



**UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO**

**División de Ciencias Sociales y Económico Administrativas**

“Responsabilidad social ambiental de las empresas Hoteleras de Mahahual, Quintana Roo.”

**Tesis**

**Para obtener el grado de:**

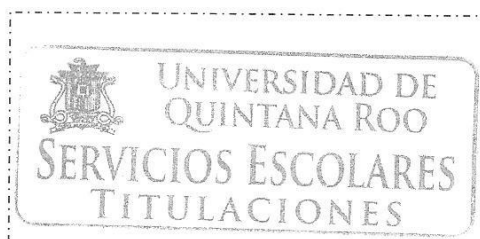
**LICENCIADA EN SISTEMAS COMERCIALES**

**Presenta**

**MARÍA ISAMAR MOO CASANOVA**

**Director de Tesis**

**DRA. MARÍA DE JESÚS PÉREZ HERVERT**



**Chetumal, Quintana Roo, México, Octubre de 2016.**



**UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO**

**División de Ciencias Sociales y Económico  
Administrativas**

“Responsabilidad social ambiental de las empresas Hoteleras de Mahahual,  
Quintana Roo”.

Presenta: **María Isamar Moo Casanova**

Tesis elaborada bajo la supervisión de comité de asesoría y aprobado como requisito  
parcial para obtener el grado de:

**LICENCIADO EN SISTEMAS COMERCIALES**

**COMITÉ DE SUPERVISIÓN**

Director:

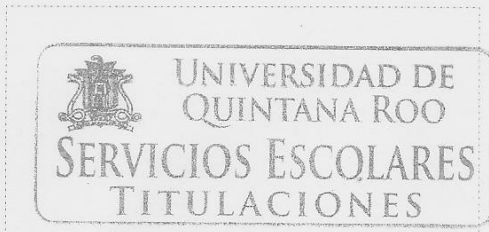
**Dra. María de Jesús Pérez Hervert**

Asesor:

**Dr. José Luis Esparza Aguilar**

Asesor:

**MC. Julia Isabel Matus Martínez**



Chetumal, Quintana Roo, México, Octubre 2016.



## **Agradecimientos**

En primer lugar, agradezco a la vida y a Dios por permitirme concluir satisfactoriamente una meta más en mi vida.

En segundo, a mis padres, que sin duda, sin su apoyo incondicional nada de esto hubiera sido posible. Por siempre dejarme ser, por apoyarme, por nunca hacerme falta, por alentarme a conseguir mis metas y sobre todo, por amarme.

En tercero, a mi alma máter UQROO, y a cada uno de mis profesores, que tuvieron la paciencia y la amabilidad de compartir sus conocimientos con sus alumnos, pero sobre todo, especialmente quiero agradecer a aquellos que me acompañaron en la realización de esta tesis, por su apoyo, paciencia y entrega.

En cuarto y último lugar, pero no menos importante, a mis amigos y familiares, que nunca, nunca me han hecho falta, siempre han estado ahí al pie del cañón apoyándome, celebrando mis triunfos y acompañándome en mis fracasos.

# Índice

---

Introducción.....	7
Tema .....	8
Planteamiento del problema.....	8
Justificación.....	10
Objetivos .....	12
Hipótesis.....	12
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL.....	13
1.1 Antecedentes de la Responsabilidad Social.....	13
1.2 Responsabilidad social: Empresa y Sociedad.....	14
1.3 Principales conceptos de la responsabilidad social.....	16
1.4 Enfoques de la RS.....	19
1.5 Objetivo de la Responsabilidad Social Ambiental (RSA).....	22
CAPÍTULO II: CARACTERÍSTICAS DE LAS MIPYME EN MAHAHUAL .....	26
2.1 La micro, pequeña y mediana empresa en México .....	26
2.2 Las MiPyME en Quintana Roo .....	28
2.3 Evolución de la estratificación de empresas en México .....	30
2.4 Clasificación de las microempresas .....	35
2.5 Caracterización de las MiPyME.....	36
2.6 Las MiPyME Hoteleras.....	38
2.7 La RSE en las MiPyME Hoteleras.....	38
2.8 Impacto económico y costos ambientales .....	40
CAPÍTULO III: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA EN LAS MIPYME HOTELERAS DE MAHAHUAL .....	41
3.1 Metodología.....	41
3.1.1 Espacio geográfico y sujeto de análisis.....	43
3.1.2 Muestra de estudio .....	44
3.1.3 Instrumentos de medición.....	44
3.1.4 Realización de las entrevistas.....	44
3.2. Análisis univariado de las MiPyME.....	46
3.2.1 Análisis de las estrategias de sustentabilidad.....	46

3.2.2 Condición de las MiPyME hoteleras con respecto a su desempeño ambiental .....	69
<b>3.2.3 Características generales de las MiPyME encuestadas .....</b>	<b>73</b>
3.3 Análisis no paramétrico de los microhoteles .....	81
CONCLUSIÓN .....	84
PROPUESTA .....	86
ANEXOS .....	91
1. Materias fundamentales de la Responsabilidad social (ISO 26000) .....	91
2. Encuesta .....	96
BIBLIOGRAFÍA .....	99

## Índice de tablas

---

Tabla 1. Estratificación por número de trabajadores .....	30
Tabla 2. Estratificación de empresas 1990, 1991 y 1993 .....	34
Tabla 3. Estratificación de empresas 1999.....	35
Tabla 4. Estratificación de empresas 2002.....	35
Tabla 5. Estratificación de empresas 2009.....	36
Estrategias Sustentables	
Tabla 1. Tamaño de empresas encuestadas en Mahahual.....	49
Tabla 2. Estrategia 1 Instalación de equipos de bombeo de alta eficiencia .....	49
Tabla 3 Estrategia 2 Instalación de elevadores de alta eficiencia .....	50
Tabla 4 Estrategia 5 Instalación de boilers de alta eficiencia .....	51
Tabla 5 Estrategia 3 Instalación de aires acondicionados de alta eficiencia .....	52
Tabla 6 Estrategia 4 Instalación de ventiladores de alta eficiencia .....	53
Tabla 7 Estrategia 6 Garantizar la seguridad y salud de los empleados .....	54
Tabla 8 Estrategia 7 Instalación de dispositivos para el ahorro de gas .....	55
Tabla 9 Estrategia 8 Uso de lámparas fluorescentes .....	56
Tabla 10 Estrategia 9 Uso eficiente del agua .....	57
Tabla 11 Estrategia 10 Instalación de sistemas de bajo consumo de agua .....	58
Tabla 12 Estrategia 11 Uso de productos químicos no tóxicos que se utilizan para el lavado de blancos y limpieza de habitaciones.....	59

Tabla 13 Estrategia 12 Programa de riego de jardines según estacionalidad y temperatura .....	60
Tabla 14 Estrategia 13 Uso de material orgánico y reciclado.....	61
Tabla 15 Estrategia 14 Control de residuos generados en el hotel .....	62
Tabla 16 Estrategia 16 Reciclaje de desechos generados en el hotel .....	63
Tabla 17 Estrategia 15 Programas y campañas permanentes de concientización a los colaboradores del hotel y sus familias .....	64
Tabla 18 Estrategia 17 Hace uso de buzón de quejas y sugerencias .....	65
Tabla 19 Estrategia 18 Tiene o hace uso de algún calentador solar .....	66
Tabla 20 Estrategia 19 Capacitación y asistencia técnica en cuanto a temas de cuidado ambiental .....	67
Tabla 21 Estrategia 20 Asigna recursos económicos en su planeación anual para realizar acciones sustentables .....	68
Tabla 22 Estrategia 21 Realiza programas ambientales .....	69
Tabla 23 Estrategia 22 Programa de contingencias y riesgos ambientales .....	70
Tabla 24 Razón por la cual no ha aplicado o no aplicaría las acciones antes mencionadas .....	72
Tabla 25 ¿Dispone su empresa de alguna certificación o distintivo de sustentabilidad (o equivalente)?.....	73
Tabla 26 ¿Estaría dispuesto a modificar las condiciones existentes de su empresa para mejorar su desempeño ambiental? .....	74
Tabla 27 Años de funcionamiento de la empresa .....	75
Tabla 28 Integración jurídica .....	76
Tabla 29 Tipo de propiedad.....	76
Tabla 30 Administración de la empresa .....	77
Tabla 31 Categoría del hotel .....	78
Tabla 32 Nivel de estudios del dueño .....	79
Tabla 33 Edad del dueño .....	80
Tabla 34 Ingresos mensuales .....	81
Tabla 35 Clientes mensuales .....	82
Tabla 36 Prueba Chi- Cuadrado: Control de residuos e ingresos mensuales .....	84
Tabla 37 Prueba Chi-Cuadrado: Uso de productos químicos no tóxicos e ingresos mensuales .....	85

## Índice de gráficos

---

Gráfico 1 Estrategia 1 Instalación de equipos de bombeo de alta eficiencia que funcionen según se necesiten. ....	50
Gráfico 2 Estrategia 2 Instalación de elevadores de alta eficiencia .....	51
Gráfico 3 Estrategia 5 Instalación de boilers de alta eficiencia.....	52
Gráfico 4 Estrategia 3 Instalación de aires acondicionados de alta eficiencia.....	53
Gráfico 5 Estrategia 4 Instalación de ventiladores de alta eficiencia .....	54
Gráfico 6 Estrategia 6 Garantizar la salud y seguridad de los empleados .....	55
Gráfico 7 Estrategia 7 Instalación de dispositivos para el ahorro de gas .....	56
Gráfico 8 Estrategia 8 Uso de lámparas fluorescentes.....	57
Gráfico 9 Estrategia 9 Uso eficiente del agua .....	58
Gráfico 10 Estrategia 10 Instalación de sistemas de bajo consumo de agua en baños de las habitaciones .....	59
Gráfico 11 Estrategia 11 Uso de productos químicos no tóxicos que se utilizan para el lavado de blancos y limpieza de habitaciones.....	60
Gráfico 12 Estrategia 12 Programa de riego de jardines según estacionalidad y temperatura .....	61
Gráfico 13 Estrategia 13 Uso de material orgánico y reciclado .....	62
Gráfico 14 Estrategia 14 Control de residuos generados en el hotel .....	63
Gráfico 15 Estrategia 16 Reciclaje de desechos generados en el hotel .....	64
Gráfico 16 Estrategia 15 Programas y campañas permanentes de concientización a los colaboradores del hotel y sus familias .....	65
Gráfico 17 Estrategia 17 Hace uso del buzón de quejas y sugerencias.....	66
Gráfico 18 Estrategia 18 Tiene o hace uso de algún calentador solar .....	67
Gráfico 19 Estrategia 19 Capacitación y asistencia técnica en cuanto a temas de cuidado ambiental .....	68
Gráfico 20 Estrategia 20 Asigna recursos económicos de su planeación anual para realizar acciones sustentables .....	69
Gráfico 21 Estrategia 21 Realiza programas ambientales.....	70
Gráfico 22 Estrategia 22 Programa de contingencias y riesgos ambientales.....	71
Gráfico 23 Razón por la cual no ha aplicado estas estrategias.....	72

Gráfico 24 Dispone su empresa de alguna certificación o distintivo sustentable ..	73
Gráfico 25 Estaría dispuesto a modificar sus condiciones existentes de su empresa para mejorar su desempeño ambiental .....	74
Gráfico 26 Años de funcionamiento de su empresa .....	75
Gráfico 27 Integración jurídica.....	76
Gráfico 28 Tipo de propiedad .....	77
Gráfico 29 Administración de la empresa .....	78
Gráfico 30 Categoría del hotel .....	79
Gráfico 31 Nivel de estudios del dueño .....	80
Gráfico 32 Ingresos mensuales .....	81
Gráfico 33 Clientes mensuales.....	82



## Introducción

El trabajo de investigación que se presenta a continuación trata sobre la Responsabilidad Social Ambiental de las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyME) hoteleras en el poblado de Mahahual, en el estado de Quintana Roo.

La presente investigación consta de tres capítulos, en el capítulo uno se presentan las generalidades de la responsabilidad social, el cual, se entiende como el marco teórico de la misma.

El capítulo dos, contiene información relacionada a las MiPyME en México y las MiPyME hoteleras en Quintana Roo y Mahahual, resaltando sus características, su evolución y su clasificación, así como, el impacto que tiene la responsabilidad social en las organizaciones y los costos tanto económicos como ambientales que implica el ser socialmente responsable con el medio ambiente.

En el tercer capítulo se desarrolla la metodología que se utilizó para realizar la presente investigación, así como los resultados que se obtuvieron de la encuesta que se aplicó a los propietarios y/o gerentes de las empresas de hospedaje.

Seguidamente, se presenta un apartado de las conclusiones como producto de la investigación realizada.

Así también, se presenta de manera general una propuesta que contribuirá a mejorar el desempeño ambiental de las MiPyME Hoteleras en Mahahual.

Finalmente se expone un apartado sobre la bibliografía que se utilizó en la presente investigación, así como, un apartado de anexos que contiene el cuestionario que se aplicó para recabar la información de los hoteles sobre la Responsabilidad Social Ambiental.

## **Tema**

Responsabilidad social ambiental de las empresas Hoteleras de Mahahual, Quintana Roo.

## **Planteamiento del problema**

En México, la micro, pequeña y mediana empresa (MiPyME), son el eslabón fundamental para el crecimiento de la economía nacional, además de que, según estudios económicos nacionales, son responsables de generar 9 de cada 10 empleos formales que se generan en el país.

Lo anterior es reforzado con las siguientes afirmaciones Las micro, pequeñas y medianas empresas, constituyen la columna vertebral de la economía nacional, esto en consecuencia de los acuerdos comerciales que ha tenido México en los últimos años, el alto impacto en la generación de sus empleos y en la producción nacional. De acuerdo con los datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, en México existen aproximadamente 4 millones 15 mil unidades empresariales, de las cuales 99.8% son MiPyME que generan 52% del producto interno bruto (PIB) y 72% del empleo en el país (ProMéxico, 2015).

Al ser tan importantes, conllevan una gran responsabilidad al momento de tomar decisiones, mismas que pueden llegar a tener un impacto en su economía, en el medio ambiente y en la sociedad. Si estas decisiones no se tomaran de forma correcta, las consecuencias dentro de cada impacto pueden ser muy fuertes, y si no se detectan a tiempo, los daños pueden ser irreversibles.

Entre los problemas que suelen presentarse frecuentemente y que los empresarios y/o empresas tienen que tomar decisiones inmediatas se encuentran comúnmente las siguientes: a). Bajos niveles de capacitación de sus recursos humanos, b). Limitados niveles de innovación y desarrollo tecnológico, c). Bajos niveles de productividad, d). Baja penetración en mercados internacionales, e). Baja capacidad de asociación y administrativa, y f). Acceso restringido a las fuentes de financiamiento (Hernández, 2007), entre otros. Así mismo, se presenta de manera concurrente un problema muy particular: la falta de responsabilidad social dentro de

sus organizaciones. Existen distintos enfoques de la responsabilidad social, sin embargo, en esta investigación se abordará principalmente aquella que contribuye a la conservación y cuidado del medio ambiente.

Existen numerosos factores que pudieran intervenir, para que la responsabilidad ambiental no se desarrollara, primeramente se supone que puede deberse a la falta de recursos económicos, materiales, tecnológicos y/o humanos, para llevarlos a cabo, sin embargo, se cree principalmente que se deba a la falta de recursos económicos, ya que, veces si se tiene la convicción de realizar acciones dentro de las organizaciones que contribuyan al medio ambiente, no obstante, estos procesos suelen ser un tanto costosos que las empresas dejan de lado este propósito, por lo que a través de esta investigación se busca indagar o detectar cuáles son esos factores que determinan la no aplicación de la responsabilidad social ambiental en las empresas.

Algunos autores como Castro (2008) expone de manera concisa que la disyuntiva del crecimiento y de la conservación ha motivado grandes discusiones que a la postre han llevado a la construcción del concepto y la visión del desarrollo sustentable, la perspectiva económica de esta visión se encuentra en incrementar la riqueza para mejorar las condiciones de vida de la sociedad sin destruir la base natural en la que asienta la actividad humana en general. En México, los costos del crecimiento sostenido son enormes como en muchos países, sin embargo, cada sociedad cuenta con condiciones específicas que obligan a abordar la problemática y las alternativas de solución de manera diferencial. Por lo que la responsabilidad social ambiental no es algo ajeno a las funciones de las empresas, sino por el contrario la RSE es una nueva forma de hacer negocios en que la empresa realiza la gestión de sus operaciones de manera responsable con el medio ambiente.

## **Justificación**

Para la realización de esta investigación se toman como base ciertos puntos que motivaron a llevarla a cabo, entre las principales se pueden encontrar las siguientes:

### **a).Crisis Medioambiental**

Cuando se trata de hablar de la crisis medioambiental por la que actualmente está pasando nuestro planeta, en ocasiones el ser humano pudiera llegar a pensar que es ella la que necesita de nosotros, y no al contrario, sin detenerse a pensar que es ella la que nos provee de agua, suelo y aire, y demás elementos vitales para nuestra existencia.

Sanz (2015) menciona que "a tierra ha existido desde entre 4,400 millones y 4,510 millones de años", y por ella misma, ha podido sobrevivir, regenerarse, evolucionar y demás, sin necesitar de ningún ser humano, por lo que, es bastante evidente de que es el ser humano quien necesita de ella y no al revés. Sin embargo, está dentro de las capacidades del ser humano aportar estrategias o acciones que contribuyan a su mejoramiento. Lo que permite hablar primeramente, sobre el estado actual del planeta, el cual es realmente alarmante.

El mundo lleva padeciendo deterioros desde hace ya muchos años atrás, y ha experimentado diversos cambios y alteraciones que con el tiempo se han diversificado y convertido en drásticos, como por ejemplo, el deshielo de los árticos, el cambio climático, rotura de la capa de ozono, extinción de animales históricos, desarrollo de nuevas enfermedades causados por virus que han evolucionados, escases de agua, entre otras (cuestión que a través de investigaciones científicas y por método observacional se ha comprobado), así que, no queda más que encontrar alternativas que ayuden a contribuir a un mejor futuro.

Hoy en día, el sector empresarial desempeña un papel muy importante en el futuro bienestar del planeta. En vista de la creciente degradación y crisis que actualmente sufre el medio ambiente, los líderes empresariales se ven en la tarea de comprometerse con el desarrollo sostenible, el cual se reconoce por encontrar un equilibrio entre el crecimiento económico y proteger al medio ambiente, es por eso,

que resulta interesante indagar sobre qué están haciendo las MiPyME para contribuir al cuidado del medio ambiente en el estado, principalmente en Mahahual, que en los últimos años se ha apostado como uno de los principales destinos eco turísticos de Quintana Roo y de México.

b). Información útil, para el sector empresarial, estudiantil y sociedad en general

Con respecto a lo anterior, la información recabada en esta investigación podría servir como base para dar a conocer a la sociedad la importancia del cuidado del medio ambiente y hacer saber que es un problema que nos incluye a todos y por consecuencia, es responsabilidad de todos.

Se considera, que también podría ser de utilidad para los empresarios, ya que de esta forma ellos podrán reconocer la importancia de la sustentabilidad ambiental, los niveles de sustentabilidad en las MiPyME, conocer cuáles son estrategias que se implementan en base a ello, y la visión que el consumidor tiene acerca del mismo.

Muchas veces, estos temas sobre el medio ambiente suelen subvalorarse, es decir, darles menos importancia de la que merecen, tanto en la sociedad como en el entorno empresarial, sin embargo, dentro de las nuevas responsabilidades que confieren a las empresas, se encuentran aquellas relacionadas con el medio ambiente y la sociedad, por lo tanto, se espera que, al término de este trabajo de investigación encuentren información que les sea de utilidad para el mejoramiento de sus actividades.

c). Finalmente, recabar y adelantar información que podrá servir de base para futuros investigadores. La información de esta investigación puede servir como base para futuras investigaciones que realicen otros investigadores sobre el tema en estudio.

## Objetivos

### Objetivo general

Analizar y evaluar las prácticas ambientales que se implementan en las MiPyME hoteleras de Mahahual

### Objetivos específicos

- Determinar cuáles son las estrategias de sustentabilidad ambiental que se implementan en los hoteles en Mahahual
- Analizar cuántas MiPyME hoteleras aplican estrategias de sustentabilidad ambiental
- Analizar teorías sobre la responsabilidad social y prácticas ambientales
- Analizar los resultados de la encuesta aplicada en Mahahual
- Conceptualizar los términos de responsabilidad social y sustentabilidad
- Determinar si los ingresos percibidos y la edad del propietario inciden en la realización de las prácticas ambientales en los hoteles de Mahahual

## Hipótesis

Hipótesis que se plantean para esta investigación son las siguientes:

**H<sub>1</sub>**: Los ingresos percibidos inciden directamente en las prácticas ambientales en los hoteles.

**H<sub>0</sub>**: Los ingresos percibidos no inciden directamente en las prácticas ambientales en los hoteles.

**H<sub>2</sub>**: La edad del propietario influye en las prácticas ambientales en los hoteles.

**H<sub>0</sub>**: La edad del propietario no influye en las prácticas ambientales en los hoteles.

# **CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL**

## **1.1 Antecedentes de la Responsabilidad Social**

A pesar de que el ser humano ha evolucionado a través de los años, de lo desarrollado que se encuentran algunos países y de todas las nuevas tecnologías e investigaciones que hoy en día han surgido, seguimos percibiendo en el mundo problemas, tanto antiguos como otros nuevos, que no hemos sido capaces de resolver como humanidad. Es por eso que, como aporte a la solución de estos problemas, desde la perspectiva empresarial, hace ya varios años surge: la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) también llamada Responsabilidad Social Empresarial (RSE), se define como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva y valorativa (Rodríguez, 2003,).

La responsabilidad social empresarial es una expresión que puntualiza el compromiso que los miembros de una organización deben tener entre sí y con la sociedad y/o comunidad en su conjunto, de colaborar con una sociedad más igualitaria y por preservar el medio ambiente que le rodea.

La RSE nace (Rodríguez, 2013) en el primer cuarto del siglo XX y se fortalece en los años 50's y 60's. Se inicia con la idea de que si las empresas usan recursos que posee una sociedad, ésta sociedad debe devolverle a la sociedad los beneficios que genera por ese uso (Rodríguez, 2003)

El término de responsabilidad social empresarial es muy amplio, y abarca distintos enfoques, como pueden ser, de carácter económico, social y ambiental, éste último ha generado un fuerte impacto en los últimos tiempos. En respuesta a esto, y como solución de la misma, surge el término de responsabilidad social ambiental dentro de las empresas, misma que, se entiende como la compatibilidad entre la actividad social de la empresa y la preservación de la biodiversidad y de los ecosistemas.

A raíz de esto, surgen ciertos organismos de carácter internacional que se encargan de delimitar en lo posible el concepto teórico de la RSE, cuyas directrices sirven como orientación para las organizaciones empresariales que se deciden a transitar por este camino. Dentro de los más destacados se citan a los siguientes:

- *Global Compact* (Pacto Mundial) de Naciones Unidas.
- *Global Reporting Initiative* (Iniciativa para la Rendición de Cuentas Global) (Ganoza, 2013)

## **1.2 Responsabilidad social: Empresa y Sociedad**

Actualmente la sociedad no percibe a la empresa únicamente desde una perspectiva económica sino dentro de varias, al respecto Aguinis y Calvas (2012) mencionan cambios sociales ocurridos en el entorno, tales como:

- ⇒ La mayor globalización de los mercados, la preocupación por cuanto contribuyen a la riqueza de las comunidades en las que opera
- ⇒ Su sensibilización con el impacto ambiental
- ⇒ La necesidad de incorporar prácticas de buen gobierno
- ⇒ La oportunidad que supone invertir en forma socialmente responsable han llevado a las organizaciones a replantear sus estrategias de gestión, incorporando la implementación de prácticas socialmente responsables.

El comportamiento inadecuado que algunas empresas han llevado a cabo, y las crecientes crisis económicas a las que se enfrentan los distintos países en el mundo, ha generado un interés especial en la sociedad dentro de sus actividades económicas, así como también, el impacto que éstas pudieran tener en los derechos humanos, derechos laborales, valores sociales, la ética y el medio ambiente, entre otros.

La Responsabilidad Social, es un tema que en su mayoría se desconoce, no sólo en el mundo de los negocios, sino también dentro de la sociedad, sin embargo, es



un compromiso que las empresas a nivel nacional e internacional están adoptando actualmente.

Un grandísimo porcentaje del tejido empresarial en nuestro país son PYMES donde la responsabilidad social corporativa tarda en llegar – en muchas ocasiones es por desconocimiento o recelo de darle una oportunidad a algo distinto, que conlleva hacer determinadas tareas de otra forma- y en otras ocasiones lo que hacen no se comunica (García, 2010).

En México, en el 2015, únicamente son 1,161 empresas las que se encuentran adoptando un comportamiento socialmente responsable(Centro Mexicano para la Filantropía A.C., 2015), lo cual, con base al sondeo realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2009), menciona que es una cifra significativamente baja, ya que, en el país se cuenta con una cantidad aproximadamente de 5 millones de empresas registradas.

Las organizaciones que han adquirido este compromiso con la sociedad, se encuentran más conscientes de las problemáticas que se desarrollan a su alrededor, reconocen la importancia de llevar a cabo dicho compromiso, y se preocupan por implementar estrategias dentro de sus organizaciones que ayuden a contribuir con la sociedad a través de la RSE.

A nivel internacional las cifras son diferentes, ya que, cada vez son más empresas las que asumen la calidad de socialmente responsables, han desarrollado iniciativas que han sido de gran utilidad para crear mejores condiciones de trabajo para sus empleados, así como, programas y estrategias para la formación de una empresa reconocida por sus valores sociales (Sisigua, 2013, pág. IV).

Todos los países tienen algún problema social que intentan contrarrestar, probablemente estos problemas tienen magnitudes distintas entre sí y afectan de forma diferente a la sociedad civil.

Es muy importante que exista una colaboración mutua en la relación empresa-gobierno-sociedad ya que esto sirve para mejorar el entorno en el que se vive.

### 1.3 Principales conceptos de la responsabilidad social

#### ➤ **Filantropía**

En algunos casos, los términos de Filantropía y Responsabilidad Social suelen utilizarse indistintamente dentro y fuera de las organizaciones. Sin embargo, son conceptos diferentes.

La Real Academia Española (2014) define la **Filantropía** como “el amor al género humano, sinónimo del altruismo definido como diligencia en procurar el bien ajeno aún a costa del propio”, el rasgo fundamental de este concepto es que el énfasis de la acción se dirige únicamente al individuo. Corporativamente hablando, la filantropía es el recurso dado a las organizaciones humanistas, personas o comunidades, directamente o a través de ONG's no lucrativas. El propósito específico es mejorar la existencia de los seres vivos, generalmente de las personas.

Mientras que la responsabilidad social está vinculada con la estrategia de la organización, esta debe ser asumida como un sistema de gestión, una forma de entender la empresa respecto al entorno y su influencia, y engloba preocupaciones sobre un público más amplio (accionistas, empleados, proveedores, consumidores, gobierno y medio ambiente), cuyas demandas la empresa debe tratar de satisfacer a través de sus operaciones. Por tanto, la responsabilidad social va enfocada a los negocios y como los conduce.

Algunas acciones podrían entenderse como filantropía, sin embargo las actividades filantrópicas por sí mismas no consiguen el objetivo de integrar la responsabilidad dentro de la organización,(Romero, 2010).

#### ➤ **Desarrollo sostenible**

El Desarrollo Sostenible o desarrollo sustentable es una de las estrategias que nace de la misma responsabilidad social. La definición más utilizada proviene del informe

*Bruntland* elaborado en 1987, donde participaron distintas naciones y fue encabezada por la Doctora Gro Harlem Bruntland. En este informe se utiliza por primera vez el término de desarrollo sostenible.

El desarrollo sostenible se basa en tres factores: sociedad, economía y medio ambiente. En el informe *Bruntland* (1987), se define como sigue:

“El desarrollo sostenible, satisface las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las futuras generaciones”

Según Schmidheiny (1997), este concepto reconoce que el desarrollo económico y la protección al medio ambiente están inextricablemente unidos y que la calidad de vida presente y futura radica en la capacidad de satisfacer las necesidades humanas básicas, sin destruir el medio ambiente del que depende toda forma de vida.

En otras palabras, la sustentabilidad ambiental se refiere a la administración eficiente y racional de los recursos naturales, de manera tal que sea posible mejorar el bienestar de la población actual sin comprometer la calidad de vida de las generaciones futuras. Uno de los principales retos que enfrenta México es incluir al medio ambiente como uno de los elementos de la competitividad y el desarrollo económico y social. Solo así se puede alcanzar un desarrollo sustentable.

### ➤ **Ética en las empresas**

La ética dentro de la organización es un concepto diferente al de la responsabilidad social, sin embargo forma parte de él.

La Real Academia Española (2014) define **la ética** como el “conjunto de normas morales que rigen la conducta de la persona en cualquier ámbito de la vida, y como parte de la filosofía que trata del bien y del fundamento de sus valores”.

Los casos de corrupción, especulación financiera e inmobiliaria, intoxicaciones alimentarias, desastres medioambientales, falta de la veracidad de la publicidad, entre otros, han concientizado a la sociedad de la importancia de que la empresa actúe conforme a unos principios y valores éticos.

Los clientes, los ciudadanos y la sociedad en general demandan a las empresas que se comporten de forma transparente, que se comprometan con el desarrollo de sus entornos, que sean honestas y responsables en sus comportamientos.

También las empresas reconocen cada vez más, la importancia de incorporar las prácticas éticas en la gestión empresarial, como elemento en la toma de decisiones y de mejora en la reputación de la empresa.

La ética de la empresa se debe hacer patente en todas sus áreas, pero el departamento que ejerce un mayor impacto en esta materia, el que contribuye a configurar la ética de la empresa y determina en mayor medida la manera de trabajar de los empleados, es el de Recursos Humanos (Cortina, 1994).

➤ **Grupos de interés, partes interesadas o *Stakeholders***

En relación con los *Stakeholders*, se ha convenido que existen para la empresa siete grupos de interés básicos, que a su vez, se puede clasificar en otros tres grupos: 1). Los grupos de interés consustanciales, los cuales, son aquellos sin los cuales la propia existencia de la empresa es imposible; pueden incluir inversionistas y asociados, en virtud de su interés financiero, 2). Los grupos de interés contractuales, los cuales, son aquellos con los que la empresa tiene algún tipo de contrato formal; pueden incluir proveedores y clientes o consumidores, en virtud de su relación comercial, directivos y colaboradores, en virtud de su relación laboral, y 3). Los grupos de interés contextuales, los cuales, son aquellos que desempeñan un papel fundamental en la consecución de la credibilidad necesaria para las empresas y en último término en la aceptación de sus actividades (licencia para operar); pueden incluir autoridades gubernamentales y legislativas, en virtud del entorno regulatorio y legal; organizaciones sociales y comunidades en las que opera la empresa, en virtud de su imagen pública y credibilidad moral; competidores, en virtud del entorno del mercado; y el medioambiente, en virtud de la sustentabilidad de los recursos presentes y futuros (Dopico, 2012).

## **1.4 Enfoques de la RS**

### **1. Responsabilidad ambiental**

Entre las problemáticas que sacuden al mundo hoy en día, una de las más discutidas es aquella que se refiere al medio ambiente, se ha vuelto un tema de suma importancia.

El nivel de importancia que se ha generado en la sociedad, los gobiernos y las empresas respecto al medio ambiente incrementa cada vez más. El calentamiento global, extinción de especies, el maltrato a la flora y a la fauna, la contaminación a los ríos, lagos, mares y lagunas sólo son algunas cosas que el planeta tierra ha sufrido en los últimos años.

Sin duda alguna, como único responsable a todo esto se encuentra al ser humano, que en la búsqueda de satisfacer sus necesidades ha cruzado la barrera de los excesos.

Juan José Gilli en su libro *Ética y Empresa* (2006), menciona que la situación en materia ambiental es consecuencia de una economía más preocupada por el crecimiento que por el desarrollo sustentable y de una sociedad caracterizada por el consumismo. En este escenario, la empresa está obligada a asumir la responsabilidad que le compete por el mal uso de los recursos no renovables, la contaminación y los hábitos de consumo.

Tomando en cuenta el papel tan importante que juega la empresa en el país, como entidad productora de recursos económicos, debería adoptar una actitud responsable que impulse el cuidado y la preservación del medio ambiente. Esto con el fin de mejorar la calidad de vida para generaciones presentes y futuras.

### **2. Responsabilidad y educación**

México, a través de la RSE fortalece su educación escolar, en la actualidad existen en el país instituciones tanto públicas como privadas que cuentan con el distintivo

RSE, ya que adquirieron el compromiso en la búsqueda del bienestar de sus estudiantes y su formación a través de una educación de calidad con ética y valores.

Un ejemplo de las estrategias que han establecido las instituciones educativas en el nivel superior (universidad), es la realización de las prácticas de servicio social en el cual los alumnos prestan su tiempo y sus conocimientos adquiridos hasta ese momento para la realización de las actividades que se les encomienden en la institución, ya sea pública o privada a la que hayan sido incorporados.

### **3. Responsabilidad social laboral**

La actividad de las empresas, más que únicamente dedicarse a generar utilidades a sus propietarios y/o accionistas también generan un beneficio a la sociedad, ya que se convierte en una fuente de empleos, los cuales contribuyen al desarrollo económico de un país.

Al respecto se menciona que hasta hace relativamente poco tiempo, se asumía que la responsabilidad de las empresas era únicamente generar utilidades. Actualmente, esta concepción no es suficiente ni aceptable. Además de generar utilidades para sus accionistas, la empresa debe tomar en cuenta que sus actividades, afectan positiva o negativamente la calidad de vida de sus empleados y de las comunidades en las que realiza sus operaciones, (Cajiga, 2015).

La responsabilidad de la empresa hacia los empleados es un compromiso que va más allá de lo que dicta la Ley Federal del trabajo, el establecer condiciones laborales apropiadas, proporcionarles seguro de vida, brindar capacitación, entre otros, tan sólo son derechos de los trabajadores que las empresas están obligadas a cumplir. El compromiso de los trabajadores hacia la empresa aumenta, cuando se sabe que tienen metas de RSE que alcanzar.

Hay muchas razones por las que las empresas deben encargarse de sus responsabilidades, ya que ante el cumplimiento de estas se ha demostrado que se favorecen las relaciones tanto internas como externas de las mismas, sumándole a esto la rentabilidad que pueda resultar de ello.

#### **4. Responsabilidad tecnológica**

Hoy en día, es innegable que la tecnología se encuentra presente en una gran parte de nuestra vida diaria, no únicamente como medio de entretenimiento o de comunicación, sino que también ha contribuido al mejoramiento de calidad de vida de muchas personas, por dar un ejemplo, que gracias a la tecnología se han logrado muchos de los avances médico-científicos que se conocen hoy en día que tiempo atrás no se hubieran creído posibles, más allá de esto y de todo, vale la pena mencionar que la tecnología ha demostrado ser una herramienta útil e indispensable, que no es sólo ocio, sino que también puede significar apoyo, ayuda, entre otras cosas.

Por tanto, se entiende como responsabilidad social tecnológica (RST) a aquella que contribuye activa y voluntariamente al mejoramiento social de las tecnologías por parte de las empresas, los investigadores, la administración y los propios usuarios.

La responsabilidad social tecnológica, analiza más allá de las cualidades de determinado producto o servicio tecnológico, el impacto que ejerce sobre la persona o colectivos de ciudadanos, la implantación de una tecnología u otra, y de la forma de diseñar y utilizar los servicios al usuario con tecnología. La diferencia es que, si bien la Responsabilidad Social Tecnológica se debe tener presente tanto en el ámbito público como en el privado, las consecuencias son distintas y más o menos graves depende de dónde (Guilarte, 2014).

Resulta todo un reto lograr la incorporación de la tecnología al servicio de la sociedad, que se encuentren bajo principios de universalidad y cobertura de tal manera, que cubra las necesidades de todos sin exclusión. La responsabilidad social tecnológica trata a grandes rasgos, de qué haces con la tecnología que tienes al alcance de tus manos y si ésta contribuye de manera positiva al desarrollo de la sociedad.

## **1.5 Objetivo de la Responsabilidad Social Ambiental (RSA)**

Para abordar mejor este tema, el portal *Planet Earth Herald* (2013) en un artículo denominado *Top 10 Environmental Issues Facing Our Planet* compiló una lista de los principales y más severos problemas a los que actualmente se enfrenta nuestro planeta, los cuales son los siguientes:

### **1. La sobrepoblación**

El impacto que las poblaciones humanas ejercen en el ambiente natural es severo. Muchas especies animales y vegetales han sido extinguidas por el avance de las manchas urbanas, la contaminación es un problema, (Nahle, 2004) cada día más grande por el uso de más coches y la industrialización de los países emergentes.

### **2. Cambio climático**

El cambio climático es definido como un cambio estable y durable en la distribución de los patrones de clima en periodos de tiempo que van desde décadas hasta millones de años. Pudiera ser un cambio en las condiciones climáticas promedio o la distribución de eventos en torno a ese promedio (por ejemplo más o menos eventos climáticos extremos). El cambio climático, puede estar limitado a una región específica, como puede abarcar toda la superficie terrestre (Cambio climatico global, 2013).

### **3. Pérdida de la biodiversidad.**

La pérdida y deterioro de los hábitats es la principal causa de pérdida de biodiversidad. Al transformar selvas, bosques, matorrales, pastizales, manglares, lagunas, y arrecifes en campos agrícolas, ganaderos, granjas camaroneras, presas, carreteras y zonas urbanas destruimos el hábitat de miles de especies. Muchas veces la transformación no es completa pero existe deterioro de la composición, estructura o función de los ecosistemas que impacta a las especies y a los bienes y servicios que se obtiene de la naturaleza (Biodiversidad Mexicana, 2009). Las últimas estimaciones señalan que en México, se ha perdido alrededor del 50% de los ecosistemas naturales.



#### **4. Contaminación**

El aumento en la presencia sustancias químicas en el ambiente como resultado de las actividades humanas tiene graves consecuencias para muchas especies. Las actividades industriales, agrícolas, ganaderas y urbanas contribuyen substancialmente a la contaminación de aire, agua y suelos.

#### **5. Desgaste de la capa de ozono**

Durante los últimos años, la capa de ozono, se ha debilitado formando un verdadero agujero, que en algunos sectores ha producido disminuciones de hasta el 60% en la cantidad de ozono estratosférico. Este desgaste se debe al uso de un componente químico producido por el hombre, los clorofluorocarburos (CFC) de productos, como los aerosoles, disolventes, propelentes y refrigerantes (Cabrera, 2007).

#### **6. Agua**

Las fuentes, los manantiales, las cuencas o cañadas están en acelerada vía de extinción, hay cambios de clima y de suelo, inundaciones, sequías y desertización. Pero es la acción humana la más drástica, ejerce una deforestación delirante, ignora los conocimientos tradicionales sobre todo de las comunidades indígenas locales, retira el agua de los ríos de diferentes maneras, entre otras con obras de ingeniería, represas y desvíos (Rodríguez R. , 2011).

#### **7. Deforestación**

Los ritmos de deforestación que sufre nuestro país son alarmantes. La acelerada destrucción de los bosques ha colocado en estado de emergencia a una gran variedad de especies de flora y fauna que dependen de ese ecosistema. Entre esas especies se encuentra la humana. Los procesos de deforestación (Nicolo, 1998) se debe a varios factores, entre los más comunes, se tienen los siguientes: a la frontera de expansión agropecuaria, que a la vez es producto de varios factores: la expulsión del campesino del campo de la agricultura tradicional, la relación con los programas de colonización, la extracción de leña, las carreteras también ayudan a la deforestación, entre otros.

## **8. Acidificación del océano**

La acidificación del océano es un peligro oculto causado por el aumento de las concentraciones atmosféricas de dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>). Recientemente, los científicos han demostrado que la quema de petróleo, carbón o gas, transforma rápidamente la química básica de los océanos, lo que hace que el agua sea más ácida. Cada día hay más evidencia de que la acidificación afecta la vida marina en todo el mundo y que dentro de unas décadas valiosos ecosistemas marinos pueden ser dañados o destruidos. Se considera que el aumento de la acidez en combinación con altas temperaturas se ha identificado como una grave amenaza para los ecosistemas marinos (Harrould, 2009).

## **9. Exceso de pesca**

El exceso de la pesca no sólo reduce la existencia de especies, sean o no objeto de pesca, sino que también causa un fuerte impacto en el ecosistema marino. Más aún, una mala administración sumada a esta actividad le hace perder a la industria pesquera miles de millones de dólares de ingresos potenciales. En la última década se hizo evidente que los recursos pesqueros que se creían prácticamente inagotables, han comenzado a declinar de una manera inimaginable (Frers, 2004).

## **10. Ciclos de fósforo y nitrógeno**

Los seres vivos necesitan alrededor de 40 elementos químicos para su desarrollo; entre ellos, los fundamentales son: carbono, hidrógeno, oxígeno, nitrógeno, azufre y fósforo. La existencia de éstos en la naturaleza es limitada; por ello, deben reciclarse de manera constante. Así surgen los llamados ciclos biogeoquímicos, que permiten la disponibilidad de estos elementos una y otra vez, transformándose y recirculando a través de la atmósfera, hidrosfera, litosfera y biosfera, es decir, la ecósfera (Mass, 2007). A raíz de estas problemáticas surgen distintas estrategias, con el fin de contrarrestar las mismas, entre las cuales se encuentra la responsabilidad social ambiental

El objetivo de la responsabilidad social ambiental, no es más que aportar el granito de arena al rescate del medio ambiente, en el cual las empresas adquieren un

compromiso con la sociedad y el medio ambiente, de manera tal que están dispuestas a modificar sus procesos productivos y hacerlos funcionar en favor al medio ambiente. Entre las actividades de la RS se encuentran:

- a). Concientizar a la sociedad de que sus actos generan consecuencias severas para el medio,
- b). Crear estrategias de sustentabilidad ambiental para que sean implementadas por la sociedad y las empresas, y
- c). Mejora continua en los procesos productivos comprometiéndose en la RSA.

## **CAPÍTULO II: CARACTERÍSTICAS DE LAS MIPYME EN MAHAHUAL**

### **2.1 La micro, pequeña y mediana empresa en México**

Las micro, pequeñas y medianas empresas, tienen una gran importancia tanto en la economía como en el empleo a nivel nacional y regional, esto acontece no sólo en los países industrializados sino también en los de menor grado de desarrollo. Las MiPyME representan a nivel mundial el segmento de la economía que aporta el mayor número de unidades económicas y personal ocupado; de ahí surge la relevancia en este tipo de empresas, y la necesidad de fortalecer su desempeño al incidir de manera fundamental en el comportamiento global de las economías nacionales;

En el contexto internacional el panorama no difiere mucho, según datos obtenidos en la revista de Comercio Exterior, se tiene que más del 90% de las unidades económicas totales, está conformado por las micro, pequeñas y medianas empresas. Esto, refleja la importancia que tiene este tipo de empresas en la economía de los países (Góngora, 2013, págs. 1-6)

Las empresas denominadas MiPyME, son aquellas que por el número de empleados o capital que operan están consideradas dentro de esta clasificación según la Secretaría de Economía.

De acuerdo al Instituto nacional de estadística e informática (Censo Económico, 2014), existen en México en alrededor de 5´654´012 empresas, de estas el 99.8% son MiPyME. Éstas participan dentro de las actividades económicas de la siguiente forma: 47.1% en servicios, 26% en el comercio, 18% en la industria manufacturera y el resto de las actividades representan el 8.9%, este tipo de empresas concentran el 78.5% de los empleos del país y contribuyen con el 35.9% del producto interno bruto (PIB).

Existen diferentes posturas para clasificar a este tipo de empresas, lo cual esto causaba cierta confusión y aunado a la falta de un parámetro real o indicadores confiables para su medición fue lo que muchas veces dificultó al país para enfocar sus esfuerzos, al no saber quién era micro, pequeño, mediano o grande, incluso esto varía de un país a otro de forma cualitativa y cuantitativamente, por la misma aplicación de políticas de ayuda crediticia, arancelaria, fiscal y de asistencia técnica que cada país determina (Hau, 2012).

En la actualidad se considera el número de trabajadores empleados y no sus ingresos como el mecanismo más eficaz para determinar si es micro, pequeña o mediana empresa, fue la misma Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI) hoy Secretaría de Economía, quien determinó tomar este criterio como válido, estableció que la empresa mediana es aquella que tiene una estructura, conocimientos y un crecimiento sustentable tanto en volumen de empleo como en ventas, y la empresa pequeña y micro son los negocios relacionados con la subsistencia y el autoempleo.

Con respecto a las características de las microempresas, se tiene entre las principales, que las MiPyME son aquellas que tienen un componente inminentemente familiar, que carecen de formalidad, tienen falta de liquidez, falta de solvencia, operan con escalas bajas de producción utilizan tecnologías y su financiamiento proviene de fuentes propias, además de que, en su mayoría, carecen de mano de obra calificada, entre otros aspectos.

La Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, pequeña y mediana empresa señala en su última reforma D.O.F. del 30 de junio de 2009, que las MiPyME legalmente constituidas presentan la siguiente estratificación, para el caso de las microempresas, de los tres sectores industria, comercio y servicios emplean hasta 10 personas, (Véase tabla 1).

<b>Tabla1. Estratificación por número de trabajadores</b>			
<b>Sector/Tamaño</b>	<b>Industria</b>	<b>Comercio</b>	<b>Servicio</b>
<b>Micro</b>	0-10	0-10	0-10
<b>Pequeña</b>	11-50	11-30	11-50
<b>Mediana</b>	51-250	31-100	51-100

*Fuente: SEGOB (s.f)*

## 2.2 Las MiPyME en Quintana Roo

En el estado de Quintana Roo según datos de la Secretaría de Desarrollo Económico (2014) operan alrededor de 57, 186 unidades económicas, de las cuales, el 93.3% son del sector servicios, un 6.6% del sector secundario y un 0.1% del sector primario. Categóricamente, el 90.8% son microempresas, el 7.1% son pequeñas, el 1.6% son medianas y el 0.1% son grandes, localizadas alrededor de los diez municipios del Estado.

El estado de Quintana Roo, además de liderar la creación de pequeños negocios, se ubica como el estado que más ingreso promedio anual tiene con 3.5 millones de pesos, superando así, el ingreso nacional, el cual es de 2.4 millones de pesos.

El dinamismo del lugar ubica a Quintana Roo como un lugar privilegiado para iniciar un negocio, el Estado destaca por su vocación turística, principalmente en los sectores de servicios y comercio.

Con base al tamaño de la unidad económica en la que laboran, el INEGI (2014) menciona que, 250 mil 76 lo hacen en micro negocios; 136 mil 285 más en establecimientos pequeños y 90 mil 454 en empresas medianas en México. El 67.3% de los puestos de trabajo en Quintana Roo son generados por las micro, pequeñas y medianas empresas, y sólo 11.7 % por las grandes. Según la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (2014) señala que las MiPyME contribuyen a paliar los niveles de desempleo en el Estado.

Sin embargo, aunque ciertamente las MiPyME juegan un papel primordial en el motor económico estatal, representando el 91% del total de los negocios, se reconoce que aún falta por impulsar políticas públicas para lograr que el tiempo de vida de las empresas sea mayor a dos años.

Por otro lado, hablando de Mahahual, es el segundo puerto para cruceros más importante del Caribe Mexicano, considerado como el destino más reciente para cruceros por el Caribe, por lo que se estima recibe una visita anual de más de medio millón de visitantes y que cuenta con la capacidad de recibir a más de 300 cruceros.

Según información del INEGI (2015), aproximadamente el 58.9% de las MiPyME asentadas en Mahahual pertenecen al sector hotelero, el 26.2% al sector restaurantero y el 8.1% a servicios turísticos (renta de kayak, lanchas, otros), el 6.8% restante pertenece a otros comercios.

Cabe mencionar, que en entre los eventos que se realizan en Mahahual anualmente se lleva a cabo el torneo de pesca Copa Gobernador Mahahual, el cual representa un afluencia al 100% turística en el poblado en la época que éste se realiza. En una entrevista que el periodista Julián Márquez Ulín le hace a Alejandro Cancino Rodríguez promotor de la Asociación Restaurantera en Mahahual en 2015, afirma que la afluencia de turistas al puerto que asisten al torneo de pesca es mayor que en un puente de más de cuatro días, dentro de los cuales los visitantes dejan una derrama económica bastante considerable.

Cancino Rodríguez enfatizó, que los torneos de pesca, por su tipología, son muy caros, es decir, que únicamente gente de alto poder adquisitivo participa, o al menos así es en su mayoría, lo cual, ocasiona que los ingresos que obtienen los prestadores de servicios turísticos en esos eventos son mayores a los de una temporada vacacional normal.

También mencionó, qué a raíz de esta clase de eventos, los sectores hoteleros y restauranteros resultan beneficiados. Además, que los pescadores traen a sus familiares y amigos, los cuales consumen y disfrutan de las playas en el transcurso del torneo y la pesca.

La estructura de las MiPyME en Mahahual, en su mayoría están compuestas por hoteles y restaurantes, sin embargo, el crecimiento económico en Mahahual ha evolucionado de manera impresionante después del desastre que el puerto sufrió en el 2007 a causa del paso del Huracán Dean en la zona.

Hoy en día en Mahahual, además de Hoteles y Restaurantes, se han creado micro, pequeños y medianos negocios, como son renta de cabañas, bicicletas, servicios de masajes, puestos ambulantes de bebidas, abarrotes en general, heladerías, además de que ya cuenta con el nuevo Parque temático Maya, inaugurado a finales del 2015 el cual fue creado para atraer aún más al turismo, principalmente al extranjero.

Mahahual es un pueblo de pescadores, que cuenta con los recursos suficientes para establecerse como el “nuevo destino turístico” de la zona Sur- Sureste de Quintana Roo, por lo cual hoy en día compite con destinos turísticos como Cancún, Cozumel, y demás zona norte del Estado, y se espera en un futuro mejore sus condiciones económicas y se convierta en un polo desarrollo detonante para las regiones del centro y sur del estado, que han estado postradas en el olvido.

### **2.3 Evolución de la estratificación de empresas en México**

Un artículo publicado por el Instituto Nacional de Geografía y Estadística en el 2009, titulado “Micro, mediana y gran empresa”, sobre la estratificación de los establecimientos menciona que, la clasificación de las empresas ha evolucionado con el paso del tiempo. Los criterios para clasificar a la micro, pequeña y mediana empresa son diferentes en cada país, de manera tradicional se ha utilizado el número de trabajadores como criterios para estratificar los establecimientos por tamaño y como criterios complementarios el total de las ventas anuales, los ingresos y/o activos fijos.

En cuanto a México, la evolución de la estratificación de empresas inicia en el año de 1978, año en el cual surge el Programa de apoyo Integral a la Industria Mediana y Pequeña (PAI), en el cual se agruparon varios fondos y fidecomisos de apoyo a



estas empresas. Este programa se enfocó al apoyo de los establecimientos que ocupaban entre 6 y 250 personas, considerados como pequeña y mediana industria, mientras que a los establecimientos que empleaban cinco o menos personas, se les consideraba como talleres artesanales y no eran objetos de este programa de apoyo.

En marzo de 1979, a través del Plan Nacional de Desarrollo Industrial, se consideró como pequeña industria, a aquella cuya inversión en activos fijos era menor a 200 veces el salario mínimo anual vigente en el Distrito Federal (10 millones de pesos en aquel entonces).

Sin embargo, no fue sino hasta el año de 1985, que la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI), actualmente Secretaría de Economía, estableció de manera oficial los criterios para clasificar a la industria de acuerdo con su tamaño. El 30 de abril de ese año, publicó en el Diario Oficial de la Federación el programa para el Desarrollo Integral de la Industria Pequeña y Mediana, en el que se establece la clasificación bajo los siguientes estratos:

- a. Microindustria. Las empresas que ocuparan hasta 15 personas y el valor de sus ventas netas fuera hasta 30 millones de pesos al año.
- b. Industria Pequeña. Las empresas que ocuparan hasta 100 personas y sus ventas netas no rebasaran la cantidad de 400 millones de pesos al año.
- c. Industria Mediana. Las empresas que ocuparan hasta 250 personas y el valor de sus ventas no rebasara la cantidad de mil 100 millones de pesos al año.

Desde entonces, el marco normativo y regulatorio de las actividades económicas de micro, pequeña y mediana empresa lo ha establecido la Secretaría de Economía, antes SECOFI.

A partir de 1990 existen seis pronunciamientos acerca de los criterios para la definición de las micro, pequeñas y medianas empresas, realizados los primeros cuatro de ellos por la entonces Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, y los últimos dos, por la actual Secretaría de Economía, en las siguientes fechas:

- ⇒ 18 de mayo de 1990 , 11 de abril de 1991 y 03 de diciembre de 1993 (Véase Tabla 2)
- ⇒ 30 de marzo de 1999 (Véase Tabla 3)
- ⇒ 30 de diciembre de 2002 (Véase Tabla 4)
- ⇒ 30 de junio de 2009 (Véase Tabla 5)

Los cuales, han sido ejemplificados en los cuadros se mencionan a continuación:

**Estratificación de empresas publicada en el Diario Oficial de la Federación 1990, 1991 y 1993**

**Tabla 2**

Tamaño						
Fecha del diario Oficial	Micro		Pequeña		Mediana	
	Personal	Ventas	Personal	Ventas	Personal	Ventas
<b>18 de Mayo 1990</b>	Hasta 15	Hasta 110 sm	Hasta 100	Hasta 1,115 sm	Hasta 250	Hasta 2010 sm
<b>11 de Abril 1991</b>	Hasta 15		16 a 100		101 a 250	
<b>3 de Diciembre 1993</b>	Hasta 15	Hasta 900,000 de pesos	Hasta 100	Hasta 9,000,000 de pesos	Hasta 250	Hasta 20,000,000 de pesos

Fuente: DOF

**Estratificación de empresas publicada en el Diario Oficial de la Federación 30 de Marzo de 1999**

**Tabla 3**

	<b>Sector</b>		
<b>Tamaño</b>	<b>Clasificación según el número de empleados</b>		
	<b>Industria</b>	<b>Comercio</b>	<b>Servicios</b>
<b>Micro empresa</b>	De 0 a 30	De 0 a 5	De 0 a 20
<b>Pequeña empresa</b>	De 31 a 100	De 6 a 20	De 21 a 50
<b>Mediana empresa</b>	De 101 a 500	De 21 a 100	De 51 a 100
<b>Gran empresa</b>	De 501 en adelante	De 101 en adelante	De 101 en adelante

*Fuente: DOF*

**Estratificación de empresas publicada por el Diario Oficial de la Federación del 30 de Diciembre de 2002**

**Tabla 4**

	<b>Sector</b>		
<b>Tamaño</b>	<b>Clasificación según el número de empleados</b>		
	<b>Industria</b>	<b>Comercio</b>	<b>Servicios</b>
<b>Micro</b>	De 0 a 10	De 0 a 10	De 0 a 10
<b>Pequeña</b>	De 11 a 50	De 11 a 30	De 11 a 50
<b>Mediana</b>	De 51 a 250	De 31 a 100	De 51 a 100

*Fuente: DOF*

**Estratificación de empresas publicada en el Diario Oficial de la Federación  
30 de Junio de 2009**

**Tabla 5**

<b>Estratificación</b>									
<b>Micro</b>				<b>Pequeña</b>			<b>Mediana</b>		
<b>SECTOR</b>	<b>Personal</b>	<b>Rango de monto de ventas anuales (mdp)</b>	<b>Tope máximo combinado</b>	<b>Personal</b>	<b>Rango de monto de ventas anuales (mdp)</b>	<b>Tope máximo combinado</b>	<b>Personal</b>	<b>Rango de monto de ventas anuales (mdp)</b>	<b>Tope máximo combinado</b>
<b>INDUSTRIA</b>	De 0 a 10	Hasta \$4	4.6	De 11 a 50	Desde \$4.01 hasta 100	95	De 51 a 250	De \$100.01 a \$250	250
<b>COMERCIO</b>	De 0 a 10	Hasta \$4	4.6	De 11 a 30	Desde \$4.01 hasta 100	93	De 31 a 100	De \$100.01 a \$250	235
<b>SERVICIOS</b>	De 0 a 10	Hasta \$4	4.6	De 11 a 50	Desde \$4.01 hasta 100	95	De 31 a 100	De \$100.01 a \$250	235

*Fuente: DOF*

Como puede apreciarse, es hasta marzo de 1999 cuando aparece la estratificación de empresas diferenciada por actividad económica (sector) y únicamente sustentada en el personal ocupado total, misma que pasa de emplear de 15, 20 a 10 trabajadores en las microempresas.

## **2.4 Clasificación de las microempresas**

Dentro de la gran cantidad de microempresas que existen y operan, éstas se dividen en distintos rubros que las subdividen, concentrándose en la siguiente clasificación:

### **1).Propiedad del capital**

- Microempresas familiares: Cuando el propietario del capital es el grupo familiar, que se apropia de los beneficios que genera.
- Microempresas asociativas: Surge de un acuerdo entre dos o más personas que aportan el capital básico para la puesta en marcha de la microempresa. Los beneficios se distribuyen entre los asociados.
- Microempresas unipersonales: Cuando el propietario del capital es una sola persona y, en consecuencia, es el que se apropia de los beneficios.

### **2).Actividad que desarrollan**

- Microempresas productivas: Transforman la materia prima en productos terminados.
- Microempresas comerciales: Se dedican a la venta de bienes o servicios.

### **3).Cantidad de funciones que desarrolla**

- Microempresas de función única: Desarrollan una sola actividad que es el centro de su accionar.
- Microempresas de dos funciones: Generalmente, una función supera en importancia a la otra.

- Microempresas de función múltiple: Incorporan varias funciones. Su gestión suele ser más complicada.

#### **4).Tipo de su producción**

- Microempresas de producción por copia: Generan bienes o servicios que ya están en el mercado, tratando de marcar alguna diferencia en el marketing para absorber demandantes.
- Microempresas de producción innovadora: Fabrican nuevos bienes o servicios, o les introducen alguna modificación para posicionarlo.

#### **5).Tipo de población involucrada**

- Microempresas de subsistencia: Poseen un bajo nivel de productividad que solo le permite generar ingresos que posibiliten la subsistencia del micro emprendedor y su familia.
- Microempresas de acumulación simple: Las rentas que generan solo permiten superar los costos de producción, pero no logran excedentes importantes que les faciliten realizar inversiones en bienes de capital.
- Microempresas de acumulación ampliada: Tienen la capacidad de generar una elevada productividad que posibilita al micro emprendedor acumular excedentes, de manera que puede utilizarlos en la inversión para el crecimiento de la microempresa.

### **2.5 Caracterización de las MiPyME**

Las características de la micro, pequeña y mediana empresa son muchas, van desde el tipo de organización, número de empleados o tipo de producción, entre otros factores, que más específicamente se mencionan a continuación:

#### **Microempresa**

- ⇒ Su organización es tipo familiar
- ⇒ El dueño proporciona el capital, la dirección y organización

- ⇒ La administración es empírica
- ⇒ El mercado que abastece es pequeño
- ⇒ La producción no es totalmente mecanizada
- ⇒ En varias ocasiones el personal es integrado por familiares
- ⇒ En cuestión de impuestos son llamados causantes menores

### **Pequeña y mediana empresa**

- ⇒ Capital proporcionado por una o dos personas mediante una sociedad
- ⇒ Los dueños dirigen la marcha de la empresa. Administración empírica
- ⇒ El número de trabajadores crece, pudiendo llegar hasta los 250
- ⇒ Hace uso de más maquinaria y equipo, pero hay más peso en el trabajo
- ⇒ Abastecen un mercado más amplio
- ⇒ Están en proceso de crecimiento, aspira a ser grande
- ⇒ Hay ventajas fiscales

### **Grandes empresas**

- ⇒ Capital aportado por varios socios que se organizan en sociedades de distinto tipo
- ⇒ Forman parte de grandes grupos que monopolizan la producción y/o comercializan productos
- ⇒ Dominan el mercado con plenitud, puede ser sólo el interno o el externo
- ⇒ Dados sus grandes recursos de capital, utilizan innovaciones tecnológicas lo que se plasma en la mecanización y automatización de sus procesos productivos
- ⇒ La cantidad de sus trabajadores puede llegar a miles
- ⇒ Su administración es científica, dado que se ocupan profesionales para el proceso administrativo
- ⇒ Cuentan con fácil acceso a los financiamientos que hay en el mercado nacional e internacional

## **2.6 Las MiPyME Hoteleras**

En la actualidad el sector servicios en el país juega un papel importante en cuanto a la generación de riqueza y creación de empleos.

Según datos del INEGI (2014) en México hay 1 031 743 unidades económicas dedicadas a ofrecer servicios, de las cuales 277 436, están dedicadas al sector hotelero, dentro de la clasificación de Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas, en el estado de Quintana Roo el 38.6% está dedicado a este ramo, ocupando el segundo lugar a nivel nacional.

El sector hotelero, es uno de los pilares básicos del sector turístico, ya que, emplea en el desarrollo de su actividad una amplia variedad de recursos, y ha llegado a convertirse en una de las actividades económicas más importantes en México y en el mundo, lo que significa una importante fuente de empleos que beneficia a la sociedad en general.

## **2.7 La RSE en las MiPyME Hoteleras**

Las prácticas operativas de las organizaciones han sido influenciadas por una evolución en las exigencias y necesidades de los clientes a nivel mundial, lo cual, a raíz del movimiento de la globalización surge como nuevo concepto, el de la responsabilidad social empresarial, considerada como una visión que integra la gestión en forma armónica con el respeto a los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente, entre otras situaciones. En este sentido, es fundamental considerar que la actividad del sector hotelero debe definir su compromiso para con la sociedad en el marco de la RSE, que contribuya al bienestar de la comunidad en la que se desarrolla, contemplándose para ello dentro de sus aspectos fundamentales, la ética, el cuidado del medio ambiente, que ambos dentro de su estrategia empresarial, hagan de la hotelería una gestión empresarial sustentable.



La Responsabilidad Social (RS) se ha puesto en el centro de la agenda pública como un tema y compromiso que debe asumir todo tipo de organizaciones públicas y privadas, sin importar el tamaño de éstas pasando por las organizaciones sociales, ya que se observa que la RS debe ser un factor fundamental en su estrategia de gestión. A eso se debe que los organismos internacionales hayan promovido importantes iniciativas para atender esta necesidad de responsabilidad social.

Las mejores prácticas de la RSE, son prácticas empresariales que aportan éxito al negocio e impactan positivamente a la sociedad al mismo tiempo. Son aquellas que han contribuido a resolver un problema, superar una deficiencia, mejorar un proceso, cambiar la cultura organizacional o implantar de manera transversal la RSE en la empresa y la sociedad.

Actualmente, la Responsabilidad social se ha convertido en uno de los temas que ha despertado el mayor interés para los distintos agentes sociales o *stakeholders*, ya sean empresas, consumidores, o la administración pública.

La importancia de este concepto, dentro de la realidad empresarial actual, queda reflejada en las exigencias de los consumidores y sociedad en general, a producir y vender con responsabilidad.

Las empresas hoteleras, como elemento clave en la cadena de actividad del sector turístico, ocupan un papel de especial relevancia en las políticas de responsabilidad social tanto por su aportación, como por su impacto medio ambiental. Por estas razones, se puede observar en los establecimientos hoteleros unos candidatos para beneficiarse de las implicaciones de dichas políticas, comenzando a extenderse en su entorno interno, si bien, la comprensión de los impactos de su actividad en la sociedad local o en el personal de la empresa no dispone de la misma atención.

El análisis de la aplicación de las políticas de RS en el sector hotelero, da lugar a distintos debates, desde cuáles deben ser las áreas operativas de integración, hasta la conveniencia o no de llevarlas a cabo, pasando por asuntos sobre la comunicación de dichas medidas o el nivel de implicación con las mismas, de alguna normativa legal, entre otros.

## **2.8 Impacto económico y costos ambientales**

Más allá de considerar el comportamiento socio responsable, existen evidencias del impacto económico de las políticas de Responsabilidad Social sobre las cuentas de la empresa. Por un lado, incrementa su valor en el mercado, y por otro lado como reflejo de la mayor fiabilidad que el público le otorga a las empresas socialmente responsables. Por otra parte, un nivel alto de compromiso social se refleja en un alto nivel de rentabilidad de las mismas, independientemente de su tamaño.

Los que no tengan en cuenta la responsabilidad social y medioambiental, no tendrán una empresa competitiva a largo plazo. Seguramente, las empresas no podrán competir por dinero pero si por otros aspectos (sociales y medioambientales). Los grupos de interés de la empresa ya no pueden ser sólo propietarios, porque hay otros grupos de interés (*stakeholders*) implicados, como es el caso de, por ejemplo, clientes, proveedores y la propia ciudadanía.

# **CAPÍTULO III: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA EN LAS MIPYME HOTELERAS DE MAHAHUAL**

## **3.1 Metodología**

La metodología que se utilizó para realizar la presente investigación en la localidad de Mahahual fue la siguiente:

Para elaborar este trabajo se utilizó tanto la investigación teórica como la de campo, la primera se retomó para construir el marco teórico, en el que la información se recopiló tanto de fuentes primarias como secundarias. En cuanto al segundo tipo de investigación, se utilizó para elaborar la parte práctica, para desarrollar esta parte, se realizó una encuesta en los hoteles, para lo cual se diseñó y se aplicó un cuestionario (Anexo 2).

El tipo de preguntas que contenía el cuestionario fueron tanto abiertas como cerradas y se estructuró en dos apartados, el primer apartado se conformó con preguntas sobre datos generales de la empresa y el propietario y el segundo se adaptó con preguntas relacionadas con la sustentabilidad, mismo que permitió obtener los datos necesarios para poder concluir dicha investigación.

El objetivo general de la investigación que se planteó al inicio de la investigación, es analizar y evaluar las prácticas ambientales que se implementan en las MiPyME hoteleras de Mahahual, lo que a su vez, se derivaron los siguientes objetivos específicos:

- Determinar cuáles son las estrategias de sustentabilidad ambiental que se implementan en los hoteles en Mahahual.
- Analizar cuantas MiPyME hoteleras aplican estrategias de sustentabilidad ambiental.
- Analizar teorías sobre la responsabilidad social y prácticas ambientales.
- Analizar los resultados de la encuesta aplicada en Mahahual.
- Conceptualizar los términos de responsabilidad social y sustentabilidad.

- Determinar si los ingresos percibidos y la edad del propietario inciden en la realización de las prácticas ambientales en los hoteles de Mahahual.

Además de los objetivos anteriores, también se plantearon dos hipótesis a comprobar, las cuales son las siguientes:

$H_1$ : Los ingresos percibidos inciden directamente en las prácticas ambientales en los hoteles.

$H_0$ : Los ingresos percibidos no inciden directamente en las prácticas ambientales en los hoteles.

$H_2$ : La edad del propietario influye en las prácticas ambientales en los hoteles.

$H_0$ : La edad del propietario no influye en las prácticas ambientales en los hoteles.

Cabe mencionar que con los datos proporcionados por el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE), se determinó la cantidad total de empresas del ramo hotelero, localizadas en el poblado de Mahahual (Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas, que incluye Hoteles, moteles y similares, en los tamaños de 0 a 100), ésta estratificación fue aprobada por la Secretaría de Desarrollo Económico en 2016 para la Micro, pequeña y mediana empresa. De igual manera, también, se utilizó el *Google Earth* para tener una segunda opinión y confirmar la cantidad de empresas que ofrecen el servicio de alojamientos existentes y *Google Maps* para dar con la ubicación de cada una de las empresas, lo cual facilitó localizar la ubicación exacta de cada empresa hotelera.

Asimismo, se efectuó una entrevista a los gerentes y propietarios de las empresas con la finalidad de obtener información esencial para dar respuesta a la problemática planteada.

El tipo de método de investigación que se utilizó en este trabajo, fue exploratoria-descriptiva, y la técnica que se utiliza es la de análisis estadístico univariado y multivariado, a través de esto, se hace un análisis descriptivo de los datos obtenidos con la encuesta, con el propósito de determinar las prácticas de responsabilidad

social ambiental que se realizan en las micro, pequeñas y medianas empresas en el sector hotelero en Mahahual, en el estado de Quintana Roo.

### **3.1.1 Espacio geográfico y sujeto de análisis**

Dentro del Estado de Quintana Roo, se eligió como campo de estudio el poblado de Mahahual, ubicado en el Municipio de Othón P. Blanco a 142.4 km de distancia de la ciudad capital Chetumal.

Las empresas elegidas para la investigación de este proyecto fueron las MiPyME que ofrecen servicios de alojamiento, entre ellas, hoteles, hostales y posadas como área de estudio. Para ello se eligieron empresas que entraran en la categoría de Micro, pequeña y mediana empresa según su estratificación y giro.

#### **Variables dependientes**

Las variables que se consideraron en el trabajo fueron dependientes e independientes, las dependientes fueron las variables ingresos generados en las empresas y grado de educación del propietario, ya que las empresas dependen de los ingresos o la educación para implementar o no las estrategias sustentables que más adelante se analizan.

#### **Variables independientes**

En cuanto a las variables independientes, se consideraron las siguientes:

Instalación de equipo de bombeo

Instalación de elevadores

Instalación de aires acondicionados

Instalación ventiladores

Instalación de boilers

Clientes

Entre otras variables que de alguna u otra forma, contribuyen o, en su caso impiden que se realicen las prácticas de Responsabilidad Social Ambiental en los micro hoteles.

### *3.1.2 Muestra de estudio*

De acuerdo a las fuentes de información (DENUE), existen aproximadamente 33 micro, pequeñas y medianas empresas de alojamiento temporal en el poblado de Mahahual, de las cuales se tomó una muestra de 30 MiPyME del total de las empresas contabilizadas, cubriendo de esta forma casi el 100% de las empresas, esto es, específicamente el 90.9% de las microempresas, la muestra se determinó con la población finita, con un nivel de confianza del 95%, con un error estadístico del 5% y una proporción de  $p=0.5$ , la muestra fue de  $n=26$  microempresas, pero se logró encuestar a 30 micro hoteles, ya que la localidad no es una ciudad grande.

### *3.1.3 Instrumentos de medición*

Para la obtención de la información como se mencionó anteriormente, se llevó a cabo una encuesta, y se aplicó un cuestionario a la población objeto. Dicho cuestionario fue diseñado con preguntas específicas, con el propósito de que los resultados obtenidos den a conocer el nivel de ejecución de prácticas ambientales en los hoteles.

El cuestionario consta de 48 preguntas, distribuidas en dos apartados: 1) Datos generales de la empresa y 2) Estrategias Sustentables, relacionadas con el entorno ambiental, social y económico en el que las empresas deben accionar. Cada una de las preguntas refleja una condición positiva en términos de sostenibilidad, de manera que la evaluación consiste en determinar qué condiciones se cumplen en cada micro, pequeña y mediana empresa hotelera, (Véase Anexo 2).

### *3.1.4 Realización de las entrevistas*

Todos los cuestionarios que se aplicaron a las micro, pequeñas y medianas empresas hoteleras, fueron contestados por los gerentes y/o dueños de los mismos establecimientos. La aplicación del cuestionario se efectuó personalmente,

utilizando como guion una serie de preguntas, mismas que resaltaban los siguientes puntos:

- Acciones sustentables que se realizan en la empresa.
- Acciones sustentables que no se realizan, pero que les gustaría que se realizaran.
- Acciones sustentables que no se realizan, y no se desean realizar.
- Razón o razones por las cuales no ha aplicado o no aplicaría las acciones mencionadas.
- El interés por aplicar dichas acciones.
- Impedimentos para realizarlas
- Nivel de información respecto al tema, en materia de sustentabilidad ambiental
- Sí la empresa cuenta o no con alguna certificación o distintivo de sustentabilidad o algún equivalente
- Sí se está dispuesto o no a modificar las condiciones existentes de su empresa para mejorar su desempeño ambiental, entre otros aspectos.

Se utilizó el programa estadístico SPSS para realizar la base de datos y la corrida de datos estadísticos del análisis univariado y multivariado, dicho programa es frecuentemente usado en las ciencias exactas, sociales y aplicadas, además de las empresas de investigación de mercado. Es importante mencionar, que este, es uno de los programas estadísticos más conocidos para trabajar con bases de datos y un sencillo interface para la mayoría de los análisis.

En base a los resultados de la encuesta obtenidos se hizo:

- Valoración cuantitativa y cualitativa en la aplicación de acciones sustentables por las empresas.
- Análisis de los factores que condicionan o determinan la implementación de las acciones sustentables en las empresas que las aplican.
- Recomendaciones y conclusiones

Como se subrayó anteriormente, la encuesta se realizó en el poblado de Mahahual, en el estado de Quintana Roo, el cuestionario se aplicó directamente en las microempresas (30) del sector hospedaje. Respecto a la caracterización de la empresa (tamaño de la empresa), se tomó en consideración la estratificación que estipula la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, pequeña y mediana empresa, en su última reforma D.O.F. del 30 de Junio de 2009, mencionada en el capítulo II.

### **3.2 Análisis univariado de las MiPyME**

En relación al análisis univariado de las microempresas, se presenta en tres grupos, primero el grupo de las estrategias sustentabilidad implementadas por las microempresas, segundo el desempeño ambiental y el tercero las características generales de la empresa.

#### *3.2.1 Análisis de las estrategias de sustentabilidad*

De acuerdo al análisis de los datos de la encuesta aplicada a los micro hoteles de Mahahual en relación con las estrategias de sustentabilidad que se implementan en estos hoteles, se obtuvieron las siguientes características:

Respecto al tamaño de las empresas de acuerdo a la tabla No. 1, se tiene que de las 33 microempresas de hospedaje existentes en el poblado, se logró encuestar a un total de 30 microempresas, que fueron elegidas para el estudio, la información se obtiene con base a los datos existentes en el DENU, como se señaló anteriormente.

En esta tabla se observa que de las 30 MiPyME hoteleras entrevistadas, el 70% corresponde a microempresas y el 30% a la pequeña empresa, por lo que se puede decir, que en el poblado de Mahahual predomina el tipo de micro y pequeña empresa de hospedaje.



**Tabla 1. Tamaño de las empresas encuestadas en el poblado de Mahahual**

<b>Tamaño de las empresas encuestadas en el poblado de Mahahual</b>		
<b>Tamaño</b>	<b>Absolutos</b>	<b>Relativos</b>
<b>Micro</b>	21	70%
<b>Pequeña</b>	9	30%
<b>Mediana</b>	0	0
<b>Total</b>	30	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de resultados de encuesta aplicada

A continuación se muestran los datos estadísticos de las estrategias sustentables aplicadas en los hoteles de Mahahual, los cuales, son el resultado de la encuesta aplicada en dichos micro hoteles.

**Estrategia1. Instalación de equipos de bombeo de alta eficiencia, que funcionan según se necesiten**

Respecto a la estrategia de instalación de equipos de bombeo de alta eficiencia que funcionan según se necesiten (Tabla 2 y Gráfico 1), se tuvo como respuesta que el 90% de los encuestados manifestaron que Sí aplican esta estrategia sustentable, el 3.3% No lo aplica en su hotel, pero le gustaría aplicarla, y por último, otro 3.3% No lo aplica en su hotel y no lo aplicaría.

**Tabla 2. Estrategia 1. Instalación de equipos de bombeo de alta eficiencia**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Válidos	Si aplica en su hotel	27	90.0
	No lo aplica en su hotel, pero le gustaría aplicarla	1	3.3
	No lo aplica en su hotel, y no lo aplicaría	1	3.3
<b>Total</b>		<b>30</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

## Gráfico 1. Estrategia 1



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

## Estrategia 2. Instalación de elevadores de alta eficiencia que funcionan según se necesiten

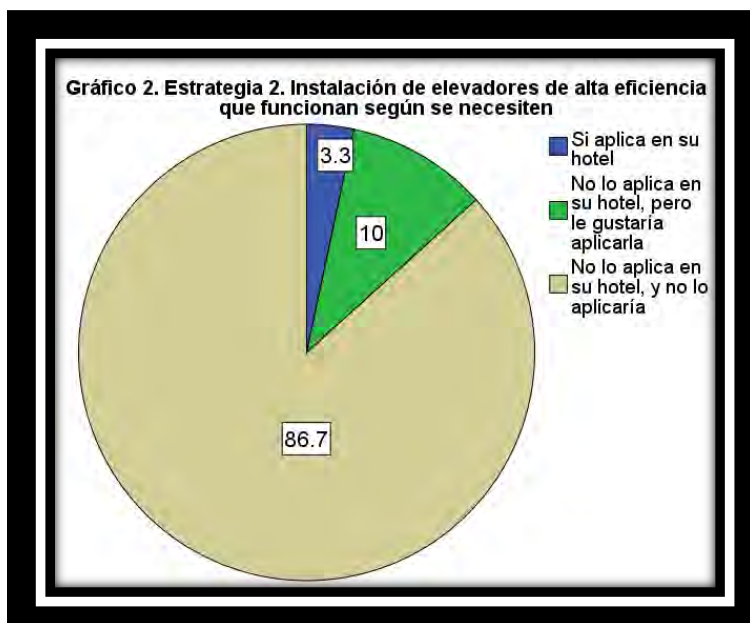
En relación con la instalación de elevadores de alta eficiencia (Tabla 3 y Gráfico 2), muestra que el 86.7% de las microempresas, no aplican esta estrategia en su hotel y no lo aplicarían, el 10% no lo aplica, pero le gustaría aplicarla y solo el 3.3% mencionó que si aplica esta estrategia. Por lo que de acuerdo a sus respuestas, se puede decir, que esta estrategia no la consideran muy importante para los hoteles.

**Tabla 3. Estrategia 2. Instalación de elevadores de alta eficiencia**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si aplica en su hotel	1	3.3
	No lo aplica en su hotel, pero le gustaría aplicarla	3	10.0
	No lo aplica en su hotel, y no lo aplicaría	26	86.7
	Total	30	100.0

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

## Gráfica 2. Estrategia 2



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

## Estrategia 3. Instalación de aires acondicionados de alta eficiencia que funcionan según se necesiten.

Sobre la estrategia de instalación de aires acondicionados de alta eficiencia que funcionan según se necesiten (Tabla 4), se tiene que del total de las MiPyME encuestadas, un 86.7% Sí aplican esta estrategia sustentable y el 13.3% No lo aplica en su hotel y no lo aplicaría, (Gráfico 4).

**Tabla 4. Estrategia 3. Instalación de aires acondicionados de alta eficiencia**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si aplica en su hotel	26	86.7
	No lo aplica en su hotel, y no lo aplicaría	4	13.3
Total		30	100.0

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

### Gráfico 3. Estrategia 3



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

### Estrategia 4. Instalación de ventiladores de alta eficiencia que funcionan según se necesiten

En cuanto a la instalación de ventiladores de alta eficiencia que funcionan según se necesiten (Tabla 5), es una estrategia de las que más se utilizan en las MiPyME, debido que es una práctica muy común en esta región por el tipo de clima que existe, como se puede observar, el 86.7% de ellas Sí aplican dicha estrategia en su hotel, un 3.3% No lo aplica, pero le gustaría, y por último, un 10% No lo aplica en su hotel y no lo aplicaría, (Gráfico 4).

**Tabla 5. Estrategia 4. Instalación de ventiladores de alta eficiencia**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si aplica en su hotel	26	86.7
	No lo aplica en su hotel, pero le gustaría aplicarla	1	3.3
	No lo aplica en su hotel, y no lo aplicaría	3	10.0
	Total	30	100.0

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

#### Gráfico 4. Estrategia 4



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

#### Estrategia 5. Instalación de boilers de alta eficiencia que se utilizan según se necesiten.

Con respecto a la estrategia de instalación de boilers de alta eficiencia que se utilizan según se necesiten (tabla 6), el 73.3% de las microempresas encuestadas, Sí aplican dicha estrategia en sus hoteles, otro 3.3% No lo aplica, pero le gustaría, y por último un 23.3% No lo aplica y no le gustaría aplicarlo,(Gráfico 5).

**Tabla 6. Estrategia 5. Instalación de boilers de alta eficiencia**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si aplica en su hotel	22	73.3
	No lo aplica en su hotel, pero le gustaría aplicarla	1	3.3
	No lo aplica en su hotel, y no lo aplicaría	7	23.3
	Total	30	100.0

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

## Gráfico 5. Estrategia 5



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

## Estrategia 6. Garantizar la seguridad y salud de los empleados.

En relación a la pregunta de garantizar la seguridad y salud de los empleados (Tabla 7), se tuvo que el 100% de las empresas encuestadas manifestaron que SÍ aplican este tipo de estrategia, de acuerdo a estos resultados aparentemente es una de las prácticas que más tienden a realizar en este tipo de empresas, (Gráfico 6).

Tabla 7. Estrategia 6. Garantizar la seguridad y salud de los empleados

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos Si aplica en su hotel	30	100.0

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

## Gráfico 6. Estrategia 6



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

## Estrategia 7. Instalación de dispositivos para el ahorro de gas

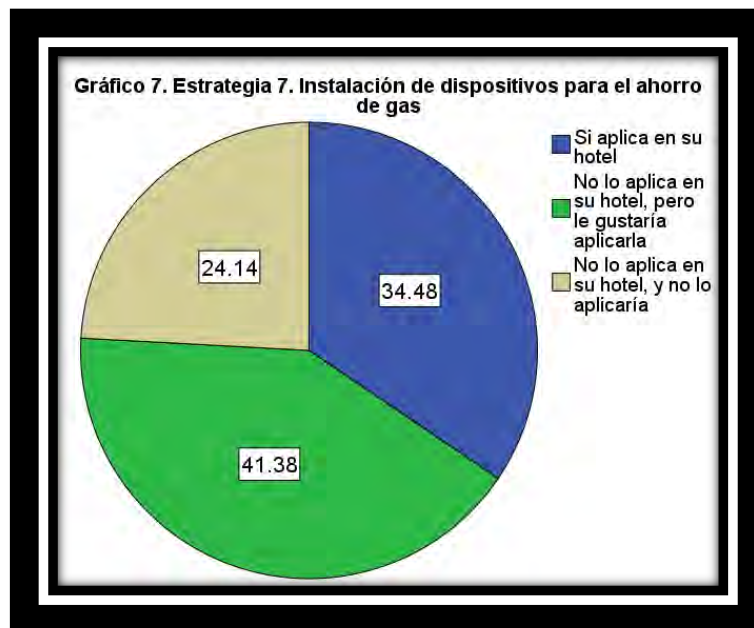
De acuerdo a los resultados (Tabla 8), se tiene que el 33.3% de los encuestados manifestaron que SÍ aplican como estrategia sustentable la Instalación de dispositivos para el gas, el 40% No lo aplica, pero le gustaría aplicarlo y el 23.3% de ellas No lo aplica y no se encuentran interesados en aplicarla, (Gráfico 7).

**Tabla 8. Estrategia 7. Instalación de dispositivos para el ahorro de gas**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si aplica en su hotel	10	33.3
	No lo aplica en su hotel, pero le gustaría aplicarla	12	40.0
	No lo aplica en su hotel, y no lo aplicaría	7	23.3
Total		30	100.0

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

## Gráfico 7. Estrategia 7



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

## Estrategia 8. Uso de lámparas fluorescentes compactas (Lámparas ahorradoras)

La tabla 9, subraya que el 40% de los encuestados mencionan que Sí aplican como estrategia sustentable una Instalación de dispositivos para el ahorro del gas, el 6.7% No lo aplica, pero le gustaría aplicarlo y por último, el 50% No lo aplica y no se encuentran interesados en aplicarla, (Gráfico 8).

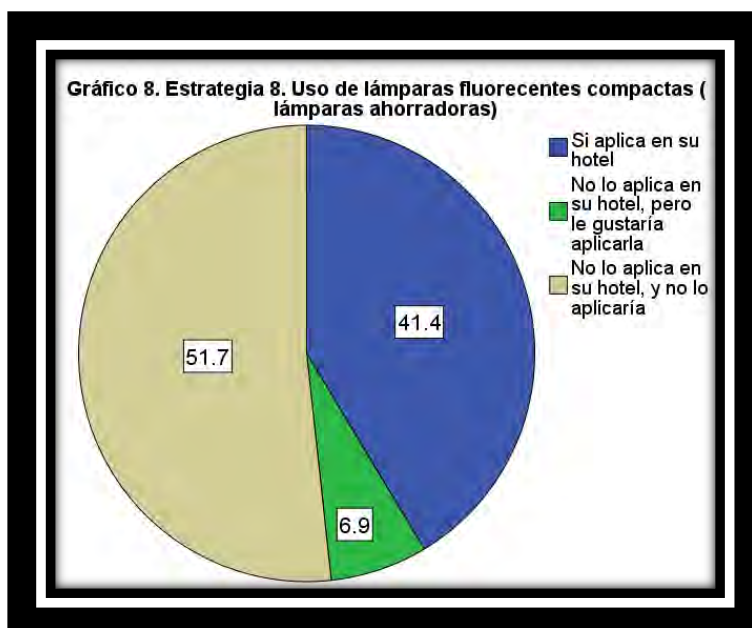
**Tabla 9. Estrategia 8. Uso de lámparas fluorescentes compactas**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si aplica en su hotel	12	40.0
	No lo aplica en su hotel, pero le gustaría aplicarla	2	6.7
	No lo aplica en su hotel, y no lo aplicaría	15	50.0
Total		30	100.0

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.



## Gráfico 8. Estrategia 8



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

## Estrategia 9. Uso eficiente del agua

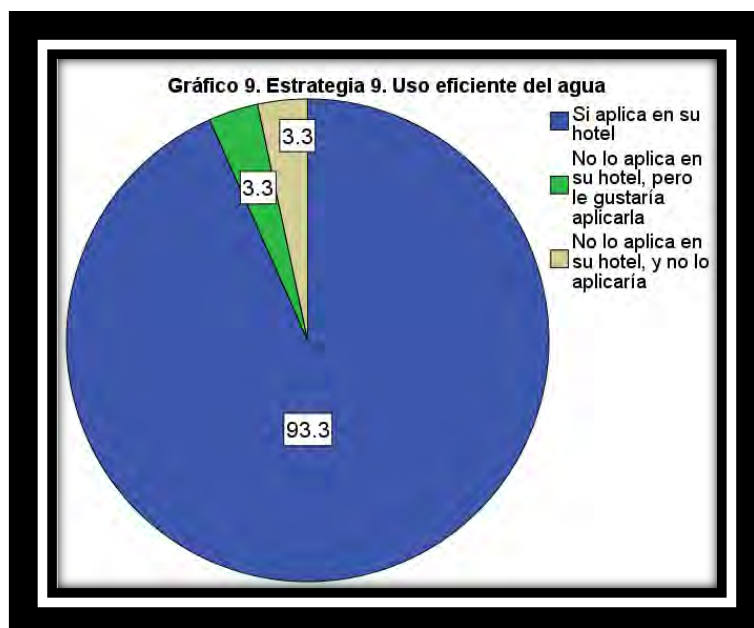
La tabla 10 muestra que el 93.3% de los encuestados Si aplican como estrategia sustentable el uso eficiente del agua, el 3.3% no lo aplica, pero le gustaría aplicarlo y representa el 3.3%, y por último, otro 3.3% no lo aplica y no se encuentran interesados en aplicarla, (Gráfico 9).

**Tabla 10. Estrategia 9. Uso eficiente del agua**

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos Si aplica en su hotel	28	93.3
No lo aplica en su hotel, pero le gustaría aplicarla	1	3.3
No lo aplica en su hotel, y no lo aplicaría	1	3.3
Total	30	100.0

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

## Gráfico 9. Estrategia 9



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

## Estrategia 10. Instalación de sistemas de bajo consumo de agua en baños de las habitaciones como válvulas de doble descarga en WC, equipos ahorradores en regaderas y lavabos.

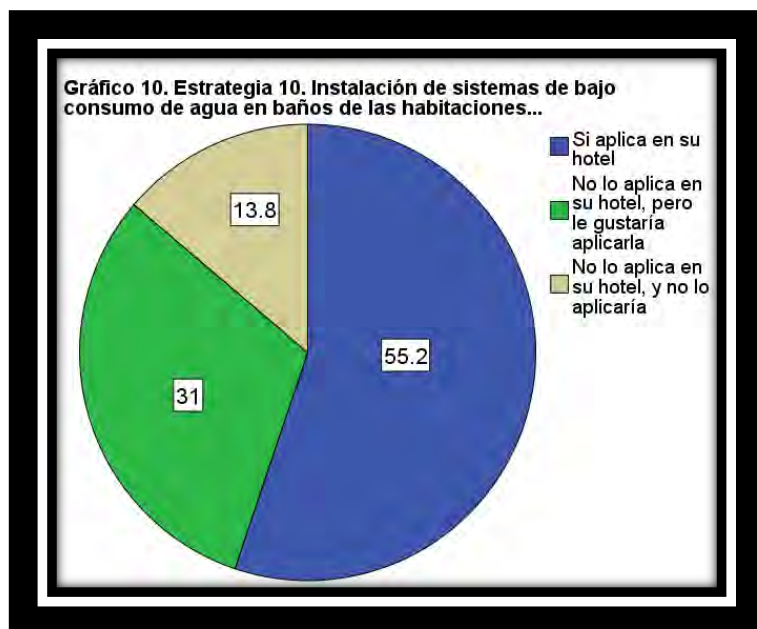
La siguiente tabla 11 muestra que del total de las MiPyME encuestadas, el 53.3% de ellas Sí aplican en su hotel como estrategia sustentable la Instalación de sistemas de bajo consumo en baños de las habitaciones, otro 30% No lo aplica, pero le gustaría aplicarlo y por último, un 13.3% No lo aplica, y no le gustaría aplicarlo, (Gráfico 10).

**Tabla 11. Estrategia 10. Instalación de sistemas de bajo consumo de agua en baños de las habitaciones**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si aplica en su hotel	16	53.3
	No lo aplica en su hotel, pero le gustaría aplicarla	9	30.0
	No lo aplica en su hotel, y no lo aplicaría	4	13.3
Total		30	100.0

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

**Gráfico 10. Estrategia 10**



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

**Estrategia 11. Uso de productos químicos no tóxicos que se utilizan para el lavado de blancos y limpieza de habitaciones y tienen certificado de biodegradabilidad**

La siguiente tabla número 12 resalta que el 53.3% de microempresas, Sí aplican como estrategia sustentable el uso de productos químicos no tóxicos que se utilizan para el lavado de blancos y limpieza de habitaciones, el 30% No lo aplica, pero le gustaría aplicarlo y por último, un 13.3% No lo aplica, y no le gustaría aplicarlo, (Gráfico 11).

**Tabla 12. Estrategia 11. Uso de productos químicos no tóxicos que se utilizan para el lavado de blancos y limpieza de habitaciones y tienen certificado de biodegradabilidad**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si aplica en su hotel	16	53.3
	No lo aplica en su hotel, pero le gustaría aplicarla	9	30.0
	No lo aplica en su hotel, y no lo aplicaría	4	13.3
Total		30	100.0

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

## Gráfico 11. Estrategia 11



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

## Estrategia 12. Programa de riego de jardines según estacionalidad y temperatura.

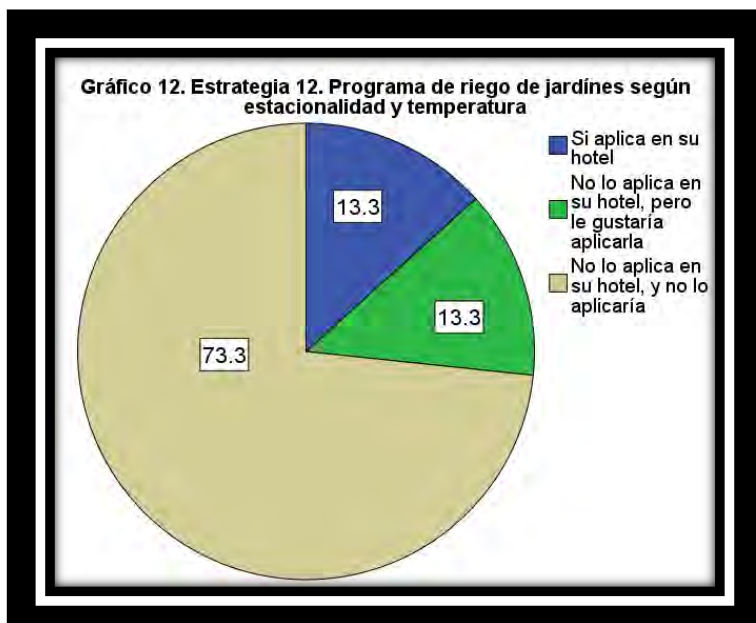
Del total de las MiPyME encuestadas, el 13.3% Sí aplican como estrategia sustentable un programa de riego de jardines según estacionalidad y temperatura, el 13.3% No lo aplica, pero le gustaría aplicarlo y por último un 73.3% No lo aplica y no le gustaría aplicarlo, (Véase Tabla 13 y Gráfico 12).

**Tabla 13. Estrategia 12. Programa de riego de jardines según estacionalidad y temperatura**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si aplica en su hotel	4	13.3
	No lo aplica en su hotel, pero le gustaría aplicarla	4	13.3
	No lo aplica en su hotel, y no lo aplicaría	22	73.3
	Total	30	100.0

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

## Gráfico 12. Estrategia 12



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

## Estrategia 13. Uso de material orgánico y reciclado

Del total de las MiPyME encuestadas, el 60% Sí aplican en su hotel como estrategia sustentable el uso de material orgánico y reciclado, el 23.3% No lo aplica, pero le gustaría aplicarlo y por último el 16.7% No lo aplica, y no le gustaría aplicarlo. (Véase Tabla 14 y Gráfico 13)

Tabla 14. Estrategia 13. Uso de material orgánico y reciclado

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si aplica en su hotel	18	60.0
	No lo aplica en su hotel, pero le gustaría aplicarla	7	23.3
	No lo aplica en su hotel, y no lo aplicaría	5	16.7
	Total	30	100.0

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

### Gráfico 13. Estrategia 13



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

### Estrategia 14. Control de residuos generados en el hotel

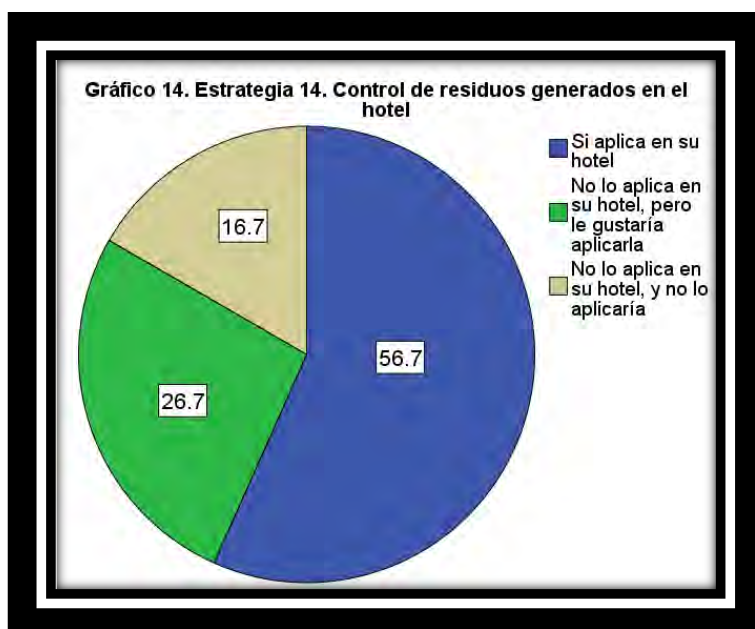
La siguiente tabla 15 resalta que el 56.7% de microempresas Sí aplican en su hotel como estrategia sustentable el control de residuos generados en el hotel, un 26.7% No lo aplica, pero le gustaría aplicarlo y por último, un 16.7% No lo aplica, y no le gustaría aplicarlo, (Gráfico 14).

**Tabla 15. Estrategia 14 Control de residuos generados en el hotel**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si aplica en su hotel	17	56.7
	No lo aplica en su hotel, pero le gustaría aplicarla	8	26.7
	No lo aplica en su hotel, y no lo aplicaría	5	16.7
	Total	30	100.0

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

## Gráfico 14. Estrategia 14



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

## Estrategia 15. Programas y campañas permanentes de concientización a los colaboradores del hotel y sus familias, sobre el cuidado del medio ambiente.

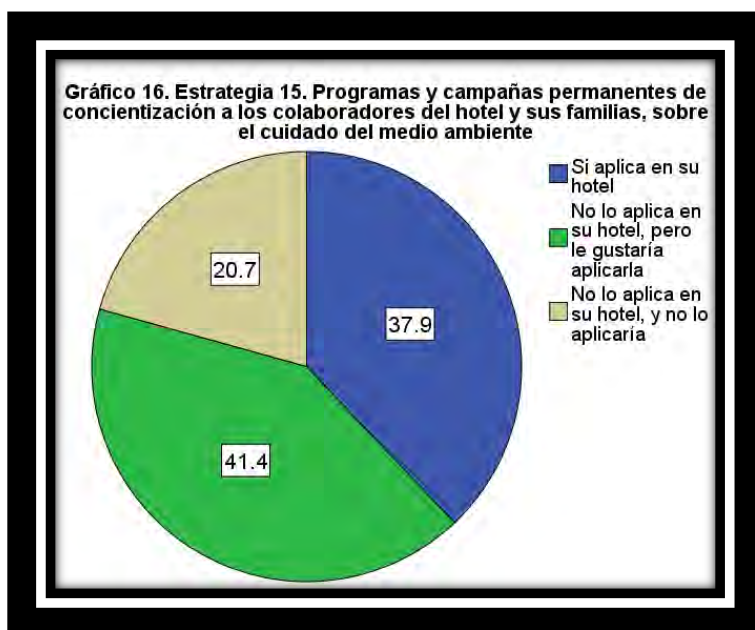
La siguiente tabla número 16 destaca que el 36.7% de las microempresas hoteleras Sí aplican en su hotel como estrategia sustentable programas y campañas permanentes de concientización a los colaboradores del hotel y sus familias, sobre el cuidado del medio ambiente, el 40% No lo aplica, pero le gustaría aplicarlo y el 20% No lo aplica y no le gustaría aplicarlo, (Gráfico 15).

**Tabla 16. Estrategia 15. Programas y campañas permanentes de concientización a los colaboradores del hotel y sus familias, sobre el cuidado del medio ambiente**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si aplica en su hotel	11	36.7
	No lo aplica en su hotel, pero le gustaría aplicarla	12	40.0
	No lo aplica en su hotel, y no lo aplicaría	6	20.0
Total		30	100.0

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

## Gráfico 15. Estrategia 15



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

## Estrategia 16. Reciclaje de desechos generados en el hotel.

La tabla número 17 destaca que el 50% de las empresas encuestadas Sí aplican la estrategia de reciclaje de desechos generados en el hotel, el 26.7% No lo aplica, pero le gustaría aplicarlo y el 23.3% No lo aplica, y no le gustaría aplicarlo, (Gráfico 16).

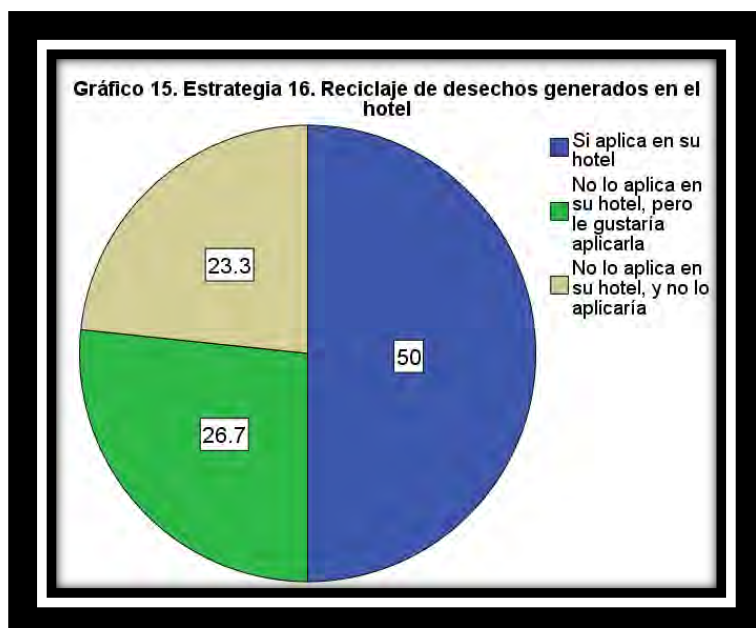
**Tabla 17. Estrategia 16. Reciclaje de desechos generados en el hotel**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si aplica en su hotel	15	50.0
	No lo aplica en su hotel, pero le gustaría aplicarla	8	26.7
	No lo aplica en su hotel, y no lo aplicaría	7	23.3
	Total	30	100.0

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.



## Gráfico 16. Estrategia 16



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

## Estrategia 17. Hace uso del buzón de quejas y sugerencias.

La siguiente tabla número 18 destaca que del total de las MiPyME encuestadas, el 70% Sí hacen uso del buzón de quejas y sugerencia en sus hoteles, el 16.7% No lo aplica, pero le gustaría aplicarlo y el 13.3% No lo aplica y no le gustaría aplicarlo, (Gráfico 17).

**Tabla 18. Estrategia17. Hace uso del buzón de quejas y sugerencias**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si aplica en su hotel	21	70.0
	No lo aplica en su hotel, pero le gustaría aplicarla	5	16.7
	No lo aplica en su hotel, y no lo aplicaría	4	13.3
	Total	30	100.0

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

## Gráfico 17. Estrategia 17



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

## Estrategia 18. Tiene o hace uso de algún calentador solar.

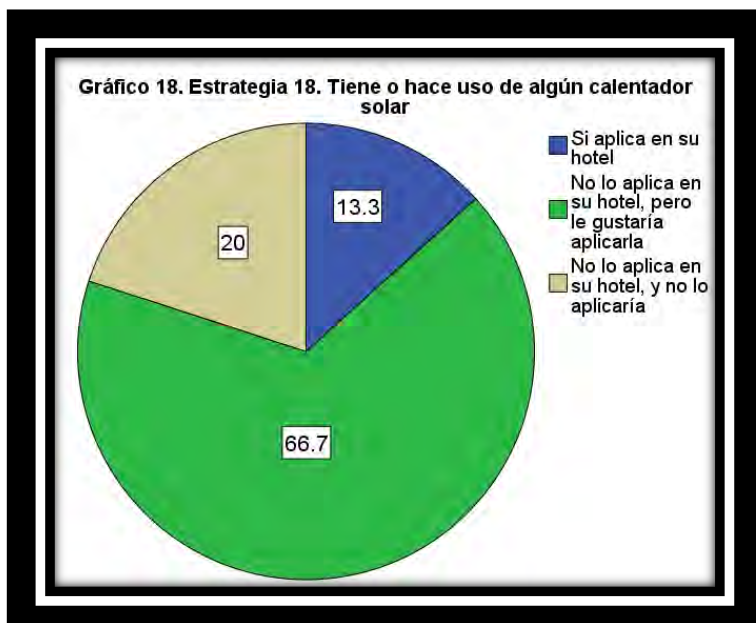
De acuerdo a los datos de la tabla 19, el 13.3% de los encuestados manifestaron que Sí aplican en su hotel como estrategia sustentable el tener o hacer uso de algún calentador solar, el 66.7% No lo aplica, pero le gustaría aplicarlo y el 20% No lo aplica, y no le gustaría aplicarlo, (Gráfico 18)

**Tabla 19. Estrategia 18. Tiene o hace uso de algún calentador solar**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si aplica en su hotel	4	13.3
	No lo aplica en su hotel, pero le gustaría aplicarla	20	66.7
	No lo aplica en su hotel, y no lo aplicaría	6	20.0
Total		30	100.0

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

## Gráfico 18. Estrategia 18



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

## Estrategia 19. Capacitación y asistencia técnica en cuanto a temas de cuidado ambiental.

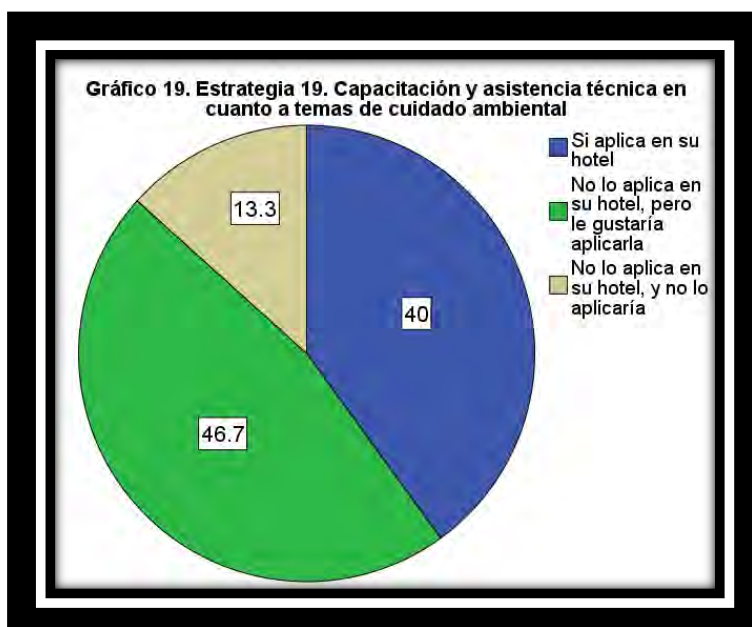
De acuerdo a la tabla número 20, se tiene que el 40% de las microempresas encuestadas, Sí aplican en su hotel como estrategia sustentable la capacitación y asistencia técnica en cuanto a temas de cuidado ambiental a sus empleados, el 46.7% No lo aplica, pero le gustaría aplicarlo y el 13.3% No lo aplica, y no le gustaría aplicarlo, (Gráfico 19).

**Tabla 20. Estrategia 19. Capacitación y asistencia técnica en cuanto a temas de cuidado ambiental**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si aplica en su hotel	12	40.0
	No lo aplica en su hotel, pero le gustaría aplicarla	14	46.7
	No lo aplica en su hotel, y no lo aplicaría	4	13.3
	Total	30	100.0

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

## Gráfico 19. Estrategia 19



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

## Estrategia 20. Asigna recursos económicos en su planeación anual para realizar acciones sustentables.

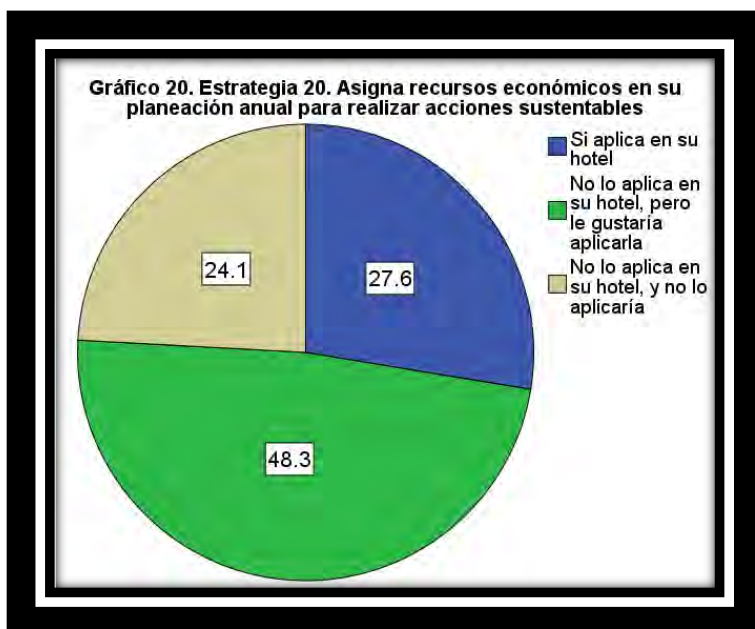
La tabla número 21 señala que el 26.7% de las microempresas encuestadas, Sí aplican esta estrategia de asignar recursos económicos en su planeación anual para realizar acciones sustentables, el 46.7% No lo aplica, pero le gustaría aplicarlo y por último el 23.3% No lo aplica y no le gustaría aplicarlo, (Grafico 20).

**Tabla 21. Estrategia 20. Asigna recursos económicos en su planeación anual para realizar acciones sustentables**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si aplica en su hotel	8	26.7
	No lo aplica en su hotel, pero le gustaría aplicarla	14	46.7
	No lo aplica en su hotel, y no lo aplicaría	7	23.3
	Total	29	96.7
Perdidos	Sistema	1	3.3
Total		30	100.0

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

## Gráfico 20. Estrategia 20



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

## Estrategia 21. Realiza programas ambientales

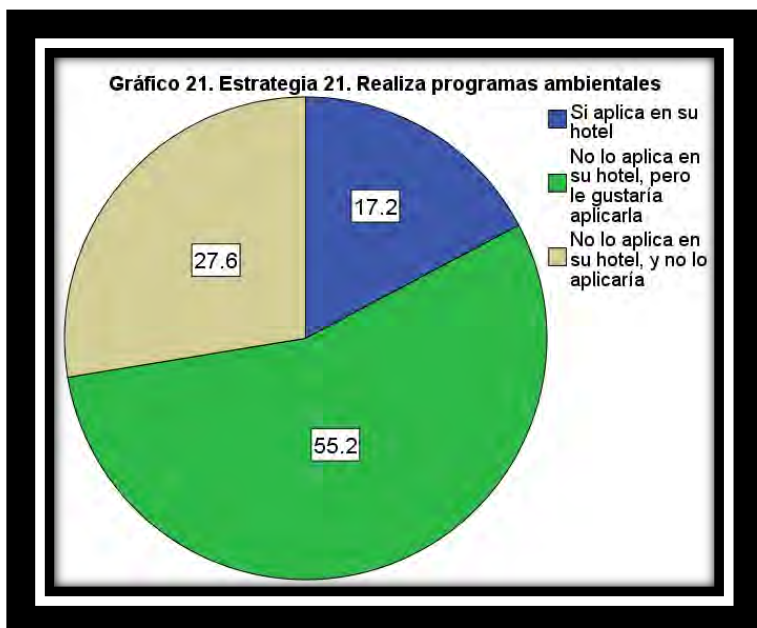
La tabla número 22 denota que el 16.7% de los hoteles encuestados, Si realizan programas ambientales dentro de sus hoteles, el 53.3% No lo aplica, pero le gustaría aplicarlo y el 26.7% No lo aplica y no le gustaría aplicarlo, (Gráfico21).

**Tabla 22. Estrategia21. Realiza programas ambientales**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si aplica en su hotel	5	16.7
	No lo aplica en su hotel, pero le gustaría aplicarla	16	53.3
	No lo aplica en su hotel, y no lo aplicaría	8	26.7
Total		30	100.0

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

## Gráfico 21. Estrategia 21



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

## Estrategia 22. Programa de contingencias y riesgos ambientales

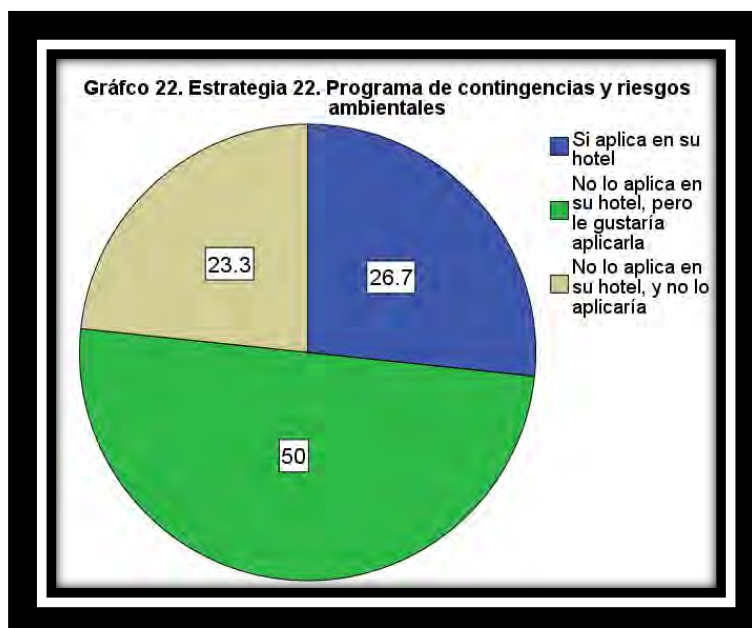
Asimismo, la tabla número 23, destaca que el 26.7% de las microempresas hoteleras encuestadas, sí realizan programas de contingencias y riesgos ambientales dentro de sus hoteles, el 50% No lo aplica, pero le gustaría aplicarlo y el 23.3% No lo aplica y no le gustaría aplicarlo, (Gráfico 22).

**Tabla 23. Estrategia 22. Programa de contingencias y riesgos ambientales**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si aplica en su hotel	8	26.7
	No lo aplica en su hotel, pero le gustaría aplicarla	15	50.0
	No lo aplica en su hotel, y no lo aplicaría	7	23.3
	Total	30	100.0

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

**Gráfico 22. Estrategia 22**



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

### 3.2.2 Condición de las MiPyME hoteleras con respecto a su desempeño ambiental

Así mismo, se presenta a continuación el análisis estadístico de las preguntas que están relacionadas con las razones de aplicación de las acciones sustentables, certificaciones o cambios a implementar en los hoteles, entre otros aspectos.

#### 1. Razón por la cual no ha aplicado o no aplicaría las acciones sustentables.

Con base a los datos estadísticos de las encuestas aplicadas en los micro hoteles, se detectó que un 40% de este tipo de empresas, no han aplicado o no aplicarían las estrategias de sustentabilidad, debido a la falta de recursos disponibles, el 22.9% manifestó que carecen de conocimientos respecto al tema, el 31.4% contestó que no le interesa o no lo considera necesario y el otro 5.7% simplemente mencionó que tiene otro impedimento distinto a los antes mencionados,(Tabla 24 y Gráfico 23).

En relación con este aspecto y de acuerdo a los entrevistados, manifestaron que las causas de no realizar acciones sustentables se deben principalmente a impedimentos gubernamentales, legales, preferencia por el capital o inversión

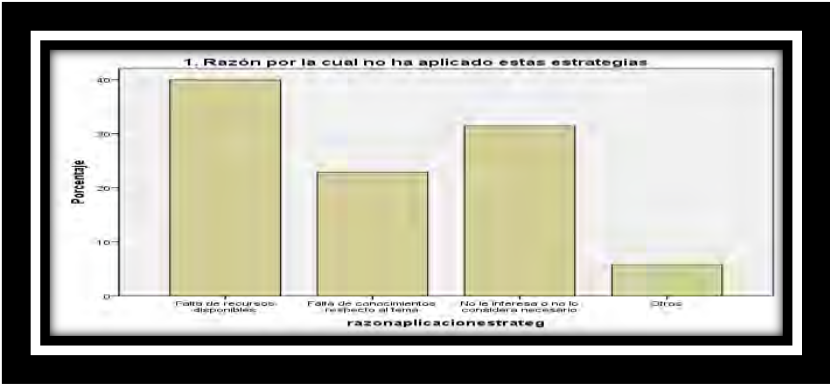
extranjera y una falta de interés y compromiso con las Instituciones ambientales existentes en el Estado.

**Tabla 24. Razón por las que no aplicaría acciones sustentables**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Falta de recursos disponibles	14	40.0
	Falta de conocimientos respecto al tema	8	22.9
	No le interesa o no lo considera necesario	11	31.4
	Otros	2	5.7
	Total	35	100.0

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

**Gráfico 23. Razón por la cual no ha aplicado estas estrategias**



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

**2. ¿Dispone su empresa de alguna certificación o distintivo de sustentabilidad (o equivalente)?**

En concordancia con esta pregunta, los hoteles encuestados (20%) contestaron que sí cuentan con algún distintivo o certificado de sustentabilidad (*ECO-Friendly*), el 13.3% no cuentan con una certificación, sin embargo mencionaron que se encuentra en un proceso previo a ella, y por último, un 66.7% tampoco cuentan con



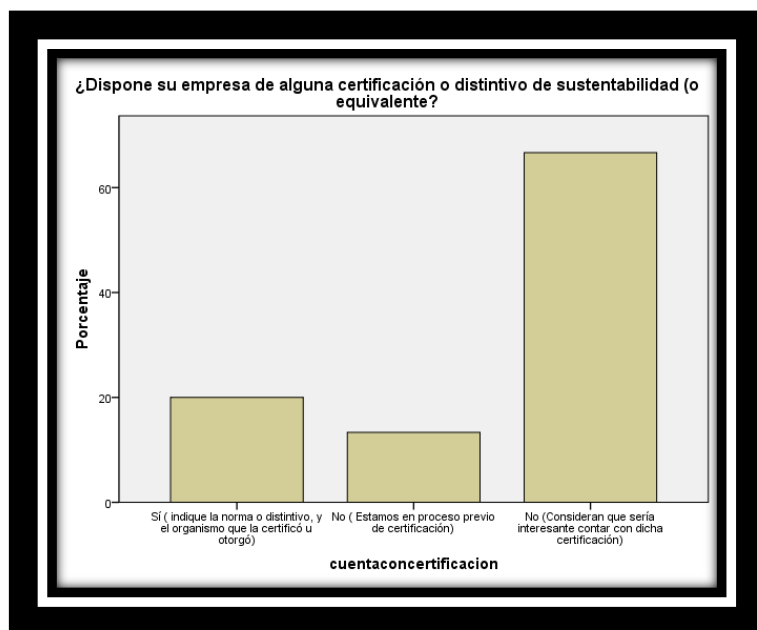
ella pero consideran que sería interesante contar con dicha certificación, (Tabla 25 y Gráfico 24).

**Tabla 25. ¿Dispone su empresa de alguna certificación o distintivo de sustentabilidad o equivalente?**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Sí ( indique la norma o distintivo, y el organismo que la certificó u otorgó)	6	20.0
	No ( Estamos en proceso previo de certificación)	4	13.3
	No (Consideran que sería interesante contar con dicha certificación)	20	66.7
	Total	30	100.0

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

**Gráfico 24. Dispone su empresa de algun certificado o distintivo**



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

### 3. ¿Estaría dispuesto a modificar las condiciones existentes de su empresa para mejorar su desempeño ambiental?

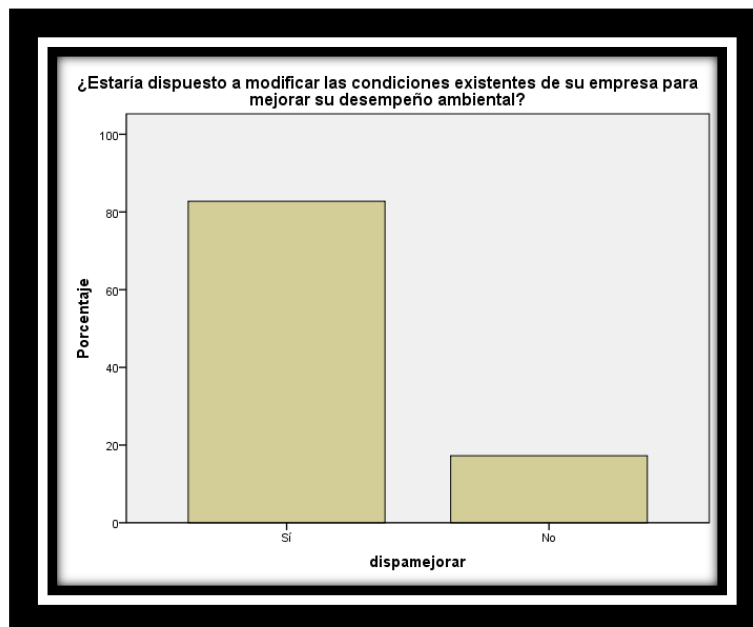
Según los datos estadísticos que arrojaron las encuestas aplicadas, 24 de las 30 MiPyME Sí estarían dispuestas a modificar las condiciones actuales de sus empresas para mejorar su desempeño ambiental (82.8%), por el contrario, las 5 restantes No se encuentran dispuestas a realizar cambios en su empresa, representando el 17.2% del total de la muestra, (Tabla 26 y Gráfico 25).

**Tabla 26. ¿Estaría dispuesto a modificar las condiciones existentes de su empresa para mejorar su desempeño ambiental?**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Sí	24	80.0
	No	5	16.7
	Total	29	96.7
Total		30	100.0

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

**Gráfico 25. ¿Estaría dispuesto a modificar las condiciones existentes**



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

### 3.2.3 Características generales de las MiPyME encuestadas

Como se tiene conocimiento, las características que presentan las MiPyME son muy variadas, algunas están relacionadas con los recursos económicos otros con los aspectos sociales, otros con aspectos políticos, tecnológicos, entre otros y los micro hoteles del poblado de Mahahual no son la excepción, también tienden a presentar ciertas características, algunas de ellas se mencionaran a continuación.

#### 1. Años de funcionamiento de la empresa

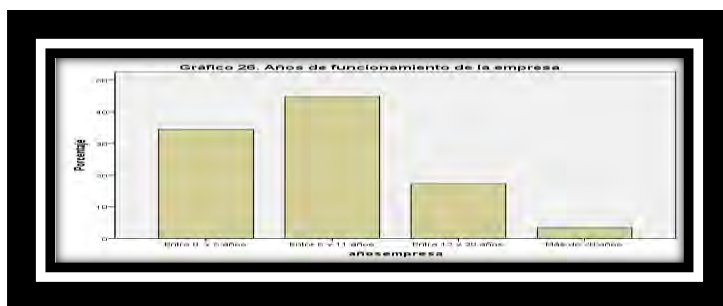
De acuerdo a los datos de la encuesta realizada, en relación a los años de funcionamiento de las empresas, los empresarios mencionaron que la mayoría de las empresas (43.3%) llevan entre 6 y 11 años funcionamiento, el 33.3% entre 0 y 5 años, por lo que se puede observar, que casi el 77% de estas empresas llevan aproximadamente 10 años funcionando, los cuales se podría decir, que son relativamente nuevas, (Tabla 27 y Gráfico 26).

**Tabla 27. Años de funcionamiento de la empresa**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Entre 0 y 5 años	10	33.3
	Entre 6 y 11 años	13	43.3
	Entre 12 y 20 años	5	16.7
	Más de 20 años	1	3.3
Total		30	100.0

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

**Gráfico 26. Años de funcionamiento de la empresa**



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

## 2. Integración jurídica

Respecto a este tema de la integración jurídica se puede observar en los datos (Tabla 28) que la mayoría de las empresas se encuentran integradas jurídicamente bajo el régimen físico, obteniendo un 63.3% del total de la muestra, (Gráfico 27).

**Tabla 28. Integración jurídica**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Física	19	63.3
	Moral	11	36.7
	Total	30	100.0

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

**Gráfico 27. Integración jurídica**



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

## 3. Tipo de propiedad

De acuerdo a la pregunta sobre el tipo de propiedad de la empresa, los encuestados manifestaron que la mayoría de las empresas (66.7%) es de tipo No familiar, (Tabla 29 y Gráfico 28).

**Tabla 29. Tipo de propiedad**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Familiar	10	33.3
	No familiar	20	66.7
	Total	30	100.0

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

## Gráfico 28. Tipo de propiedad



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

### 4. Administración de la empresa

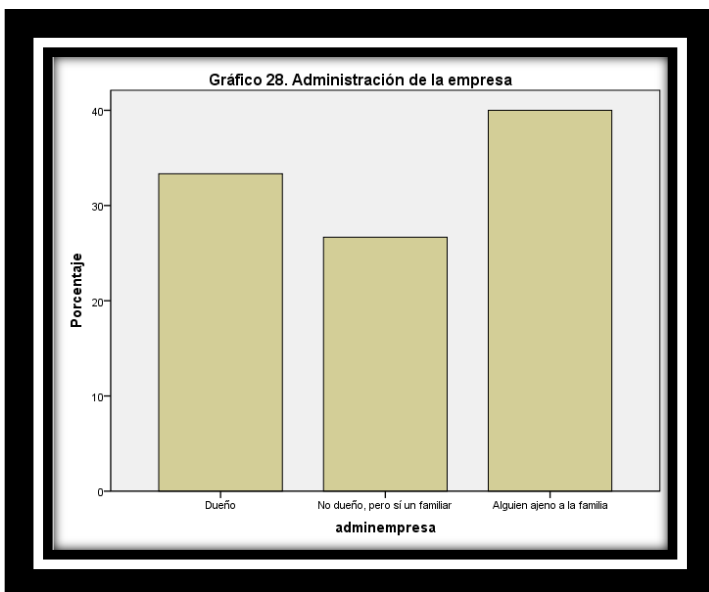
En relación con la pregunta sobre la persona que administra o lleva las riendas de la empresa, los encuestados manifestaron que la mayoría de las empresas del giro de hospedaje en Mahahual son administradas por alguien ajeno a la familia, con un porcentaje del 40% del total de la muestra, el 33.3% por el propietario y el 26.7 no es dueño, pero sí un familiar, (Tabla 30 y Gráfico 29).

**Tabla 30. Administración de la empresa**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Dueño	10	33.3
	No dueño, pero sí un familiar	8	26.7
	Alguien ajeno a la familia	12	40.0
	Total	30	100.0

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

## Gráfico 29. Administración de la empresa



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

## 5. Categoría del hotel, según su número de empleados

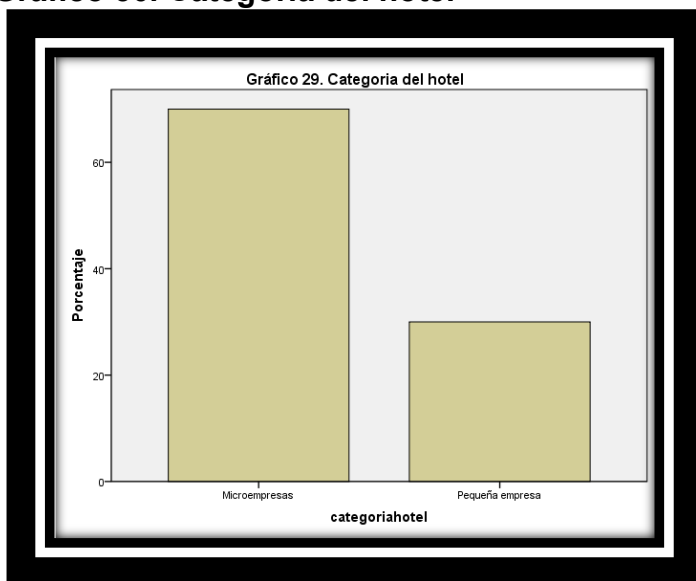
De acuerdo a los datos que arrojaron las encuestas realizadas, la mayoría de las empresas son de categoría microempresa (70%) y el resto (30%) es pequeña empresa, esto es considerando el número de empleados de la empresa, (Tabla 31 y Gráfico 30).

**Tabla 31. Categoría del hotel**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Microempresas	21	70.0
	Pequeña empresa	9	30.0
	Total	30	100.0

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

### Gráfico 30. Categoría del hotel



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

### 6. Nivel de estudios del dueño/propietario

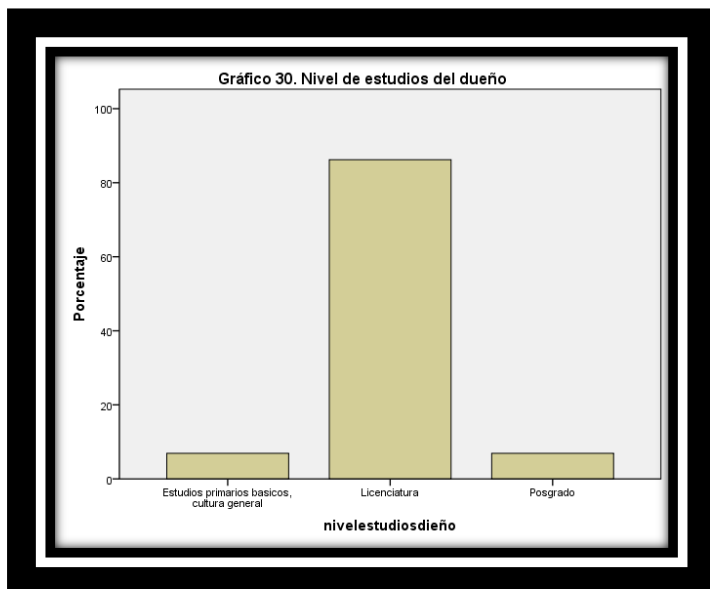
El nivel de estudios de los propietarios de las empresas es un aspecto importante, por las decisiones que se toman en las empresas, en este caso, se puede observar que la mayoría de los dueños de cada empresa, cuentan con un nivel de estudios superior, es decir, estudios de licenciatura (83.3%), y tan solo una porción del 6.7% cuentan con estudios básicos, (Tabla 32 y Gráfico 31).

**Tabla 32. Nivel de estudios del dueño**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Estudios primarios básicos, cultura general	2	6.7
	Licenciatura	25	83.3
	Posgrado	2	6.7
Total		30	100.0

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

**Gráfico 31. Nivel de estudios del dueño**



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

## 7. Edad del dueño

De acuerdo a los datos estadísticos de la encuesta aplicada, en relación con la edad promedio de los dueños de las empresas, se puede observar en la tabla 33 que la mayoría de los propietarios presentan una edad promedio de alrededor de 45 años y la moda fue de 37 años. La edad mínima fue de 31 y la máxima de 81 años.

**Tabla 33. Datos estadísticos de la edad del dueño**

N	Válidos	25
	Perdidos	5
Mediana		45.00
Moda		37
Mínimo		31
Máximo		81

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.



## 8. Rango de ingresos mensuales que percibe la empresa

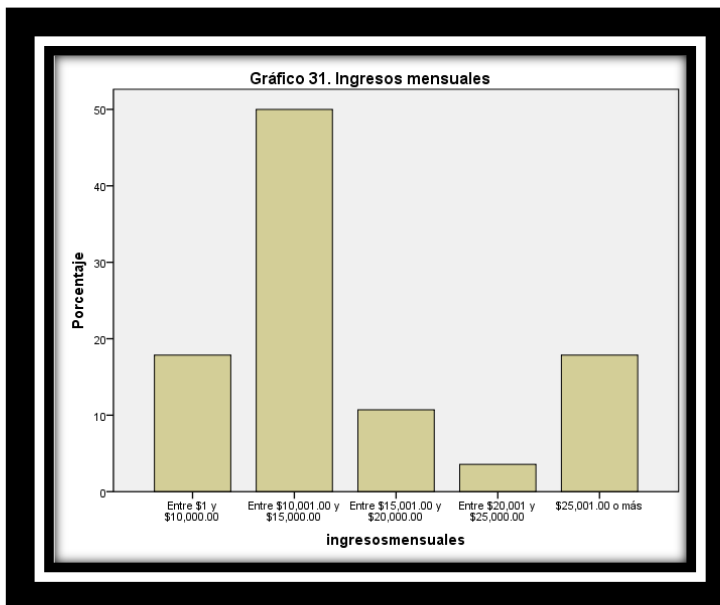
Los ingresos generados en la empresas es un rubro importante, porque puede indicar que tan rentable es un negocio para continuar operando, entre otros aspectos, de acuerdo a los datos de la encuesta se puede observar que la mayoría de las empresas recibe ingresos de aproximadamente entre \$10, 0001.00 y \$20,000.00 mensuales (56.7%) y tan solo el 16.7% percibe ingresos entre uno y \$10,000, (Tabla 34 y Gráfico 32).

**Tabla 34. Ingresos mensuales**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Entre \$1 y \$10,000.00	5	16.7
	Entre \$10,001.00 y \$15,000.00	14	46.7
	Entre \$15,001.00 y \$20,000.00	3	10.0
	Entre \$20,001 y \$25,000.00	1	3.3
	\$25,001.00 o más	5	16.7
Total		30	100.0

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

**Gráfico 32. Ingresos mensuales**



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

## 9. Rango de clientes mensuales que percibe la empresa

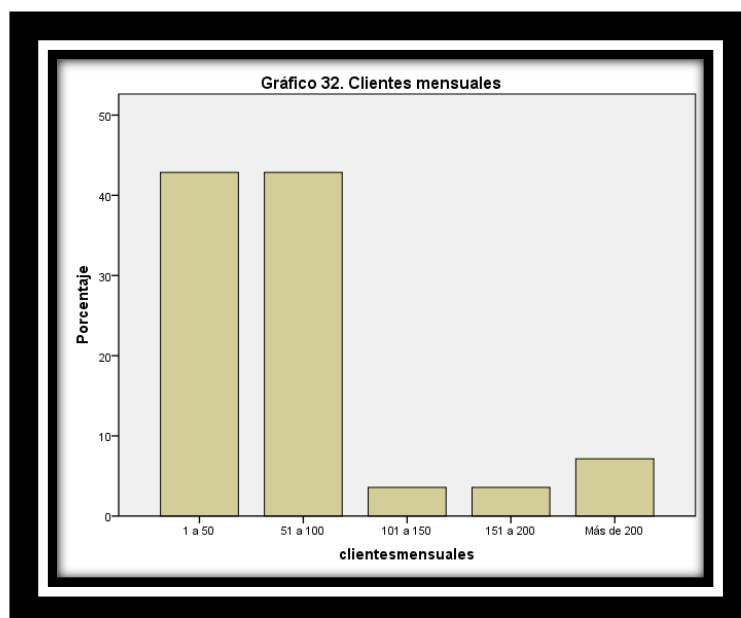
En cuanto al número de clientes que reciben los micro hoteles en Mahahual, considerando los porcentajes más altos la respuesta es que el 80% de las empresas tienden a percibir clientes entre 1 a 100 mensuales y solo el 6.7% recibe más de 200 clientes mensuales, (Tabla 35 y Gráfico 33).

**Tabla 35. Clientes mensuales**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	1 a 50	12	40.0
	51 a 100	12	40.0
	101 a 150	1	3.3
	151 a 200	1	3.3
	Más de 200	2	6.7
	Total	28	93.3
Perdidos	Sistema	2	6.7
Total		30	100.0

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

**Gráfico 33. Clientes mensuales**



Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

### 3.3 Análisis no paramétrico de los micro hoteles

Para comprobar las hipótesis y los objetivos que se plantearon en la investigación, se tomaron como prácticas ambientales, el de uso de productos químicos no tóxicos y el de control de residuos generados en el hotel y las variables de edad del propietario y el ingreso percibido. En cuanto al análisis estadístico, se aplicó el modelo de pruebas no paramétricas debido que es una muestra pequeña ( $n=30$ ). Antes de realizar el análisis de las pruebas no paramétricas se determinó el análisis de las pruebas de normalidad.

La prueba de normalidad permite conocer si las variables se distribuyen de manera normal y se comprueba el nivel de significación.

Sí Sig.  $< 0.05$  la distribución no es normal

Sí Sig.  $> 0.05$  la distribución es normal.

Se realizó la prueba de normalidad y a través de esto se detectó que las variables de ingresos mensuales percibidos y la edad no provienen de una población con una distribución normal. Dado el resultado anterior y que los datos provienen de una muestra pequeña ( $n=30$ ), se determinó aplicar el test de pruebas no paramétricas. Entre este tipo de pruebas, las más comunes se encuentra la prueba de Chi-Cuadrado.

El objetivo de aplicar este tipo de prueba en esta investigación es determinar si hay relación entre los ingresos percibidos, la edad del propietario y las prácticas ambientales en los hoteles de Mahahual.

Dado lo anterior, se realizó la prueba de Chi-Cuadrado para poder comprobar las hipótesis que se plantearon de las prácticas de control de residuos y uso de productos químicos no tóxicos con respecto a que si existe relación con los ingresos percibidos y la de edad del propietario de los hoteles de Mahahual.

Los resultados de los contrastes de la prueba Chi-Cuadrado se pueden observar en las siguientes tablas:

De acuerdo a los datos estadísticos de la tabla número 3, se observa en la variable edad que el valor de  $\chi^2$  fue 19.722, y  $\text{sig.} 0.475 > 0.05$ , la variables ingresos mensuales, el resultado de  $\chi^2$  fue 23.750 y  $\text{sig.} 0.253 > 0.05$ , en ambos casos no se rechaza la  $H_0$  (se rechaza  $H_1$  y se acepta  $H_0$ ) lo que significa para este caso, que no hay relación entre las tres variables, estos es, que no influyen los ingresos percibidos y las edades de los propietarios en la práctica de control de residuos de los hoteles de Mahahual.

**Tabla 36. Prueba Chi-Cuadrado: Control de residuos e ingresos mensuales**

<b>Estadísticos de contraste</b>		
	Edad del propietario	Ingresos mensuales percibidos
<b>Chi-cuadrado</b>	19.722	23.750
<b>Gl</b>	20	20
<b>Sig. asintótica</b>	0.475	0.253

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

En cuanto a los estadísticos de la tabla número 4, muestra los resultados de la relación de usos de productos químicos no tóxicos y los ingresos mensuales y edad del propietario. Para el caso de la edad del propietario el estadístico de  $\chi^2 = 18.482$  y  $\text{Sig.} = 0.556 > 0.05$  y para los ingresos  $\chi^2 = 19.955$  con un  $\text{Sig.} = 0.461 > 0.05$ , al igual que la anterior, en ambos casos no se rechaza la  $H_0$  (se rechaza  $H_1$  y se acepta  $H_0$ ), de acuerdo a estos resultados no hay relación entre las tres variables, por lo que no influyen los ingresos percibidos ni las edades de los propietarios en la implementación de la práctica de control de residuos en los hoteles de Mahahual.

**Tabla 37. Prueba Chi-Cuadrado: Uso de productos químicos no tóxicos e ingresos mensuales**

<b>Estadísticos de contraste</b>		
	Edad del propietario	Ingresos mensuales percibidos
<b>Chi-cuadrado</b>	18.482	19.955
<b>G1</b>	20	20
<b>Sig. Asintótica</b>	0.556	0.461

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada.

Con el análisis anterior se cumple con las hipótesis que se plantearon en esta investigación. De acuerdo al análisis de los estadísticos de la encuesta aplicada en los hoteles de Mahahual, los ingresos percibidos y la edad del propietario no influyen en las prácticas ambientales de los hoteles, esto es, no existe relación y por tanto no influyen los ingresos percibidos y la edad del propietario en la implementación de la práctica de control de residuos y el uso de productos químicos no tóxicos, por lo que se rechaza  $H_1$  y se acepta  $H_0$  (se acepta la hipótesis nula en ambos casos, hipótesis 1 e hipótesis 2, en donde la edad y el ingreso no influyen en las prácticas ambientales).

En cuanto al objetivo planteado al inicio de la investigación sobre sí los ingresos percibidos y la edad del propietario inciden en la realización de las prácticas ambientales en los hoteles de Mahahual, de acuerdo a los resultados obtenidos en el análisis anterior, se puede observar que para este caso no se cumplió, ya que los ingresos y la edad no influyen en dichas prácticas en los hoteles.

## CONCLUSIÓN

Al realizar el análisis de los datos de la encuesta y las entrevistas, se pudo detectar que las MiPyME de hospedaje en Mahahual, comparten ciertas características en común, mismas que podrían estar ligadas al éxito o fracaso que han tenido en su desarrollo. A continuación se presentan las principales conclusiones que se han llegado en esta investigación.

- La mayor parte de las empresas llevan en un promedio de entre 6 y 11 años de funcionamiento, lo cual se considera que es un tiempo considerable para obtener cierta experiencia que les permita desarrollarse de la mejor manera posible, y a enfrentar y vencer los obstáculos o complicaciones que se les pudieran presentar en cuanto a las funciones que les confieren como empresas.
- Por el tipo de propiedad que ostentan, la mayoría de las empresas no son familiares y son administradas por alguien ajeno a la familia, por lo tanto, es un aspecto que parece resaltar en estas empresas en donde la toma de decisiones y las acciones realizadas pueden tener un gran impacto en el desempeño de los micro hoteles.
- La mayoría de los propietario de las empresas cuentan con un nivel de estudios superiores, relacionado con un área de negocios, dato importante, ya que si bien es cierto no es determinativo si es necesario o vital para hacer funcionar una empresa.
- La edad promedio de los dueños de las microempresas, oscila alrededor de los 45 años, la moda fue de 37 años, la edad mínima de los propietarios fue de 31 y la máxima de 81 años.

- Las empresas reciben de 1 a 100 clientes mensuales, dato interesante que se debe de considerar en el impacto en el ambiente, ya que a mayor turismo, mayor es el riesgo de contaminación, y más severas y más analizadas debieran ser las acciones a tomar con respecto al medio ambiente, por parte de las autoridades, propietarios y sociedad en general.
- Por otra parte, en cuanto a las estrategias de sustentabilidad aplicadas en los hoteles, se puede concluir que el 54.5% de las MiPyME, sí aplican algunas estrategias de sustentabilidad dentro de sus hoteles. Entre las estrategias más usadas o que más aplican, se encuentran: el uso de equipos de bombeo de alta eficiencia, el uso de aires acondicionados, de ventiladores, instalación de boilers, el uso eficiente del agua, tienen sistemas de bajo consumo de agua, hacen uso de productos químicos no tóxicos para limpieza y control de sus residuos.
- Las estrategias que las MiPyME no aplican y que no los gustaría aplicar, fueron los programas de riego de jardines según temperatura y estacionalidad, el uso de lámparas fluorescentes, y la instalación de elevadores, porque según ellos implican costos adicionales a la empresa.
- Los principales impedimentos de aplicar estrategias de sustentabilidad fueron los Impedimentos gubernamentales, impedimentos legales, preferencia por el capital o inversión extranjera, falta de interés y compromiso con las Instituciones ambientales existentes en el estado, falta de recursos destinados a MiPyME, falta de interés social, falta de recursos para capacitación en cuanto a temas ambientales.
- En relación con el objetivo planteado al inicio de la investigación, “sí los ingresos percibidos y la edad del propietario inciden en la realización de las prácticas ambientales”, no se cumplió, ya que según el análisis estadístico de los datos, los ingresos percibidos y la edad del propietario no inciden en

la realización de las prácticas ambientales, ya que aparentemente no existe relación entre las variables, como se comprobó en el apartado anterior.

- En relación con las hipótesis planteadas en la investigación, según el análisis de la información estadística, los ingresos percibidos y la edad del propietario no influyen en las prácticas ambientales de los hoteles, es decir, no existe relación y no influyen los ingresos percibidos y la edad del propietario en la implementación de la práctica de control de residuos y el uso de productos químicos no tóxicos, por lo tanto se rechazó la hipótesis  $H_1$  y se aceptó la  $H_0$ , (se acepta la hipótesis nula en ambos casos, hipótesis 1 y hipótesis 2, en donde la edad y el ingreso no influyen en las prácticas ambientales).

## PROPUESTA

Después de haber realizado el análisis estadístico de la información, producto de la encuesta realizada en los micro hoteles de Mahahual y haber obtenido las conclusiones presentadas anteriormente, se proponen algunas acciones para contribuir con las buenas prácticas sustentables en dichos hoteles, las cuales se mencionan a continuación:

- Integrar un perfil de los estudiantes de la Universidad de Quintana Roo de las licenciaturas de Sistemas Comerciales, Turismo e Ingeniería ambiental, en la realización de estrategias sustentables a través de Servicio social, estancias profesionales o prácticas profesionales según la carrera.

Justificación:

Se eligieron dichas carreras basadas en el perfil de egreso de la universidad, debido que, al término de sus carreras respectivamente contarán con conocimientos relacionados con las necesidades empresariales, sociales y ambientales por



individual y en conjunto, que además de obtener los conocimientos tendrán también la capacidad para proponer acciones que den solución a los mismos.

Considerando que estas actividades se realizarían por medio de servicio social, estancias o prácticas profesionales según la carrera, debido que, estas se realizan usualmente cuando el alumno se encuentra en un grado avanzado de la carrera, generalmente en el último año, por lo que se entendería que cuentan con la mayoría de los conocimientos respecto a sus carreras.

A continuación se desarrolla una breve descripción del papel que el egresado podría realizar sobre las prácticas ambientales en las empresas, de acuerdo al perfil con el que egresa en cada una de las carreras que estudia en la Universidad de Quintana Roo.

#### A) Licenciatura en Sistemas Comerciales

El papel que juega un egresado de la carrera de Sistemas Comerciales en las empresas es bien importante y variado, ya que puede ser desde el promotor de la cultura de la RSE hasta el de implementar emprendimientos bajo el concepto de la Responsabilidad Social Empresarial.

Una de las tareas o funciones de los egresados de la carrera de Sistemas Comerciales según el plan de estudios de la carrera, es desarrollar un claro compromiso con el bienestar de los individuos y de la sociedad, de ahí que esta función de alguna manera deja entrever que se tiene que ser responsable con el medio ambiente que le rodee a la empresa, por lo que las iniciativas de emprendimientos deberán de estar encausadas al cumplimiento de este fin.

El perfil del egresado de la carrera, está enmarcado dentro de las siguientes funciones, por lo que realmente se puede observar que podría ser un agente activo de fomentar las actividades de la Responsabilidad Social Empresarial.

1. Desarrollar iniciativas empresariales tomando en cuenta los principios del desarrollo sustentable, la conservación, manejo y utilización responsable de los recursos naturales, la equidad y el respeto a la diversidad.
2. Diseñar y desarrollar estrategias de negocios innovadores con concepto de RSE, que permitan el desarrollo de bienes y servicios orientados a la satisfacción de necesidades de los consumidores en los mercados regionales, nacionales e internacionales.
3. Desarrollar emprendimientos haciendo énfasis sobre ética y valores hacia la familia, la sociedad, el medio ambiente, con el entorno y consigo mismo e impulsar a las empresas a que desarrollen prácticas comerciales responsables.
4. Promover la RSE en las distintas organizaciones públicas o privadas como un concepto de negocio a través de diferentes medios de comunicación, aludiendo la responsabilidad de la empresa en cuanto a sus clientes, proveedores, familia, sociedad y el medio ambiente.

## B) Ingeniería Ambiental

El ingeniero ambiental dentro de sus actividades profesionales tiene la obligación de disminuir el impacto que el ser humano ocasiona sobre el medio ambiente. Sus estudios se basan en el diseño, la aplicación, y la gestión de procesos, productos y servicios tecnológicos para la prevención, el control y remedio de problemas de degradación ambiental; para el desarrollo del uso sustentable de recursos naturales en procesos productivos y de consumo, teniendo siempre como prioridad la excelente calidad de vida en nuestro entorno.

La ingeniería ambiental contribuye a garantizar, mediante la conservación y preservación de los recursos naturales, una mejor calidad de vida para la generación actual y para las generaciones futuras. Esta disciplina, en pleno desarrollo, ve cada vez más claro su objetivo y ha venido consolidándose como una necesidad, ya que proporciona una serie de soluciones propicias para enfrentar la actual crisis ecológica que vive el planeta. Por esto, es considerada por muchas personas como una profesión de gran futuro.

1. Estudio previo del impacto de la construcción de los hoteles y lo que se realice dentro de ellos
2. Tratamiento de aguas negras
3. Tratamiento del uso excesivo de agua
4. Uso adecuado de energías renovables
5. Tratamiento y control de residuos generados de los hoteles
6. Tratamiento de disminución de desechos sólidos que se generen
7. Reciclaje de desechos generados en el hotel
8. Generación de aplicaciones tecnológicas
9. Identificar, analizar y proponer soluciones a problemas ambientales mediante la aplicación de su capacidad lógica y analítica.
10. Adecuar procesos y equipo para la prevención y control de la contaminación ambiental
11. Integrar aspectos sociales, económicos y tecnológicos en la solución de problemas ambientales
12. El uso adecuado de productos químicos no tóxicos

### C) Licenciatura en Turismo

El Licenciado en Turismo contará con los conocimientos, habilidades y actitudes acordes al modelo educativo y curricular vigente en la Universidad de Quintana Roo, para diseñar, gestionar, operar y comercializar responsablemente productos y servicios turísticos en los ámbitos regional y comunitario, que impulsen la diversificación y consolidación de la actividad en Centroamérica y el Caribe, con una postura proactiva, honesta y responsable para el adecuado aprovechamiento del patrimonio natural y cultural, respetando los usos y costumbres de las comunidades así como la conservación ambiental durante su ejercicio profesional. Los alumnos que egresan de esta carrera deberán de contar con ciertas capacidades para realizar acciones sustentables y coadyuvar con las buenas prácticas de sustentabilidad, tales como:

1. Capacidad para dar pláticas sobre concientización ambiental
  2. Creación de talleres sobre el cuidado del agua, residuos sólidos, etc.
  3. Proyectos eco turísticos
  4. Generación de Manuales ecológicos
  5. Estudio sobre la capacidad de carga de los suelos
  6. Diseñar productos turísticos innovadores considerando el equilibrio entre el ámbito social, económico y ambiental a fin de propiciar alternativas de desarrollo para las comunidades
  7. Desarrollar proyectos turísticos que contribuyan al progreso regional en un marco de aprovechamiento racional del patrimonio natural y cultural.
  8. Experiencia en dinámicas socioculturales comunitarias, trato con la gente
  9. Desarrollo turístico sustentable
  10. Conocimiento en políticas turísticas y desarrollo regional
- 
- Además de lo anterior, se recomienda que las empresas hoteleras inviertan más en tecnologías sustentables, como son lámparas ahorradoras (leds), calentadores solares, aires acondicionados ahorradores de energía (invertir), celdas solares como generadoras de energía, para aprovechar la energía solar, que si bien es cierto representa una fuerte inversión, en el corto plazo, pero en el largo plazo representa un ahorro sustancial para la empresa.
  - Las instituciones gubernamentales deberán de establecer programas de capacitación de buenas prácticas sustentables con carácter obligatorio a las empresas de hospedaje.

## ANEXOS

### 1. Materias fundamentales de la Responsabilidad social (ISO 26000)

Como parte de la definición del alcance de la responsabilidad social de una Organización, se deberán identificar los asuntos pertinentes y establecer sus prioridades, considerando las siguientes Materias Fundamentales de Responsabilidad Social.



*Fuente: Obtenido de <http://www.globalstd.com/pdf/rs-iso26000-2010.pdf>*

#### ⇒ **Materia fundamental I.- Gobernanza de la Organización:**

La gobernanza de la Organización es el sistema por el cual una organización toma e implementa decisiones para lograr los objetivos.

Los sistemas de gobernanza varían, dependiendo del tamaño y el tipo de organización y del contexto ambiental, económico, político, cultural y social en el que opera. Estos están dirigidos por una persona o grupo de personas (propietarios, miembros, integrantes u otros) que tienen la autoridad y responsabilidad de perseguir los objetivos de la organización.

La gobernanza de la Organización es el factor más importante para integrar la responsabilidad social y para hacer posible que una Organización se responsabilice

de los impactos de sus decisiones y actividades. Una Organización que se plantea ser socialmente responsable debería contar con un sistema de gobernanza que permita supervisar y poner en práctica los siete principios de la responsabilidad social mencionados anteriormente.

⇒ **Materia fundamental II.- Derechos Humanos:**

Los derechos humanos son los derechos básicos que le corresponden a cualquier ser humano por el hecho serlo. Existen dos categorías de derechos humanos:

a) La categoría de los derechos civiles y políticos; incluye derechos tales como el derecho a la vida y a la libertad, la igualdad ante la ley y la libertad de expresión.

b) La categoría de los derechos económicos, sociales y culturales; incluye derechos como el derecho al trabajo, el derecho a la alimentación, el derecho a la salud, el derecho a la educación y el derecho a la seguridad social.

Los Estados tienen el deber y responsabilidad de respetar, proteger, cumplir y hacer realidad los derechos humanos. Una Organización tiene la responsabilidad de respetar los derechos humanos, incluso dentro de su esfera de influencia.

⇒ **Materia fundamental III.- Prácticas laborales:**

Las prácticas laborales de una Organización comprenden todas las políticas y prácticas relacionadas con el trabajo en nombre de la Organización, incluido el trabajo subcontratado.

Las prácticas laborales incluyen reclutamiento y promoción de trabajadores; procedimientos disciplinarios, transferencia y traslado de trabajadores; finalización de la relación de trabajo; formación y desarrollo de habilidades; salud; seguridad e higiene industrial, y cualquier política o práctica que afecte a las condiciones de trabajo, en particular la jornada laboral y la remuneración.

Las prácticas laborales socialmente responsables son esenciales para la justicia social, la estabilidad y la paz.

Un principio fundamental de la Declaración de Filadelfia de la OIT de 1994 es que el trabajo no es una mercancía; lo que quiere decir que los trabajadores no deberían ser tratados como un factor de producción ni estar sujetos a las mismas fuerzas del mercado que se aplican a las mercancías. La vulnerabilidad de los trabajadores y la necesidad de proteger sus derechos básicos se refleja en la “**Declaración Universal de Derechos Humanos y en el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales**”.

⇒ **Materia fundamental IV.- El medio ambiente:**

Las decisiones y actividades de las organizaciones invariablemente generan un impacto en el medio ambiente independientemente donde se ubiquen. Esos impactos están asociados al uso que la Organización realiza de los recursos, la localización de sus actividades, la generación de contaminación y residuos y los impactos de las actividades de la Organización sobre los hábitats naturales. Para reducir sus impactos ambientales, la Organizaciones deberían adoptar un enfoque integrado que considere las implicaciones directas e indirectas de carácter económico, social de salud y ambiental de sus decisiones y actividades.

La sociedad se enfrenta a muchos desafíos ambientales, incluyendo el agotamiento de los recursos naturales, la contaminación, el cambio climático, la destrucción de hábitats, la extinción de especies, el colapso de ecosistemas y la degradación de asentamientos humanos urbanos y rurales. A medida que la población mundial crece y el consumo aumenta, estos cambios son amenazas crecientes para la seguridad humana y la salud y el bienestar de la sociedad.

La responsabilidad ambiental es una condición previa para la supervivencia y prosperidad de los seres humanos; por ello, es un aspecto muy importante de la Responsabilidad Social. Los temas ambientales están estrechamente relacionados con otras materias fundamentales y asuntos de responsabilidad social. La educación ambiental es fundamental para promover el desarrollo de sociedades y estilos de vida sostenibles.

Los temas ambientales en el ámbito local, regional y global están interconectados. Se requiere un enfoque integral, sistemático y colectivo para abordarlos.

⇒ **Materia fundamental V.- Prácticas justas de operación:**

Las prácticas justas de operación se refieren a la conducta ética de una Organización en sus transacciones con otras Organizaciones. Incluyen relaciones entre Organizaciones y agencias gubernamentales, así como relaciones entre Organizaciones y sus socios, proveedores, contratistas, clientes, competidores, entre otras.

Los asuntos relacionados con las prácticas justas de operación se presentan en los ámbitos de anticorrupción, participación responsable en la esfera pública, competencia justa, comportamiento socialmente responsable y respeto a los derechos de la propiedad.

La competencia justa y el respeto a los derechos de propiedad no se pueden lograr, si las Organizaciones no operan entre ellas de manera honesta, equitativa e íntegra.

⇒ **Materia fundamental VI.- Asuntos de consumidores:**

Las Organizaciones que proporcionan productos y servicios a consumidores, así como a otros clientes, tienen responsabilidad hacia ellos.

Las responsabilidades incluyen proporcionar educación e información precisa, utilizando información justa, transparente y útil de marketing y de procesos de contratación, promoviendo el consumo sostenible y el diseño de productos y servicios que proporcionen acceso a todos y satisfagan las necesidades de los demás vulnerables y desfavorecidos, cuando sea necesario.

El término consumidor hace referencia a aquellos individuos o grupos que hacen uso del resultado de las decisiones y actividades de las Organizaciones, sin que implique necesariamente que tengan que pagar dinero por los productos o servicios.

Las Organizaciones tienen oportunidades importantes para contribuir al consumo y al desarrollo sostenible, a través de los productos y servicios que ofrecen y la



información que proporcionan, incluida la información sobre su uso, reparación y disposición final.

⇒ **Materia fundamental VII.- Participación activa y desarrollo de la comunidad:**

Actualmente está ampliamente aceptado que las Organizaciones tengan relación con las comunidades en las que operan. La participación activa, ya sea de manera individual, o a través de asociaciones que busquen aumentar el bien público, ayuda a fortalecer la sociedad civil.

Las Organizaciones que se involucran de manera respetuosa con la comunidad y sus instituciones, reflejan valores democráticos y cívicos.

Algunas acciones podrían entenderse como filantropía, sin embargo las actividades filantrópicas por sí mismas no consiguen el objetivo de integrar la responsabilidad social en la Organización.

## 2. Encuesta



Encuesta a MiPyME Hotelera con enfoque sustentable en el poblado



### De Mahahual, Quintana Roo (México)

La información obtenida será tratada con estricta confidencialidad y únicamente para fines académicos y de investigación. Por favor responda lo más sincero posible.

*Instrucciones:* Marque con una “✓” o “✗” cuando se encuentre con un , o en su caso encierre con un círculo o tache si se encuentra con una escala del tipo: 1      2      3      4      5

#### ETAPA I.- DATOS GENERALES

Nombre de la empresa \_\_\_\_\_

Domicilio \_\_\_\_\_

Teléfono \_\_\_\_\_ Correo electrónico: \_\_\_\_\_

Edad (del dueño): \_\_\_\_\_ Sexo(del dueño): H \_\_\_ M \_\_\_

1.-¿Cuántos años lleva funcionando su empresa? \_\_\_\_\_ años.

2.- ¿Cómo está integrada jurídicamente su empresa?

Persona Física       Persona Moral (sociedad o asociación)

3.- **Tipo de propiedad:** Familiar  No familiar . Se considera familiar cuando la mayoría del capital de la empresa es propiedad de la familia o grupo familiar.

4.- ¿Quién administra la empresa?

Dueño       No el dueño, pero si un familiar       Alguien ajeno a la familia

5.- ¿Cuál es la categoría del hotel según su número de empleados? Y cuantas habitaciones tiene?

Hotel micro 0-10 empleados       Hotel pequeño 11-50 empleados       Hotel mediano 51-100 empleados

Otro: \_\_\_\_\_ Núm. Exacto de empleados \_\_\_\_\_

Núm. Habitaciones: \_\_\_\_\_

6.- ¿Además del servicio de hospedaje que otros servicios ofrece el hotel?

Restaurantes  Bares  Agencias  Operadoras de viajes

Arrendadoras de vehículos  Transportes turísticos  Otros:

7.- ¿Cuál es la edad y sexo del gerente?..... Años,     Hombre     Mujer

**8.- ¿Cuál es el nivel de estudios del dueño/propietario? (MARQUE SÓLO EL ÚLTIMO NIVEL DE ESTUDIOS OBTENIDO):**

Estudios primarios básicos, cultura general	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Estudios de Licenciatura	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Estudios de Bachiller/formación profesional	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Estudios de Posgrado	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Otros: \_\_\_\_\_

**8ª.- En caso de haber marcado en “Estudios de Licenciatura o Posgrado”, señale el área de titulación correspondiente:**

1. Áreas de Negocios: Contaduría, Administración, Finanzas, Economía, Sistemas Comerciales, Derecho.	<input type="checkbox"/>	2. Áreas de Ingeniería: Ingeniería Industrial, Civil, Mecánica, Eléctrica, Ambiental, Sistemas de Energía.	<input type="checkbox"/>
3. Áreas de Sociales y Humanidades: Sociología, Antropología, Psicología, Literatura, Historia, Ciencias Políticas y Humanidades.	<input type="checkbox"/>	4. Áreas de Ciencia Exactas y Tecnología: Informática, Tecnologías de Información Telemática, Matemáticas, Biología, Ecología, Química, Física.	<input type="checkbox"/>

**9.- ¿Cuál es el nivel de estudios del gerente? (MARQUE SÓLO EL ÚLTIMO NIVEL DE ESTUDIOS OBTENIDO):**

Estudios primarios básicos, cultura general	<input type="checkbox"/>	Estudios de Licenciatura	<input type="checkbox"/>
Estudios de Bachiller/formación profesional	<input type="checkbox"/>	Estudios de Posgrado	<input type="checkbox"/>

**9ª.- En caso de haber marcado en “Estudios de Licenciatura o Posgrado”, señale el área de titulación correspondiente:**

1. Áreas de Negocios: Contaduría, Administración, Finanzas, Economía, Sistemas Comerciales, Derecho.	<input type="checkbox"/>	2. Áreas de Ingeniería: Ingeniería Industrial, Civil, Mecánica, Eléctrica, Ambiental, Sistemas de Energía.	<input type="checkbox"/>
3. Áreas de Sociales y Humanidades: Sociología, Antropología, Psicología, Literatura, Historia, Ciencias Políticas y Humanidades.	<input type="checkbox"/>	4. Áreas de Ciencia Exactas y Tecnología: Informática, Tecnologías de Información Telemática, Matemáticas, Biología, Ecología, Química, Física.	<input type="checkbox"/>

**10.- Indique el rango de ingresos mensuales que percibe su empresa.**

- \$1.00 a \$10,000.00    \$10,001.00 a \$15,000.00    15,001.00 a \$20,000.00    \$20,001.00 a \$25,000.00
- \$25,001.00 o mas

**11.- Indique el rango de clientes mensuales que percibe su empresa.**

- 1 a 50    51 a 100    101 a 150    151 a 200    más de 200

**ETAPA II.- ESTRATEGIAS SUSTENTABLES**

<b>12.- De las siguientes acciones sustentables indique cuales aplica o aplicaría en su hotel, según sea el caso.</b>	Si aplica en su hotel.	No lo aplica en su hotel, pero le gustaría aplicarla	No lo aplica en su hotel, y no lo aplicaría.
1.- Instalación de equipos de bombeo de alta eficiencia que funcionan según se necesiten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.- Instalación de elevadores de alta eficiencia que funcionan según se necesiten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3.- Instalación de aires acondicionados de alta eficiencia que funcionan según se necesiten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.- Instalación de ventiladores de alta eficiencia que funcionan según se necesiten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.- Instalación de boilers de alta eficiencia que funcionan según se necesiten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.- Garantizar la seguridad y salud de los empleados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.- Instalación de dispositivos para el ahorro de gas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.- Uso de lámparas fluorescentes compactas (lámparas ahorradoras).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.- Uso eficiente del agua.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.- Instalación de sistemas de bajo consumo de agua en baños de las habitaciones como válvulas de doble descarga en WC, equipos ahorradores en regaderas y lavabos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.- Uso de productos químicos no tóxicos que se utilizan para el lavado de blancos y limpieza de habitaciones y tienen certificado de biodegradabilidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.- Programa de riego de jardines según estacionalidad y temperatura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.- Uso de material orgánico y reciclado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.- Control de residuos generados en el hotel.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.- Programas y campañas permanentes de concientización a los colaboradores del hotel y sus familias, sobre el cuidado del medio ambiente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16.- Reciclaje de desechos generados en el hotel.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.- Hace uso del buzón de quejas y sugerencias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18.- Tiene o hace uso de algún calentador solar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19.- Capacitación y asistencia técnica en cuanto a temas de cuidado ambiental.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20.- Asigna recursos económicos en su planeación anual para realizar acciones sustentables	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21.- Realiza Programas ambientales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22.- Programa de contingencias y riesgos ambientales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**13.- Por qué razón no ha aplicado o no aplicaría las acciones antes mencionadas.**

1. Falta de recursos económicos disponibles
2. Falta de conocimientos respecto al tema
3. No le interesa porque no la considera necesaria
4. Otros: \_\_\_\_\_

**14.- ¿Dispone su empresa de alguna certificación o distintivo de sustentabilidad (o el equivalente)?**

- SI  Indique la norma o distintivo, y el organismo que la certificó u otorgó: \_\_\_\_\_
- NO  Estamos en el proceso previo para la certificación de sustentabilidad.
- NO  Consideran que sería interesante contar con dicha certificación.

**15.- Estaría dispuesto a modificar las condiciones existentes de su empresa para mejorar su desempeño ambiental? SI  NO  Por qué? \_\_\_\_\_**

**¡GRACIAS!**

## BIBLIOGRAFÍA

Aguilera Castro, A., & Puerto Becerra, D. P. (2012). CRECIMIENTO EMPRESARIAL BASADO EN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL. *Revista Pensamiento y Gestión*, 1-126.

Alles Fernández, M. T., & Ramón, C. M. (2011). LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL SECTOR HOTELERO: REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA. *Revista Cuadernos de Turismo*, (28).

Andrea, P., & Rodríguez del Bosque, I. (2015). ESTADO DE LA COMUNICACIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EL SECTOR HOTELERO ESPAÑOL. *Revista Cuadernos de Turismo*, 315-338.

Biodiversidad Mexicana. (2009). *Biodiversidad Mexicana: Comisión nacional para el conocimiento y uso de la biodiversidad*. Recuperado el 05 de 07 de 2016, de <http://www.biodiversidad.gob.mx/biodiversidad/porque.html>

Blogspot. (26 de Octubre de 2011). *Blogspot*. Recuperado el 13 de Junio de 2016, de <http://metodologadelainvestigacinsiis.blogspot.mx/2011/10/tipos-de-investigacion-exploratoria.html>

Bruntland, G. H. (1987). *Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (Comisión Bruntland): Nuestro futuro común*.

Cabrera, N. (30 de Septiembre de 2007). *Ozono versus vida*. Recuperado el 07 de 2016, de <http://ozonoversusvida.blogspot.mx/>

Cajiga Calderon, J. F. (02 de Febrero de 2015). *Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)*. Obtenido de [http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto\\_esr.pdf](http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf)

Camacho Solis, J. I. (2015). LAS NORMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL. SU DIMENSIÓN EN EL AMBITO LABORAL DE LAS EMPRESAS. *Revista Latinoamericana de Derecho Social*, 20.

Castañeda M., G., Ruiz, M., Viloria, O., Castañeda, R., & Quevedo A., Y. (2007). El rol de las universidades en el contexto de la responsabilidad social empresarial. *Revista Negotium*, 3 (8).

Castro Alvarez, U. (2008). *Eumed*. Obtenido de Enciclopedia Virtual: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/442/Crecimiento%20economico%20y%20costos%20ambientales.htm>

ccambioclimaticoglobal.com. (2015). *Cambioclimaticoglobal.com*. Recuperado el 29 de 06 de 2016, de <http://cambioclimaticoglobal.com/que-es-el-cambio-climatico>

Centro Mexicano para la Filantropía A.C. (Marzo de 2015). *CEMEFI*. Recuperado el 25 de Agosto de 2016, de <http://www.cemefi.org/esr/>

Chirinos, M. E., Fernández, L., & Sánchez, G. (2012). RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL O EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSABLES. *Revista Razón y Palabra*.

Cortina, A. (1994). La ética en la empresa. En A. Cortina, *Ética de la empresa: claves para una nueva cultura empresarial* (pág. 150). Trotta.

- El ergonomista. (2004). *El ergonomista*. Recuperado el 06 de 26 de 2016, de <http://www.elergonomista.com/marketing/mk22.html>
- FARIDE CRESPO, R. (2010). ENTRE EL CONCEPTO Y LA PRÁCTICA: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL. *Revista Estudios Gerenciales* , 26 (117).
- Ferrer Real, G. (2000). *Integración económica y medio ambiente en América Latina*. McGraw- Hill.
- Fontanills Gómez, D., & Scade, J. (2012). *wiki eoi*. Recuperado el 15 de Abril de 2016, de [http://www.eoi.es/wiki/index.php/Aspectos\\_econ%C3%B3micos\\_en\\_Responsabilidad\\_Social\\_y\\_Sostenibilidad\\_Empresarial](http://www.eoi.es/wiki/index.php/Aspectos_econ%C3%B3micos_en_Responsabilidad_Social_y_Sostenibilidad_Empresarial)
- Frers, C. (2004). *Eco joven*. Recuperado el 2016, de <http://www.ecojoven.com/cuatro/04/pesca.html>
- Ganoza, I. R. (24 de 01 de 2013). *Gestiópolis*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/historia-de-la-responsabilidad-social-y-el-desarrollo-sostenible/>
- García-Marzá, D. (2007). RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA: UNA APROXIMACIÓN DESDE LA ÉTICA EMPRESARIAL. *Veritas. Revista de filosofía y teología* , 183-204.
- Gilli, J. J. (2006). Responsabilidad Social. *Revista Científica "Visión del futuro"* .
- Greenpeace. (s.f.). *Greenpeace*. Recuperado el 2016, de <http://www.greenpeace.org/mexico/es/Campanas/Bosques/La-deforestacion-y-sus-causas/>
- Guilarte, M. (19 de Mayo de 2014). *mc pro my computer*. Recuperado el 24 de Octubre de 2015, de <http://www.muycomputerpro.com/2014/05/19/responsabilidad-social-tecnologica>
- Guioteca. (27 de Noviembre de 2013). *Guioteca*. Obtenido de <http://www.guioteca.com/rse/los-inicios-de-la-responsabilidad-social-empresarial-como-ha-evolucionado/>
- Harrould, E. &. (2009). *Acidificación: ¿Como afecta el CO2 a los océanos?* España: Oceana.
- Hau Hay, M. (13 de Agosto de 2012). *Monografías.com*. Recuperado el 7 de Noviembre de 2015, de <http://www.monografias.com/trabajos93/mipymes-mexico-milagro-productivo-economia/mipymes-mexico-milagro-productivo-economia.shtml>
- Hernández Regalado, R. (2007). *Las MIPYMES en Latinoamérica*.
- INEGI. (2009). *Instituto Nacional de Estadística y Geografía*. Obtenido de [www.inegi.org.mx](http://www.inegi.org.mx)
- Jáuregui, R. (2009). LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL DE LAS EMPRESAS. *Revista Ambierta* .
- La onda verde. (s.f.). *La onda verde*. Recuperado el 2016, de <http://www.laondaverde.org/laondaverde/oceans/files/oceanacidification.pdf>
- León, M. d. (2012). La innovación social en el contexto de la responsabilidad social empresarial. *Revista Forum Empresarial* , 17 (1).

- López Arredondo, H. R. (s.f.). *Monografías*. Recuperado el 03 de 03 de 2016, de <http://www.monografias.com/trabajos93/mipymes-mexico-milagro-productivo-economia/mipymes-mexico-milagro-productivo-economia.shtml>
- M., M. (12 de Octubre de 2011). *SlideShare*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/manuelmmr/responsabilidad-social-empresarial-9666652>
- Madueño Herrera, J., Jorge Larrán, M., & Sancho Lechuga, M. P.-M. (2014). Responsabilidad Social en las pymes: análisis exploratorio de factores explicativos. *Revista de Contabilidad Spanish Accounting Review* .
- Mass, M. (2007). *Principios generales sobre manejos de ecosistemas*. México: Centro de Investigaciones en Ecosistemas, UNAM.
- Medina Giacomozzi, A., & Severino González, P. (2014). RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL: GENERACIÓN DE CAPITAL SOCIAL DE LAS EMPRESAS. *Revista Contabilidad y Negocios* , 63-72.
- Nahle, N. (2004). *Biology Cabinet*. Recuperado el 26 de 06 de 2016, de <http://www.biocab.org/Sobrepoblacion.html>
- Naquin, G. (2011). *La investigación de la ventaja competitiva global a través de la innovación y emprendurismo*.
- Nicolo, G. (1998). Situación y perspectivas ambientales en América Latina y el Caribe. *De la CEPAL* , 107-122.
- Peña Miranda, D. D., & Serra Cantallops, A. (2013). La práctica de la responsabilidad empresarial. Estudio de caso en el sector turístico. *INNOVAR. Revista de Ciencias* , 101-113.
- Peña Miranda, D. D., & Serra Cantallops, A. (2012). RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO. Estudio en caso en empresa de alojamiento de la ciudad de Santa Marta, Colombia. *Estudios y perspectivas en turismo* , 1456-1480.
- Pérez Selvas, S. P. (3 de Febrero de 2012). Recuperado el 5 de Febrero de 2016, de <http://archivo.eluniversal.com.mx/finanzas/92802.html>
- ProMéxico. (11 de Noviembre de 2015). *ProMéxico*. Obtenido de <http://www.promexico.gob.mx/negocios-internacionales/pymes-eslabon-fundamental-para-el-crecimiento-en-mexico.html>
- Redacción Ejemplode.com. (2016). Recuperado el 2016, de [http://www.ejemplode.com/36-biologia/316-ciclos\\_biogeoquimicos:\\_carbono,\\_nitrogeno,\\_fosforo.html](http://www.ejemplode.com/36-biologia/316-ciclos_biogeoquimicos:_carbono,_nitrogeno,_fosforo.html)
- Restrepo Salazar, J. C. (2008). APUNTES SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL. *Revista de Derecho Privado* , 2-210.
- Rivas Díaz, T. (26 de Mayo de 2011). *El observador económico*. Recuperado el 15 de Abril de 2016, de <http://www.elobservadoreconomico.com/articulo/1128>
- Rivera Gaona, E., & Enrique, R. A. (Enero de 2007). *Eumednet*. Recuperado el 20 de Mayo de 2016, de <http://www.eumed.net/eve/resum/07-enero/egr.htm>

- Rodriguez Ramirez, R. (2011). *Monografias.com S.A.* Recuperado el 2016, de <http://www.monografias.com/trabajos14/problemadelagua/problemadelagua.shtml>
- Rodríguez, A. (27 de Noviembre de 2013). *Guioteca*. Recuperado el 25 de Agosto de 2016, de <https://www.guioteca.com/rse/los-inicios-de-la-responsabilidad-social-empresarial-como-ha-evolucionado/>
- Romero, M. A. (Noviembre de 2010). *Global Standards Certification*. Obtenido de <http://www.globalstd.com/pdf/rs-iso26000-2010.pdf>
- Sanz, E. (2015). *Muy Interesante*. Recuperado el 25 de Agosto de 2016, de <http://www.muyinteresante.es/curiosidades/preguntas-respuestas/ique-edad-tiene-la-tierra>
- Schmidheiny, S. (1997). *Cambiando el rumbo*. Colombia: Mit Press.
- Seguí, L. M. (2008). *Proyectos de cooperación en turismo sostenible: Unos indicadores*. Ediciones UIB.
- Sepúlveda Chaverra, J. D., Ordoñez Quiñónez, F., & Prada, C. A. (2014). PERFIL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DEL SECTOR HOTELERO DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA-COLOMBIA. *Revista Estudios y Perspectivas del Turismo* , 23-39.
- Sisigua, E. (2013). *Trabajo monográfico: Responsabilidad Social Empresarial: Lo que hacen y dicen las empresas*. Chetumal: Univerisad de Quintana Roo.
- Sólis Gonzalez, J. L. (2008). Responsabilidad Social Empresarial: Un enfoque alternativo. *Revista Análisis Económico* , XXIII (53).
- Universidad de Quintana Roo. (26 de 06 de 2016). *Universidad de Quintana Roo*. Recuperado el 26 de 06 de 2016, de <http://www.uqroo.mx>
- Vallejo, E. (29 de Octubre de 2013). *Corporación Colombia Digital*. Obtenido de <http://www.colombiadigital.net/opinion/blogs/blog-colombia-digital/item/5912-la-tecnologia-una-herramienta-para-la-responsabilidad-social.html>
- Vargas Forero, G. A. (2011). Responsabilidad social empresarial, ciudadanía y desarrollo. *Revista Cuadernos de Administración* , 24 (43).
- Vargas Martínez, E. E., & Olivares Linares, A. A. (2012). RESPONSABILIDAD AMBIENTAL: EL CASO DE "HOTELERA POSADAS". *Revista El Periplo Sustentable* , 163-188.
- Vázquez Gallardo, D., & Isabel, H.-S. M. (2013). ANÁLISIS DE LA INCIDENCIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL ÉXITO COMPETITIVO DE LAS MICROEMPRESAS Y EL PAPEL DE LA INNOVACIÓN. *Universia Business Review* .
- Vélez Evans, A. M. (2010). UNA RESPUESTA A LA ACCIÓN SOCIAL DE LA RENTABILIDAD A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL. *Revista Ciencias Estratégicas* , 11-25.
- Villegas Rodríguez, L. C., & Giraldo Agudelo, L. (2008). LA FORMACIÓN UNIVERSITARIA EN RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL (RSE): UN ASUNTO DE DESARROLLO. *Revista virtual universitaria Católica del Norte* , 25.



Villegas Rodriguez, L. C., & Lina, A. G. (2008). LA FORMACIÓN UNIVERSITARIA EN RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE): UN ASUNTO DE DESARROLLO. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte* , 25.

Wagenberg, A. (2006). LA NARRATIVA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL. *Revista Cuadernos Latinoamericanos de Administración* , II (2).