

Retos en innovación sostenible en el sector turismo

Challenges in sustainable innovation in the tourism sector

Evelia de Jesus Izábal de la Garza*

ORCID: 0000-0002-0268-5555

Recibido el 18 de agosto de 2019; aceptado el 6 septiembre de 2019

RESUMEN

Actualmente existe una mayor comprensión de lo que es la sostenibilidad, sin embargo, la transición hacia prácticas sostenibles es un reto para las empresas. Esta investigación, desde la perspectiva organizacional y a partir de un enfoque cualitativo de tipo exploratorio, analiza los esfuerzos de innovación sostenible desarrollados por empresas hoteleras del sector turismo de Culiacán, Sinaloa, y las problemáticas enfrentadas para su implementación; para ello se analizó información sobre distintivos sostenibles y se realizaron entrevistas a gerentes de hoteles. Los hallazgos muestran que el sector hotelero comprende la sostenibilidad pero no la implementa adecuadamente, su innovación es limitada, no abarca suficientemente la sostenibilidad, debido a motivos económicos, de motivación, así como a no incluir a la sostenibilidad en su estrategia central. Se concluye que se requiere revisar las políticas de promoción de sostenibilidad, la necesidad de una mayor voluntad empresarial y la inclusión de estrategias de investigación y desarrollo.

Código JEL: L83, Q55, D74.

Palabras claves: innovación, sostenibilidad, turismo.

* Doctora adscrita a la Universidad Autónoma de Occidente.

ABSTRACT

Currently, there is a greater understanding about sustainability is, however, the transition to sustainable practices is a challenge for companies. This research was carried out from the organizational perspective, with a qualitative exploratory approach, analyzes sustainable innovation efforts developed by hotel companies in the tourism sector of Culiacan, Sinaloa, and the problems faced for their implementation; For that, information on sustainable certifications was analyzed and interviews were conducted with hotel managers. The findings show that the hotel sector understands the sustainability but does not implement it adequately, its innovation is limited, does not sufficiently embrace sustainability, due to economic reasons, motivation, as well as not including sustainability in its central strategy. It is concluded that it is necessary to review the policies of sustainability promotion, the need for greater business will, and the inclusion of research and development strategies.

JEL code: L83, Q55; D74.

Keywords: innovation, sustainable, tourism.

Introducción

El éxito empresarial está cada vez más asociado a la comprensión de los desafíos y oportunidades vinculados a la transición hacia la sostenibilidad¹, sin embargo, la innovación y los modelos de negocios actuales generalmente no abarcan suficientemente la dimensión de la sostenibilidad (França, Broman, Robert, Basile, y Trygg, 2017: 155). Al respecto, Willi (2016: 6) refiere que el reto actual es la implementación de la sostenibilidad. Las empresas deben ir más allá de las iniciativas sociales y ambientales voluntarias para incorporar la sostenibilidad en los negocios (Morioka, Evans y Monteiro de Carvalho, 2016).

La innovación para el turismo sostenible puede tomar muchas formas y ocurrir en diferentes niveles operativos y sectoriales, así como aplicarse en una variedad de ubicaciones geográficas; también la motivación para la innovación puede ser diversa, desde cuestiones asociadas a necesidad y supervivencia hasta la búsqueda de ventajas competitivas; además, la innovación es clave para blindar la diversidad natural y cultural (Carlsen y Edwards, 2008:54).

El turismo en México es considerado como uno de los motores de crecimiento del país, al contribuir con el 8.7% del PIB; la participación de las organizaciones en la composición del PIB turístico del país en 2016, se integró así: servicios de alojamiento (28.8%), servicio de transporte de pasajeros (19.5%), restaurantes, bares y discotecas (15.4%), otros servicios (reparación, mantenimiento, salud, etc.) (15.3%), comercio (7.4%), bienes y artesanías (10.6%), servicios culturales (1.1%), servicios deportivos (1.1%) y agencias de viajes (0.8%) (INEGI, 2018).

1 A partir del anglicismo *sustainable* (en español *sostenible*), es común encontrar en la literatura las palabras *sustentable* o *sostenible* de manera indistinta; en este artículo se decidió utilizar *sostenible* (y *sostenibilidad*) puesto que la definición de la Real Academia de la Lengua se acerca más al sentido del término: “especialmente en ecología y economía, que se puede mantener durante largo tiempo sin agotar los recursos o causar grave daño al medio ambiente” (RAE, 2019) y porque es el término utilizado por la Organización de las Naciones Unidas en publicaciones en español.

La Organización Mundial del Turismo (2018) confirma que México pasó del octavo al sexto lugar en la clasificación de países con más llegadas de turistas internacionales (variación del 12%), con lo que participó con una cuota de 18.8% del total de llegadas de turistas internacionales del continente americano en el año 2017 (OMT, 2018).

Los datos anteriores muestran la trascendencia del turismo en la economía del país, y aunque la sostenibilidad no es privativa de ningún sector, dada su magnitud y peculiaridades, resulta importante conocer lo que están haciendo las organizaciones de esta industria al respecto. Las investigaciones más recientes en torno al tema se enfocan en: el estudio de los modelos de negocio para la innovación sostenible apoyados en teorías de redes sociales y de costos de transacción (Reficco, Gutiérrez, Jaen y Auletta, 2018); en cómo combinar los principios de innovación del modelo de negocios sostenible y la innovación impulsada por el usuario para el desarrollo de propuestas de valor sostenibles (Baldassarre et al, 2017); en innovación sostenible de pequeñas redes empresariales (Bossink, 2018); en indicadores de desempeño de ecoinnovación (García-Granero, *et al.*, 2018); así como en las razones del fracaso de innovaciones de modelos de negocios sostenibles (Geissdoerfer, Vladimirova y Evans, 2018), por citar algunas.

Esta investigación tiene el objetivo de contribuir en el estudio del proceso actual de las organizaciones turísticas en la implementación de innovaciones considerando la sostenibilidad, para ello, se analiza el caso de las empresas hoteleras ubicadas en Culiacán, capital del estado de Sinaloa, ciudad que recibió a 547,560 turistas en establecimientos de hospedaje de los 3'605,338 que llegaron al estado de Sinaloa en 2016 y cuenta con 4,287 cuartos para hospedar a los turistas, en los 83 establecimientos de hospedaje de la ciudad (INEGI, 2017). Adicionalmente, los hallazgos encontrados durante la investigación pueden resultar de utilidad como mecanismo para el establecimiento de un diálogo sobre el tema.

Marco teórico

Innovación y turismo sostenible

De acuerdo al Manual de Oslo 2018, los fundamentos conceptuales respecto a la innovación se derivaron de disciplinas de la administración y la economía; las perspectivas de la administración se enfocan la generación de ideas para innovar y en la incidencia de la innovación en la posición de las empresas en el mercado; mientras que el enfoque económico examina la razón para innovar de las organizaciones, las fuerzas que conducen la innovación y los factores que la impiden, así como los efectos macroeconómicos de la innovación en una industria, mercado o economía (OECD/Eurostat, 2018).

Uno de los referentes teóricos de la innovación es Schumpeter, de quien desde la publicación de su libro "La teoría del desarrollo económico", se generó una reputación asociada a la innovación y el emprendimiento (Croitoru, 2012), su pensamiento plantea que las innovaciones son consecuencia del desarrollo económico, las cuales ocurren a partir de las necesidades del empresario (Backhaus, 2002; Montoya, 2004), el argumento central de su sistema de pensamiento asignó el papel más significativo a la naturaleza innovadora del espíritu empresarial (Croitoru, 2012).

En este contexto, la innovación es considerada como factor clave del crecimiento de la productividad empresarial; al permitir a las empresas mejorar su eficiencia a partir de la introducción de nuevos productos y servicios, así como novedades en los métodos de producción y de aspectos no tecnológicos (Polder, Leeuwen, Mohnen y Raymond, 2010).

“Una innovación es un producto o proceso (o una combinación de ambos) nuevo o mejorado, que difiere significativamente de unidades de productos o procesos previos y que han sido introducido en el mercado o puesto en uso por la empresa” (OECD/Eurostat, 2018: 70); incluye tanto aquellos productos, procesos o métodos desarrollados por primera vez por la empresa como aquellos que la empresa ha adoptado y que han sido desarrollados previamente por otras empresas u organizaciones; la exigencia mínima para reconocer una innovación es el hecho de ser nueva para la empresa (OCDE, Eurostat y Grupo Tragsa, 2006).

La innovación para el desarrollo sostenible es un fenómeno nuevo y complejo (Silvestre y Tirca, 2019); el desarrollo sostenible ocupó el primer plano de la opinión pública internacional a partir del “Informe Brundtland” también conocido como “*Our Common Future*”, publicado en 1987, elaborado por la Comisión Mundial del Medio Ambiente y el Desarrollo encabezada por Gro Harlem Brundtland; el cual es definido como el “tipo de desarrollo que permite satisfacer las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (ONU, 1987: 59).

A partir de ahí, diversos esfuerzos se han realizado para cumplir los objetivos planteados para buscar este tipo de desarrollo, así, se realizaron diferentes reuniones en la búsqueda de acuerdos y revisar avances, entre las que destacan: la Cumbre de la Tierra en 1992, la Cumbre del Milenio en el año 2000, la Cumbre Mundial 2010 y la Cumbre de las Naciones del Desarrollo Sostenible en 2015, de donde surgió la “Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible” que incluye 17 objetivos que están vigentes actualmente, los cuales plantean una mejora substancial en las prácticas tanto de la sociedad en su conjunto como de los diversos sectores económicos, el objetivo nueve plantea, entre otras cosas, el fomento de la innovación.

En este contexto, ninguna actividad productiva queda exenta de desarrollar innovación considerando la sostenibilidad; en el sector turismo la innovación es clave para abrir nuevas posibilidades para mostrar tal diversidad en forma de turismo sostenible (Carlsen y Edwards 2008, p.54). De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo (OMT) (2019) el turismo sostenible puede definirse como el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas. Por su parte, el Programa del Medio Ambiente de las Naciones Unidas (UNEP por sus siglas en inglés) (2011: 420) menciona que el turismo sostenible (también lo llama como turismo en una economía verde) se refiere a las actividades turísticas que pueden mantenerse o sostenerse indefinidamente en sus contextos sociales, económicos, culturales y ambientales.

Sus directrices son aplicables a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, busca establecer un equilibrio adecuado entre los aspectos medioambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico para garantizar su sostenibilidad a largo plazo, para ello, el turismo sostenible debe cumplir con diversos aspectos asociados a tales dimensiones (Ver Tabla 1). El turismo sostenible también debe generar un alto grado de satisfacción en los turistas y representar una experiencia significativa, buscando lograr en ellos una mayor

conciencia de los problemas de la sostenibilidad y fomentar así que ellos también realicen prácticas turísticas sostenibles (OMT, 2019).

TABLA 1. ACCIONES DE TURISMO SOSTENIBLE

Dimensión	Acciones
Medioambiental	Usar de manera óptima los recursos medioambientales, elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
Económica	Asegurar actividades económicas viables en el largo plazo, que reporten a todos los agentes, beneficios socio-económicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas y que contribuyan a la reducción de la pobreza.
Sociocultural	Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.

Fuente: elaboración propia con datos de OMT (2019).

La sostenibilidad turística surge de la preocupación por el medio ambiente; por lo que actualmente se empieza a privilegiar el turismo de largo plazo, se considera su impacto en el entorno en donde se produce, los grupos de interés se han vuelto más exigentes y los visitantes buscan mayor calidad en los lugares que visitan (Solano, Casado y Prado, 2013: 19); esto es, la industria turística enfrenta desafíos relacionados con el consumo de agua, la energía, la gestión de residuos, la pérdida de la diversidad biológica y la gestión del patrimonio cultural; así como diversas oportunidades derivadas del crecimiento del sector y los nuevos patrones de consumo (UNEP, 2011: 421-425). Lo anterior hace evidente el rol central de la innovación para hacer frente a tales retos y oportunidades, así como la necesidad del involucramiento de las empresas del sector.

La innovación sostenible en empresas turísticas

Aunque el término innovación sostenible ha sido ampliamente usado en la última década, existe un limitado número de definiciones en la literatura académica (Boons et al 2013), de manera general, innovación sostenible puede definirse como la innovación que mejora el rendimiento de la sostenibilidad basada en criterios ecológicos, económicos y sociales (Boons, et al., 2013: 2 y Reficco et al., 2018).

García-Granero et al (2018) a partir de una revisión teórica identifican 30 indicadores clave de desempeño de eco-innovación más citados por la literatura del tema en diferentes sectores y países, categorizados por tipo de innovación: de producto, proceso, organizacional y de mercadotecnia (Ver Tabla 2).

TABLA 2. INDICADORES CLAVE DE DESEMPEÑO DE ECO-INNOVACIÓN

Tipo	Indicadores de desempeño
Producto	<ul style="list-style-type: none">• Usar material más limpio o un nuevo insumo con menor impacto ambiental.• Uso de materiales reciclados.• Reducir / optimizar el uso de materias primas.• Reducir el número de componentes del producto.• Eliminar los componentes sucios.• Producto con un ciclo de vida más largo.• Capacidad del producto para ser reciclado.
De proceso	<ul style="list-style-type: none">• Reducir los residuos químicos.• Reducir el uso de agua.• Reducir el uso de energía.• Mantener los residuos al mínimo.• Reutilización de componentes.• Reciclar residuos, agua o materiales.• Uso de tecnologías amigables con el medio ambiente.• Energía renovable.• I + D.• Adquisición de maquinaria y software.• Adquisición de patentes y licencias.
Organizacional	<ul style="list-style-type: none">• Recursos humanos verdes.• Planes de prevención de la contaminación.• Objetivos ambientales.• Auditoría ambiental.• Asesoría ambiental.• Invertir en investigación.• Cooperación con grupos de interés.• Nuevos mercados.• Nuevos sistemas (sistemas de refabricación y sistemas de transporte).
De mercadotecnia	<ul style="list-style-type: none">• Embalaje retornable / reutilizable.• Embalaje de diseño verde.• Certificaciones de calidad.

Fuente: García-Granero, *et al.* (2018).

Esto es, en el contexto actual es crucial un desarrollo sostenible basado tecnología y modelos de negocios innovadores, así como una mejor comprensión de las necesidades de los clientes y cambios de comportamiento (Baldassarre, Calabretta, Bocken y Jaskiewicz, 2017: 175). Sin embargo, aunque en la actualidad existe una mayor conciencia sobre la sostenibilidad, la

cual ha influido en las organizaciones empresariales para mejorar su rendimiento y eficiencia ambiental (García-Granero, Piedra-Muñoz y Galdeano-Gómez, 2018), también existen barreras a la innovación, las cuales pueden provenir tanto de limitaciones internas como de presiones externas (Carlsen y Edwards, 2008: 54), por lo cual es necesario identificarlas y así diseñar estrategias tendientes a reducirlas. Además, innovación necesaria para el desarrollo sostenible necesita ir mas allá de mejoras incrementales (Boons, *et al.*, 2013).

Metodología

Esta investigación se llevó a cabo con un enfoque cualitativo de tipo exploratorio, cuyo objetivo es analizar los esfuerzos de innovación sostenible desarrollados por empresas hoteleras en el sector turismo de la capital de estado de Sinaloa. Considerando que en el país existen diversos distintivos y certificaciones para la promoción de prácticas sostenibles, la investigación inicia con la identificación de las empresas que los han obtenido, para ello, se analizaron los listados más recientes (2017 y 2018) de empresas que consiguieron tales certificaciones, publicados por la Secretaría de Turismo (SECTUR) y el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), se revisaron específicamente los registros de los distintivos turísticos con características sostenibles otorgados a los hoteleros de la región.

Adicionalmente, se buscó conocer la percepción de los empresarios turísticos sobre innovación sostenible, los logros obtenidos y los retos que enfrentan para mejorar en el tema. Para ello se entrevistaron gerentes de once hoteles de 3 y 4 estrellas, ubicados en Culiacán, Sinaloa, las entrevistas se llevaron a cabo entre el octubre de 2018 y enero de 2019; es pertinente aclarar que como la mayoría de los actores a encuestar se mostraban reacios a participar en una primera visita, fue necesario recurrir a personas que fungieron como enlace con el entrevistado objetivo, de esta manera se consiguió realizarlas en visitas posteriores.

Para la construcción de la guía de entrevista se hizo una revisión de diversos instrumentos desarrollados para estudios previos entre los que se encuentran la “Encuesta PwC sobre Sostenibilidad en América Latina” realizada por la firma de consultoría PriceWaterhouseCoopers (PWC) en 2016, el “Diagnóstico de Turismo Sustentable” realizado en Chile, entre otros. La entrevista versó sobre los siguientes temas: la percepción y conocimientos sobre sostenibilidad de las autoridades y empresarios turísticos de la región, las medidas sostenibles aplicadas en las empresas hoteleras de Culiacán, los retos encontrados para su aplicación, así como la obtención de distintivos y certificaciones de mejores prácticas en la industria turística obtenidos por las empresas hoteleras.

Resultados

Distintivos y certificaciones turísticas en México

El gobierno federal de México tiene programas de calidad a partir de los cuales busca impulsar la mejora continua y la excelencia en los servicios turísticos, estos son: 1) Acreditación de Guías de Turistas, 2) Sello de Calidad Punto Limpio, 3) Programa de Calidad Tesoros de México, 4) Programa de Calidad Distintivo S, 5) Programa de Manejo Higiénico de los Alimentos, Distintivo H, 6) Programa de Calidad Moderniza y 7) Segmentos Especializados, con el fin

de promover la competitividad de las empresas turísticas (Secretaría de Turismo, 2016), con características específicas (Ver Tabla 3).

TABLA 3. DESCRIPCIÓN DE LOS PROGRAMAS DE CALIDAD
PARA EL TURISMO EN MÉXICO

Nombre	Descripción
Sello de Calidad Punto Limpio	Es un reconocimiento que otorga la Secretaría de Turismo, a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas del sector turístico (restaurantes, hoteles, cafeterías, agencias de viajes, arrendadoras de autos, operadoras de buceo, centros de ocio y entretenimiento, entre otros), cuyo objetivo es propiciar la incorporación de buenas prácticas de higiene en sus modelos de gestión, a fin de proteger la salud de sus clientes, de sus trabajadores y de las comunidades (Secretaría de Turismo, 2015).
Programa de Calidad Tesoros de México	Su propósito principal es impulsar la excelencia de los hoteles y restaurantes que reflejan y promueven la riqueza cultural de México, a partir de altos estándares de servicio, características arquitectónicas y gastronómicas (Secretaría de Turismo, 2015).
Programa de Calidad Distintivo S	Reconocimiento a las buenas prácticas sostenibles en el desarrollo de proyectos turísticos y el compromiso de las empresas turísticas que operan en México bajo los criterios globales de sostenibilidad, a partir de certificaciones emitidas por EarthCheck y Rainforest Alliance, empresas reconocidas internacionalmente en la promoción de mejores prácticas sostenibles (Secretaría de Turismo, 2015).
Programa de Manejo Higiénico de los Alimentos, Distintivo H	Reconocimiento a establecimientos fijos de alimentos y bebidas que cumplen los estándares de higiene que marca la Norma Mexicana NMX-F605 NORMEX 2004, el cual es otorgado por las Secretarías de Turismo y Salud de México (Secretaría de Turismo, 2015).
Programa de Calidad Moderniza	Sistema para el mejoramiento de la calidad a partir del cual las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas podrán estimular a sus colaboradores e incrementar sus índices de rentabilidad y competitividad (Secretaría de Turismo, 2017).
Segmentos Especializados	Se refiere a cuatro sellos de calidad que distinguen a las empresas que generan esfuerzos por mejorar su atención a mercados turísticos especializados, estos son: 1) Sello Cerca de China, 2) Sello Halal México, 3) Sello de Turismo Incluyente y 4) Sello de Turismo de Salud; (Secretaría de Turismo, 2017)

Fuente: elaboración propia (2019) con datos de la Secretaría de Turismo (2015, 2016, 2017).

Ahora bien, en el país existe otra certificación que no está enfocada estrictamente en el sector turismo, pero que se basa en la sostenibilidad, este es el Distintivo de Empresa Socialmente Responsable (ESR), este distintivo es un reconocimiento que se otorga anualmente por el CEMEFI y la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial por México (ALIARSE), el cual acredita a las empresas como una organización comprometida voluntaria y públicamente con una gestión socialmente responsable como parte de su cultura y estrategia de negocio (EXPOK, 2018).

Las certificaciones turísticas y de sostenibilidad en Sinaloa

El análisis de las empresas que han obtenido tales distintivos, haciendo énfasis en las ubicadas en Sinaloa y Culiacán, por ser la región en estudio, se encontró lo siguiente: de los 6791 guías de turistas registrados por SECTUR al mes de abril del año 2018, 77 son de Sinaloa pero ninguno ubicado en la región centro del estado; 819 empresas del país contaban con el distintivo “Sello de Calidad Punto Limpio” en 2017, sin embargo, en el caso de Sinaloa sólo una empresa lo obtuvo, la cual está ubicada en Culiacán pero no es del ramo de hotelería; Sinaloa no forma parte de los 13 estados de la República que cuentan con el distintivo Calidad Tesoros de México; en tanto que en 2017, 103 empresas obtuvieron el Distintivo S, de las cuales cinco son de Sinaloa: cuatro son hoteles de Mazatlán y un hotel de Culiacán (SECTUR, 2017).

Respecto al Distintivo H, 81 empresas de Sinaloa lo obtuvieron en 2018, de las cuales once son de Culiacán, tres del ramo hotelero (SECTUR, 2018); SECTUR refiere que a julio de 2018, 2,507 empresas obtuvieron la certificación “Calidad Moderniza”, de las cuales cinco son del estado de Sinaloa, aunque ninguna de la capital del estado, de acuerdo a datos de CEMEFI (2019); el distintivo como Empresa Socialmente Responsable, lo obtuvieron 147 empresas sinaloenses en el año 2018, 73 de Culiacán, ninguna del sector hotelero. Los datos anteriores muestran una limitada participación de los empresarios sinaloenses en la obtención de estos distintivos asociados a innovación sostenible en el país, además, se aprecia que es prácticamente nulo en número de empresas de Culiacán que lo obtuvieron en los años 2017 y 2018, lo cual se reduce aún más al analizar las empresas hoteleras. Al cuestionar a los empresarios hoteleros de Culiacán respecto a estos distintivos de calidad turística y de sostenibilidad, la mayoría de los entrevistados los conocen y manifestaron haber conseguido uno u otro en algún momento, los más mencionados fueron el Distintivo S y el de Empresa Socialmente Responsable, sin embargo, sólo una de las empresas manifestó tenerlos vigentes en el año 2018, aunque cabe aclarar que en el listado oficial no aparece. Los empresarios refieren dos causas fundamentales para no tener tales distintivos, en primer lugar, el no reunir los requisitos necesarios para obtenerlos, en segundo, se les dificulta acceder a ellos por su costo; pese a esto, la mayoría manifestó interés de participar en las convocatorias para conseguirlos.

La implementación de las acciones de carácter sostenible

Pese a los resultados limitados encontrados en cuanto a certificaciones, las entrevistas realizadas mostraron información adicional que permite comprender mejor el fenómeno en la localidad en estudio. Los datos recabados muestran información en torno a la comprensión de la sostenibilidad por parte de los gerentes de las empresas encuestadas, las medidas sostenibles aplicadas en los hoteles, los beneficios de ser sostenibles, así como los obstáculos para llevar a cabo acciones basadas en este principio, la comunicación de lo realizado y, finalmente, lo relativo a innovación sostenible. A partir del análisis de la información se identificaron aspectos aplicables a la mayoría de los hoteles en estudio, así como otros que sólo son consideraciones y acciones llevadas a cabo de manera aislada por una minoría (Ver Tabla 4).

**TABLA 4. SOSTENIBILIDAD E INNOVACIÓN SOSTENIBLE
 EN LOS HOTELES DE CULIACÁN**

Tema		Aspectos aplicables	
		A la mayoría	De manera aislada
Comprensión de sostenibilidad turística		-Tienen una comprensión integral del concepto, identifican las tres dimensiones de la sostenibilidad.	-Asocian sostenibilidad solo con el cuidado del medio ambiente.
Medidas sostenibles	Medioambientales	-Medidas de ahorro de agua y de energía. -Promoción de medidas medioambientales entre sus clientes. -Uso de productos biodegradables. -Reciclaje de residuos sólidos.	-Uso de energías alternativas. -Reciclaje de líquidos. -Realiza acciones que contribuyen a la conservación de la biodiversidad local.
	Socioculturales	-Instalaciones adaptadas para las personas con discapacidad. -Promoción de igualdad de género. -Busca conciliar el trabajo y la vida familiar de sus trabajadores.	-Ofrece oportunidades laborales a personas con discapacidad. -Promueve la conservación del patrimonio y el respeto de la cultura local. -Escoge proveedores que demuestran responsabilidad social.
	Económicas	-Capacitación para el personal de la empresa. -Beneficios adicionales para los empleados.	-Contrata preferentemente a personal de la localidad. -Promueve entre sus clientes el consumo de productos locales. -Compra de manera prioritaria productos locales.
Influencia en la decisión de adoptar medidas sostenibles		-Manifiestan no haber tenido influencia	-Otras empresas del sector. -Organismos gremiales. -Medios de comunicación. -Gobierno.
Beneficios		-Satisfacción, compromiso. -Reducir costos. -Adquirir ventajas competitivas. -Mejorar la reputación de la compañía.	-Fortalecer su relación con grupos de interés. -Generar innovaciones en la organización.

Relevancia de la sostenibilidad	-Es relevante pero solo para algunas actividades.	-Forma parte de la estrategia central de la empresa. -No es relevante.
Comunicación de la sostenibilidad	-Carteles y documentos en las habitaciones y otros espacios de los hoteles. -En su página de internet. -Publicidad.	-No creen que se debe comunicar. -Consideran que no hacen algo relevante para comunicarlo.
Obstáculos para la sostenibilidad	-Falta de presupuesto. -Considerar que pudiera aumentar los costos de gestión. -Falta de motivación.	-Falta de tiempo. -Los clientes no lo han pedido. -No saber qué hacer.
Papel de la sostenibilidad en la innovación desarrollada	-Tuvo un papel central en la mitad de los casos.	-No fue considerada en la mitad de los casos.
Autor de las innovaciones	-La empresa, adaptando o modificando lo desarrollado previamente por otras empresas o instituciones.	-La empresa solamente. -La empresa junto con otras empresas o instituciones.
Principales participantes en acciones de sostenibilidad	-Directivos. -Personal. -Clientes.	-Proveedores. -Comunidad aledaña a la organización.
Apoyo para innovación sostenible	--No recibieron apoyo externo.	-Organismos gubernamentales y privados.

Fuente: elaboración propia (2019).

Respecto a lo que se entiende por sostenibilidad turística, la mayoría de los entrevistados tiene una comprensión integral del concepto, identifican las tres dimensiones de la sostenibilidad en el desarrollo de su actividad, lo que coincide con la definición de turismo sostenible de la OMT (2019), esto es, consideran aspectos económicos, sociales y ambientales; sin embargo, el resto de los entrevistados sólo asociaron a la sostenibilidad con el cuidado del medio ambiente.

En torno a las medidas aplicadas por las empresas en cada una de las tres dimensiones de la sostenibilidad aportaron respuestas diversas; en el ámbito medioambiental destacan: la implementación de medidas de ahorro de agua y de energía, la promoción de medidas medioambientales entre sus clientes, el uso de productos biodegradables, así como el reciclaje de residuos sólidos; pese a esto, la realización de otras acciones medioambientales, tales como el uso de energías alternativas, reciclaje de líquidos así como contribuir para la conservación de la biodiversidad local, es casi nula. Mientras que, en el ámbito sociocultural, los gerentes hoteleros expresaron tener instalaciones adaptadas para las personas con discapacidad,

buscar conciliar el trabajo y la vida familiar de sus trabajadores, así como la promoción de igualdad de género; también se identificaron aspectos que solo realiza una minoría, tales como oportunidades laborales a personas con discapacidad, la promoción de la conservación del patrimonio y cultura locales, así como el dar prioridad a proveedores que demuestren responsabilidad social.

En el ámbito económico, las respuestas de la mayoría fueron las siguientes: contar con programas de capacitación para el personal de la empresa y beneficios adicionales para los empleados; sólo algunas empresas contratan preferentemente personal local, participa en la promoción del consumo local y compra productos de la localidad, de manera prioritaria.

Sobre si la decisión de implementar medidas sostenibles en la empresa fue a partir de alguna influencia externa, la mitad de los entrevistados expresó que sus acciones sostenibles no se derivan de alguna incidencia externa; el resto dio respuestas diversas: refieren haber sido influenciados por otras empresas del sector, organismos gremiales, medios de comunicación y gobierno. Entre los principales beneficios de implementar medidas sostenibles identificados por las empresas hoteleras entrevistadas se encuentran: la satisfacción, el compromiso con la sostenibilidad, buscar reducir costos, adquirir ventajas competitivas y mejorar la reputación de la compañía; una minoría también considera que ayuda a fortalecer su relación con grupos de interés y generar innovaciones en la organización. La mayoría de los entrevistados considera que la sostenibilidad es relevante para algunas de sus actividades, sin embargo, sólo tres de ellos mencionan que forma parte de la estrategia central de sus empresas y uno de los entrevistados refiere que definitivamente no es un tema relevante para su organización.

En torno a la forma de comunicar sus acciones sostenibles, mencionaron que utilizan carteles y documentos en las habitaciones y otros espacios de sus hoteles, también a través de su página de internet y por medio de su publicidad; algunos de los encuestados consideran que no se deben comunicar estas acciones o bien, que no hacen algo tan relevante como para comunicarlo. Respecto a las razones que se constituyen como obstáculos para la sostenibilidad en sus empresas, de sus respuestas sobresalen tres: 1) La falta de presupuesto, 2) Considerar que pudiera aumentar sus gastos administrativos y 3) Falta de motivación. La mitad de los entrevistados expresó haber realizado innovaciones durante los tres años previos, en las cuales la sostenibilidad tuvo un papel central; de los cuales la mayoría manifestó que otras empresas privadas participaron conjuntamente con la organización en la introducción de tales innovaciones, de hecho, refieren que las desarrollaron adaptando lo hecho previamente por otras organizaciones. Mencionan que tanto directivos el personal y los clientes han participado en las acciones de sostenibilidad desarrolladas por la empresa; en menor medida también mencionaron a los proveedores y la comunidad aledaña a la organización.

Por otra parte, la mayoría menciona no haber recibido apoyo de ninguna entidad externa a la empresa para innovar sosteniblemente, solo dos de los entrevistados expresaron haber recibido apoyo, uno de ellos refirió haber recibido ayuda para la difusión de sus actividades sostenibles por parte de organismos gubernamentales y privados (una radiodifusora); el otro manifestó haber recibido capacitación en el tema por parte del gobierno. De hecho, de manera general, expresaron que las autoridades públicas deberían llevar a cabo acciones para promover la sostenibilidad turística, entre las actividades que consideran podrían ser oportunas destacan las siguientes: capacitarlos en la materia, sensibilizar a los turistas

en torno a buenas prácticas y conductas sostenibles, así como promocionar para el que el turismo nacional visite los destinos sostenibles del país.

Conclusiones

El análisis de los hallazgos de esta investigación permite establecer diversas reflexiones, en primer lugar, la baja participación de las empresas en estudio en la obtención de las certificaciones y distinciones de sostenibilidad constituyen una primera señal de alerta respecto a si se está atendiendo la temática por los empresarios hoteleros de Culiacán, el hecho de que los entrevistados expresen que una de las principales razones para no tenerlas es el no cumplir con sus requisitos revela prácticas sostenibles insuficientes.

Pese a lo anterior, se identificaron algunos aspectos positivos como el hecho de que la mayoría de los entrevistados tiene una noción correcta respecto a sostenibilidad turística, reconocen sus tres dimensiones, llevan a cabo algunas medidas medioambientales, socioculturales y económicas en sus establecimientos, y tienen conciencia sobre los beneficios de llevar a cabo estas medidas (García-Granero, *et al.*, 2018) y de comunicarlas a sus clientes. Como retos, se identifica el hecho de que la sostenibilidad aún no forma parte de la estrategia central de las empresas hoteleras entrevistadas; además, entre las razones expuestas como obstáculos para la innovación sostenible por los entrevistados refieren motivos económicos y falta de motivación, esto es, las barreras internas planteadas por Carlsen y Edwards (2008). Otro aspecto destacado es que las innovaciones realizadas solo son adaptaciones realizadas previamente por otras organizaciones, esto es, sólo fueron innovaciones para su empresa (OCDE *et al.* 2006), lo que evidencia la necesidad de ir más allá de mejoras incrementales para realmente apoyar al desarrollo sostenible (Boons, *et al.*, 2013).

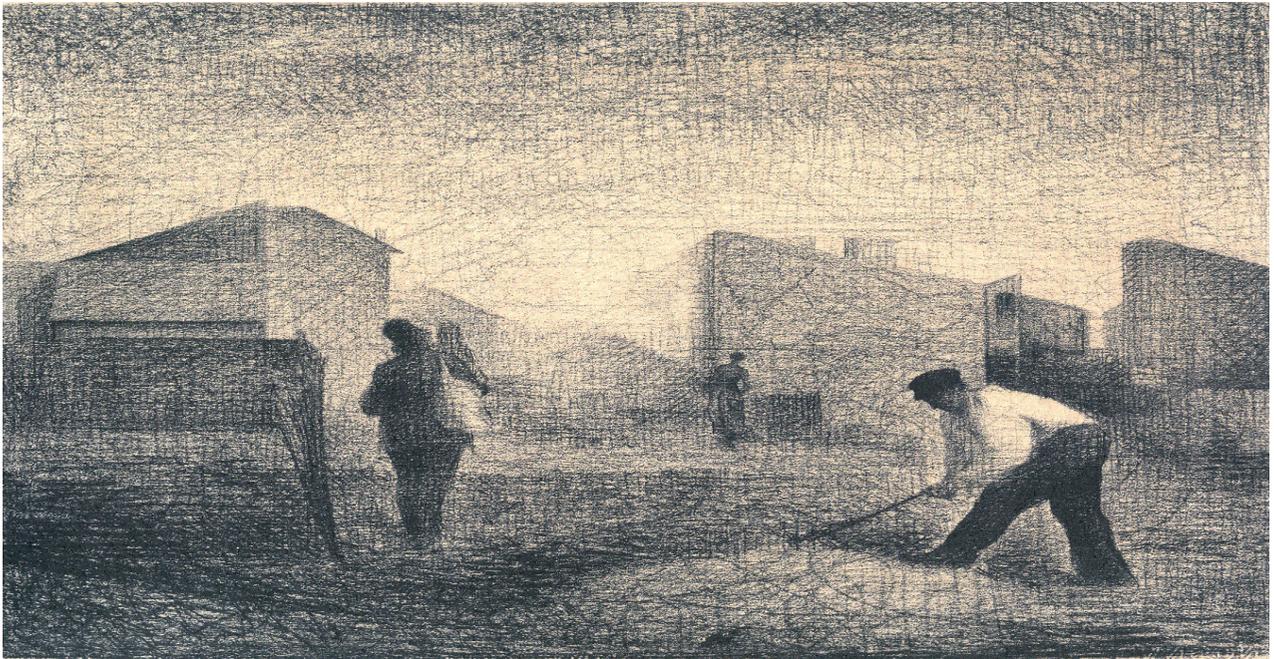
Una reflexión final se deriva de la participación gubernamental en términos la sostenibilidad, si bien el gobierno federal diseña y promueve los programas a partir de los cuales se obtienen las certificaciones, los resultados muestran una baja vinculación público-privada en este sentido, por lo que se requiere una revisión de las políticas públicas en torno a la promoción de la sostenibilidad y al acompañamiento necesario para la implementación de innovaciones basadas en principios sostenibles.

En términos generales, esta investigación confirma lo dicho por França, *et al.*, (2017) en el sentido de que la innovación y los negocios, en la actualidad, no abarcan suficientemente la dimensión de la sostenibilidad; el sector hotelero en estudio comprende la sostenibilidad pero su implementación es limitada, puntual. Por lo que se concluye la existencia de un imperativo de transitar de la conciencia a la aplicación sistematizada de medidas de naturaleza sostenible en las innovaciones desarrolladas por las empresas, además, es necesaria una mayor voluntad empresarial e incluir estrategias de investigación y desarrollo que les permitan generar innovaciones y no sólo replicarlas. Al ser este un estudio exploratorio, presenta la limitación de que sus hallazgos no puedan ser generalizables, sin embargo, sus resultados si abonan a la discusión de la temática estudiada.

Bibliografía

- Backhaus, U. (2002). *Seventh Chapter of the Theory of Economic Development*. En J. Backhaus, Joseph Alois Schumpeter: Entrepreneurship, Style and Vision (págs. 93-145). New York, Boston, Dordrecht, London, Moscow: Kluwer Academic Publishers.
- Baldassarre, B., Calabretta, G., Bocken, N. y Jaskiewicz, T. (2017). Bridging sustainable business model innovation and user-driven. *Journal of Cleaner Production*, 175-186.
- Boons, F., Montalvo, C., Quist, J. y Wagner, M. (2013). Sustainable innovation, business models and economic performance: an overview. *Journal of Cleaner Production*, 1-8.
- Bossink, B. (2018). The influence of knowledge flow on sustainable innovation in a project-based industry: From demonstration to limited adoption of eco-innovations. *Journal of Cleaner Production*: 249-262.
- Carlsen, J. y Edwards, D. (2008). BEST EN case studies: *Innovation for sustainable tourism*. Tourism and Hospitality Research 8(1): 44-55.
- Croitoru, A. (2012). Schumpeter, J.A., 1934 (2008), *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle*, translated from the German by Redvers Opie, New Brunswick (U.S.A) and London (U.K.): Transaction Publishers. *Journal of Comparative Research in Anthropology and Sociology*: 137-148.
- EXPOK. (10 de 12 de 2018). Expok. *Comunicación de Sustentabilidad y RSE*. Obtenido de Distintivo ESR: <https://www.distintivoesr.com/>
- França, C., Broman, G., Robert, K.-H., Basile, G y Trygg, L. (2017). An approach to business model innovation and design for strategic sustainable development. *Journal of Cleaner Production* 140, 155-166.
- García-Granero, E., Piedra-Muñoz, L. y Galdeano-Gómez, E. (2018). Eco-innovation measurement: A review of firm performance indicators. *Journal of Cleaner Production*: 304-317.
- Geissdoerfer, M., Vladimirova, D. y Evans, S. (2018). Sustainable business model innovation: A review. *Journal of Cleaner Production*, 401-416.
- INEGI. (2018). *Sistema de Cuentas Nacionales de México : cuenta satélite del turismo de México 2016: año base 2013* . México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía .
- Montoya, S. (2004). *Schumpeter, Innovación y Determinismo Tecnológico*. Scientia et Technica Año X, No 25, 209-213.
- Morioka, S., Evans, S. y Monteiro de Carvalho, M. (2016). *Sustainable business model innovation: exploring evidences in sustainability reporting*. Procedia CIRP 40: 659-667.
- OECD/Eurostat. (2018). *Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Edition, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities*. Paris/Eurostat, Luxembourg: OECD Publishing.
- OCDE, Eurostat y Grupo Tragsa. (2006). *Manual de Oslo*. Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación. Paris: Publicaciones OCDE.
- OMT. (10 de enero de 2019). *UMWTO Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de Sustainable Development of Tourism: <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>
- ONU. (1987). *Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo*. Nueva York.
- Organización Mundial del Turismo. (2018). *Panorama OMT del turismo internacional*. Edición 2018. Madrid DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284419883>.: UNWTO.
- Polder, M., Van Leeuwen, G., Mohnen, P., y Raymond, W. (2010). *Product, process and organizational innovation: drivers, complementarity, and productivity e*. MERIT Working Papers 035, United Nations University - Maastricht Economic and Social Research Institute on Innovation and Technology (MERIT): 1-46.
- Reficco, E., Gutiérrez, R., Jaen, M. y Auletta, N. (2018). Collaboration mechanisms for sustainable innovation. *Journal of Cleaner Production*: 1170-1186.
- Secretaría de Economía. (2016). *Responsabilidad Social Empresarial* Obtenido de: <https://www.gob.mx/se/articulos/responsabilidad-social-empresarial-32705>

- Secretaría de Turismo. (2015). *Acreditación de guías de turistas*. Obtenido de: <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/acreditacion-de-guias-de-turistas>
- Secretaría de Turismo. (2015). *gob.mx. Obtenido de Sello de Calidad Punto Limpio*: <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/sello-de-calidad-punto-limpio>
- Secretaría de Turismo. (2015). *Sello de Calidad, Programa de Calidad Tesoros de México*. Obtenido de: <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/programa-de-calidad-tesoros-de-mexico>
- Secretaría de Turismo. (2015). *Programa de Calidad Distintivo*. Obtenido de: <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/programa-de-calidad-distintivo-s>
- Secretaría de Turismo. (2015). *Programa Manejo Higiénico de los Alimentos, Distintivo H*. Obtenido de: <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/programa-manejo-higienico-de-los-alimentos-distintivo-h>
- Secretaría de Turismo. (2016). *Certificación turística*. Obtenido de: <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/certificacion-turistica>
- Secretaría de Turismo. (2017). *Programa de Calidad Moderniza*. Recuperado de: <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/programa-de-calidad-moderniza>
- Silvestre, B., & Tirca, D. (2019). Innovations for sustainable development: Moving toward a sustainable future. *Journal of Cleaner Production*, 325-332.
- Solano, S., Casado, P., & Prado, C. (2013). Proactividad medioambiental. El caso de las cadenas hoteleras españolas cotizadas/Environmental proactivity. The case of spanish listed hotel chains. M+A : *Revista Electrónica de Medioambiente*: 17-37.
- UNEP. (2011). *Towards a Green Economy Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication PART II: Investing in energy and resource efficiency, Tourism*. United Nations Environment Programme: <https://www.unenvironment.org/resources/report/towards-green-economy-pathways-sustainable-development-and-poverty-eradication-16>.
- Willi, A. (2016). *La sostenibilidad: entre lo viral y lo profundo*. En PWC, Encuesta PwC sobre Sostenibilidad en América Latina (pp. 6). PWC.



Seurat G. (1881). Picapedreros. [Imagen]. Recuperado de: <https://artepedrodacruz.wordpress.com/2010/07/08/georges-seurat-en-el-moma-luces-y-sombras/>