

Comunidades, territorios y turismo en América Latina

**Lilia Zizumbo Villarreal
Neptalí Monterroso Salvatierra
(Coordinadores)**

Comunidades, territorios y turismo en América Latina

Primera edición: noviembre 2020

ISBN: 978-607-8702-18-3

Fotos en portada: Lilia Zizumbo Villarreal

Ilustraciones en interiores: Rodrigo Crenier Zizumbo

Técnica: acuarela

Año: 2020

© Lilia Zizumbo Villarreal

Lilia.zizumbo@gmail.com

© Neptalí Monterroso Salvatierra

n.monterrososalvatierra@gmail.com

© Editorial Torres Asociados

Coras, manzana 110, lote 4, int. 3, Col. Ajusco

Delegación Coyoacán, 04300, México, D.F.

Tel/Fax 56107129 y tel. 56187198

editorialtorres@prodigy.net.mx

La presente obra fue sometida a dictamen en el sistema de pares ciegos externos con base en los criterios editoriales de la Red Latinoamericana de investigadores en desarrollo y turismo.

El contenido total de esta publicación es responsabilidad de los autores.

Esta publicación no puede reproducirse toda o en partes, para fines comerciales, sin la previa autorización escrita del titular de los derechos.

IMPRESO EN MÉXICO

PRINTED IN MÉXICO

XIII. TURISMO Y AMBIENTE: REFLEXIONES ÉTICAS EMPRESARIALES

*Elva Esther Vargas Martínez¹
Marcelino Castillo Nechar²*

INTRODUCCIÓN

La situación ambiental como los cambios climáticos, la contaminación, la disminución de la capa de ozono y los desastres naturales son motivo de reflexión sobre la actitud del ser humano ante la naturaleza, asumiendo que desde diversos ámbitos se deben implementar acciones que den respuesta a la problemática emergente que se vive en la actualidad (Bernal, 2018). La ética³ juega un papel primordial en el manejo de la naturaleza⁴ y, por

¹ Profesora-Investigadora de la Facultad de Turismo y Gastronomía de la UAEM

² Profesor-Investigador de la Facultad de Turismo y Gastronomía de la UAEM

³ La ética, en una acepción general, se puede entender como un modelo de comportamiento que privilegia los valores morales de la honradez, la justicia (equidad) y el respeto de la personalidad humana. En la ética los valores esenciales son honradez, integridad, fiabilidad, fidelidad, equidad, altruismo.

⁴ El concepto de naturaleza (del griego *physis* y del latín *natura*) conlleva múltiples significados y en su extensión incluye al conjunto de los organismos vivos, los ecosistemas y las sociedades humanas, los cuerpos celestes y el mundo físico en su

ende, debe ser pilar fundamental para todo proceso de concientización en la sociedad, y que su comportamiento genere nuevas formas de relación con el entorno de manera local y global.

En este marco la actividad turística, ha tratado en los últimos años de introducir principios éticos entre sus diversos agentes (Jensen y Sandström, 2011; Fassin, 2012; González, 2012; Victoria et al, 2016), igualmente han aparecido nuevas formas de ejercerla como el caso del denominado “turismo responsable” (el cual ha tenido un importante y rápido desarrollo); sin embargo, ante la falta de planeación e intervención comprometida de los diversos actores turísticos, la tarea para la preservación de los recursos naturales no ha sido dinámica y constante.

En ese sentido, el turismo tiene el gran reto de pasar de ser un modelo de desarrollo depredador a uno sustentable que propicie el respeto por la naturaleza. Este cambio implica una visión diferente, que considere un manejo adecuado de los recursos naturales y una mejor gestión de las empresas operadoras de servicios turísticos, que además de buscar sus beneficios económicos incluya dentro de sus actividades un enfoque ético respecto al ambiente, puesto que la promoción de una actuación empresarial responsable puede también ser utilizada como estrategia mercadológica. (Fleckenstein y Huebsch, 1999)

Autores como Holden (2003) y Kalisch (2002) mencionan que, aunque existe interés por parte de las empresas turísticas hacia los aspectos éticos, hay poca investigación sobre dicha relación. Inicialmente los es-

conjunto. Aquí se utilizará al relativo de los ecosistemas y las sociedades humanas.

tudios comenzaron a exponer los aspectos éticos en el contexto de los negocios en general (Karwacki y Boyd, 1995) y posteriormente a principios de los años noventa se dio atención a la ética en los estudios de turismo. (Lea, 1993) Empero, la relación de la ética con el ambiente natural es estudiada recientemente, ya que el aumento de los problemas ambientales a nivel mundial ha traído consigo la necesidad de encontrar alternativas que busquen minimizar los impactos negativos de las empresas al ambiente, y es cuando se comprende a la ética como soporte de los comportamientos empresariales para una posible solución a la crisis ambiental.

Dada la naturaleza de la actividad turística, donde el ambiente es fundamental para su desarrollo, este artículo tiene como propósito reflexionar sobre la ética en el comportamiento empresarial y su aplicación a la dimensión ambiental. El documento integra una primera parte para el análisis del binomio ética-empresa. En la segunda parte se analiza la aplicación ambiental de la ética, pasando por sus orígenes, hasta su campo de acción. En la última parte, se introduce el análisis que resalta la importancia de los valores éticos ambientales, útiles para el comportamiento empresarial turístico y la necesidad de su implementación en las actividades que lo integran, tratando de disminuir los impactos negativos que pueden llegarse a presentar con el desarrollo del turismo.

ÉTICA Y COMPORTAMIENTOS EMPRESARIALES

Algunos autores rehúsan el binomio de ética y economía en el sentido estricto de que el bienestar económico difícilmente mantiene comportamientos éticos puros;

específicamente la actividad empresarial con frecuencia es aludida a una serie de intereses que tienen que ver con el lucro y el consumo.

Smith (1776), desde tiempos añejos, indicaba que no era de la benevolencia del carnicero, cervecero o panadero de donde las personas obtendrían su cena, sino de la preocupación por sus propios intereses y al amor por ellos mismos. Así, las personas no se dirigían al sentido humanitario de aquellos, sino a su propio interés. Sen (2003), retomando la idea de Smith (1776), indica que los productores desean ganar dinero de los consumidores y los consumidores desean tener en sus manos los bienes y servicios de los productores. Se puede decir que, este tipo de actores, por regla general, no intentan promover el bienestar público ni saben cómo están contribuyendo a ello. Más bien, prefieren apoyar su actividad doméstica en vez de la foránea y sólo buscan su propia seguridad, dirigiendo esa actividad de forma que consigan el mayor valor, buscando su propia ganancia.

Con esta idea, se puede apreciar que, entre los diversos agentes económicos, se generan intercambios donde pueden prevalecer o manifestarse intereses distintos y diversos de cada uno, sin importar lo que se tenga que pasar para llegar a su satisfacción.

Así, resulta entendible el motivo por el cual los individuos persiguen un beneficio personal y por qué tienen una clara conveniencia en su comportamiento ético o antiético; es decir, es claramente distinguible el interés propio para ser considerados entes de reputación y de confianza. Por ello, cabe preguntar, ¿ese eviden-

te interés propio de los stakeholders⁵ es suficiente para lograr una cabal ética del comportamiento empresarial turístico, a favor de la naturaleza? La ética, ¿es un qué gnoseológico para aplicarse o un nivel de conciencia que se refleja en el comportamiento, la responsabilidad y la valoración que de nuestro entorno socioambiental podemos realizar para crear comunidad?

En los comportamientos empresariales hay que destacar la importancia de las virtudes que le dan función a un interés colectivo y, en ese sentido, considerar plenamente el rol que tiene la organización frente a la sociedad, por lo que hay que considerar las mutuas interdependencias que existen entre uno y otro actor del sector turístico.

Al respecto, Smith (1776) esperaba que las normas de comportamiento estuvieran condicionadas por un beneficio social más que por intereses egoístas; no obstante, la actuación de las personas que dirigen las empresas tienen procesos cognoscitivos establecidos previamente a lo largo de su vida, lo que provoca una enorme brecha entre la ética y el comportamiento moral. Sen (2003), deja claro que esta brecha puede acortarse por una razonada supervivencia vinculada a beneficios personales a largo plazo y al éxito social. Por

⁵ Se entiende por Stakeholders a cualquier grupo o individuo que pueda afectar o ser afectado por los propósitos de una corporación. Los hay primarios internos, que son quienes tienen un interés (stake) dentro de la estructura empresarial; los primarios externos que están directamente relacionados con la empresa, pero son externos; y, secundarios que representan a la comunidad, van desde los entes privados hasta el ámbito internacional, pasando por los grupos de presión. Freeman R. y Reed, D. (1983).

ello existe la necesidad de indagar las interrelaciones existentes entre los grupos (stakeholders) que integran y se interesan en el sector, que pueden estar en conflicto o que pueden reforzarse mutuamente; es decir, los valores y las instituciones no son independientes unos de otros.

En la relación stakeholders-ambiente natural, Riechmann (2005) sugiere que hoy la crisis ecológica amenaza la reproducción social, el modo actual de producir y consumir es ecológicamente insostenible, seguir con una actividad económica como se ha venido dando hasta ahora (despilfarradora de recursos naturales, contaminante y destructora de ecosistemas) provocará una restricción en las oportunidades de vida de las diferentes especies del planeta.

Estas afectaciones resultan ser una cuestión de reflexión desde la ética ambiental hacia la actividad empresarial y sus stakeholders, pues cada externalidad plantea un problema moral al tratarse de un daño que la actividad económica, en este caso el turismo, ocasiona en el ambiente.

La necesidad de abordar los problemas ambientales desde el ámbito de la ética implica que “una decisión moralmente correcta ha de tener suficientemente en cuenta los intereses de todos los afectados”. (Riechmann, 2005: 97) De tal forma que, si se integra un principio político al principio ético, se traduciría en que todos los ciudadanos deben participar en las decisiones que les conciernen y dañan.

Al respecto, Coase (1960) sugirió la creación de derechos de propiedad que permitieran disminuir la problemática ambiental, en donde ciertos grupos mostraran su interés por realizar sus actividades encaminadas a di-

cho fin. El análisis está relacionado con la satisfacción de la demanda turística y de cuánto estaría dispuesta a pagar por un producto o servicio que esté relacionado con un bien ambiental; también se relaciona con las comunidades afectadas por el establecimiento de la industria turística, o bien con los beneficios económicos que se obtienen al poseer playas privadas por parte de los hoteles.

En la medida en que ese tipo de intereses pudiera conciliarse, no habría duda de una admisión ética para el sector turístico, los beneficios tendrían una valoración positiva y los problemas serían vistos como externalidades ambientales. También se valorarían los bienes y servicios que provee una empresa a favor del ambiente, estableciendo medidas e instrumentos para impulsar su avance hacia la sustentabilidad.

Para que la empresa pueda alcanzar un papel ético dentro de la sociedad implica que cada uno de sus miembros realice un esfuerzo integral y grupal a favor de ella. Y, para lograrlo, el primer paso es crear un clima empresarial basado en el diálogo, la participación y el acuerdo, ya que no solamente es importante reflejar confianza ante la sociedad, sino que es fundamental que se observe en el interior de la empresa. Empero, no sólo la sociedad puede ejercer presión sobre las empresas para que fundamenten sus actividades en principios éticos, las autoridades mediante sus leyes, normas y regulaciones enfocados a la protección contra el fraude, la transparencia en la información contable, la defensa del ambiente, entre otros, origina que la empresa se beneficie con resultados económicos, sociales y éticos.

Respecto a la parte social de la problemática ambiental, Lezama (2008) menciona que este es un fenómeno que tiene lugar en el ámbito de lo público, ya que se genera un proceso que reconoce tanto las demandas de la sociedad como de la autoridad. Como apoyo a la fundamentación legal, en ocasiones, el gobierno ofrece incentivos a las empresas que logren integrar mecanismos adecuados para la protección al ambiente.

La ética dentro de las organizaciones se origina en lo individual para llegar a lo colectivo y, de lo colectivo e interno de la organización, a lo externo o social. De esa necesidad de expansión de la ética, nace la responsabilidad social empresarial, una necesidad de adecuación de las empresas a los requerimientos sociales; ya que una empresa no puede vivir a espaldas de los problemas sociales de su entorno, ya que tarde o temprano son afectadas por éstos, en virtud de su carácter de integrantes del cuerpo social, compartiendo de este modo un mismo destino. (Guédez, 2006; Gómez, 2005; Savater, 1998)

En el binomio ética-empresa⁶, Mundim (2004) identifica dos posicionamientos que orientan el plano de los negocios, uno referido a un comportamiento ético a partir de los principios que envuelven su gestión y guían su actuar en el ámbito empresarial en que se desenvuelven —en este caso el turístico— y, otro, que mantiene una visión estratégica con la intención de lograr beneficios económicos.

⁶Freeman, R. E. (1988) definió la empresa como una colección de acuerdos voluntarios entre las partes que consienten voluntariamente su adhesión al objetivo y fines de la corporación, también a la toma de acuerdos cooperativos con otros individuos o grupos.

Para la primera condición, autores como Nash (1993) y Freeman (1994) han considerado que efectivamente ética y gestión empresarial es una relación imposible de separar, ya que la ética determina la estrategia de la empresa, anulando la separación entre ética y negocios. En el segundo posicionamiento, la empresa atiende principios éticos porque le favorecen frente a la opinión pública, le permiten alcanzar mejores resultados financieros, y la ética se mira como una estrategia competitiva para posicionar a la empresa en el mercado.

Mundim (2004) considera que estas dos posturas dejan ver una falta de construcción teórica-conceptual de la ética empresarial, fundamentada a partir de los dos campos de conocimiento del que está compuesto el término binomial. Ello muestra un análisis reduccionista, donde la primera perspectiva vislumbra el comportamiento de la empresa basado en la aplicación de la teoría ética, lo cual implica la integración de una serie de principios y leyes que contribuyen al buen funcionamiento de ésta. Sin embargo, al existir diferentes posturas teóricas aplicables a la empresa, es complejo llegar a una uniformidad de pensamiento. Aunque se utilice un fundamento teórico de la ética y éste fuera perfeccionado, la visión reduccionista aplicada a la empresa, no soluciona la dualidad teórica-práctica, ya que influyen una serie de factores que contribuyen en el comportamiento individual y grupal de los integrantes de la empresa.

El segundo tipo de reduccionismo que Mundim (2004) establece, es el considerar a la ética simplemente como una variable de la práctica de los negocios. Desde esta perspectiva, la ética empresarial se considerará como una obligación moral y una exigencia de justicia

que posteriormente se utiliza como un recurso estratégico, como un instrumento al servicio de la eficacia y del beneficio económico y, en consecuencia, como una variable que pierde su propiedad de disciplina con identidad propia.

En ese sentido Lozano (1999: 63) concibe a la ética como una “aportación exterior y extraña a la realidad sobre la cual se aplica, que propiamente, tendría entidad por sí misma”; así se puede observar que la ética es considerada como un instrumento que puede ser implementado a la gestión empresarial desde fuera con la finalidad de que la empresa subsista en el mercado, lo cual provoca que, para su implementación, se consideren las demandas sociales y la responsabilidad con el ambiente. De aquí que el papel de la ética como estrategia, busque adaptar su sistema formal a las necesidades de la sociedad, tratando de ser reconocida como una empresa socialmente responsable.

La ética permite crear, incrementar y preservar el valor de una empresa. Actualmente, el comportamiento ético de las organizaciones es clave para los inversionistas, ya que buscan invertir en organizaciones que sean confiables, donde sus directivos y colaboradores sean íntegros y que proyecten ante la sociedad una cultura de ética en todo lo que hacen, de ésta manera evitan colocar su capital en empresas corruptas, debido a que esto en el largo plazo puede representar costos adicionales y riesgos que limitan sus utilidades y ponen en riesgo sus bienes. (Ruíz, 2003)

La empresa busca no solamente adquirir un papel en el desarrollo económico, sino también social, ya que la sociedad exige nuevos patrones de conducta empre-

sarial y de calidad que pueden ser clave para el futuro de la empresa. Así la ética empresarial trata de dar solución a las malas prácticas empresariales que se presentan con regularidad, como corrupción, abuso de poder o productos de mala calidad, entre otros, mediante su aplicación se busca recuperar la confianza y credibilidad de las empresas frente a la sociedad.

NECESIDAD DE UNA ÉTICA AMBIENTAL

Con la llegada de la Revolución Industrial el hombre tuvo un importante avance a nivel tecnológico, pero también con ella comenzaron a aparecer los grandes problemas ambientales. A mediados del siglo pasado esta situación ambiental que se iba agravando con el tiempo, dejó de percibirse como un conjunto de problemas de la civilización tecnológica, dando paso a una reflexión crítica y filosófica de la ética.

A mediados del siglo XX, Leopold (1966) propuso que era necesario asumir un cambio en las actitudes, valores y valoraciones de la sociedad hacia la naturaleza, es decir, una ética donde los hombres se sientan moralmente avergonzados cuando interfieren o maltratan un área natural, dejando atrás la tierra devastada. En ese entonces fue como se reconoció una ética de la tierra, que incluiría a los ecosistemas en la moral humana.

Esta reflexión ética se basó en las ciencias ambientales a diferencia de las tendencias ontológicas en las que se generan las discusiones morales, donde su concepto medular es la comunidad, “toda la ética que ha evolucionado hasta ahora descansa sobre una sola premisa: que el individuo es un miembro de una comu-

nidad de partes interdependientes. Sus instintos lo incitan a competir por su lugar en esa comunidad, pero su ética lo incita también a cooperar”. (Kwiatkowska e Issa, 1998) En ese sentido, el ser humano pasa de conquistador de la comunidad, de la tierra y la naturaleza, a ser un miembro o ciudadano de ella, lo que significa que debe respeto a su prójimo, a los seres vivos y, en sí, a toda su comunidad.

Una segunda particularidad de esta postura, es que considera que los reglamentos y las políticas conservacionistas que diseña e implementa el Estado, por sí solas, no bastan para lograr una convivencia armónica con el entorno natural, por lo tanto, la ética hace que todos los miembros de una comunidad compartan ciertas obligaciones ambientales, atendiendo a una priorización de los deberes y problemas ecológicos.

Años más tarde, Nash (1983) consideró que la solución a la crisis ecológica no eran las nuevas tecnologías, ni las reformas ambientales normadas, sino la necesidad de un cambio de valores bajo una nueva conciencia de la relación hombre-naturaleza. Y es que, esta crisis ecológica se agravó en las dos últimas décadas del siglo XX, como resultado del consumo de combustibles fósiles, tales como el plástico⁷ en los productos manufacturados, y el uso de combustibles para el transporte como carbón, gas y petróleo. El uso y abuso de estas energías en el ambiente se vio reflejado en el llamado

⁷Una de las principales razones de la creciente riqueza de las naciones industrializadas, que se extendió a todos los rincones del mundo.

efecto de invernadero⁸, con lo cual la crisis ecológica desencadenó la destrucción de hábitats naturales, la rápida reducción de las especies y el aumento del número de extinciones en la variedad de plantas y animales. Estas amenazas a la naturaleza provocaron que la ética fuese una de las respuestas a las opciones de supervivencia futuras de especies y seres vivos en el planeta.

Hoy, la ética aplicada a lo ambiental, aparece con la necesidad de contribuir a la disminución de la crisis ecológica, poniendo en evidencia cómo la naturaleza ha pasado de ser “medio” de producción, a ser “objeto” universal de conocimiento y fin fundamental de las actividades del ser humano (Pérez, 1993). La degradación ambiental no es sólo un problema que exige soluciones científico-técnicas, ya que también requiere de la toma de conciencia y cambio de actitud por parte del ser humano.

La ética ambiental, en este sentido, se concibe como un proceso permanente de carácter social y personal a través del cual se reconoce la necesidad de reconstruir las relaciones hombre-naturaleza-sociedad;

⁸El *efecto de invernadero*, según Caballero, M.; Lozano, S.; Ortega, B. (2007), es un mecanismo por el cual la atmósfera de la Tierra se calienta. Sin embargo, las autoras, lo diferencian del *calentamiento global* y del *cambio climático*. El primero, se refiere a la tendencia a incrementar la temperatura global del planeta, atribuido a la contaminación humana (quema de combustibles fósiles como el carbón y el petróleo y tala de bosques), hecho que se han acentuado en los últimos 150 años. Mientras que el *cambio climático*, engloba al concepto anterior, pero, además, incluye a todas las variaciones del clima que han ocurrido durante de la historia del planeta y que están asociadas a factores como cambios en la actividad solar, en la circulación oceánica, en la actividad volcánica o geológica, en la composición de la atmósfera, etc.

esto redundando en el mejoramiento y conservación del ambiente natural, sociocultural, interpersonal, así como el creado, por lo tanto, fortalece las posibilidades y permite dimensionar con claridad la responsabilidad que posee el ser humano para con su entorno y la capacidad interpretativa frente a él. (Ruíz, 2003)

La ética ambiental surge en un ámbito completamente nuevo, de exigencia no solo por la responsabilidad hacia lo ambiental, sino por lo que implica la reflexión crítica y el juicio emancipador frente a la ética tradicional, insuficiente para comprender los retos actuales de una relación centrada en el hombre-naturaleza-sociedad. Esto es, redefinir la relación entre las sociedades humanas y la naturaleza, procurando el bienestar de ambas.

Al respecto, Anders en Riechmann (2005: 169), menciona que “lo esencial de nuestra situación moral de hoy es, precisamente, que lo que se nos exige no es la relación moral con el prójimo, con el individuo, sino que para nosotros se trata de conservar la humanidad en su conjunto y sus descendientes”. En ese sentido, se trata de encontrar las obligaciones morales hacia el entorno natural, donde todos los entes que pueblan el mundo natural lo cuiden y preserven, evitando las consecuencias que provocan sus actividades. Así, entonces, se puede interpretar que el propósito que guía la ética ambiental es la preocupación por definir la posición y las responsabilidades que tiene cada uno de los integrantes de la comunidad con la naturaleza y sus sociedades.

ALGUNOS ENFOQUES SOBRE ÉTICA AMBIENTAL

Si la ética ambiental ha buscado concientizar a la sociedad sobre la problemática del deterioro natural y la consecuente necesidad de superarla, varias son las posturas ideológicas en las cuales se apoya su interpretación. Desde sus inicios, varios pensadores han tratado de responder a preguntas tales como: si la naturaleza debe ser considerada materia moral, si los paradigmas éticos tradicionales están capacitados para responder a los problemas derivados de la crisis ecológica o si el hombre tiene obligaciones y deberes cuando interactúa con la naturaleza.

Una primera acción importante fue fundamentar la responsabilidad del hombre hacia la naturaleza, la cual fue básica a partir de que la situación actual del ambiente –originada a raíz de la llamada era industrial– exigió cuidado y preservación; sin embargo, en ese entonces los filósofos morales apenas le prestaban atención al tema de la responsabilidad y más bien decantaban al ejercicio deliberativo destinado a orientar la actuación humana. (Garcés y Giraldo, 2013)

En esa relación hombre-naturaleza, se identifican tres ideas básicas:

- Primera: centrada en la religión, esta señala que la tierra fue creada por Dios como un designio, y deja al hombre y a la naturaleza en una posición subordinada (criaturas).
- Segunda: identifica la influencia del medio en el hombre y en las culturas, y se centra en la fuerza y vigor creativos de la naturaleza.

- Tercera: la del hombre como modificador de la naturaleza, centrada en él mismo y en la autonomía de su acción. (Glacken, 1996)

Hoy, esta tercera idea es la más cercana a la realidad o la más representativa, ya que la naturaleza es utilizada, algunas veces, de manera indiscriminada, quedando reducida a material inerte.

El argumento ontológico en favor de la conservación de la naturaleza es principalmente estético y ético, no tiene el propósito de probar que la naturaleza existe (como prueba de que Dios existe), sino demostrar que los humanos tienen el deber de actuar para asegurar la continuación de la naturaleza en su forma adecuada y natural.

Por otra parte, dos perspectivas básicas en torno al debate de la relación hombre-naturaleza, son: la biocéntrica y la antropocéntrica.

La perspectiva biocéntrica establece que la sede del valor son los seres vivos, por ser portadores de cualidades valiosas. Desde esta postura, las ideas de la cercanía entre el hombre y la naturaleza corresponden a un paradigma que lleva consigo un grado de holismo al considerar ciertos elementos dentro de su filosofía:

- a) Los humanos como miembros de la comunidad de vida de la tierra.
- b) Los ecosistemas naturales como trama compleja de elementos interconectados, de tal forma que el funcionamiento biológico de unos depende del funcionamiento biológico de los otros.
- c) Los organismos individuales como precursores de su propio bien, pero, a su modo.

- d) El rechazo a la afirmación que los humanos son, por naturaleza, superiores a otras especies, como una afirmación sin fundamento. (Sosa, 1994)

Estas ideas que sustentan al biocentrismo permiten adoptar una postura filosófica hacia la vida misma y de reflexión hacia cada acto que se realiza cotidianamente. Esta postura es más inclusiva y menos reduccionista que el antropocentrismo. El biocentrismo alude a un pensamiento holista que no excluye a ningún ser y, al contrario, pone énfasis en las relaciones de unos con otros para la mutua sobrevivencia, haciendo alusión que el todo es más que la suma de las partes.

El biocentrismo ha servido como base para el desarrollo de una ética ambiental, en un intento por dar respuesta a los grandes problemas de la humanidad asociados al desarrollo de la ciencia y tecnología en detrimento de los recursos naturales, y al mismo tiempo para sentar las directrices que regulan el comportamiento de los hombres para con la naturaleza.

En cuanto al antropocentrismo, como la corriente más importante o representativa para explicar la relación hombre-naturaleza, es un concepto filosófico que considera al ser humano como centro de todas las cosas y fin absoluto de la naturaleza. Dicho pensamiento se ha convertido en una idea dominante desde la formación de las primeras civilizaciones la cual considera que el hombre posee cierta superioridad en comparación con los demás seres vivos, debido a su capacidad de decidir y pensar.

Desde esta postura se observa al hombre como el centro y el eje del universo por su capacidad de razonar

y de actuar conforme a fines, lo cual le permite transformar a la naturaleza y crear una realidad para sí mismo.

Ibarra (2009) considera que la visión antropocéntrica se consolida debido a los planteamientos del Iluminismo, el cual, apoyándose en los avances de la ciencia, pudo erigir a la razón instrumental como la cualidad que le permite al hombre comprender las causas y efectos de los hechos, así como utilizar a la naturaleza para su provecho, a través de medios e instrumentos técnicos adecuados que posibilitan tener el control y el dominio del mundo natural.

De la anterior visión, parte la idea de superioridad del hombre sobre todo miembro de la biosfera, dándole el valor de instrumentos a la ciencia y la tecnología para sujetar el mundo natural a los fines destinados por las actividades del ser humano. Es por ello que la ética—desde esta concepción— se enfoca al ámbito de la vida humana, mientras que los demás elementos de la biosfera, como los seres vivos no humanos, solamente pueden aspirar a lo que el hombre haga por ellos. (Ibarra, 2009)

Desde el punto de vista antropocéntrico, la naturaleza es considerada materia o elemento que puede ser sujeta a la transformación y explotación del hombre para el logro de su supervivencia y desarrollo (Sosa, 2005). En esta perspectiva, la naturaleza no cuenta con un valor propio, sólo el valor instrumental asignado y reconocido por el hombre que la valora, en la medida en que le proporciona las condiciones y los bienes materiales para el logro y desarrollo de la vida humana. Sin embargo, también el hombre ha llegado a considerar a la naturaleza como un recurso inagotable y en muchos

casos ha dejado atrás las acciones encaminadas a su preservación.

Ante la postura antropocéntrica, la ética ambiental convencional surge como denuncia a la crisis ecológica que pone en riesgo la supervivencia del planeta, y busca diversos planteamientos éticos para normar la relación del hombre con la naturaleza, sin fracturar ni cuestionar el paradigma en el que se sustenta (Ibarra, 2009). Su principal postulado es que la relación del hombre con la naturaleza debe estar regulada por el deber ético de cuidar y preservar el entorno natural con la finalidad de asegurar el futuro desarrollo del hombre y de la sociedad.

Esta visión antropocéntrica de la naturaleza, y su ética, tiene consecuencias también en la convivencia social de los hombres, puesto que la relación de poder que se establece con la naturaleza se reproduce tanto a nivel de las relaciones de los hombres entre sí, como de unos países con otros, lo que ha traído como consecuencia que el deterioro ambiental impacte más en las condiciones de vida de los países en desarrollo, en los cuales la crisis ambiental está asociada con el crecimiento de la marginación y la pobreza (Ibarra, 2009). Dicha tendencia se da en la vida diaria, ya que el hombre hace uso de los recursos de la naturaleza, muchas veces indiscriminadamente, mostrando su superioridad y pensando que cualquier problema que se presente la tecnología y la ciencia lo podrán resolver.

Las posturas anteriores son las más representativas en la ética ambiental convencional, sin embargo, existen otras corrientes teóricas que enfocan su estudio en la relación hombre-naturaleza-sociedad, desde la bioética (en apego a la concepción original de Potter

(1998), quien acuñó el término: *bioética puente*, hasta la *bioética profunda*⁹), así como el zoocentrismo¹⁰, que no considera al hombre como un ser superior, este da el mayor valor a los animales; mientras que el ecocentrismo o geocentrismo, no considera únicamente a los animales, sino que integra a todo el ecosistema.

Otra perspectiva es la ecofilosofía o ecología profunda, la cual es la redefinición de la relación hombre-ambiente, en la que se abordan cuestionamientos morales sobre el comportamiento humano y las acciones correctas del hombre con el ambiente, pero no solo contiene elementos de protección a la naturaleza, sino que, además, hace consideraciones de tipo ético, metafísico y religioso. (Salazar y Serna, 2006)

En cuanto a la reflexión crítica de la ética ambiental, el trabajo de Hans Jonas (1979), aunque se le ubica en la ética teleologista (Martínez et al., 2003), entendida como aquella que intenta buscar en la metafísica una ética que justifique la conservación de la naturaleza, bajo un carácter estrictamente racional Jonas parte del principio de emergencia cuyo primer postulado –sobre el cual debe centrar sus acciones la humanidad– es el de sobrevivir, por ello su lectura tiene un tono reflexivo y

⁹ La *bioética puente* es la construcción de vínculos hacia cada una de las especialidades y de puentes entre las especialidades con el fin de desarrollar más a fondo una bioética global; mientras que la *bioética profunda* implica reflexión sobre las cuestiones de la supervivencia humana a largo plazo, tendiente a mejorar el potencial humano para una cooperación global e inteligente que involucre la política, la economía y la supervivencia futura de la humanidad.

¹⁰ Esta postura ética, representa apelaciones a una responsabilidad más exigente ante todos los seres vivos con los que compartimos nuestra existencia.

crítico sobre la influencia de la técnica (tecnociencia) en la vida del Hombre-Sociedad-Naturaleza (biosfera).

Otros, a quienes se les puede ubicar en esta corriente, son Des Jardins (1995) y Lamoureux (1996). El primero porque insiste en la necesidad de una participación más efectiva de los ciudadanos en los debates sobre los temas éticos y filosóficos ambientales. El segundo porque preconiza una ética del compromiso social. La concordancia fundamental es que la ética del ambiente ha de ser vista como “una casa de vida compartida”, que se puede construir a partir de un diálogo de culturas y saberes. Particularmente, John Fien (1993) es un representante en esta perspectiva crítica, ya que:

propone una educación para el ambiente articulada en la crítica social que implica la aclaración de actitudes y valores ambientales personales, pero también en el desarrollo de habilidades cognitivas que permiten el análisis de puntos de vista alternativos relativos a cuestiones ambientales, el reconocimiento de los valores que los sostienen y la capacidad de evaluar las consecuencias de las diversas soluciones que son consideradas. (Sauvé y Villemagne, 2015: 199-200)

Lo relevante de la llamada perspectiva crítica es la incursión en temas que rompen con la visión convencional de la ética ambiental en las relaciones entre el ser humano, la naturaleza y la sociedad: la interdependencia, la biodiversidad, la responsabilidad de los actos del hombre respecto a la naturaleza y la igualdad entre las especies. Los valores privilegiados incluyen la equitativa satisfacción de las necesidades básicas, la equidad intergeneracional, los derechos humanos y la participación responsable de los individuos en cuanto a los asun-

tos concernientes a su propia vida, pero, también, a toda forma de vida terrestre.

Como se puede observar, las anteriores perspectivas presentan diferencias significativas entre sí que afectan la manera de comprender y presentar la ética ambiental, muestran cómo el medio natural no puede ser concebido como dispuesto para el hombre y entregado para su servicio. Todo indica que la manera en que se ha dado el desarrollo material, característica de la época moderna ha desembocado en el extremo del individualismo egoísta que da la crisis ambiental. (Villaruel, 2007)

Así la ética ambiental es considerada una ciencia moderna o una ciencia de la modernidad, cuyo crecimiento y expansión en nuestros días es incuestionable. “Es una reflexión racional y práctica sobre los problemas derivados de la relación del hombre con la naturaleza” (Marcos, 2001: 1); aborda aspectos relativos al deterioro ambiental, a la conservación, preservación de los recursos naturales en sus diversas manifestaciones y a los derechos de los animales. (Kwiatkowska, 1999)

Además, incluye los derechos humanos relativos al ambiente que emergen como una reivindicación fundamental para elevar la calidad de vida, está entendida no sólo como la satisfacción de necesidades básicas y de cierto nivel de bienestar social, sino como el derecho a una vida digna, el pleno derecho de sus facultades y a la realización de las aspiraciones morales, afectivas, estéticas, mediante la reconstrucción del ambiente sustentado en valores de la paz y la solidaridad. (Bezerra, 2011)

En este sentido, parece que los problemas ambientales constituyen problemas de escala, es decir, problemas cuya magnitud y riesgo deben evaluarse en relación con la diferencia de consecuencias y resultados que se produce entre la búsqueda o la protección del bien individual y la búsqueda o protección de los bienes colectivos. (Norton, 2000)

ÉTICA AMBIENTAL Y EMPRESAS TURÍSTICAS

Sin haberlo concebido explícitamente de esa forma, el turismo también se encuentra en una búsqueda de principios encaminados al reconocimiento de los derechos intrínsecos de la naturaleza. Ya que es una actividad que ha ido creando un mundo de belleza racional, donde la naturaleza es completamente ajena a la vida cotidiana de los turistas. Retomando las palabras de Hangrove en Kwiatkowska (2005: 93) menciona que “cuanto más nos alejamos de la belleza majestuosa del mundo natural y más se nos dificulta el encuentro con la vida silvestre, más apreciamos su belleza y más también la quisiéramos conservar”.

En ese sentido el turismo no puede desarrollarse separadamente de los recursos naturales, su valor como activo de ocio (valor instrumental), actualmente es superado por la conservación y la conducta ética. Y es precisamente como estos argumentos sirven de soporte para dar sentido a una nueva ética ambiental para el turismo que, debido a la complejidad de la actividad, la dinámica de su industria y la gran cantidad de agentes que participan en ella, es difícil encontrarle un significado homogéneo.

En el mundo de las organizaciones productivas, como las que existen en el turismo, la ética ambiental no ha pasado de ser concebida como simples principios y, en otros casos, como creación de valor, entendido como mayor producción y rentabilidad, con respecto al valor de los recursos empleados, entre los que figura el medio ambiente natural. Pero, este enfoque debería ir más allá. La relación empresa turística-entorno, debe elaborar estructuras normativas ad-hoc y modelos de reflexión en los que deba basar sus políticas, la gestión y el comportamiento de todos, incluyendo a los *stakeholders*.

El desarrollo de la empresa turística se ha basado, comúnmente, en la venta del producto, pero es necesario que, bajo una perspectiva crítica reflexiva, en torno a la filosofía de la ética ambiental, la orientación de la cultura empresarial vaya más allá: situar al cliente en el centro de la organización, consciente de la responsabilidad de sus actos con respecto al disfrute de la biodiversidad, la equitativa satisfacción de las necesidades básicas de quienes sirven y son servidos en y por la organización, así como hacerlos conscientes de su necesidad de interdependencia con sus congéneres, la naturaleza y la sociedad en general. Para ello es necesario pasar de una organización tipo *technology driver* a ser una *customer ethics focused* (Ferrel, 2004). Tal situación, es un verdadero desafío que hoy están afrontando muchas organizaciones, sin poder ir más allá de lo enunciado en los principios.

Entornos paisajísticos agradables a los turistas, circundan los enclaves, empresas y organizaciones encargadas de satisfacer diversas expectativas de los visitantes, para los cuales los slogans parecen suficientes

en la concientización de la preservación y cuidado del ambiente natural y de la imagen que de ellos mismos quieren proyectar como éticamente responsables. Pero, la satisfacción del cliente-turista solo es el punto de partida, más no suficiente; se requiere concretar los principios en comportamientos eficaces y de incidencia ampliada, a lo que se conoce como *stakeholders*.

La empresa turística no puede verse como simple ente económico, más bien es un ente socio-cultural¹¹, con todos los efectos que esto puede impactar en su entorno, demandando de ella una más clara visión e importancia de los valores puestos en juego y de las implicaciones sociales que ellos conllevan. Así, ética y eficiencia no son elementos contrapuestos, ni simples slogans, sino un binomio de una misma moneda que busca establecer modelos de comportamiento de compromiso y responsabilidad para toda la sociedad.

A lo anterior se suman en la sociedad condiciones imperantes de insostenibilidad y crisis en todos los sentidos, por lo cual es necesario encontrar modelos que permitan mitigar los impactos y más cuando se habla de la aparición de negocios turísticos inclusivos y equitativos. Esto conlleva a reforzar la concepción basada en valores éticos y sociales que, bajo perspectivas interdisciplinarias, analicen no solo la importancia de la relación empresa-ambiente, sino las cuestiones sociales, económicas, históricas, culturales y naturales

¹¹ Con el término compuesto, se quiere indicar las relaciones multidimensionales que implica la práctica y actividad turística que incide en lo social, ambientes naturales, así como culturales, en los cuales, la ética, como elemento transversal, permea, incide y su revela en ellos con matices semejantes, pero diferenciados.

(medioambientales), para la consolidación de un desarrollo turístico altamente ético y de valores sociales.

La empresa turística no es ajena a esa realidad de conflictos y crisis. La empresa turística del siglo XXI tiene ante sí el gran reto de desarrollar negocios con un alto compromiso y desempeño ético y responsable. Algunas organizaciones ya han entendido tal responsabilidad y la han hecho parte de su “misión”, mejorando su rentabilidad, empero, a diferencia de los negocios en general, en el turismo éste requiere revalorar al hombre re-descubrirse él mismo y a los demás, tanto como individuos y como colectividad y, en este encuentro, el hombre despliega sus capacidades y potencialidades lúdicas, de convivencia armónica, de aprendizaje y descubrimiento no solo de imágenes, sino de costumbres, condiciones de vida, en suma, de la diversidad sociocultural del mundo al que, por la imposibilidad de abarcar completamente, debe respetar, re-valorar, tolerar. Es en ese sentido que la actividad turística está siempre al servicio de la persona y de la comunidad. Está es una premisa ética que debe revalorar la empresa turística con respecto a su relación con el ambiente.

En una sociedad globalizada, en el que el consumismo es el eje de la actividad turística, la práctica del usar-desechar, la venta de sueños y fantasías, ha arrasado igual con el medio ambiente. Por lo que la empresa turística debe evitar caer en esta visión tan pobre y llena de banalidades si pretende estar al ritmo de los tiempos tan críticos.

Para que la actividad turística no llegue a ser esa forma de explotación moderna, utilitaria (Guisán, 1992), que tanto se discute, se debe cimentar en la ética. El lla-

mado Código Ético Mundial para el Turismo, propuesto por la Organización Mundial del Turismo (OMT), es útil si se toma como una plataforma de discusión entre los actores sociales, pero no como una normativa de carácter apodíctico, para reflexionarse en el seno de las comunidades involucradas (Winger, 2008). Ya Cortina (2000: 66-67) indica que: "... la ética ha sido el lado olvidado en los procesos de racionalización económica moderna y es hora de hacer la prueba de activar las virtualidades de la economía capitalista".

No obstante, la concepción de turismo-ambiente ha ido cambiando poco a poco, modificándose de una política de destrucción y apropiación de los recursos naturales a una postura conservacionista y de desarrollo local de las comunidades, donde existe la conexión de las partes interesadas con el ambiente.

Al respecto, Gudynas (2003) menciona que la conservación del ambiente requiere de la incorporación de límites y demandas ambientales, ya que el turismo hace uso de los recursos naturales y, en algunas ocasiones, de manera indiscriminada, por lo que es necesario que se realicen acciones encaminadas a la equidad, justicia y calidad de vida de las comunidades y sus entornos.

El sector turístico ha utilizado los recursos naturales como un medio que lo ayuda a obtener sus metas económicas, por lo que las estrategias de desarrollo tradicionales conciben a la naturaleza como fuente de recursos para dichas metas. En contraposición, el enfoque de preservación y conservación del medio natural, con base en la ética ambiental, impulsa el aumento de la conciencia de protección a los ecosistemas (Bramwell y Lane, 1999; Wilbanks, 1994), por lo que se ha con-

vertido en una visión importante a nivel internacional, dando paso al surgimiento de organismos encargados de la protección a la naturaleza en países desarrollados y la aparición de regulaciones, así como de políticas ambientales. (Sierra, 2000)

En la última década del siglo XX las acciones de preservación y conservación también se hicieron patente por otras partes interesadas en el turismo: organizaciones no gubernamentales, representantes del gobierno, de la industria turística y del ámbito académico. Las recomendaciones se daban en torno a lograr un desarrollo sustentable que integrara una política y normativa internacional en materia de desarrollo y una ética ambiental de conservación para el turismo.

Esta perspectiva de preservación y conservación no es nueva, sin embargo, el turismo hoy la retoma en su afán por frenar el deterioro ecológico causado por las repercusiones negativas del crecimiento económico y mantener a la naturaleza en armonía con el ser humano. Las acciones de preservación del ambiente se observan sobre todo en áreas naturales protegidas (ANP) y parques ecológicos, pero, actualmente son lineamientos reconocidos en todo el mundo. Bajo este enfoque –de preservación y conservación– surge una estrecha relación entre el turismo y la capacidad de carga¹², que busca el respeto a los límites máximos permitidos de turistas en un espacio físico, ya que de no ser así la degradación del lugar podría manifestarse en el corto plazo.

¹² Vargas, E. E.; Castillo, M y Zizumbo, L. (2011), Citando a Mathieson y Wall (1982), p.75, la han definido como el “número máximo de turistas que pueden hacer uso de un lugar sin que se produzcan alteraciones”.

A pesar de que los proyectos turísticos están integrándose a la dinámica de conservación, desde el momento de la planeación y sobre todo durante el desarrollo de sus actividades, sería erróneo pensar que todos los actores del sector estén inmersos en una concepción de ética ambiental que revalore la preservación y conservación y rijan sus prácticas a favor de la naturaleza. Si bien es cierto que ha habido un crecimiento en las nuevas formas de practicar el turismo, también el uso instrumental de la naturaleza en la búsqueda de beneficios económicos ha sido evidente. Barkin (2004) expone que los complejos turísticos que se construyen en México violan la reglamentación local, así como los tratados internacionales respecto al manejo del entorno natural y el cuidado, la captura y el mantenimiento de especies en peligro de extinción. Y, aunque, gran parte de la industria turística pretende apoyar la conservación ambiental, desarrollando códigos de conducta que regulen la operación de las empresas turísticas, fallan al implementar verdaderos sistemas de gestión ambiental y controles tecnológicos que permiten dar soluciones a los problemas asociados con el ambiente. Por ello, es necesaria una “nueva” ética ambiental para el turismo, de corte crítico-reflexiva, lo cual significaría darle un valor de equidad, compromiso y responsabilidad de los diversos actores para con la naturaleza, en un contexto diferente al de la entidad política o económica, que denote el verdadero compromiso social y ambiental por parte de las empresas, sus clientes y el gobierno.

CONCLUSIONES

La concepción de la ética ambiental en la actividad empresarial –específicamente en la turística– no debería ser una opción, sino una obligación, para dejar de considerar a la naturaleza como un simple activo intangible de la empresa, que únicamente contribuye al logro de las metas económicas de la organización, pues esto solo refuncionaliza la perspectiva convencional. La implementación de la ética ambiental en el ámbito empresarial, debe ejercitar una actitud crítica-reflexiva en la implementación de principios y valores éticos, acordes y coherentes no solo con la misión de una organización renovada en los retos, pero también con las necesidades de un entorno cada vez más deteriorado y en crisis, sino con los *stakeholders* de la misma, al igual y, prioritariamente, con los residentes de las comunidades locales, en las cuales se resguardan diversos recursos naturales para el aprovechamiento turístico.

Es importante que en la relación ética ambiental-empresa turística, esta última tenga una concepción amplia sobre la toma de decisiones, ya que, como un sistema abierto que está en constante interacción con diversos grupos, dicha empresa toma decisiones que suele repercutir favorable o negativamente en su entorno y con sus empleados, por lo que el personal debe ser capaz de tomar las mejores decisiones fundamentadas en principios éticos y, a la par, poder ofrecer un producto o servicio de calidad.

Las empresas en la actualidad, juegan un papel más visible y un rol más activo con su entorno, de ahí que se demande a las organizaciones un mayor compromiso y responsabilidad social. Por ello, la preocu-

pación por el ambiente en los últimos años empieza a considerarse dentro de las organizaciones como algo básico en su desempeño, ya que no es suficiente cubrir con el mínimo de cuidado de la naturaleza que piden las leyes; hay que esforzarse en ser una empresa limpia y buscar alternativas que le permitan ser amigable con el ambiente, ya que, lo que a la naturaleza le lleva miles de años construir, en fracciones de minutos el hombre lo puede destruir.

Para favorecer la disminución de la problemática ambiental, es necesario trabajar en conjunto e incluir la parte legal (prohibiciones, impuestos, subsidios), así como la inserción de valores como elemento fundamental. Esto, porque es necesario encontrar un equilibrio entre las necesidades humanas, la equidad social, la preservación del ambiente y el uso sostenido de los recursos, frente a la concepción y práctica de que el hombre ha desarrollado cierto poder tecnológico que minimiza la durabilidad de los recursos naturales, por lo que la ética ambiental puede ser una herramienta a utilizar para la preservación natural.

La preservación y conservación del ambiente en la actualidad es un factor crítico, determinante para la supervivencia y el desarrollo futuro del hombre. En la medida que, para satisfacer sus necesidades, este supere la perspectiva antropocéntrica, y acceda a una revalorada concepción crítica reflexiva de la ética ambiental, mayor posibilidad tendrá el ser humano, la empresa, la naturaleza y la sociedad misma de relacionarse interdependientemente, con un sentido y conciencia de compromiso y responsabilidad social. El papel del ser humano, bajo la perspectiva antropocéntrica, ha mostrado

que es la causa de los grandes desastres naturales, independientemente que se hayan dado por la ignorancia o por alcanzar los ambiciosos beneficios económicos.

La propuesta de la ética ambiental, nace con la necesidad de tratar –desde un punto de vista crítico– los problemas valorativos relacionados con el ambiente. Esta rama de la ética, vinculada a la vida y que da lugar a la bioética, tiene cada día mayor importancia, pues los problemas ambientales hoy se recrudecen, debido a que la capacidad de intervención del hombre sobre el medio es cada vez mayor.

Sólo una sociedad organizada democráticamente, que comprenda que la economía no puede seguir considerándose un fin y la ponga en el lugar que le corresponde, como un medio para el desarrollo equitativo de la vida humana, puede instaurar una nueva forma de intervenir sobre la naturaleza, cuidando de los recursos del planeta, ejerciendo un control radical de la tecnología y fomentando una producción socialmente responsable.

En el caso específico del turismo, este no puede permanecer ajeno a incorporar la ética ambiental en el desarrollo de sus actividades, ya que, al ser una actividad dependiente del ambiente, es imprescindible que busque su preservación. En el caso del turismo es vital una renovada concientización de la ética ambiental, en la que la implementación se manifieste no solo por parte de los prestadores de servicios turísticos, sino de sus clientes y turistas, pero igual del gobierno y de los habitantes locales y residentes, a fin de aspirar a nuevos esquemas de práctica en la actividad turística y el disfrute del medio ambiente natural, basados en compromiso y responsabilidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Barkin, D., (2004), “La responsabilización ambiental de las empresas en México”, *Comercio Exterior*, vol. 54, núm. 10, pp. 1040-1055.
- Bernal, M.C., (2010), “Ética ambiental una responsabilidad social”, 06 junio, obtenido de <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/etica-ambiental-responsabilidad-social.htm>
- Bezerra, S., (2011), *Algunas propuestas sobre una nueva reflexión ética medioambiental*, Tesis, Facultad de Derecho, Departamento de Derecho Público, Universidad de Burgos, España.
- Bramwell, B. y Lane, B., (1999), “Sustainable tourism: Contributing to the debates”, *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 7, núm. 1, pp. 1-5.
- Caballero, M. et al., (2007), “Efecto invernadero, calentamiento global y cambio climático: una perspectiva desde las ciencias de la tierra”, *Revista Digital Universitaria*, Vol. 8, núm. 10, pp. 1-12.
- Coase, R., (1960), “The Problem of Social Cost”, *The Journal of Law and Economics*, vol. 3, pp. 1-44.
- Cortina, A., (2000), *Ética de la Empresa*, Trotta, Madrid.
- Des Jardins, J., (1995), *Étique de l’environnement. Une introduction à la philosophie de l’environnement*, Presses de l’Université du Québec, Paris.
- Fassin, Yves, (2012), “Stakeholder Management, Reciprocity and Stakeholder Responsibility”, *Journal of Business Ethics*, vol. 109, núm. 1, pp. 83-96.
- Ferrel, Odies C., (2004), “Business ethics and customer stakeholders”, *Academy of Management Executive*, vol. 18, núm. 2, pp. 126-129.

- Fien, John, (1993), *Education for the Environment. Critical curriculum Theorising and Environmental Education*, Deakin University/Griffith University, Australia.
- Fleckenstein, M. P. y Huebsch, P., (1999), "Ethics in Tourism-Reality or Hallucination", *Journal of Business Research*, vol. 19, núm. 1, pp. 137-142.
- Freeman, R. E., (1988), *A Stakeholder Theory of the Modern Corporation*, Englewood Cliffs, Prentice Hall, NJ.
- Freeman, R. E., (1994), "The politics of stakeholder theory: some future directions", *Business Ethics Quarterly*, vol. 4, pp. 409-422.
- Freeman, R. E. y Reed, D. L., (1983), "Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance", *California Management Review*, vol. 25, núm. 3, pp. 88-106.
- Garcés, L. y Giraldo, C., (2013), "La responsabilidad profesional y ética en la experimentación con animales: una mirada desde la prudencia como virtud", *Revista Lasallista de Investigación*, Vol. 10, núm. 1, pp. 164-173.
- Glacken, C., (1996), *Huellas en la playa de Rodas*, Ediciones Serbal, Barcelona.
- Gómez, E., (2005), *La Responsabilidad Moral de la Empresa Capitalista*, Plasarte S. A, Caracas.
- González, E., (2012), "El modelo de empresa plural desde el enfoque de los skateholders", *Debats*, núm. 116, pp. 71-80.
- Gudynas, E., (2003), *Ecología, Economía y Ética del Desarrollo Sostenible*, Coscoroba Ediciones, Montevideo.

- Guédez, V., (2006), *Ética y Práctica de la Responsabilidad*, Editorial Planeta, Caracas.
- Guisán, E., (1992), “Utilitarismo”, en Camps et al. (eds.), *Concepciones de la ética*, Trotta, España, pp. 269-296.
- Holden, A., (2003a), “Achieving a sustainable relationship between common pool resources and tourism: the role of environmental ethics”, *Journal of sustainable tourism*, vol. 13, núm. 4, pp. 339-352.
- Holden, A., (2003b), “In need of new environmental ethics for tourism?” *Annals of Tourism Research*, vol. 30, núm. 1, pp. 94-108.
- Ibarra, G., (2009), “Ética del medio ambiente”, *Elementos Ciencia y Cultura*, vol. 16, núm. 73, pp. 11-17.
- Jensen, T. y Sandström, J., (2011), “Stakeholder Theory and Globalization: The Challenges of Power and Responsibility”, *Organization Studies*, vol. 32, núm. 4, pp. 473-488.
- Jonas, H., (1979), *Principio de responsabilidad: Ensayo de una ética para la civilización tecnológica*, Trad: Javier Fernández R., Herder, Barcelona.
- Kalisch, A., (2002), *Corporate futures: Social Responsibility in the tourism industry*, Tourism Concern, London.
- Karwacki, J. y Boyd, C., (1995), “Ethics and ecotourism”, *Business Ethics*, vol.5, núm. 5, pp. 225–232.
- Kwiatkowska, T., (1999), *Humanismo y naturaleza*, Plaza y Valdés Editores, México.
- Kwiatkowska, T., (2005), “Ethics for the environment and the science of the environment”, *Ludus Vitalis. Journal of Philosophy of Life Sciences*, vol. 13, núm. 23, pp. 87-101.

- Kwiatkowska, T. e Issa, J., (1998), *Los caminos de la ética ambiental. Una antología de textos contemporáneos*, CONACyT, UAM, Plaza y Valdez, México.
- Lamoureux, H., (1996), *Le citoyen responsable. L'éthique de l'engagement social*, VLB, Montréal.
- Lea, J., (1993), *Tourism and Development in the Third World*, Routledge, London.
- Leopold, A., (1966), *A sand county almanac: with other essays on conservation from round river*, Ballantine Books, Nueva York.
- Lezama, J. L., (2008), *La construcción social del medio ambiente*, El Colegio de México, México.
- Lozano, J., (1999), *Ética y empresa*, Trotta, Madrid.
- Marcos, A., (2001), *Ética ambiental. Particularidades y problemas específicos*, Universidad de Valladolid, España.
- Martínez de Anguita, P. et al., (2003), *Los desafíos de la ética ambiental*. Ponencia para el V Congreso de católicos y vida pública "¿Qué cultura?", 14, 15 y 16 de noviembre de 2003, organizado por la Fundación Universitaria San Pablo-CEU.
- Mathieson, A. y Wall, G., (1982), *Tourism: economic, physical and social impacts*, Longman Harlow, London.
- Mundim, R. P., (2004), "Ética y Estrategia en un Marco Teórico Referencial de la Ética de Negocios", *Revista de Administración Contemporánea (RAC)*, Edição Especial, pp. 229-252.
- Nash, L. L., (1983), *The environmental studies program, 1983-84*, Universidad de California, Santa Barbara.
- Nash, L. L., (1993), *Ética nas empresas: boas intenções à parte*, Makron Books, São Paulo.

- Norton, B. G., (2000), "Population and Consumption: Environmental Problems as Problems of Scale", *Ethics and the Environment*, vol. 5, núm. 1, pp. 23-45.
- Pérez, A., (1993), "Ética y medio ambiente: El desafío de fines del siglo XX", *Revista electrónica de la Sociedad de Ética en Medicina*, obtenido de www.sem.intramed.net.ar/revista/009.htm
- Potter, Van R., (1998), "Bioética puente, bioética global y bioética profunda", *Cuadernos del Programa Regional de Bioética*, núm. 7, Organización Panamericana de la Salud, Kimpres, Bogotá.
- Riechmann, J., (2005), *Un mundo vulnerable. Ensayos sobre ecología, ética y tecnociencia*, Catarata, Madrid.
- Ruiz, M., (2003), *Ética ambiental: Hacia el desarrollo de una cultura ambiental*, Universidad de Oriente, Cuba.
- Salazar, D. M. y Serna, C. A., (2006), *Ética, medio ambiente y economía*, Universidad de Manizales, Colombia.
- Sauvé, L. y Villemagne, C., (2015), "La ética ambiental como proyecto de vida y "obra" social: Un desafío de formación", *CPU-e, Revista de Investigación Educativa*, núm. 21, pp. 188-209.
- Savater, F., (1998), *La Dimensión Ética de la Empresa*, Siglo del Hombre, Bogotá.
- Sen, Amartya, (2003), *Teorías del Desarrollo a principios del siglo XXI*, obtenido de www.comminit.com/la/teoriasdecambio/lacth=342.html
- Sen, Amartya, (2004), "¿Qué impacto tiene la ética? (Conferencia)", en *Día de la Ética y el Desarrollo en*

- el BID*, 16 de enero del 2004, Banco Interamericano de Desarrollo-CEPAL-Gobierno de Noruega, México. BID. www.desarrollohumano.org.ar
- Sierra, V., (2000), “Estrategia ambiental: coherencia competencial y presupuestaria”, *Boletín Económico de ICE*, núm. 2662, pp. 35-47.
- Smith, A., (1776), *La riqueza de las naciones. Una investigación sobre la naturaleza y las causas de la riqueza de las naciones*, Trad: Carlos Rodríguez Braun (2003), Titivillus, Madrid.
- Sosa, N. M., (1994), *Ética ecológica*, Ediciones Libertarias, Madrid.
- Sosa, N. M., (2005), *Perspectiva ética, serie monografías*, UNED, Madrid.
- Vargas, E. et al., (2011), “Turismo y sustentabilidad. Una reflexión epistemológica”, *Estudios y Perspectivas en Turismo*, vol. 20, núm. 3, pp. 706-721.
- Victoria, Y. et al., (2016), “Los stakeholders de la industria hotelera: una clasificación a partir de sus intereses ambientales”, *Universidad & Empresa*, vol. 18, núm. 30, pp. 97-120.
- Villarroel, R., (2007), “Ética y medioambiente. Ensayo de hermenéutica referida al entorno”, *Revista de filosofía*, vol. 63, pp. 55-72.
- Wilbanks, T., (1994), “Sustainable development in a geographic perspective”, *Annals of the Associations of American Geographers*, vol. 84, núm. 4, pp. 541-556.
- Winger, D., (2008), *Turismo y cultura en la posmodernidad. Dificultades y nuevos rumbos desde una lectura de la ética aplicada*. Ponencia presentada en el X Congreso Nacional y IV Internacional de Investi-

gación Turística, celebrado del 26 al 28 de noviembre en la Facultad de Turismo y Gastronomía de la UAEM. Ciudad de Toluca, México.