Retrieved February 17, 2018, from http://sdemarn.bcs.gob.mx/docs/publicaciones/estrategico_mulege_oct2015.pdf

Skewes, J. C., Zuñiga, C., & Vera, M. (2012). Turismo comunitario o de base comunitaria: una experiencia alternativa de hospitalidad vivida en el mundo Mapuche, Tralcao sur de Chile. *Cultur*, 6 (2), 73–85.

Valenzuela, L. F. (2004). *Perspectivas de la responsabilidad social empresarial con enfoque ambiental*. Universidad Nacional de Colombia.

Community-based tourism and social responsibility at ejidos El Jorullo and Benito Juárez, México

Abstract

The experiences of community-based tourism in the world multiply by proving that there are alternatives to the traditional tourism model, with the capacity to improve the living conditions of the communities. The ejido cooperatives of Casa Mexicana de la Ballena Gris and Canopy River have successfully dabbled into tourism without a specific strategy of social responsibility. The objective of this work is to identify the elements of environmental, social and economic responsibility (CSR), existing in both companies, using a graphic tool of the Social Economy: advalua. It was used 14 indicators that the managers of the companies rated within a scale of 0-3, according to the degree of compliance. It was found that, both companies had good performance in the three fields in general. Canopy River has better performance in the social field and its biggest area of opportunity is the environmental one. For Casa Mexicana the best performance resulted in the environmental and the area of opportunity, the economic one.

Keywords: *Based community indicator. Cooperative organization. Social Economy. Ejido.*

Artigo submetido em 04/09/2019. Artigo aceito em 31/10/2019.