

Responsabilidad Social Corporativa en Empresas del Sector Turístico

Coordinadores:

Edith Georgina Surdez Pérez

Enrique Roberto Peralta Mazariego

Primera edición, 2026

© Edith Georgina Surdez Pérez (Coordinadora), Enrique Roberto Peralta Mazariego (Coordinador),

María del Carmen Sandoval Caraveo, Erika Guadalupe May Guillermo, Gabriela del Carmen Morales Hernández, María de la Paz Gómez Lanzagorta, María Elvira López Parra, Clara Luz Lamoyi Bocanegra, Norma Angélica Hernández Gómez, en el texto.

Diseño Editorial: este libro fue diagramado con el software LIM Libros para Mortales lim.pressmark.net

Diseño de portada: Jazmín Zapata de la Cruz

Pressmark, editorial registrada ante el Instituto Nacional de Derechos de Autor y la Agencia Internacional ISBN

Tierra and Luna Nueva, Edif.G 7, Fracc. Villa El Cielo, C.P. 86290

Villahermosa, Tabasco, México

<https://www.pressmark.net>

correo: contacto@pressmark.net

ISBN Electrónico: 978-607-69702-5-6

DOI: <http://doi.org/10.65299/BPSMK004>

Esta obra está bajo la licencia Creative Commons Atribución No Comercial 4.0 Internacional (CC BY NC 4.0)



Para su publicación esta obra ha sido dictaminada por el sistema académico de pares ciegos nacionales e internacionales. El contenido y los juicios expresados son responsabilidad del autor o autores. Queda prohibida la reproducción parcial o total del contenido de la presente obra, sin contar previamente con la autorización expresa y por escrito de ambos editores, en términos de la Ley Federal de Derechos de Autor.

Obra originada como una actividad del programa de trabajo de la Red Capital Social para la Innovación, Competitividad y Responsabilidad Social (RECSICRES), red procedente del acuerdo entre la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT), el Instituto Tecnológico Superior de la Región Sierra (ITSS), el Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON), la Universidad Tecnológica de Tabasco (UT-Tabasco) y la Universidad Tecnológica de Cancún (UT-Cancún) y fungiendo como líder la Dra. Edith Georgina Surdez Pérez.

Hecho en Villahermosa, Tabasco, México.

COMITÉ CIENTÍFICO

Aland Jean Becerra Rodríguez
Universidad de la Costa-CUC (Colombia)

Beatriz Llamas Aréchiga
Universidad de Sonora (México)

Carolina del Carmen Fernández Méndez
Universidad Mar Huatulco (México)

Damaris Yunuen Mejía López
Universidad Autónoma de Querétaro (México)

Elda Magdalena López Castro
Universidad Veracruzana (México)

Erick Jassir Ufre
Corporación Universitaria Politécnico de la Costa Atlántica (Colombia)

Francisco Javier Moyado Bahena
Universidad Tecnológica de Acapulco (México)

Gizelle Guadalupe Macías González
Centro Universitario de los Altos, Universidad de Guadalajara (México)

Harold Silva Guerra
Universidad del Norte (Colombia)

José Vili Martínez González
Ajedrez Consultores (México)

María del Carmen Chávez Rodríguez
Universidad Autónoma de Ciencias y Artes de Chiapas (México)

María Elena Quero Corzo
Instituto Tecnológico de Mérida (México)

Olga María Castro Gastelum
Instituto Tecnológico de Sonora (México)

Rosa del Carmen Sánchez Trinidad
Universidad Popular de la Chontalpa (México)

Rosiluz Ceballos Povedano
Universidad del Caribe (México)

Yara Landazuri Aguilera
Instituto Tecnológico de Sonora (México)

Prólogo

La dinámica mundial evidencia cambios significativos en el ámbito social, donde se percibe una ciudadanía cada vez más responsable, con mayor sensibilidad hacia su entorno próximo y con el planeta. En este contexto, la denominada sostenibilidad corporativa fundamentada en principios y valores de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) a través del Pacto Mundial; que, como instrumento de libre elección tiene el gran propósito de instar a empresas de todos los tamaños a que si lo desean, incorporen 10 principios enfocados en los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción estratégica y operacional y, a que asuman los Objetivos de Desarrollo Sustentable (ODS) de la Agenda 2030. Por su parte, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), recomienda que en las acciones de responsabilidad social deben existir alianzas entre los actores de las diferentes industrias para que se involucren en la adopción de estrategias sociales coherentes en favor de la sociedad en su conjunto. Esto con la meta de coadyuvar a la solución de los retos globales y, hasta donde sea posible, integrar a las empresas socialmente responsables.

En la esfera empresarial, la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es una práctica voluntaria que emana de las metas organizacionales respaldadas por la alta dirección para dar cumplimiento a las normativas de su contexto, particularmente a las de orden laboral, social y ambiental. En consecuencia, las entidades precisan de un alcance de amplio espectro que incluya a todos sus stakeholders. Por esta razón, la política de RSC, adquiere capital importancia al contar con una serie de pautas que le permiten a las empresas administrar su core business; además de procurar a su ecosistema. De tal manera que, las organizaciones que acogen la responsabilidad social en su quehacer cotidiano poseen directrices y metas subyacentes para operar con mayor competitividad, lo que a su vez, les permite añadir valor a sus productos y servicios y difundir sus buenas prácticas para alcanzar una inmejorable percepción de sus grupos de interés.

Con estos enfoques sostenibles se consideran a todos los sectores económicos, entre ellos, al turismo. Así, en la meta 8.9 de la Agenda 2030, se

hace énfasis en el desarrollo de políticas y prácticas que promuevan el turismo sostenible y beneficioso. En este sentido, la Organización Mundial del Turismo (OMT) refiere que el turismo tiene la capacidad de promover la regeneración de áreas en decadencia y de preservar el patrimonio cultural y natural, a la vez que, exige un liderazgo político firme y colaborativo. Desde la perspectiva del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Banco Mundial (BM), el turismo sostenible debe contribuir a las economías locales, procurar a las poblaciones vulnerables, gestionar eficientemente la gobernanza turística nacional y regional y estar preparados para diligenciar las crisis. Para ello, se debe impulsar los ingresos del sector con miras a la preservación de los activos naturales y culturales, al tiempo que se procura el manejo y la adaptación al medioambiente real.

En México, la Secretaría de Turismo (SECTUR), incluye al turismo sustentable como eje prioritario en su Programa Sectorial 2025-2030. Mientras que en la Ley General de Turismo se promueve el uso óptimo de los recursos naturales aptos para el desarrollo turístico, conservando y respetando la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, con un enfoque de provecho socioeconómico. De acuerdo con la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) la industria turística requiere de una planeación corporativa para contribuir al desarrollo local, protegiendo el patrimonio y generando oportunidades equitativas. Esta institución junto con la Secretaría de Economía y la SECTUR han emitido Normas Mexicanas (NMX) y Normas Oficiales Mexicanas (NOM) aplicables al turismo que incluye al turismo sustentable. De acuerdo al tipo de normalización, el cumplimiento puede ser voluntario u obligatorio.

Por lo tanto, las empresas turísticas que buscan contribuir a la mejora de su entorno requieren de un proceso continuado que incluya medidas preventivas o correctivas en la oferta de sus servicios. La expectativa principal es que la suma de estas acciones genere un alto grado de satisfacción y experiencia memorable en sus clientes. Es decir, se esperaría un compromiso compartido, por un lado, la oferta de la organización y el compromiso de sus colaboradores y por el otro, el consumo responsable de ciudadanos que asumen el papel de turistas o visitantes. Sin embargo, es

importante destacar que en el sector turístico las buenas prácticas de la RSC son más perceptibles, especialmente en aquellas organizaciones que tienen un mayor involucramiento con la naturaleza y el medio ambiente en su más amplio espectro; tal como ocurre en el turismo rural, turismo marítimo, turismo de sol y playa o el turismo de naturaleza, por citar algunos. Esto implica un gran compromiso ético y socio-ambiental con miras a la preservación del patrimonio natural, lo que, a su vez, demanda una evaluación ininterrumpida de las estrategias puestas en marcha.

Con este marco se aprecia el libro titulado: Responsabilidad Social Corporativa en Empresas del Sector Turístico. Hacia un Turismo Sostenible y Responsable, un trabajo colegiado bajo el cuidado editorial de dos investigadores de amplia trayectoria científica: los doctores Edith Georgina Surdez Pérez y Enrique Roberto Peralta Mazariego; quienes coordinan y forman parte de un grupo de nueve profesores provenientes de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, Instituto Tecnológico Superior de la Región Sierra, Universidad Tecnológica de Cancún, Instituto Tecnológico de Sonora y Universidad Tecnológica de Tabasco. Los autores nos comparten sus conocimientos sobre la responsabilidad social corporativa en las organizaciones turísticas a través de ocho capítulos de gran valía, basados en una amplia revisión de literatura y en la ilustración de casos de éxito que enriquecen el estado del arte de la RSC aplicable al sector turístico.

Si bien la obra se circunscribe en tres secciones: Ambiental, Social y Económica; hace lo propio con los tópicos de Responsabilidad Social Corporativa. Inicialmente se enmarca en una profundidad analítica acerca de las bondades de la RSC en las organizaciones del sector turístico, vista como soporte para la conservación de la riqueza natural y cultural de las localidades anfitrionas. Asimismo, se alude a las áreas de oportunidad que estas empresas presentan en la actualidad, tales como la obtención de certificaciones internacionales y códigos de conducta global, y en general, la estandarización de competencias en el turismo coadyuvantes a escenarios más promisorios de la responsabilidad social.

Es destacable el planteamiento sobre el alcance de las competencias verdes en la hotelería y restauración para fomentar un medio ambiente sano, a través de la participación responsable, gestión de productos y aplicación de

tecnologías emergentes. También refieren las competencias éticas y genéricas que posibiliten la ejecución de transformaciones sostenibles.

Respecto a la contribución al desarrollo local, se aborda la temática inherente al compromiso organizacional en el servicio comunitario. Es de suma importancia el planteamiento acerca de la responsabilidad social en el turismo, el cual pende del compromiso de la alta dirección, pero requiere de la participación activa de colaboradores para que las acciones en las comunidades rindan frutos. Por lo tanto, la cultura organizacional y la acción colectiva se mezclan fortaleciendo la identidad y la legitimidad institucional.

Con estas perspectivas se plantea el tópico de bienestar laboral donde los autores desvelan cómo este ambiente de trabajo fundamenta el desarrollo sostenible para favorecer la productividad y procurar la satisfacción, compromiso y salud mental de las personas. También se destaca lo valioso que resulta la promoción de contextos laborales saludables; de tal manera que se logre la satisfacción plena de los colaboradores. Para que esto ocurra, se precisa de un liderazgo efectivo que guíe las acciones de responsabilidad social en favor del personal y de la organización.

Asimismo, los autores analizan los postulados de la economía circular, la que en el ámbito turístico pretende el desarrollo económico apoyándose en la sostenibilidad y en la rentabilidad. Esta vinculación precisa de nuevas tecnologías, reducción de costos, eficiencia energética, eliminación de desechos, reciclaje, reutilización de productos e insumos y reducción del consumo de energía.

En la obra también se aprecia el análisis exhaustivo acerca de la responsabilidad social y su gran influencia en la sostenibilidad económica de las empresas; además de la relevancia de la aplicación continua de las herramientas de evaluación de la responsabilidad social corporativa. No obstante, la sostenibilidad económica no es posible sin el respaldo de la ética. Así lo plantean los escritores del libro, cuando señalan que el turismo es un espacio de encuentro entre culturas, territorios y personas; donde necesariamente la ética, el respeto y la equidad pueden convertirse en un verdadero desarrollo sostenible y de bienestar compartido.

Finalmente, en el libro se puede encontrar una revisión minuciosa sobre la implementación de un sistema de gestión de responsabilidad social

empresarial en el sector turístico. Esto conlleva a una constante evaluación de las estrategias de RS. En un amplio análisis del estado del arte los autores afirman que la RSE todavía se concentra en empresas con mayores recursos, dejando de lado a las pequeñas y medianas empresas del sector. Respecto a la percepción de los turistas, encontraron que los jóvenes valoran más las prácticas de RSC, lo cual abre la puerta a un reposicionamiento del turismo responsable como ventaja competitiva. Para que este escenario sea posible, se precisa de estrategias de comunicación transparente y multidireccional, tomando en cuenta que la RSC es un instrumento valioso para mejorar la competitividad turística, promover el desarrollo sustentable y fortalecer la relación con las comunidades receptoras.

Considero que el libro Responsabilidad Social Corporativa en Empresas del Sector Turístico. Hacia un Turismo Sostenible y Responsable; liderado por los Doctores Surdez Pérez y Peralta Mazariego reúne un valioso compendio, profundo, analítico y propositivo sobre la sostenibilidad empresarial del turismo en sus diferentes vertientes. Indudablemente el lector está ante una obra que resalta el bien hacer y las áreas de oportunidad de las organizaciones turísticas que buscan llevar a buen puerto significativas prácticas corporativas en favor de su contexto laboral, medio ambiental y equidad social, compatible con la economía mundial.

Manuela Camacho Gómez

Profesora-Investigadora de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

Miembro del Sistema Nacional de Investigadores

Tabla de contenidos

Prólogo

<i>Manuela Camacho Gómez</i>	4
------------------------------------	---

Introducción

<i>Edith Georgina Surdez Pérez</i>	10
--	----

Capítulo 1. Responsabilidad social corporativa: iniciativas en el sector turístico

<i>Edith Georgina Surdez Pérez</i>	13
--	----

ÁMBITO AMBIENTAL

Capítulo 2. Economía circular: una mirada en el sector turístico

<i>María del Carmen Sandoval Caraveo</i>	36
--	----

Capítulo 3. Competencias verdes en la actividad turística: análisis de retos y oportunidades en hotelería y restauración

<i>Erika Guadalupe May Guillermo</i>	59
--	----

ÁMBITO SOCIAL

Capítulo 4. Bienestar laboral en el sector turístico

<i>Enrique Roberto Peralta Mazariego</i>	85
--	----

Capítulo 5. Compromiso organizacional con el servicio comunitario

<i>Gabriela del Carmen Morales Hernández, María de la Paz Gómez Lanzagorta</i>	106
--	-----

ÁMBITO ECONÓMICO

Capítulo 6. La responsabilidad social en la sostenibilidad económica de las empresas

<i>María Elvira López Parra</i>	134
---------------------------------------	-----

TÓPICOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Capítulo 7. La ética en la responsabilidad social corporativa

<i>Clara Luz Lamoyi Bocanegra</i>	171
---	-----

Capítulo 8. Implementación de un sistema de gestión en responsabilidad social empresarial

<i>Norma Angélica Hernández Gómez</i>	197
---	-----

Introducción

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) contribuye positivamente al bienestar de los grupos de interés de las organizaciones, por medio de poner atención y realizar prácticas en beneficio del bienestar laboral, de la comunidad y del medio ambiente. Esta obra es una aportación para apuntalar el logro de los objetivos de desarrollo sostenible relacionados con la protección del planeta y la prosperidad de individuos y colectivos.

Nace como una actividad del programa de trabajo de la Red Capital Social para la Innovación, Competitividad y Responsabilidad Social (RECSICRES), conformada por el acuerdo entre la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT), el Instituto Tecnológico Superior de la Región Sierra (ITSS), el Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON), la Universidad Tecnológica de Tabasco (UT-Tabasco) y la Universidad Tecnológica de Cancún (UT-Cancún), en el contexto de una de las acciones de la red, a saber, difundir el conocimiento generado a través de publicaciones conjuntas.

Se desarrolló con el trabajo colaborativo de los siguientes investigadores miembros de la RECSICRES: Clara Luz Lamoyi Bocanegra, Edith Georgina Surdez Pérez (*líder de la red*), Enrique Roberto Peralta Mazariego, Erika Guadalupe May Guillermo, María del Carmen Sandoval Caraveo, María Elvira López Parra y Norma Angélica Hernández Gómez. Se sumaron como autoras a esta obra, por invitación, las investigadoras Gabriela del Carmen Morales Hernández y María de la Paz Gómez Lanzagorta, adscritas a la UT-Cancún.

Para la elaboración de esta obra se consideró el estado del arte de la responsabilidad social, que también es una línea de investigación de la RECSICRES, así como la trayectoria de investigación de los autores en este fenómeno de estudio, para conformar un contenido pertinente, articulado y de beneficio para los lectores objetivo. Se realizaron diversas reuniones presenciales y virtuales entre los autores para definir la estructura y el contenido de la obra, misma que fue sometida a una valoración doble ciego por capítulos.

El libro está orientado a los individuos interesados en el conocimiento y desarrollo de las prácticas de responsabilidad social de las organizaciones con énfasis en el sector turístico. Académicos que elaboran, reestructuran y evalúan programas de estudios en las facultades de administración, negocios y turismo. También puede ser de utilidad a gerentes de hoteles y restaurantes para diseñar e implementar un sistema de gestión en responsabilidad social empresarial. Así como para funcionarios públicos, como referente en la articulación y fortalecimiento de políticas públicas en beneficio de la sociedad y el medio ambiente.

En la estructura de la obra se inicia con un capítulo que define la RSC y los principios que deben guiar su implementación en las organizaciones, establecidos por reconocidas instancias como el Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa con establecimiento en España y la *International Organization for Standardization* en su norma 26000. Asimismo, se presenta una explicación de los instrumentos que integran un sistema de responsabilidad social y las iniciativas que pueden orientar al sector turístico en este tema.

Después, la obra se divide en tres secciones cada una aborda una dimensión de la RSC: 1) El ámbito ambiental, con la temática de economía circular en el capítulo dos y el tópico del desarrollo de competencias verdes en el personal de las organizaciones, en el capítulo tres; 2) El ámbito social, en donde se argumenta sobre el bienestar laboral como estrategia institucional para equilibrar productividad y salud física y emocional en un buen clima organizacional, en el capítulo cuatro. También se escribe sobre la responsabilidad de las organizaciones con el servicio comunitario; en el capítulo cinco; 3) El ámbito económico, en donde se exponen los beneficios y desafíos que puede generar la RSC en las finanzas de las organizaciones, además de una revisión de este aspecto en las empresas turísticas, todo esto en el capítulo seis.

Finalmente, se presenta, en el capítulo siete, cómo la ética es necesaria para un actuar consciente en materia de RSC, para fortalecer la confianza de la sociedad en las organizaciones y el compromiso de las empresas con su entorno, se cierra la obra con el capítulo 8, con la inclusión de metodologías

para la implementación de planes de responsabilidad social en las organizaciones, como la del Banco Mundial, el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), entre otras.

Edith Georgina Surdez Pérez

CAPÍTULO 1

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: INICIATIVAS EN EL SECTOR TURÍSTICO

Edith Georgina Surdez Pérez

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

<https://orcid.org/0000-0001-8731-9273>

edith.surdez@ujat.mx

Introducción

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es el compromiso ético y moral de las organizaciones por contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas, al respetar los derechos humanos y mitigar los impactos de sus actividades en el planeta. Cada vez son más las empresas interesadas en conocer sobre responsabilidad social corporativa y cómo integrar a su estrategia administrativa.

En las organizaciones el sistema de gestión de la RSC incluye el respeto a los principios universales de responsabilidad social, el establecimiento de una metodología para identificar los impactos de sus operaciones en la sociedad y en el ambiente, el establecimiento de códigos de conducta, objetivos de responsabilidad social, una estructura organizacional para implementarlos, así como un sistema de seguimiento y evaluación.

El tema de la RSC es importante para contribuir al cumplimiento de los objetivos globales establecidos por las Naciones Unidas, que buscan contrarrestar la carencia de alimentos, salud, agua, energía, igualdad, paz, justicia, consumo responsable y problemas como el cambio climático y la contaminación, ya que todas las organizaciones se deben sumar a este esfuerzo.

Así mismo, con la RSC las empresas se ven beneficiadas en diversos aspectos: contribuye a hacer más eficientes sus operaciones; motiva la innovación en sus procesos, productos y servicios; forja una buena imagen que la acerca a sus grupos de interés, obteniendo como retribución colaboración, alianzas, compras, financiamiento, inversiones, entre otros

beneficios. Lo anterior repercute positivamente en la competitividad y rentabilidad de estas.

En este contexto el objetivo de este trabajo es presentar los elementos que comprenden la RSC y las iniciativas de responsabilidad social para el sector turístico. El capítulo está integrado por cuatro subtemas que abordan el tema de la RSC, en el primer subtema se aborda su delimitación conceptual, sus principios e instrumentos; en el segundo subtema se explican tres dimensiones de la RSC, a saber, la económica, la social y la ambiental; en el tercer subtema los beneficios de establecer un sistema de gestión de la responsabilidad social hacia el interior y el exterior de las organizaciones y por último los códigos y certificaciones de responsabilidad social que pueden consultar las empresas del sector turístico.

Delimitación conceptual, principios e instrumentos de la Responsabilidad Social Corporativa

En la delimitación conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se considera importante señalar que por los atributos y aspectos a que se refiere, este constructo también ha sido estudiado, divulgado y aplicado bajo los términos de Responsabilidad Social (RS) o Responsabilidad Social Empresarial, por lo que en este trabajo se consideran equivalentes.

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se origina por el aumento de las crisis social y ambiental en el mundo, en donde las empresas, como resultado de sus operaciones, han contribuido a estas problemáticas, sin embargo, poco a poco diversas organizaciones toman conciencia de la situación del planeta y comienzan a desplegar políticas y programas orientadas a reducir el impacto negativo que sus actividades generan, buscando minimizar o al menos apaciguar el efecto que ellas producen en el planeta (Andrade Restrepo & Andrade Restrepo, 2022).

La RSC se ha conceptualizado como:

La forma de conducir los negocios de las empresas que se caracteriza por tener en cuenta los impactos que todos los aspectos

de sus actividades generan sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medio ambiente y sobre la sociedad en general. Implica el cumplimiento obligatorio de la legislación nacional e internacional en el ámbito social, laboral, medioambiental y de derechos humanos, así como cualquier otra acción voluntaria que la empresa quiera emprender para mejorar la calidad de vida de sus empleados, las comunidades en las que opera y de la sociedad en su conjunto (Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa, 2014, p. 5).

De acuerdo con Sotelo-Torres (2022) la RSC, desde las premisas de las teorías éticas es un instrumento de gestión que debe incluir los derechos humanos como guía de los deberes morales que contrae la organización en su campo de actuación. Es un compromiso ético y moral de las organizaciones en la elaboración e implementación de sus estrategias, más allá del cumplimiento normativo (Montoya & Chilcon, 2023). Algo semejante considera Andrade Cordero (2021) al expresar que la responsabilidad social se concibe como una estrategia de gestión empresarial que atiende aspectos que atañen positiva o negativamente el desarrollo y permanencia del negocio, lo que deviene en la implementación de prácticas sociales y ambientales al interior y con el entorno. Esta responsabilidad abarca: el cumplimiento de las disposiciones legales para las empresas emitidas por las autoridades e instituciones gubernamentales de una nación, así como las costumbres y estándares de una sociedad, salvo que no se ajusten a los principios humanos y éticos universales (Ayala del Pino, 2021).

No obstante, independientemente del cumplimiento de la normatividad obligatoria para las empresas en el aspecto económico, social y ambiental, el concepto de responsabilidad social va más allá, abarcando las actividades voluntarias, que decide emprender la organización en la mejora de la sociedad a la que pertenece y por la pesadumbre por el deterioro del medio ambiente en el que se encuentra (Server Izquierdo & Villalinga Grañana, 2005), como sostienen L. M. Andrade Restrepo & M. A. Andrade Restrepo (2022, p. 25) “es una práctica que deben hacer las empresas, no de manera

obligada al cumplir leyes y normas, sino con el compromiso ético y moral de efectuar estrategias políticas, económicas y ambientales”.

La RSC se desarrolla a través de objetivos corporativos a mediano y largo plazo en toda la cadena de valor, orientados hacia la sustentabilidad, para satisfacer necesidades actuales de la sociedad sin comprometer el bienestar de las futuras generaciones, con relaciones que fomenten el ganar-ganar en las relaciones y tratos comerciales con los *stakeholders* (Álvarez Osorio & Vargas Arenas, 2011).

A manera de conclusión, de la conceptualización de la RSC se puede decir, que no existe en la literatura un solo enfoque, ya que hay autores que, con un criterio generalizado, la consideran una colaboración voluntaria a la sociedad y el ecosistema; y otros que le asignan un compromiso más amplio que implica la identificación de impactos ambientales y sociales de las actividades de la empresa, análisis, reflexión y retroalimentación para mitigarlos (Montañez Moya & Gutiérrez Olvera, 2015). Este último enfoque de mayor compromiso es el que sitúa a las organizaciones como agentes de cambio, para mejorar el entorno físico y humano de la localidad en la que participan (Canessa Illich & García Vega, 2021).

Ahora bien, la RSC como todas las áreas del conocimiento, debe tener un fundamento que guíe, estructure y sostenga su aplicación en las organizaciones, esta base son sus principios.

Para el Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa (2014, p. 6) los principios de RSC son:

1. La RSC incluye el cumplimiento de la legislación nacional vigente y especialmente de las normas internacionales en vigor (OIT, Declaración Universal de los Derechos Humanos, Normas de Naciones Unidas sobre Responsabilidades de las Empresas Transnacionales y otras Empresas Comerciales en la esfera de los Derechos Humanos, Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales).
2. La RSC es de carácter global, es decir afecta a todas las áreas de negocio de la empresa y sus participadas, así como a todas las áreas geográficas en donde desarrollen su actividad. Afecta, por tanto, a toda la cadena de valor necesaria para el desarrollo de la actividad, prestación del servicio o producción del bien.

3. La RSC comporta compromisos éticos objetivos que se convierten de esta manera en obligación para quien los contrae.
4. La RSC se manifiesta en los impactos que genera la actividad empresarial en el ámbito social, medioambiental y económico.
5. La RSC se orienta a la satisfacción e información de las expectativas y necesidades de los grupos de interés. (Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa, 2014, p. 6).

Por su parte, Ruiz Otero et al., (2016, p. 189) señala como principios de la RSC:

- Devolver a la sociedad parte de lo que ella misma aporta a la actividad empresarial.
- Minimizar los impactos negativos en la sociedad.
- Respetar las recomendaciones y directrices internacionales y nacionales en materia de RSC.
- Trabajar a favor del desarrollo de los derechos humanos.

Además, la *International Organization for Standardization* (ISO) en su norma 26000 proporciona siete principios de responsabilidad social (Conexión Essan, 2021):

Rendición de cuentas

Toda organización tiene la responsabilidad de informar abiertamente el impacto de sus proyectos en la economía, la sociedad y el medioambiente. Asimismo, tiene el deber de rendir cuentas sobre aquellas decisiones que tuvieron consecuencias negativas en estos ámbitos y asumir el compromiso de tomar las medidas necesarias para repararlos, para evitar que se repitan.

Transparencia

Las organizaciones tienen el deber de brindar toda la información que requieran las partes interesadas sobre aquellas acciones que puedan afectar a la sociedad y el medioambiente. Para ello, es necesario que las empresas publiquen esta información de manera clara y con un formato accesible.

Comportamiento ético

La honestidad, la equidad y la integridad son criterios clave para toda organización con responsabilidad social. Asimismo, es importante que el objetivo económico no sea el único motor de sus actividades, sino que pueda generar un impacto positivo en la sociedad.

Respeto a los intereses de las partes interesadas

La organización tiene el deber de tomar en cuenta la opinión de las partes interesadas en la toma de decisiones. Para ello, es necesario que establezca un diálogo basado en el respeto y que se muestre abierta a diferentes perspectivas.

Respeto al principio de legalidad

Este principio no representa una guía, sino una normativa de carácter obligatorio. Toda organización debe conocer las leyes y regulaciones aplicadas a su área de trabajo para actuar dentro de los marcos que establece el orden jurídico.

Respeto a la normatividad internacional de comportamiento

Así como la empresa debe tener conocimiento sobre la legislación nacional, también es importante que conozca la normativa internacional en materia de la Responsabilidad Social.

Es posible que estas normas difieran en algunos aspectos, pero es necesario que las organizaciones puedan respetarlas en el mayor grado posible.

Los derechos humanos

Esto es fundamental para toda organización. El respeto por los derechos humanos es clave para fomentar una cultura de responsabilidad social, y las organizaciones cumplen un papel fundamental para conseguir este propósito. Por ello, es importante que todas las empresas conozcan y defiendan lo establecido en la Carta Universal de los Derechos Humanos.

También es importante señalar los instrumentos necesarios para una gestión de la responsabilidad social en las organizaciones (ver tabla 1):

Tabla 1.

Instrumentos para una responsabilidad social corporativa

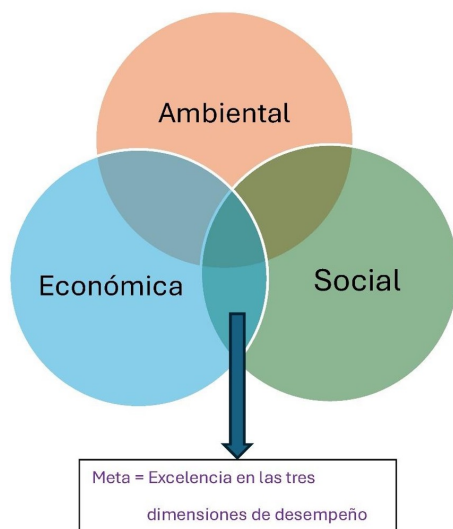
Instrumento	Significado
Declaraciones corporativas	Se refiere a incluir en la misión, visión y valores de la empresa su orientación hacia la responsabilidad social.
Códigos de conducta empresarial	Documento para alinear las prácticas de los integrantes de la organización hacia los compromisos éticos de la institución con el ambiente y la sociedad.
Políticas de responsabilidad social empresarial	Guías para la toma de decisiones en materia de responsabilidad social.
Informes sociales	Documentos que dan cuenta de las iniciativas y acciones de la organización en favor del medio ambiente y la sociedad.
Guías de responsabilidad social para los usuarios	Lineamientos para instruir y concientizar a los usuarios de cómo usar los productos y servicios de la organización con responsabilidad social.
<i>Nota.</i> Elaboración propia con base en Zárate Cornejo et al., 2016.	

Dimensiones de la Responsabilidad Social Corporativa

En cuanto a las dimensiones o ámbitos de la RSC, la mayoría de los autores coinciden en que son tres: Económico, Social y Ecológico (Andrade Cordero, 2021). El reto para las organizaciones estriba en equilibrar los resultados de estas dimensiones, como se observa en la figura 1.

Figura 1.

Dimensiones de la Responsabilidad Social Corporativa



Nota. Elaborado con base en Thompson et al., 2015.

La dimensión económica

Con la finalidad de cumplir con el ámbito económico de la responsabilidad social las empresas pueden presentar informes integrados, en los que proporcionen los resultados financieros junto con los impactos ecológicos, así como, en cumplimiento de esta dimensión de la RSC, se propone que además de los tradicionales estados financieros (balance general, estado de pérdidas y ganancias y flujo de efectivo) se elabore un cuarto estado financiero, que dé cuenta de cómo se distribuye la riqueza generada por la empresa entre los grupos de interés (trabajadores, gobierno, socios, comunidad y la empresa por medio de la reinversión), permitiendo comparaciones con empresas de la industria (Saavedra García, 2011), esto conlleva la responsabilidad de contribuir a la prosperidad de los *stake-holders* internos y externos a la organización (Álvarez Rodríguez, 2019).

La dimensión ambiental

Se refiere a la administración de las empresas en torno a las problemáticas como el cambio climático y el deterioro de la biodiversidad, considerando los impactos de sus actividades en el ambiente, y en cómo gestionar en este contexto el uso de los recursos naturales, el control de la contaminación, los desechos y el ciclo de vida de los productos (Correa et al., 2004), así como el uso eficiente de los materiales (Godínez-Reyes, 2022). Por tanto, se refiere a “los efectos que tienen sus procesos, productos y servicios en la calidad del aire, del agua, en el clima y en la biodiversidad” (Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa, 2014, p. 8).

ISO (2010) orienta a las organizaciones con respecto a acciones para la prevención y mitigación de contaminación, en su norma ISO-26000. También las empresas pueden considerar la normatividad de ISO-14001, que señala las condiciones que se deben cumplir para una gestión ambiental sistematizada, que se espera cumpla con requisitos legales en materia ecológica y permita alcanzar los objetivos de desempeño ambiental esperados por la organización a lo largo de su cadena de valor. Cabe mencionar que esta norma se puede utilizar en su totalidad o en parte, para la mejora continua en el desempeño ambiental; sin embargo, para obtener la certificación todos los lineamientos de esta norma deben estar incluidos en el sistema de gestión de la organización (ISO, 2015).

Dimensión Social

Las empresas gubernamentales, prestadores de servicios, comunidades locales, entre otros tienen que responsabilizarse por el bienestar de las personas que contribuyen al logro de sus objetivos, en el ámbito de la gestión empresarial se les conoce como grupos de interés, mismos que se clasifican en: grupos de interés internos y grupos de interés externos. En los primeros se encuentran trabajadores, socios o propietarios; en el segundo, proveedores, clientes, competidores, autoridades.

Para el cumplimiento de este compromiso las organizaciones además de cumplir con los requisitos obligatorios de la legislación del país en el que

operan, pueden consultar, apearse e incluso certificarse con las propuestas de diversas organizaciones, tales como la Organización Internacional del Trabajo (OIT), que promueve y regula temas como:

Libertad sindical, negociación colectiva, trabajo forzoso, trabajo infantil, igualdad de oportunidades y de trato, consulta tripartita, administración del trabajo, inspección del trabajo, política de empleo, promoción del empleo, orientación y formación profesional, seguridad en el empleo, política social, salarios, tiempo de trabajo, seguridad y salud en el empleo, seguridad social, protección de la maternidad, trabajadores domésticos, trabajadores migrantes, gente de mar, pescadores, trabajadores portuarios, pueblos indígenas y tribales (Organización Internacional del Trabajo, 2019)

Así mismo, el Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa que enfatiza los siguientes temas: Derechos humanos, derechos laborales, medio ambiente, protección del consumidor, salud, lucha contra la corrupción (Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa, 2014)

Además, las organizaciones pueden consultar y certificarse en la norma ISO-26000 de International Organization for Standardization y la norma SA 8000 de Social Accountability International. A su vez, una guía internacional de gestión integrada de responsabilidad social corporativa para las empresas en los ámbitos social y ambientales el Libro Verde presentado por la Comisión de las Comunidades Europeas en la ciudad de Bruselas en 2001, en donde se insta a las organizaciones en primer lugar, a declarar sus principios de responsabilidad social y a integrar un código de conducta en donde se manifiesten los valores, objetivos y responsabilidades con los *stake-holders* internos y externos, y que posteriormente se operacionalicen con metas, estrategias y decisiones habituales.

Beneficios para las organizaciones que integran la responsabilidad social corporativa a su estrategia

La RSC sin duda significa la realización de un gran esfuerzo para las compañías, no obstante, los resultados de su integración en la gestión

estratégica de la organización, no solo trae la satisfacción de la aportación positiva que se puede lograr en el medio ambiente o en la comunidad, además, de diferentes formas atrae prosperidad a la empresa.

En este sentido, como beneficios de la RSC hacia el interior de la organización, se pueden mencionar los siguientes:

Eficientiza las operaciones de producción, porque se trabaja por la reducción de uso de energía, el aprovechamiento de materias primas, en la gestión de residuos, por el diseño de nuevos productos, procesos y servicios ecológicos y en la búsqueda de estrategias para crear valor (Álvarez Osorio & Vargas Arenas, 2011).

Enfatiza el compromiso de la empresa con los trabajadores (Montoya & Chilcon, 2023), por la existencia de los códigos de conducta en donde la directiva presenta sus obligaciones con estos y estándares laborales ajustados a los derechos humanos. Lo anterior deriva en retribuciones más justas y que los empleados se alineen a los valores de la organización, fortaleciéndose la identidad corporativa y que los trabajadores se sientan motivados y perduren más tiempo en la organización trabajando con responsabilidad y eficiencia (Álvarez Osorio & Vargas Arenas, 2011), como señala Montoya & Chilcon (2023, p. 29) “permite que se pueda mantener una mejor gobernanza corporativa interna”.

Por otra parte, los beneficios hacia el exterior con los grupos de interés son significativos para la organización:

En cuanto a los clientes, las acciones de RSC producen que se identifiquen mejor con la organización, estando más dispuestos a adquirir sus productos o servicios, mejorando el desempeño de mercado y el financiero de la empresa (Ibarra-Cisneros et al., 2022) Como sostiene Montoya & Chilcon (2023, p. 29) al optar por la responsabilidad social se obtiene “mayor sostenibilidad en el tiempo y un mejor posicionamiento e identidad de marca”.

En cuanto a la comunidad, esta puede tener una percepción más positiva de la organización cuando se realizan acciones de responsabilidad social, porque percibe que no solo se está enfocando en sus intereses económicos,

sino que toma en cuenta las necesidades del colectivo local y la empresa debe considerar las prácticas responsables hacia la comunidad como una retribución por los productos o servicios que le consumen (Castaño et al., 2021).

“La filosofía de desarrollo sostenible al interior de la comunidad” (Álvarez Osorio & Vargas Arenas, 2011, p. 67) de las organizaciones, las convierte en agentes del cambio local (Villa Castaño et al., 2021), con lo anterior se mantienen relaciones favorables con la comunidad y como beneficio “la sociedad antes elegirá los productos ofertados por una empresa que sea responsable socialmente y que tenga como prioridad el cuidado del medioambiente, que los productos de otra empresa que no tenga en cuenta todas estas medidas” (Server et al., 2005, p. 145).

En definitiva, la RSC contribuye a obtener una posición positiva en la percepción de los grupos de interés, logrando la lealtad y cooperación de estos. En otros aspectos, a través de la una RSC la organización se protege de recibir multas por incumplimientos ambientales, por el contrario, se ayuda en la descontaminación, de tal forma que los beneficios organizacionales se trasladen en servicios sociales (Álvarez Osorio & Vargas Arenas, 2011). De acuerdo con Núñez (2003, p. 19) “la RSC bajo un enfoque de sostenibilidad, además de constituir una nueva tendencia, contribuye a mejorar el desempeño de las empresas; aumenta su competitividad; y mejora las prácticas de la gobernabilidad corporativa”. Por tanto, la RSC representa una ventaja competitiva para los negocios (Server et al., 2005) y por la importancia real que representa para el mundo, puede afectar en el éxito o fracaso de las organizaciones (Castaño Ramírez & Arias Sánchez, 2021). Es por lo anterior que grupos empresariales se han preocupado por obtener distintivos de responsabilidad social, del sector turístico, como ejemplos, se pueden mencionar a Royal Holiday y Grupo Xcaret (Pérez-Sánchez, 2020).

Iniciativas Internacionales de Responsabilidad Social Corporativa en el Sector Turístico

Certificaciones

Green Key International

El origen del certificado Green Key data de 1994 como una iniciativa de asociaciones relacionadas con el turismo en Dinamarca (Green Key, n. d.) Actualmente es el certificado Internacional líder sobre responsabilidad social en el sector turístico. Ofrece un documento con los criterios y explicaciones de sostenibilidad para las empresas turísticas como hoteles, campings, pequeños alojamientos, centros de conferencias, restaurantes y atracciones. La certificación exige el cumplimiento de criterios obligatorios y progresivamente más criterios recomendados, según los años de participación. Es indispensable que la organización interesada en obtener el certificado designe a un responsable, diseñe políticas de responsabilidad social institucional y establezca un plan con objetivos de mejora y los proyectos para lograrlos. También deben conservarse registros organizados de cumplimiento de los criterios y fomentar alianzas con actores locales. El cálculo y reducción de la huella de carbono, así como la compensación de emisiones, son puntos clave. Los empleados deben participar activamente mediante reuniones, formación ambiental y sugerencias para mejorar la sostenibilidad. El programa indica que se comparta con los clientes los esfuerzos de responsabilidad social de la empresa y se les aliente a colaborar. A su vez, se evalúan las mejoras en el consumo de agua y energía, artículos de limpieza amigables con el medio ambiente y en la gestión de residuos. Green Key promueve una gestión integral que abarque aspectos ambientales, sociales y económicos buscando mejorar continuamente la sostenibilidad en el sector turístico (Green Key, 2022). Esta iniciativa se alinea a los ODS, con énfasis en el objetivo 17 que promueve las alianzas mundiales para el desarrollo sostenible y el objetivo 13 sobre implementar acciones para frenar el cambio climático y sus consecuencias y con el principio de responsabilidad social de minimizar los impactos negativos en la sociedad (Naciones Unidas, 2022; Ruiz Otero et. al, 2016).

TourCert

TourCert es un organismo internacional que otorga certificaciones en turismo sostenible, inició operaciones en Alemania. Brindan el documento titulado Guía de Certificación TourCert que establece un sistema para certificar empresas turísticas comprometidas con la sostenibilidad. Este sistema se basa en principios de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), alineado con estándares internacionales como Global Sustainable Tourism [GSTC], que se fundamentan en cuatro pilares de la sostenibilidad: impactos económicos, sociales, culturales y ambientales (Global Sustainable Tourism Council, 2025) e ISO 26000 (International Organization for Standardization, 2018a) incluye criterios de los tres ámbitos de la responsabilidad social: económicos, ambientales y sociales. La certificación implica implementar un sistema de gestión sostenible con participación de empleados y partes interesadas. Las empresas deben definir una misión con objetivos sostenibles, recopilar indicadores de desempeño, y elaborar informes de sostenibilidad verificables. Se requiere un programa de mejora continua que establezca metas, medidas y responsabilidades. La guía establece el empleo del sello y la designación y rol de un Consejo de Certificación, integrado por expertos independientes. Un auditor independiente evalúa el cumplimiento mediante auditorías internas y externas. Si se cumplen los requisitos, el Consejo de Certificación otorga la etiqueta TourCert, válida por dos o tres años. Además, se exige una recertificación con auditoría más profunda, enfocada en la mejora y el desarrollo del sistema de sostenibilidad. Este consejo garantiza la imparcialidad, aprueba auditores y toma decisiones sobre criterios y certificaciones. El proceso busca fomentar un turismo responsable, transparente y comprometido con el desarrollo sostenible global (TourCert, 2022).

EarthCheck

EarthCheck es una agrupación líder mundial en evaluación comparativa (*benchmarking*), certificación y asesoramiento científico para la sostenibilidad de la industria del turismo, desde 1987, con sede en Queensland, Australia. El proceso para otorgar un certificado está detallado en el documento EarthCheck Company Standard, que también se puede consultar en otros

idiomas como el español, brinda a las organizaciones del sector turismo una guía integral para implementar prácticas sostenibles desde una perspectiva ambiental, social y económica. Este marco está respaldado por ciencia aplicada y se alinea con normas internacionales como ISO 14001, 50001, 26000, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Organización de Naciones Unidas (International Organization for Standardization, 2015; International Organization for Standardization, 2018b; International Organization for Standardization, 2018a; Naciones Unidas, 2022) y otros referentes clave en sostenibilidad.

El documento establece diez áreas clave de desempeño, incluyendo emisiones de gases de efecto invernadero, eficiencia energética, gestión del agua, tratamiento de residuos y conservación de ecosistemas. Las organizaciones son evaluadas mediante una lista de autoevaluación y deben presentar documentación que puede ser auditada, la cual varía según el nivel de impacto ambiental de sus operaciones. Además, el estándar exige que las organizaciones desarrollen una política de sostenibilidad firmada y vigente, que sea comunicada a todas las partes interesadas y revisada anualmente. También se requiere el establecimiento de un equipo responsable de sostenibilidad y la capacitación continua del personal. La evaluación de desempeño (*benchmarking*) incluye indicadores clave y específicos por sector, y permite integrar indicadores opcionales que reflejen prácticas particulares de sostenibilidad, las organizaciones reunirán datos y medirán su nivel de desempeño contrastándolos con los Indicadores determinados por sector de forma anual. En conjunto, EarthCheck representa un compromiso serio con el turismo responsable, generando beneficios para el entorno, las comunidades locales y los mercados globales que valoran la sostenibilidad como un factor clave de calidad y competitividad (EarthCheck, 2022). El propósito de esta organización está en consonancia y contribuye a los ODS siguientes: objetivo 6, sobre una gestión sostenible del agua; el objetivo 7, procurar energías confiables accesibles a todos; y el objetivo 12 que tiene como propósito una economía de producción y consumo sostenible. También se guía por los principios de responsabilidad social que señalan que las empresas deben identificar los impactos de sus actividades en el ámbito

social, medioambiental y económico y en la información sobre las expectativas de los stakeholders (Naciones Unidas, 2022; Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa, 2014).

Códigos de ética

Global Code of Ethics for Tourism

En 1999 la Organización Mundial del Turismo presentó El Código Ético Mundial para el Turismo, que recibió respaldo de la ONU en 2001. El preámbulo subraya la necesidad de armonizar desarrollo económico y respeto al medio ambiente. Establece principios fundamentales para fomentar un turismo responsable, sostenible y universalmente accesible, a través de diez artículos. El código afirma el derecho al turismo, condena la explotación sexual e infantil y fomenta el acceso equitativo a los beneficios del turismo, en especial para poblaciones locales. Propone proteger el patrimonio cultural y natural, apoyar el ecoturismo y asegurar la seguridad y derechos de turistas y trabajadores del sector. Fomenta el crecimiento individual y colectivo, el aprendizaje cultural y la tolerancia valorando los viajes con fines educativos, religiosos y culturales y proponiendo la inclusión de estos en la educación formal. Insta a la transparencia en la información, a la cooperación público-privada y a garantizar condiciones dignas de trabajo. Asimismo, promueve el turismo social e inclusivo y la libertad de desplazamiento conforme al derecho internacional (Organización Mundial del Turismo, 1999).

The Code de ECPAT

El Código de Conducta para la Protección de los Niños contra la Explotación Sexual en los Viajes y el Turismo es un esfuerzo internacional liderado por la organización ECPAT (End Child Prostitution, Child Pornography and Trafficking of Children for Sexual Purposes/Acabar con la Prostitución Infantil, la Pornografía Infantil y el Tráfico de Niños con fines Sexuales) y la Organización Mundial del Turismo (OMT) para combatir la explotación sexual comercial de niños en el sector turístico, fue presentado en 1998, elaborado con base en la Convención de los Derechos del Niño de la

ONU, especialmente el artículo 34 (UNICEF, 2006), y en documentos como la Declaración de Estocolmo (Naciones Unidas, 1996) y el Código Ético Mundial para el Turismo (Organización Mundial del Turismo, 1999).

Este código de conducta establece seis medidas clave que las empresas del sector turístico deben adoptar: una política ética corporativa, capacitación al personal, cláusulas contractuales con proveedores, información a viajeros, sensibilización a actores locales y reportes anuales. El documento destaca la gravedad del problema de abuso sexual comercial infantil a nivel mundial, con millones de niños víctimas, especialmente en Asia, América Latina y África. Hace énfasis en el papel clave que tienen las agencias de viajes, hoteles, aerolíneas y operadores turísticos para prevenir y detectar estos delitos. El código también promueve alianzas con ONG, gobiernos y organismos internacionales. Además, propone medidas concretas como la inclusión de mensajes en boletos de avión, carteles en hoteles, videos en vuelos y materiales educativos. Finalmente destaca que la lucha contra la explotación infantil requiere un esfuerzo colectivo, sostenido y sistemático en todos los niveles del turismo. El Código representa un modelo de autorregulación empresarial que puede prevenir daños graves y fortalecer el turismo ético y sostenible.

En suma

La RSC también puede encontrarse en la literatura bajo el término de Responsabilidad Social Empresarial. Se refiere a las prácticas que las organizaciones implementan para contribuir a mitigar los impactos negativos de sus actividades en el medio ambiente y al proceder justo en las relaciones con sus grupos de interés.

La RSC se fundamenta en principios, entre los organismos que han expresado estas pautas se puede mencionar al Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa y la Organización Internacional de Normalización a través de la Norma ISO-26000.

Un sistema de RSC en las organizaciones está integrado por los siguientes instrumentos: Declaraciones corporativas de su compromiso con

la responsabilidad social en su misión, visión y valores; el establecimiento de un código de conducta empresarial; políticas de responsabilidad social empresarial; informes sociales y guías de responsabilidad social para los usuarios (Zárate Cornejo et al., 2016).

Diversos autores sostienen que la RSC mejora el desempeño de las organizaciones, convirtiéndose en una ventaja competitiva que influye en su rentabilidad (Ibarra-Cisneros et al., 2022; Núñez, 2003; Server et al., 2005).

Específicamente las organizaciones del sector turístico se pueden beneficiar de diversas iniciativas para fortalecer sus acciones de responsabilidad social, tales como: el certificado Green Key International, la certificación de TourCert, el certificado EarthCheck, así como de los siguientes códigos de conducta: Global Code of Ethics for Tourism y The Code de ECPAT.

Las organizaciones del sector turístico deben ser impulsoras de la responsabilidad social, debido a que precisamente su subsistencia depende en gran manera de la conservación de la riqueza natural y cultural de su localidad.

Así mismo, es loable que haya más investigación multidisciplinaria para identificar soluciones a las problemáticas ambientales y mejoras en las condiciones de trabajo en el sector turístico. Además de un mayor acercamiento entre las autoridades gubernamentales y los empresarios, para mejorar y reforzar iniciativas y programas de acción en favor de la sostenibilidad del sector turístico

Referencias

- Álvarez Osorio, M. C., & Vargas Arenas, R. A. (2011). Beneficios que trae para las empresas la incorporación de la RSE en sus objetivos corporativos: caso colombiano. *Contaduría Universidad de Antioquia*, 55 — 71.
<https://revistas.udea.edu.co/index.php/cont/article/view/14629>
- Álvarez Rodríguez, J. (2019). Responsabilidad Social Universitaria. Una mirada a la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco [Tesis Doctoral, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco].
<https://ri.ujat.mx/handle/20.500.12107/3096>
- Andrade Cordero, C. F. (2021). Responsabilidad Social Empresarial: una breve revisión teórica para el caso ecuatoriano. *Sapientiae*, 7(1), 106—117. <https://doi.org/10.37293/sapientiae71.08>
- Andrade Restrepo, L. M., & Andrade Restrepo, M. A. (2022). Responsabilidad Social Empresarial y cómo deben implementarla las empresas para que sean más competitivas. *Actualidad Económica*, 108, 19—26. <http://revistas.unc.edu.ar/index.php/acteconomica/index>
- Ayala del Pino, C. (2021). La Responsabilidad Social Corporativa: concepto, ámbito de aplicación, grupos de interés y objetivos. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*, LIV, 54, 173—198.
<https://doi.org/https://doi.org/10.54571/ajee.462>
- Canessa Illich, G., & García Vega, E. (2021). El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú y en el Mundo. In *Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú*. Perú 2021.
<https://centroderecursos.cultura.pe/sites/default/files/rb/pdf/abc%20de%20la%20rse%20en%20el%20peru%20y%20el%20mundo.pdf>
- Castaño Ramírez, A. D., & Arias Sánchez, S. (2021). Efecto de la responsabilidad social corporativa en la reputación de las

- organizaciones: Una revisión sistemática. *Revista Universidad & Empresa*, 23(40).
<https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.8859>
- Conexión Essan. (2021, July 13). ISO 26000: Los 7 principios básicos de la Responsabilidad Social.
<https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/iso-2600-los-7-principios-basicos-de-la-responsabilidad-social>
- Correa, M. E., Flynn, S., & Amit, A. (2004). Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial. Naciones Unidas, CEPAL, División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos. <https://digitallibrary.un.org/record/524206?ln=es&v=pdf>
- EarthCheck. (2022). Estándar de la Compañía. Versión 4.1. EarthCheck.
https://earthcheck.org/wp-content/uploads/2022/12/Final-Master-EarthCheck-Company-Standard_Version-4.1-January-2022-SPN-updated-17-Nov.pdf
- Global Sustainable Tourism Council. (2025). Global Sustainable Tourism Council. <https://www.gstc.org/about/>
- Godinez-Reyes, N. L. (2022). Impacto de la responsabilidad social empresarial en el desarrollo sostenible en México. *Espacios*, 43(11), 108—121. <https://doi.org/10.48082/espacios-a22v43n11p08>
- Green Key. (n.d.). Green Key. <https://www.greenkey.global/history>
- Green Key. (2022). Green Key Criterios y Explicaciones. <https://www.greenkey.global/criteria>
- Ibarra-Cisneros, M. A., Vela-Reyna, J. B., & Hernández-Perlines, F. (2022). La importancia de la responsabilidad social corporativa y la gestión de la calidad total en los hoteles de México. *Dirección y Organización*, 76, 43—57. <https://doi.org/10.37610/dyo.v0i76.617>

International Organization for Standardization. (2018). ISO 26000 Guidance on Social Responsibility Discovering. ISO.ORG. <https://www.iso.org/publication/PUB100258.html>

International Organization for Standardization. (2015, September). ISO 14001:2015 (es) Sistemas de gestión ambiental-Requisitos con orientación para su uso. <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:14001:ed-3:v1:es>

International Organization for Standardization. (2018, August). ISO 5001:2018(es) Sistema de gestión de la energía. <https://www.iso.org/obp/ui/en/#iso:std:iso:50001:ed-2:v1:es>

ISO. (2010). Norma Internacional ISO 26000. Traducción oficial. Guía de responsabilidad social. <https://americalatinagenera.org/wp-content/uploads/2014/09/U4ISO26000.pdf>

ISO. (2015, September). ISO 14001:2015 (es). <https://www.iso.org/obp/ui/en/#iso:std:iso:14001:ed-3:v1:es>

Montañez Moya, G. S., & Gutiérrez Olvera, S. (2015). La Responsabilidad Social Empresarial desde el enfoque de los grupos de interés (1st ed.). Centro de estudios e investigaciones para el desarrollo docente. www.cenid.org.mx

Montoya, D. A., & Chilcon, A. S. (2023). Responsabilidad Social Empresarial y su Impacto en las Empresas. *Horizonte Empresarial*, 10(1), 22—32. <https://doi.org/10.26495/rce.v10i1.2463>

Naciones Unidas. (1996). Declaración Programa de Acción. Declaración de la reunión realizada en Estocolmo con motivo del Congreso Mundial contra Explotación Sexual Comercial de los Niños. <https://bienestaryproteccioninfantil.es/declaracion-de-estocolmo-contrala-explotacion-sexual-infantil-con-fines-comerciales/>

Naciones Unidas. (2022). Objetivos de Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Núñez, G. (2003). La responsabilidad social corporativa en un marco de desarrollo sostenible. Naciones Unidas. <https://digitallibrary.un.org/record/515436?ln=es&v=pdf>

Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa. (2014). Introducción a la Responsabilidad Social Corporativa. In Observatorio de RSC (Issue Observatorio de RSC, pp. 1—33). <https://observatoriorsc.org/introduccion-la-responsabilidad-social-corporativa/>

Organización Internacional del Trabajo. (2019). Las reglas del juego: una introducción a la actividad normativa de la Organización Internacional del Trabajo (4th ed.). OIT. https://www.ilo.org/sites/default/files/wcmsp5/groups/public/%40ed_norm/%40normes/documents/publication/wcms_672554.pdf

Organización Mundial del Turismo. (1999). Código Ético Mundial para el Turismo. Por un Turismo Responsable. https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/imported_images/37826/gcetbrochureglobalcodees.pdf

Pérez-Sánchez, B. (2020). Responsabilidad Social Empresarial y Grupos Económicos Familiares. *Investigación Valdizana*, 14(2), 61-71. <https://doi.org/10.33554/riv.14.2.707>

Ruiz Otero, E. G., Gago García, M. L., García Leal, C., & López Barra, S. (2016). Recursos humanos y responsabilidad social corporativa. McGraw-Hill Interamericana.

Saavedra García, M. L. (2011). La Responsabilidad Social Empresarial y las finanzas. *Cuadernos de Administración*, 27(46). <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v27n46/v27n46a04.pdf>

- Server Izquierdo R. J, & Villalinga Grañana, I. (2005). La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y su gestión integrada. CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, 53, 137—161. <https://www.redalyc.org/pdf/174/17405311.pdf>
- Sotelo-Torres, C. R. A. (2022). Coincidences between corporate social responsibility and human rights. A review of the business response during the covid-19 crisis in Spain. Boletín Mexicano de Derecho Comparado, 55 (164), 249 — 268. <https://doi.org/10.22201/ij.24484873e.2022.164.18124>
- Thompson, A. A., Peteraf, M. A., Gamble, J. E., & Strickland III, A. J. (2015). Administración estratégica Teoría y casos (McGraw-Hill, Ed.; 5th ed.).
- TourCert. (2022). TourCert-Certification-Guideline-2022-1. TourCert-Certification-Guideline-2022.pdf. <https://www.tourcert.org/wp-content/uploads/2022/07/TourCert-Certification-Guideline-2022.pdf>
- UNICEF. (2006). Convención sobre los derechos del niño. Nuevo Siglo. <https://www.un.org/es/events/childrenday/pdf/derechos.pdf>
- Villa Castaño, L. E., Perdomo-Ortiz, J., & Pedraza, C. E. (2021). Responsabilidad social empresarial en empresas de la industria colombiana: una aproximación comprensiva. Revista Venezolana de Gerencia, 26 (95), 918 — 935. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29069613027>
- Zárate Cornejo, R. E., Perusquia Velasco, J. M., Valladares Icedo, O. L., & Ramírez Torres, M. (2016). Responsabilidad social en la gestión turística. In J. G. Ruiz Andrade, O. C. Martínez Moreno, & R. Verján Quiñonez (Eds.), Herramientas conceptuales y metodológicas para la gestión turística (1st ed.).

CAPÍTULO 2

ECONOMÍA CIRCULAR: UNA MIRADA EN EL SECTOR TURÍSTICO

María del Carmen Sandoval Caraveo

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

<https://orcid.org/0000-0002-5482-3032>

maria.sandoval@ujat.mx

Introducción

La economía circular persigue transformar el modelo económico lineal por formas más sostenibles de producción, pretende consolidar un sistema que prolongue la utilidad de los productos, aproveche al máximo los recursos y disminuya la generación de residuos al tiempo que crea oportunidades económicas y de empleo. Significa una transformación hacia la sostenibilidad basada en la eficacia de los recursos dirigida hacia la mejora ambiental y económica.

Abordar el tema sobre economía circular es esencial, en virtud de que da a conocer un modelo sostenible cuyo fin es minimizar los desperdicios y optimizar los recursos. Informar sobre esta temática permite que la sociedad haga conciencia de la repercusión que trae consigo transformar la forma de producción y consumo.

En el sector turístico, adoptar el modelo de economía circular reviste gran importancia porque pretende a través del uso eficiente de los recursos, la reducción de desechos, la reutilización de materiales y disminuir el daño ambiental provocado por las actividades turísticas, así mismo, busca conservar la naturaleza y la cultura a la vez que impulsa el desarrollo sostenible.

La economía circular en el turismo coadyuva a minimizar el deterioro ambiental, propone un modelo de desarrollo basado en la sustentabilidad que sea rentable y dirigido hacia la resolución de las dificultades que enfrenta el sector turístico. Este modelo es más eficiente económicamente, además de que promueve un turismo más sostenible y responsable, participa en el cambio global hacia modelos sostenibles.

El objetivo de este trabajo es destacar la importancia de la economía circular en las organizaciones específicamente en el sector turístico, con el fin de contribuir con la teoría existente y a la generación de conocimiento en esta temática.

El capítulo se compone de cinco apartados: antecedentes de la economía circular, definiciones del término, el modelo de la economía circular, los principios del modelo y se resumen diversas investigaciones sobre economía circular en empresas del sector turístico.

Antecedentes de la economía circular

La economía circular en las últimas décadas ha surgido como una oposición al modelo económico lineal que se distingue por un proceso de “tomar-usar-desechar”, este modelo lineal ha manifestado ser inadmisibles ante la preservación del medio ambiente y de los recursos naturales debido a que necesita grandes cantidades de recursos y energía, además de que los desechos son significativos; el perjuicio al medio ambiente tiene consecuencias negativas tanto en la producción como en el consumo por lo que este modelo lineal ha caducado, por ello es prioritario caminar hacia formas sostenibles que permitan la conservación de la vida (Turrión, 2023).

En los procesos del modelo lineal, las empresas transforman en productos las materias primas extraídas del medio ambiente para venderlas en el mercado, posteriormente el consumidor hace uso del producto hasta que ya no es útil y lo tira para comprar otro nuevo, este modelo convierte en desechos los productos naturales lo que conlleva al detrimento del medio ambiente (González y Vargas-Hernández, 2017).

El origen de la economía circular surge de distintas disciplinas que se han ido desarrollando a partir la década de los años setenta, en este proceso han estado presentes la ecología industrial y la economía ambiental en lo referente al tratamiento de residuos, la contaminación y el valor de los insumos; la ecología industrial favorece un cambio en los procesos de producción abiertos a ciclos cerrados eliminando el derroche, haciendo

gestiones para el aprovechamiento de los desechos e integrándolos en una producción que sea el inicio de otros materiales y energía (Espinoza, 2023).

La economía circular proviene de diversos enfoques que han coincidido en el objetivo de promover alternativas sostenibles al modelo económico lineal. Simboliza al pensamiento ambiental y económico dirigido hacia la búsqueda del rediseño y la eficiencia de los recursos, significa un cambio hacia la sostenibilidad que requiere de políticas públicas, educación ambiental e innovación tecnológica; su origen emana de la sostenibilidad, pero su desarrollo se debe a las necesidades ecológicas y económicas del siglo XXI.

Desde los inicios del estudio sobre esta temática se le ha vinculado con el desarrollo sostenible en virtud de que busca incrementar la eficiencia en los procesos de producción y generar valor social y económico a través de reutilizar, reciclar y aprovechar los residuos; en las últimas décadas la economía circular ha transitado en la búsqueda de su consolidación teórica y práctica.

Algunos autores como Velenturf y Purnel (2021) mencionan que el término economía circular nace de la literatura sobre ecología de sistemas en los años de 1960 y 1970 de donde emergieron disciplinas y definiciones con el fin de minimizar la utilización de recursos naturales y la creación de desechos.

Espinoza (2023, p. 114) elaboró una línea del tiempo donde señala la evolución en el estudio de la economía circular, el autor afirma lo siguiente:

- En 1970 la economía circular surgió desde la ecología industrial, la economía ambiental, la reducción de residuos y el control de la contaminación.
- En 1976 Walter R. Stahe acuñó el término de economía del rendimiento (bucles-ciclos cerrados).
- En 1990 aparece el concepto de manera formal propuesto por David W. Pearce y Kerry Turner.
- En 1997 Janine Benyu habla de biomímesis que trata de copiar a la naturaleza, a los ecosistemas y a los ciclos cerrados.

- En 2002 William McDonough y Michael Braungor proponen la producción en ciclo cerrado llamándole “de la cuna a la cuna”.
- En el 2012 Gauter Pauli se manifiesta por la economía azul donde propone emplear el método de los ecosistemas, todo en un insumo para todo.
- En 2022 las Naciones Unidas, la CEPAL, la Fundación para la economía circular Ellen MacArthur, evalúan los efectos sociales, ambientales y económicos.

En este orden de ideas, el concepto de economía circular no es reciente, pero de 2010 a la fecha se le ha dado más importancia debido al cuidado del medio ambiente y a la necesidad minimizar la dependencia de los recursos no renovables; busca conservar en mayor tiempo el valor de los productos durante el ciclo económico por lo que ha sido relacionado con la sostenibilidad del entorno.

Al respecto, Zhu et al., (2010) señalan que, con el acelerado desarrollo económico en los últimos veinte años, en China, por ejemplo, se han escaseado los recursos y contaminado el ambiente. A raíz de esta situación, en 1998 se expuso el concepto de economía circular como una respuesta a la problemática en busca de una mejora ambiental y económica.

Definiciones y principios de la economía circular

Diversos autores coinciden que el concepto de economía circular fue considerado por vez primera por economistas dedicados al cuidado del ambiente tales como David W. Pearce y R. Kerry Turner en su obra *Economics of Natural Resources and The Environment* (Espinoza, 2023). Se ha usado con acierto en diversos sectores: en la agricultura, en el turismo, en la construcción, en la gestión de residuos y en la industria manufacturera.

Para Kirchherr et al., (2017) la economía circular refiere a un sistema económico fundamentado en modelos de negocios que sustituyen la definición de fin de vida de los productos por la reducción, la reutilización, el reciclaje y la recuperación de componentes que se encuentran en proceso de producción, repartición y consumo, funcionando a nivel micro, meso y

macro. En el primer nivel se encuentran los productos, las empresas y los consumidores; en el segundo están los parques eco-industriales y en el tercero, la ciudad, regiones y países. Todo esto con el fin de conseguir el desarrollo sostenible que pretende la creación de un medio ambiente con calidad, economía próspera e igualdad social para bien de las futuras generaciones.

La economía circular es un modelo económico en el que la planificación, la dotación de recursos, la adquisición, la producción y el reprocesamiento se diseñan y gestionan, tanto como proceso como resultado, para maximizar el funcionamiento del ecosistema y el bienestar humano (Murray et al., 2017, p. 1).

Costa et al., (2022) afirman que:

La economía circular es un modelo económico que permite procesos de creación de valor, basados en patrones de ciclo cerrado, que mantienen la retención de valor durante el mayor tiempo posible, o que finalmente se conectan en cascada a un ciclo distinto para retener el valor. (p. 75)

Autores como Prieto-Sandoval et al., (2017) señalan que la economía circular tiene como fin el cuidado del medio ambiente y el desarrollo de la economía, afirman que es producto de la transformación del concepto de sostenibilidad y la definen como:

Un paradigma que responde al cambio de pensamiento científico, empresarial y político, que se ha visto enfrentado a la necesidad de desarrollar estrategias que permitan hacer posible la sostenibilidad ambiental, sin dejar de lado los retos sociales y económicos del mundo actual. (p. 90)

El término economía circular tiene que ver con la optimización de los sistemas de producción y consumo con el fin de lograr un desarrollo económico que no sacrifique los recursos naturales, su propuesta es brindar

una forma de tratar al medio ambiente de forma eficiente para tener una sociedad con prosperidad económica, consumir con responsabilidad y tener mayor sostenibilidad sin dejar a un lado el crecimiento económico necesario para la sobrevivencia humana (Gastelumendi et al., 2019).

Piloto y Ruiz (2022) señalan que la economía circular representa el rescate de los productos fabricados con el fin de reutilizarlos conservando su valor de uso, pero con mayor sustentabilidad y con menor costo de producción.

El enfoque de la economía circular propone un sistema de fabricación y consumo que alargue la vida de los productos, optimice los recursos y minimice la creación de desechos, este concepto ha sido considerado por políticos, en el campo de la investigación académica reflejada en publicaciones científicas, así como en las empresas que han comprendido su valor (Geissdoerfer et al., 2017; Kirchher et al., 2017).

La economía circular se dirige hacia la búsqueda de mayor eficiencia en las actividades encaminadas a la sostenibilidad, el fin del ciclo de producción depende de la innovación económica tan necesaria para investigar y aplicar sus estrategias, lo que conlleva a prolongar la vida útil de los recursos (Kuzma y Sehnem, 2022).

En este sentido, la política de innovación promovida a partir de la economía verde en modelos organizacionales, en tecnologías, en servicios y productos está acorde a una política que busca alternativas dirigidas a bienes innovadores que procuren por la conservación del medio ambiente pero que consideren al mismo tiempo, el incremento de la demanda (Carrillo y Pomar, 2021).

Para Murray et al., (2017) la economía circular tiene la atención en el rediseño de procesos y el reutilizamiento de materiales lo que puede favorecer a modelos de negocios sostenibles, sin embargo, enfrenta desafíos tales como ausencia de infraestructura para el reciclaje, resistencia al cambio, normatividad y casos imprevistos.

Por otra parte, en el artículo *Economía Circular*, Cerdá y Khalilova (2016) mencionan tres principios en los que se fundamenta la economía circular:

Principio 1. “Preservar y aumentar el capital natural, controlando los stocks finitos y equilibrando los flujos de recursos renovables” (Cerdá y Khalilova, 2016, p. 12).

Los autores explican que, para aumentar el capital natural, el sistema circular escoge de forma eficiente los recursos y opta por los procesos y las tecnologías que usan recursos renovables.

Principio 2. “Optimizar el rendimiento de los recursos, circulando siempre productos, componentes y materiales en su nivel más alto de utilidad, en los ciclos técnico y biológico” (Cerdá y Khalilova, 2016, p. 12).

Este principio, mencionan los autores, representa el diseño para renovar, reciclar y reelaborar para que los materiales sigan presentes y aportando en la economía. Los sistemas circulares prefieren mantener que reciclar para conservar la energía y otros valores incorporados en el producto, pretenden alargar su vida útil y sacar el mayor provecho de la reutilización.

Principio 3. “Promover la efectividad del sistema, haciendo patentes y proyectando eliminar las externalidades negativas” (Cerdá y Khalilova, 2016, p. 12).

El tercer principio se refiere a disminuir el deterioro de los sitios y elementos que provocan daño a las personas como son las casas, la salud, la educación, los alimentos entre otros. También señala el cuidado del agua, el aire y la tierra, así como la expulsión de componentes tóxicos.

Pomponi y Moncaster (2017) señalan que los principios fundamentales se basan en una gestión de recursos eficiente y con este nuevo modelo, la economía circular rebasa la incompatibilidad entre el desarrollo económico y lo ambiental.

Los principios de la economía circular se aplican en el sector turístico con la finalidad de mejorar la calidad del medio ambiente y lograr un desarrollo sostenible en este sector, además de hacer frente al cambio climático; por tanto, convertir los alojamientos en hoteles circulares requiere tomar medidas como buscar la maximización energética de las construcciones, ser autosuficientes en la provisión de agua, la utilización de energías renovables y crear normas que regulen la recolección de los

residuos, todas estas acciones traerán beneficios para el sector turístico y para la sociedad (Rodríguez et al., 2017).

Prieto-Sandoval et al., (2017, p. 90) proponen explicar a la economía circular por medio de 5 campos de acción que comprenden los ciclos de vida de los productos: extraer, transformar, distribuir, usar y recuperar. A continuación, se explican cada uno de estos campos de acuerdo con los mencionados autores:

Extraer: Se recomienda a las empresas utilizar de forma óptima y con responsabilidad los recursos tanto biológicos como técnicos que obtienen del medio ambiente, estas acciones abarcan la selección de las personas que proveen estos insumos y los materiales que estén acorde con el cuidado del entorno para minimizar los efectos negativos en la naturaleza.

Transformar: Se aconseja que el proceso de transformación de los productos y servicios sea de forma sostenible utilizando innovaciones tecnológicas y ecológicas.

Distribuir: Se refiere a la ruta que se sigue para que los productos o servicios lleguen a las manos del consumidor. En esta acción se propone que las empresas se aseguren de elegir la mejor forma de llevarlo a cabo para aminorar el daño ambiental tomando en cuenta el empaquetado, la logística entre otras prácticas.

Usar: Esta es una acción clave en la economía circular. Se plantea mejorar la eficacia del producto reutilizándolo o reparándolo. Para ello se sugiere exista innovación en los modelos de negocio que puede ser ofreciendo al consumidor servicios posteriores a su venta o de mantenimiento, así como la renta para el uso de los productos donde el dueño del bien sigue siendo la persona que funge como productor o distribuidor.

Recuperar: Se propone que los desperdicios se recuperen, ya sea como recursos biológicos o como recursos técnicos con el objetivo de que vuelvan a ser parte de otro proceso.

Por otra parte, la economía circular está estrechamente relacionada con la responsabilidad social en las organizaciones porque para su desempeño tienen conexión con las prácticas de producción en un modelo innovador guiado por normas medioambientales, logrando con esto responsabilidad

empresarial alcanzada por el avance en la sostenibilidad. Este papel de las empresas se enlaza con las acciones llevadas a la práctica de economía circular con el fin de enfrentar los problemas ambientales. Por tanto, es indudable la afinidad entre la responsabilidad social y la economía circular en las empresas cuando se trabaja sobre un modelo de negocio sostenible que visualiza las funciones y procesos considerando sus restricciones de conocimientos, recursos y el efecto en el bienestar de la sociedad (Barradas, 2022).

El modelo de economía circular

El modelo de economía circular abarca tres niveles de la cadena productiva: en el primer nivel se encuentran las organizaciones que persiguen disminuir la utilización de los recursos y las expulsiones de desechos en sus procesos de producción; el segundo nivel comprende el reciclaje y reutilización de recursos en industrias; y en el tercer nivel se encuentra la composición de sistemas de producción y consumo con el objetivo de que los recursos sean aprovechados por las diversas industrias (Montaño, 2018). Estas acciones repercutieron en el rescate de los recursos, empresas con procesos de producción más limpios y apoyo del sector público (Balboa y Domínguez, 2014).

La economía circular es un modelo integrado por el esquema de extraer, diseñar, producir, consumir y reciclar; posteriormente se repite el ciclo, con este proceso de volver a utilizar y aprovechar los desechos se conserva mayor tiempo el valor de los bienes y materiales utilizados aprovechándolos al máximo, esto trae como consecuencia la optimización de los recursos y por ende una disminución en los requerimientos de materia prima; para ello es importante la participación del gobierno, consumidores y empresas porque son actores indispensables para la aplicación de este modelo (Garabiza et al., 2021).

Por su parte, Chaves y Monzón (2018) indican que el modelo de economía circular consiste:

En sustituir una economía lineal, basada en el modelo de usar y tirar por una circular en la que los residuos puedan transformarse en recursos, de modo que la economía pueda ser más sostenible y reducir su impacto medio ambiental negativo mediante la mejora de la gestión de los recursos y la reducción de la extracción y la contaminación. (p. 27)

Es relevante utilizar el modelo de economía circular porque su finalidad es rehabilitar y restaurar los desechos de los productos y de los insumos con el propósito de elaborar otros productos, este modelo tiene que ver con el proceso de producción que busca la reutilización eficiente de los materiales (Rodríguez et al., 2022).

El modelo procura minimizar el consumo de los recursos como son la energía y los materiales buscando su eficiencia e impulsando la utilización de energía renovable, con estas acciones se pretende mitigar las emisiones de gases de efecto invernadero y con ello atacar el cambio climático (Durán, 2019).

El objetivo de la economía circular es darles a los desechos ya sean orgánicos o tecnológicos, un nuevo uso, en este modelo los residuos se transforman en materia prima o se convierten en componentes de otros productos tecnológicos procurando gastar la menor energía posible (Lett, 2014).

Para Whiting et al., (2023) la economía circular es restaurativa y regenerativa, se refiere a la reutilización de recursos, a la reducción de desechos biológicos y técnicos, a un ecosistema de colaboración con socios que dan la pauta para generar capital económico, ambiental y social; tiene como fundamento el desarrollo de formas innovadoras de consumir, ampliar, y reutilizar productos y materiales por medio del proceso de diseño.

En lo referente a un modelo de negocios, la economía circular significa un proceso innovador relevante para las pequeñas y grandes empresas, representa renovar el modelo de negocio actual y en este sentido, el cuidado al medio ambiente y la sustentabilidad han ejercido influencia para que las empresas inviertan en actividades a favor del medio ambiente (Awan & Sroufe, 2022).

El modelo de economía circular se forma por flujos cíclicos donde se encuentran cerrados los círculos de las sustancias y los materiales. Dentro de estos círculos están, por una parte, el ciclo biológico donde los materiales son biodegradables y después de usados regresan a la naturaleza; por otro lado, un ciclo técnico donde los materiales que son empleados, la naturaleza no los puede absorber y por consiguiente deben de ser considerados como entradas en otros procesos con el fin de conservar su valor para impedir el desperdicio de recursos (Durán, 2019).

El modelo presentado por la Fundación ECOLEC (2025) [Eficiencia, Cumplimiento, Oportunidad, Liderazgo, Empatía, Colaboración] explica que en la economía circular se impide el desperdicio de recursos naturales y se aprovechan a través de cuatro “R”: reducir, reutilizar, reparar y reciclar. Propone un ciclo de economía circular que inicia con el diseño del producto, seguido de la producción y la reelaboración, posteriormente la distribución y el consumo; después, la utilización, la reutilización y la reparación; y por último, la recogida y el reciclado.

Figura 1.

Modelo de economía circular



Nota. Imagen tomada de www.ecolec.es

ECOLEC (2025) menciona que en la economía circular se aplica un sistema más eficiente donde en los procesos cíclicos los productos se utilizan y se restauran a diferencia de las economías tradicionales. Señala que la nueva estructura de la economía circular se rige por las siguientes acciones:

- Resguardo del capital natural.
- Optimización en el consumo de los recursos convirtiendo el desecho en un recurso.
- Darles a los productos una utilidad diferente cuando cambien las necesidades del consumidor.

- Reutilizar los residuos posibles a través del reciclaje.
- Reparar los productos deteriorados para impedir un ciclo lineal.
- Utilizar fuentes renovables de energía en los procesos de elaboración de bienes y servicios.
- Cuidar el medio ambiente desde la idea del proceso de producción y durante el ciclo de vida de los productos. A esto se le llama Eco-concepción.
- Favorecer un tipo de organización industrial en el mismo lugar con el fin de administrar con mayor eficiencia la energía, los servicios y los materiales (Ecología industrial).
- Cuando se posee un bien se promueve usarlo de manera óptima.

De acuerdo con lo anterior, este modelo plantea procesos más eficaces que sustituyen el modelo lineal tradicional y se orienta hacia procesos cíclicos donde los productos se restauran y se reutilizan.

El modelo de economía circular expresa un cambio innovador además de la transformación de los desechos en recursos, significa que cada fase de los procesos de producción esté dirigida hacia el rediseño, de modo que es entendida en un tiempo de evolución y crecimiento aprovechando al máximo los recursos y buscando la eficacia de los sistemas de producción para sustentar el desarrollo económico, mejora de la sociedad y conservación del capital natural (Almeida-Guzmán y Díaz-Guevara, 2020).

En las siguientes líneas se presentan investigaciones empíricas realizadas acerca de la economía circular en el sector turístico.

Investigaciones sobre economía circular en empresas del sector turístico

Dentro de las investigaciones cuya temática ha sido la economía circular en el sector turístico, se encuentra la llevada a cabo por Gálvez et al., (2024) denominada *Economía circular en cadenas turísticas: Un enfoque hacia la sostenibilidad del sector*. El estudio tuvo como objetivo analizar la aplicación de

la economía circular en el sector turístico con el fin de determinar los efectos en la sustentabilidad social, ambiental y económica en regiones con gran actividad turística.

La investigación fue cuantitativa, con diseño no experimental transversal de tipo descriptiva y correlacional. Para la recolección de datos, utilizaron un cuestionario con escala tipo Likert para medir las prácticas de economía circular y su relación con la sostenibilidad. Los sujetos de estudio fueron 100 representantes de empresas turísticas, se incluyeron autoridades y actores con experiencia en sostenibilidad. Los resultados mostraron evidencias de importantes beneficios de las prácticas de economía circular sobre las emanaciones de carbono, la gestión de desechos y la disminución de los costos. Los autores concluyeron que la economía circular aporta beneficios a la sostenibilidad y al desarrollo del turismo, requiriéndose para ello, el apoyo de políticas públicas que avalen su implementación.

Amplia investigación sobre economía circular en el turismo es la de Puig-Denia et al., (2025) titulada *Circular economy in the tourism sector from a family business perspective: the case of Iberostar*. El objetivo fue aportar a las líneas de investigación sobre el tema de economía circular y analizar la forma en que la empresa familiar del sector turístico contribuye en la aplicación prácticas que promueven la sustentabilidad. Para lograr el objetivo realizaron en una empresa hotelera 100% familiar, una investigación cualitativa a través de un estudio de caso para lograr un conocimiento más profundo sobre la temática analizada. La recolección de datos se basó en varias fuentes de datos como entrevistas estructuradas y semiestructuradas, datos de archivo de la empresa y otras fuentes de información secundarias.

Los resultados señalaron que la riqueza socioemocional y las redes sociales de las empresas familiares es una pieza clave en la implementación de un programa de economía circular, así como las características de la empresa familiar (visión a largo plazo, el reconocimiento, el cambio generacional, conservar el prestigio) son factores que inducen hacia la adopción de modelos sostenibles como la economía circular. Los investigadores encontraron en su análisis que la empresa contempla la posibilidad de adoptar nuevas tecnologías, realiza acciones que permiten la

eficiencia energética y tiene un alto compromiso para mejorar la sostenibilidad con el fin de reducir costos y conservar el capital natural de la región. Otros hallazgos fueron que la empresa tiene como propósito eliminar la creación de desechos por medio de la reducción, reutilización y el reciclaje además de colaborar con universidades y organismos de investigación para implantar proyectos de economía circular.

Otro interesante estudio sobre esta temática es el de Costa et al., (2022) quienes en su artículo *Circular Economy in the Portuguese hotel industry — an Empirical Overview*, señalan que el objetivo de su investigación fue profundizar en la conceptualización de la economía circular, así como en sus desafíos, en las actitudes, en los beneficios y en el impacto que estas variables tienen sobre el desempeño organizacional de las empresas que adoptan este modelo. Aplicaron una metodología con enfoque cuantitativo; para recolectar los datos utilizaron un cuestionario en línea compuesto por 20 ítems con escala tipo Likert a directores, gerentes y propietarios de hoteles de Portugal, lo enviaron por correo electrónico a 1558 hoteles de los cuales lograron obtener 103 cuestionarios por lo que utilizaron un muestreo por conveniencia.

Los resultados reportaron que en los hoteles existe concientización sobre la economía circular y se está iniciando con la aplicación de algunas medidas que apoyan su implementación. Identificaron que es imprescindible el apoyo del gobierno, de las empresas y de las partes interesadas para su aplicación. Dentro de los desafíos encontraron carencia de inversión y falta de políticas dirigidas hacia la forma de tratar los desechos. En los aspectos positivos sobre el desempeño organizacional se encontraron nuevas competencias y el descenso en la emisión de gases de invernadero.

Una investigación reciente llevada a cabo en el sector hotelero de Brasil es la de Melo y Saraiva (2025) titulada *Economía circular e turismo: um estudo multicaso na Rotadas Emocoes no setor hoteleiro*. El objetivo fue analizar las prácticas de economía circular en el turismo en las ciudades de la Ruta de las Emociones, dicha ruta se conforma por las localidades de Barreirinhas, Jericoacoara y Parnaíba. La investigación tuvo un enfoque cualitativo y exploratorio, aplicaron como método el estudio de casos múltiples.

Los autores justifican su estudio argumentando que existe la necesidad de este tipo de investigaciones por la falta de literatura académica sobre economía circular y turismo. Para la recolección de los datos utilizaron investigación bibliográfica, investigación documental de los hoteles motivo del estudio, observación no participante y entrevistas semiestructuradas a gerentes administrativos de las empresas ubicadas en cada una de las ciudades seleccionadas.

Los resultados mostraron que no existe suficiente conocimiento entre los directivos sobre el significado de economía circular, a pesar de ello, han implementado acciones sobre sostenibilidad, pero es indispensable mayor concientización sobre este tema que influya en la aplicación de prácticas de economía circular en los hoteles de la Ruta de las Emociones. Se identificó que las acciones realizadas se dirigen hacia la reutilización de productos, de materiales e insumos; el reciclaje y la reducción en el consumo del agua, de la energía y de los residuos.

Por otra parte, Mejía (2022) realizó una investigación en Colombia titulada *Lineamientos de economía circular que promuevan el turismo sostenible en los establecimientos de alojamiento y hospedaje*, su objetivo primordial fue realizar propuestas de normatividad de economía circular que promuevan la sostenibilidad en empresas de hospedaje y alojamiento con el fin de ofrecer ventajas competitivas para el desarrollo del turismo.

La investigación fue un estudio de caso en una empresa de alojamiento y hospedaje en el municipio de Marinilla (Antioquia) consistió primero en la búsqueda bibliográfica de estudios previos, artículos tomados de la red e investigaciones sobre la temática motivo del estudio en organizaciones turísticas nacionales e internacionales; en segundo, indagó la percepción que tienen los clientes sobre la sostenibilidad en el sector turístico.

La autora indica que la investigación fue desarrollada bajo un paradigma interpretativo, recolectó la información a través de encuestas estructuradas, entrevistas y observaciones en el sitio. Para el análisis de los resultados realizó la triangulación de los datos con aportaciones de autores y la interpretación propia de la investigadora. Los resultados señalaron que los clientes tienen poco conocimiento sobre el tema de la sostenibilidad, sin

embargo, identifican acciones para conservar el medio ambiente y reconocen tener disposición para hospedarse en un establecimiento sostenible pero también afirmaron que al elegir un lugar para hospedarse no consideran como prioritario que practique acciones sostenibles.

Otro hallazgo fue que los recursos de más consumo son el agua, la energía y la creación de residuos sólidos, al respecto los usuarios mencionaron que en los establecimientos mencionados se debe dar prioridad a la disminución en el consumo de éstos. La autora concluye que la economía circular responde a la sostenibilidad de los servicios turísticos en virtud de que ha promovido acciones exitosas generando cambios importantes, recalca la necesidad de más inversiones que permitan la mejora de los procesos y la transformación del sector turístico hacia una economía circular sostenible.

En suma

La economía circular tiene como objetivo encontrar modelos sustentables para la producción de bienes y servicios, procura extender la vida de los productos, minimizar la creación de desechos y optimizar los insumos a la vez que abre la posibilidad de mejorar la economía y la creación de empleos.

Su estudio parte de las ideas económicas y ecológicas que surgen del siglo XX como la ecología industrial, el *cradle to cradle* (de la cuna a la cuna) y la economía ambiental; estas corrientes de pensamiento plantean una articulación armónica entre el cuidado del medio ambiente y el desarrollo económico promoviendo la utilización eficiente de los materiales y la energía.

La economía circular es un modelo económico regenerativo elaborado para disminuir el desperdicio, aprovechar al máximo los recursos y conservar el mayor tiempo la utilidad de los productos y materiales; en oposición al modelo lineal, pretende favorecer el diseño sostenible y la innovación tecnológica.

Es un modelo que se basa en cuatro acciones clave: Reducir el consumo de recursos y la generación de residuos desde el diseño de los productos. Reutilizar o dar una segunda vida a los productos o insumos a través de su

prolongada utilización. Reparar que significa alargar la vida útil de los productos componiéndolos para no desecharlos. Reciclar o transformar los desechos en recursos nuevos o materias primas para utilizarlos en el proceso de nuevos productos.

En las organizaciones que buscan la sustentabilidad, la economía circular y la responsabilidad social están íntimamente relacionadas ya que unen sus esfuerzos hacia un modelo innovador que pretende el bienestar de la sociedad.

En lo referente al sector turístico, la economía circular contribuye a mermar el daño ambiental a través de formas de desarrollo económico basadas en la sostenibilidad y en la rentabilidad buscando respuestas a los problemas que se presentan en este sector.

Existen diversas investigaciones sobre economía circular en el sector turístico a nivel internacional cuyos resultados apuntan hacia la existencia de evidencias de los beneficios en las organizaciones que han adoptado este modelo, estas acciones muestran mayor sostenibilidad y desarrollo del turismo, adopción de nuevas tecnologías, reducción de costos, eficiencia energética, eliminación de la generación de desechos, reciclaje, reutilización de productos e insumos, reducción en el consumo de energía, entre otros.

Referencias

- Almeida-Guzmán, M. y Díaz-Guevara, C. (2020). Economía circular, una estrategia para el desarrollo sostenible. Avances en Ecuador. Estudios de la Gestión Revista Internacional de Administración. 8, 34-56. <https://doi.org/10.32719/25506641.2020.8.10>
- Awan, U. & Sroufe, R. (2022). Sustainability in the Circular Economy: Insights and Dynamics of Designing Circular Business Models. Appl. Sci. 12, 1521. <https://doi.org/10.3390/app12031521>
- Balboa, C.H. y Domínguez, M. (2014). Economía circular como marco para el ecodiseño: el modelo ECO-3. Informador Técnico. 78 (1), 82-90. <https://doi.org/10.23850/22565035.71>
- Barradas, G. (2022). Economía circular como acercamiento hacia la responsabilidad social de la empresa: una revisión semi-sistemática. Gestión y Gerencia, 16 (1), 7 - 26. <https://revistas.uclave.org/index.php/gyg/article/view/4050>
- Carrillo, G. y Pomar, S. (2021). La economía circular en los nuevos modelos de negocio. Entreciencias: diálogos en la sociedad del conocimiento. 9(23), 1-16.
- Cerdá, E. y Khalilova, A. (2016). Economía circular. Revista Economía Industrial. (401), 11-20. <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/447151>
- Costa, B., Rodrigues, S., Silva, C., & Moreno, M.P. (2022). Circular Economy in the Portuguese hotel industry — an Empirical Overview. Proceedings of the 5th International Conference on Tourism Research Academic. 15 (1), <https://doi.org/10.34190/ictr.15.1.180>
- Chaves, R., y Monzón, J.L. (2018). La economía social ante los paradigmas económicos emergentes: innovación social, economía colaborativa, economía circular, responsabilidad social empresarial, economía del

- bien común, empresa social y economía solidaria CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, (93), 5—50. <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.93.12901>
- Durán, G. (2019). Progresando hacia un modelo de economía circular. *Economistas*. 162, 211-215. <https://www.cemad.es/wp-content/uploads/2019/07/25-Gemma-Duran162-163.pdf>
- Espinoza, A. (2023). Economía circular: una aproximación a su origen, evolución e importancia como modelo de desarrollo sostenible. *Revista de Economía Institucional*, 25 (49), 109—134. <https://doi.org/10.18601/01245996.v25n49.06>
- Fundación ECOLEC (2025). <https://ecolec.es/informacion-y-recursos/economia-circular/>
- Gálvez, E. M., Garaicoa, F. L., y Barros, C. D. (2024). Economía circular en cadenas turísticas: Un enfoque hacia la sostenibilidad del sector. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(6), 1513-1522. <https://doi.org/10.56712/latam.v5i6.3101>
- Garabiza, B.R., Prudente, E.A. y Quinde, K.N. (2021). La aplicación del modelo de economía circular en Ecuador: Estudio de caso. *Revista Espacios*. 42 (2), 222-237. <https://www.revistaespacios.com/a21v42n02/21420217.html>
- Gastelumendi, I., Tarí, A. y Mora, D. (2019). Informe sobre economía circular aplicada al turismo. SEGITTUR Turismo e Innovación. <https://www.mintur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/418/PRIMERA%20CR%C3%8DTICA.pdf>
- Geissdoerfer, M., Savaget, P., Bocken, N. M. P., & Hultink, E. J. (2017). The Circular Economy — A new sustainability paradigm. *Journal of Cleaner Production*. (143), 757—768.

<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.12.048>

González, G. I. y Vargas-Hernández, J.G. (2017). La economía circular como factor de la responsabilidad social. *Economía coyuntural, Revista de temas de coyuntura y perspectivas*. 2 (3), 105- 130. http://www.revistasbolivianas.ciencia.bo/scielo.php?pid=S2415-06222017000300004&script=sci_arttext&tlng=es#t1

Kirchherr, J., Reike, D., & Hekkert, M. (2017). Conceptualizing the circular economy: An analysis of 114 definitions. *Resources, Conservation and Recycling*. (127), 221—232. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2017.09.005>

Kuzma, E., & Sehnem, S. (2022). Validation of the Measurement Scale for the Circular Economy: a proposal based on the precepts of innovation. *International Journal of Professional Business Review*. 7(1), e0278. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2022.v7i1.278>

Lett, L.A. (2014). Las amenazas globales, el reciclaje de residuos y el concepto de economía circular. *Revista Argentina de Microbiología*, 46 (1), 1-2. <https://www.scielo.org.ar/pdf/ram/v46n1/v46n1a01.pdf>

Mejía, S.L. (2022). Lineamientos de economía circular que promuevan el turismo sostenible en los establecimientos de alojamiento y hospedaje. Tesis de pre-grado. Universidad de Antioquía. <https://bibliotecadigital.udea.edu.co/entities/publication/aab22ee8-0788-47a2-9538-99a68a7def85>

Melo, H. C. y Saraiva, M.T. (2025). Economía circular e turismo: um estudo multicaso na Rota das Emocoes no setor hoteleiro. *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 23 (1), 11-24. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2025.23.001>

Montaño, A. C. (2018). Economía circular, un modelo de transformación. *Revista Tecnológica Ciencia y Educación Edwards Deming*. 2 (1), 22-36. <https://doi.org/10.37957/ed.v2i1.7>

- Murray, A., Skene, K., & Haynes, K. (2017). The Circular Economy: An Interdisciplinary Exploration of the Concept and Application in a Global Context. *Journal of Business Ethic.*, (140), 369—380. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2693-2>
- Piloto, R.O., y Ruiz, V. (2022). Análisis de los desafíos para la implementación de un modelo de economía circular en Cuba. *Revista Observatorio de las Ciencias Sociales en Iberoamérica*, (3), 191-201. <https://www.eumed.net/es/revistas/ocsi/ocsi-enero-22/modelo-economia>
- Pomponi, F., & Moncaster, A. (2017). Circular economy for the built environment: A research framework. *Journal of Cleaner Production*. (143), 710—718. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.12.055>
- Prieto-Sandoval, V., Jaca, C., & Ormazabal, M. (2017). Economía circular: relación con la evolución del concepto de sostenibilidad y estrategias para su implementación. *Memoria Investigaciones en Ingeniería*, (15), 85 — 95. <https://revistas.um.edu.uy/index.php/ingenieria/article/view/308>
- Puig-Denia, A., Fernández-Yañez, J.M. & Forés, B. (2025). Circular economy in the tourism sector from a family business perspective: the case of Iberostar. *Sustainable Futures*, (9), 1-15. <https://doi.org/10.1016/j.sftr.2025.100617>
- Rodríguez, D.M., Mosquera, X. A. y Vega, A.C. (2022). Análisis de la aplicación del modelo de economía circular en las empresas del Ecuador. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas REMCA*, 5(1), 128 - 137. <https://remca.umet.edu.ec/index.php/REMCA/article/view/360>
- Rodríguez, C., López-del-Pino, F., Florido, C. y Escauriaza, M.J. (2017). Economía circular y turismo en las islas canarias. *Congreso Internacional Desarrollo integral de destinos turísticos*, 66-76.

https://www.researchgate.net/publication/358798683_Economia_circular_y_turismo_en_las_Islas_Canarias

- Turrión, P. (2023). La economía circular en América Latina y el Caribe. Agencia Española de Cooperación Internacional Para El Desarrollo (AECID). Centro de Formación de la Cooperación Española en La Antigua Guatemala (CFCE Antigua). <https://intercoonecta.aecid.es/Gestin%20del%20conocimiento/La%20econom%C3%ADa%20circular%20en%20Am%C3%A9rica%20Latina%20y%20el%20Caribe.pdf>
- Velenturf, A. & Purnell, P. (2021). Principles for a sustainable circular economy. *Sustainable Production and Consumption*. (27), 1437-1457. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2021.02.018>
- Whiting, P., Cullen, V., Adkins, H., & Chatteur, F.A., (2023). A New Retail Interior Design Education Paradigm for a Circular Economy. *Sustainability* 15, 1487. <https://doi.org/10.3390/su15021487>
- Zhu, Q., Geng, Y. & Lai, K. (2010). Circular economy practices among Chinese manufacturers varying in environmental-oriented supply chain cooperation and the performance implications. *Journal of Environmental Management*. (91), 1324-1331. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2010.02.013>

CAPÍTULO 3

COMPETENCIAS VERDES EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA: ANÁLISIS DE RETOS Y OPORTUNIDADES EN HOTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Erika Guadalupe May Guillermo

Tecnológico Nacional de México/ITS de la Región Sierra

<https://orcid.org/0000-0001-5403-9849>
erika.mg@regionsierra.tecnm.mx

Introducción

La Organización de las Naciones Unidas (ONU) señala que, las actividades humanas están agudizando de forma acelerada el deterioro ambiental y el cambio climático, lo cual repercute en las condiciones de vida de la población, generando la necesidad de realizar acciones urgentes para revertir estas afectaciones (ONU, 2021). En este sentido, desde el 2015 la ONU estableció los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que son 17 metas realizables para el 2030, en aras de afrontar los desafíos mundiales para proteger el planeta, mejorar la calidad de vida y garantizar la prosperidad de las personas (Ramos-Pla y Olondriz, 2023).

Sin embargo, a una década de su planteamiento, los avances no han sido tan significativos como se esperaba ya que el informe sobre los ODS 2024 reportó que únicamente el 17% de las metas estaban próximas a cumplirse, casi la mitad presenta avances mínimos, y más de un tercio está detenido o en retroceso, propiciando la necesidad de la colaboración internacional para acelerar su progreso (ONU, 2024).

En el sector turístico, el tema de la sostenibilidad está ganando interés, debido a que los turistas cada vez más preocupados del impacto de su huella ecológica esperan satisfacer sus necesidades básicas de alojamiento, alimentación, transporte, etcétera, y a la vez requieren que las empresas turísticas les ofrezcan opciones más sostenibles (Caviedes et al., 2024). Ante

estos requerimientos, estas empresas deben fortalecer las competencias de sus colaboradores, particularmente las Competencias Verdes (CV) que funcionen como herramientas necesarias para realizar prácticas verdes (Sánchez et al., 2024).

Actualmente, la literatura sobre competencias verdes en el sector turístico se encuentra en vías de desarrollo, enfocándose principalmente en conceptualizarlas y medirlas. No obstante, es importante identificar los retos y oportunidades que presentan porque al detectar los retos se pueden plantear estrategias para vencerlos y el reconocer las oportunidades permite la mejora continua ayudando a las empresas turísticas a visualizar mecanismos con el fin de lograr una economía más verde. Por consiguiente, el objetivo de este trabajo es analizar los principales retos y oportunidades de las competencias verdes en la actividad turística, particularmente en los servicios de hotelería y restauración. Este capítulo se integra de cinco apartados: revisión teórica, metodología, resultados, en suma y referencias.

Concepto de Competencias Verdes (CV)

Las competencias son comportamientos y actitudes que las personas deben tener para hacer su trabajo eficazmente (Subramanian et al., 2015). En la literatura sobre gestión de recursos humanos sostenibles, las CV se han convertido en un concepto importante en los últimos años puesto que son un requisito esencial para que las organizaciones logren un buen desempeño ambiental (Cabral y Lochan, 2019). No obstante, Sánchez et al., (2024) mencionan que hasta la fecha el concepto de competencias verdes no ha sido unificado debido a que es un término relativamente emergente.

Hasta el momento diversos autores han tratado de definir a las CV considerando los elementos que integran el constructo. Este es el caso del Centro Europeo para el Desarrollo de la Formación Profesional (CEDEFOP) el cual las define como “conocimientos, habilidades, valores y actitudes necesarios para vivir, trabajar y actuar en economías y sociedades sostenibles y eficientes en el uso de los recursos” (CEDEFOP, 2022, p. 5).

Para Ramos-Pla y Olondriz (2023) las CV o competencias en sostenibilidad son habilidades, valores y conocimientos que ayudan a las personas a comprender y actuar en favor del medio ambiente. Asimismo, Subramanian et al., (2015) se refieren a las CV como el conjunto de actividades de protección ambiental, conocimiento ecológico, comportamiento y habilidades que poseen los trabajadores.

Por su parte, para Shaker et al., (2024) las CV se refieren al cúmulo de conocimientos y habilidades sobre aspectos sustentables que desarrollan los individuos, quienes actúan en consecuencia de forma más responsable y consciente. A su vez, Sánchez et al., (2024) definen a las CV como las competencias que promueven el desarrollo sostenible considerando los aspectos sociales, económicos y ambientales.

Clasificación de las Competencias verdes y su importancia

Referente a la clasificación de las CV, Mungía (2022) distingue tres grupos: 1) técnicas para tareas verdes específicas, que permiten el desarrollo de productos y tecnologías emergentes y están sujetas a certificación; 2) competencias éticas medioambientales, representadas por valores y actitudes que regulan las acciones hacia el desarrollo sostenible, y 3) competencias genéricas verdes, son interdisciplinarias con visión de largo plazo para ejecutar transformaciones sostenibles. La figura 1 muestra diversas CV solicitadas en diferentes industrias y sectores económicos.

Figura 1.

Competencias verdes más destacadas en la industria

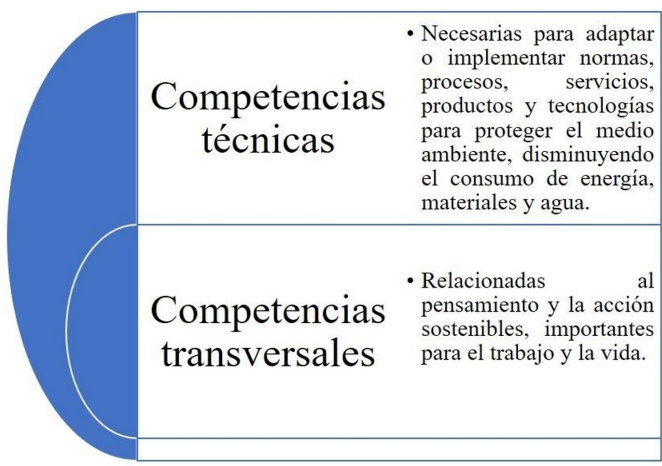


Nota. Elaborado con base en (Munguía, 2022; Urban et al., 2023).

Los tres tipos de competencias presentadas en la figura 1 requieren conocimientos, habilidades, actitudes y valores (CEDEFOP, 2012). No obstante, para incrementar las competencias técnicas son prioritarios los conocimientos y habilidades porque las actividades a desarrollar son especializadas, mientras que para consolidar las competencias éticas medioambientales se debe capacitar más en actitudes y valores, y para forjar competencias genéricas verdes, el adiestramiento se enfocaría en el perfeccionamiento de habilidades.

A su vez, el CEDEFOP (2022) clasifica a las CV en: 1) competencias técnicas, que pueden ser concretas de la labor o intersectoriales y 2) competencias transversales aplicables en todos los sectores económicos y ocupaciones. Esta clasificación se aprecia en la figura 2.

Figura 2.
Competencias verdes según CEDEFOP



Nota. Elaborado con base en CEDEFOP (2022).

Respecto a la importancia de las competencias verdes, es preciso mencionar que en los últimos tiempos algunos factores como la presión social y legal han obligado a las empresas a ocuparse de la gestión ambiental, por lo que éstas han empezado a adoptar prácticas ecológicas generando beneficios tales como, el aumento de la productividad y la competitividad (Qu et al., 2021).

De esta forma, desarrollar CV será preponderante para el crecimiento de cualquier economía, ya que desempeñan un rol importante para alcanzar la sostenibilidad, ayudando a las personas y organizaciones a adoptar prácticas y comportamientos más ecológicos (Sánchez et al., 2024).

Al respecto, Ali et al., (2023) consideran que en la época en la que el desarrollo sostenible ha generado mayor preocupación global, las CV son imprescindibles para el éxito y supervivencia de las organizaciones, lo que fomenta que los empleados incrementen sus habilidades y actitudes ecológicas.

De igual manera, Gómez et al., (2022) exponen que las CV son tan relevantes por su contribución a la industria 5.0 porque son el eje central de

una economía baja en carbono y emisiones, ya que pueden hacer más eficientes los recursos mediante redes inteligentes.

Las CV son necesarias para alcanzar la sostenibilidad ambiental empresarial abordando los desafíos actuales y futuros, por ello deben ser promovidas en todos los sectores y niveles de la organización, ya que apoyan a la conservación del medio ambiente, la eficiencia energética y del agua, la disposición apropiada de residuos, la promoción de formas de transporte sostenibles, la preservación de la biodiversidad, etcétera (Sánchez et al., 2024).

Por su parte, Cecere y Mazzanti (2017) mencionan que el fomento de las CV apoya la transición hacia una economía baja en carbono y reducción de uso de recursos, en donde los esfuerzos de las diferentes partes interesadas se suman para lograr una economía sostenible.

Dimensiones y escalas para medir competencias verdes

En relación con las dimensiones del constructo CV, hay un debate inconcluso de los factores que lo integran, así como de las escalas que lo miden. En este sentido, la tabla 1 presenta las dimensiones que diversos autores han identificado que integran a las CV.

A su vez, Sánchez et al., (2024) realizaron una revisión de literatura con el objetivo de identificar conceptos y dimensiones del constructo CV, concluyendo que las dimensiones más mencionadas fueron: conocimiento, actitud, habilidades, conciencia, comportamientos, análisis crítico y valores.

Tabla 1.
Dimensiones identificadas de las competencias verdes

Dimensiones	Autor
1. Habilidades ambientales 2. Responsabilidad 3. Conocimiento ambiental	Pedersen (1999)
1. Percepción 2. Motivos ambientales	Corral-Verdugo (2002)

1. Conocimiento verde 2. Habilidades verdes adquiridas 3. Habilidades verdes innatas 4. Conciencia verde 5. Actitud verde 6. Comportamiento verde	Cabral y Lochan (2019)
1. Conciencia ecológica 2. Conocimiento ecológico 3. Habilidades ecológicas	Wu et al., (2016)
1. Conocimientos necesarios 2. Habilidades requeridas	Esposito y Annakis (2016)
1. Competencias naturales 2. Competencias adquiridas	Subramanian et al., (2015)
1. Conocimiento ambiental 2. Habilidades ambientales	Fraijo-Sing et al., (2010)
Nota. Elaborado con base en Cabral y Lochan (2019).	

Ahora bien, respecto a las escalas para medir a las CV, en la literatura se aprecia que las opciones son limitadas. Una de las escalas ampliamente utilizada es la propuesta por Cabral y Lochan (2019) quienes de manera inicial realizaron una exhaustiva revisión bibliográfica detectando seis dimensiones basadas en la perspectiva de los Recursos Naturales; posteriormente, contrastaron sus hallazgos con datos procedentes de técnicas cuantitativas y cualitativas para evidenciar la fiabilidad y validez del concepto y de sus dimensiones.

Es importante señalar que, para asegurar la confiabilidad de las escalas de medición de CV, estas deben renovarse periódicamente debido a que las CV no son estáticas, sino que van actualizándose conforme a los avances tecnológicos, al contexto y la normatividad ambiental (Sánchez et al., 2024).

Las competencias verdes en el sector turístico

La industria del turismo es una de las que más beneficia a la economía y a la sociedad a nivel mundial, contribuyendo de manera importante al producto interno bruto de los países donde se realizan tales actividades; sin embargo, diariamente emplea gran cantidad de insumos generando consecuencias negativas para el medioambiente (Caviedes et al., 2024).

Actualmente, la sostenibilidad es un criterio que los clientes están considerando de manera más recurrente al momento de elegir a su proveedor de servicios turísticos, en virtud de que reflexionan más sobre los efectos que tienen sus actividades como turistas en el entorno (Simbaña et al., 2024). Por lo tanto, las empresas turísticas deben implementar estrategias para realizar acciones éticas y socialmente responsables (Moise et al., 2021).

Uno de los mecanismos que la industria turística puede utilizar para atender estos requerimientos sociales es la educación para la sostenibilidad, fomentando las CV con los empleados, quienes podrán realizar prácticas verdes en sus áreas de trabajo involucrando a los usuarios de sus servicios y a otras partes interesadas en beneficio de la sostenibilidad y la imagen empresarial (Ramos-Pla y Olondriz, 2023).

En este sentido, el conocimiento ecológico es fundamental para los trabajadores del sector turístico, puesto que les permite ser ecoalfabetizados, facilitándoles el reconocimiento de conceptos y comportamientos relativos a la sostenibilidad (Cabral y Lochan, 2019). Por ello, Gómez et al., (2022) mencionan que la transición hacia una economía circular amerita la educación de las futuras generaciones y de la fuerza laboral actual sobre la importancia de las CV y la necesidad de adquirirlas.

Los beneficios de las CV en las organizaciones son tan vastos, que diversos autores reportan sus hallazgos al estudiarlas en diferentes contextos, tal es el caso de Subramanian et al., (2015) quienes publicaron un artículo titulado Marco de competencias verdes: evidencia de China, en el que examinaron la influencia de las CV individuales en las prácticas verdes y los objetivos de desempeño de las organizaciones, en una muestra de 1,230 empleados que laboran en industrias clave de la ciudad costera de Ningbo. Los resultados de su estudio mostraron que las CV adquiridas se asocian de forma más positiva con las CV y el comportamiento verde de los individuos. Asimismo, demostraron empíricamente que verificar los atributos de las CV adquiridas permite a las empresas identificar el potencial de desempeño verde individual.

En el caso de la industria turística, Cabral y Lochan (2019) llevaron a cabo una amplia investigación en Kerala, India denominada Competencias verdes, desarrollo de constructos y validación de mediciones, cuyo objetivo

fue formular y validar una escala multidimensional y jerárquica para determinar las competencias verdes, específicamente en el contexto del turismo y la hostelería. Para tal efecto, utilizaron métodos mixtos que incluyeron revisión de literatura, entrevistas y encuestas.

El modelo propuesto fue probado empleando el modelado de ecuaciones estructurales por mínimos cuadrados parciales para evaluar su fiabilidad y validez. Los hallazgos permitieron obtener una escala reflexiva y multidimensional que comprende seis dimensiones: conocimiento verde, habilidad verde adquirida, habilidad verde innata, actitud verde, comportamiento verde y conciencia verde.

Caviedes et al., (2024) efectuaron una investigación en hoteles y aerolíneas colombianas, en la que identificaron que aplicando estas competencias se favorece a la sostenibilidad, mediante actividades como la gestión de los residuos y la eficiencia energética, mismas que se logran por medio del empleo de recursos renovables y tecnologías con énfasis en la ecoeficiencia, reduciendo con ello las afectaciones causadas en el medio ambiente y originando beneficios económicos, ambientales y sociales.

En Ecuador Simbaña et al., (2024) analizaron el desempeño climático y de sistemas sostenibles pasivos de un hotel en el centro de Catamayo, en virtud del potencial turístico y de las condiciones climatológicas que caracterizan al lugar. En esta investigación establecieron estrategias que posibilitan al edificio disminuir la radiación solar e incluir ventilación natural para reducir el consumo energético y mejorar la comodidad del hotel. Por lo que concluyeron que, las CV empleadas en el diseño urbano sostenible restan el consumo energético y previenen futuros problemas.

De igual forma, en Ecuador Montesdeoca-Calderón et al., (2020) hicieron uso de las CV para evaluar la incidencia de las prácticas verdes, la innovación sostenible y el manejo del desperdicio alimentario en la construcción del capital de marca de 120 restaurantes, encontrando que las prácticas verdes relativas a la formación del empleado y la innovación sostenible favorecen considerablemente a la disminución del desperdicio de alimentos y que éstas más la sensibilización del cliente, influyen positivamente en el capital de marca de los restaurantes.

Metodología

La investigación que se presenta es de tipo documental. Para tal efecto se llevó a cabo una revisión sistemática de literatura científica publicada en materia de CV y sostenibilidad siguiendo las directrices PRISMA ® (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*). Las bases de datos consultadas fueron ScienceDirect, Redalyc, Google académico y Scielo considerando el período 2015-2025. El proceso de revisión se realizó empleando cuatro fases: 1) búsqueda inicial, 2) búsqueda sistemática, 3) análisis y 4) presentación de resultados.

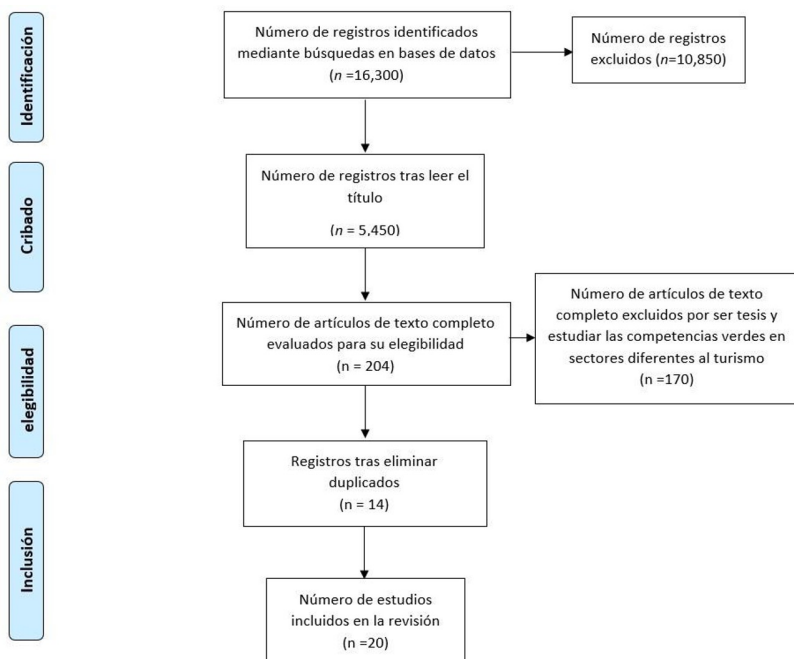
En la búsqueda inicial se colocaron las palabras competencias verdes, obteniéndose un total de 16,300 registros. Seguidamente, se incluyeron filtros como el período de análisis seleccionado, se emplearon los operadores booleanos AND y OR, así como las comillas según fuera requerido para los términos: competencias verdes, conocimientos verdes, habilidades verdes, actitudes verdes, sostenibilidad, turismo, restaurantes y hoteles.

Se establecieron como criterios de inclusión recuperar trabajos empíricos y de revisión publicados en idioma inglés y español, mientras que los criterios de exclusión fueron no considerar tesis de ningún nivel académico, ni trabajos empíricos realizados en sectores diferentes al turismo. No se pusieron restricciones respecto al país de origen.

Asimismo, se analizó el resumen, métodos y resultados de los documentos disponibles, seleccionando aquellos que cumplieran con los criterios previstos para alcanzar el objetivo de investigación, obteniéndose un total de 20 registros como se muestra en la figura 3. Subsiguientemente, se organizó la información para su presentación.

Figura 3.

Diagrama de flujo del proceso de revisión



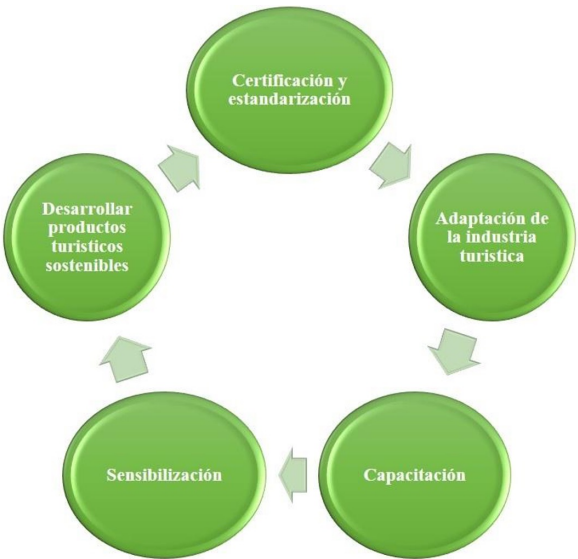
Nota. Elaborado con base en la metodología PRISMA.

Resultados

Es preciso destacar que derivado de una amplia revisión de literatura, la mayor cantidad de artículos disponibles proceden de países desarrollados. De esta manera, los principales retos que presentan las CV en la actividad turística, particularmente en los servicios de hotelería y restauración se muestran en la figura 4.

Figura 4.

Principales retos de las competencias verdes en los servicios de hotelería y restauración



Nota. Elaborado con base en (Aynalem et al., 2016; Becker et al., 2024; Benslimane y Benghalem, 2024; Cabral y Lochan, 2019; Carreón et al., 2022; Caviedes et al., 2024; CEDEFOP, 2012; Gómez et al., 2022; Moise et al., 2021; Ramos-Pla y Olondriz, 2023; Sánchez et al., 2024; Urban et al., 2023).

A continuación, se analiza en qué consiste cada uno de los retos presentados en la figura 4.

1. Certificación y estandarización

Es necesario que las empresas de restauración y alojamiento trabajen por lograr certificaciones que aseguren que sus prácticas son responsables y que garantizan su sostenibilidad y la de los destinos turísticos (Carreón et al., 2022). Algunos ejemplos de estas certificaciones son: las normas internacionales ISO 14000 que establecen criterios de sustentabilidad (Aynalem et al., 2016).

En México, existe el Estándar de Competencia EC0612 titulado Aplicación de Prácticas Verdes en su Área de Trabajo por el Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales

(CONOCER), el cual está orientado a la implementación de prácticas sostenibles en los centros laborales (Carreón et al., 2022).

Respecto a los distintivos, existe el Green Key otorgado por la Fundación para la Educación Ambiental (FEE) por cumplir estándares de sustentabilidad, en México se dispone de los distintivos Hotel Verde, Hotel Hidro Sustentable y la norma mexicana NMX-171 (Fraguell, 2016). Es importante señalar que estos elementos no son de carácter obligatorio, pero sí son deseables porque generan reconocimiento y prestigio a la organización que las posee (Martínez-Rubio et al., 2021).

2. Adaptación de la industria turística

Para transitar a una economía sostenible es esencial realizar inversiones en infraestructura verde ya que, en países en vías de desarrollo, dicha infraestructura todavía es incipiente, lo cual limita el desarrollo turístico. De igual forma, adquirir equipos y tecnologías amigables con el medio ambiente pueden contribuir a este fin; por ejemplo, monitorizar niveles de radiación, medir la sostenibilidad y diseñar instalaciones de bombas de calor (Echavarria et al., 2015).

Estas acciones, además de contribuir al bienestar de los destinos turísticos generan una fuente de ventaja competitiva a la empresa turística por el costo de oportunidad que representan los recursos no utilizados al implementar equipos de ecoeficiencia (Urban et al., 2023). En este sentido, Martínez-Rubio et al., (2021) mencionan que, el ahorro de recursos está relacionado con las tres erres reducir, reutilizar y reciclar, acciones que son percibidas favorablemente por los empleados al percatarse de su aportación al cuidado ambiental y que la implementación de tecnologías verdes en empresas turísticas genera varios beneficios, destacándose la disminución de efectos negativos en la calidad del aire, el agua y el suelo.

3. Capacitación

Las tendencias actuales del turismo sostenible demandan que la fuerza laboral adquiera nuevas habilidades, por lo que desde la academia se pueden fomentar las CV para abordar la escasez y la brecha de habilidades verdes que la industria solicita.

Al respecto, el CEDEFOP (2012) señala que la falta de personal especializado se debe a la baja motivación de los jóvenes por estudiar

disciplinas STEM, por lo que para impartir competencias verdes es necesario examinar planes de estudio, estándares de cualificación y programas de formación actuales, así como capacitar a docentes y formadores.

Es imprescindible adiestrar a los empleados del sector turístico en temas vinculados a la sostenibilidad. En este sentido, Cabral y Lochan (2019) concluyen que la capacitación ecológica como parte fundamental de las funciones de la Gestión Verde de Recursos Humanos es esencial para inculcar CV en los empleados de una organización. Por su parte, Gómez et al., (2022) mencionan que en China ya se conoce el término talento verde, para referirse a profesionales que poseen CV, lo cual supone una fortaleza para las organizaciones del ramo.

La capacitación integral sobre prácticas verdes en hoteles y restaurantes se debe llevar a cabo en los procesos de abastecimiento, limpieza, métodos de cocción y mantenimiento para aprender técnicas sobre maximización de recursos, uso adecuado de los productos, separación y gestión de residuos (Caviedes et al., 2024).

4. Sensibilización

Otro gran reto es generar conciencia en los clientes, lo cual implica explicarles las prácticas sustentables que desarrolla la organización, para ello es necesario establecer un vínculo con los huéspedes y comensales. Según Caviedes et al., (2024), en el caso de los hoteles, estas relaciones las puede generar el personal del área de recepción, las camareras, personal de mantenimiento y de manera especial la alta dirección.

Respecto a los restaurantes, Benslimane y Benghalem (2024) mencionan que gran parte del desperdicio de alimentos a nivel mundial procede de esta actividad y proponen el reciclaje de alimentos como práctica verde para reducir los desechos.

Por su parte, Binz y De Conto (2019) plantean que en el sector alimentos y bebidas, la gestión de la gastronomía sustentable genera reducción de costos, propicia la salud de los clientes, mejorando la imagen que estos establecimientos tienen con las diferentes partes interesadas.

5. Desarrollar productos turísticos sostenibles

Caviedes et al., (2024) mencionan que el 90% de los huéspedes optan por hoteles verdes y el 34% cubriría precios más altos por productos y servicios

sostenibles. Por lo que diversos autores (Becker et al., 2024; Binz y De Conto, 2019; Caviedes et al., 2024; Martínez-Rubio et al., 2021; Moise et al., 2021; Ramos-Pla y Olondriz, 2023; Sánchez et al., 2024) sugieren a las empresas turísticas realizar prácticas verdes como las siguientes:

- Disminuir el desperdicio
- Fomentar la eficiencia energética
- Compostaje
- Uso de materiales y recursos renovables
- Implementar las tres erres: reducir, reutilizar y reciclar
- Gestión de la demanda turística
- Disposición y gestión adecuada de residuos
- Planificar las comidas
- Almacenar adecuadamente los alimentos considerando fechas de caducidad
- Lavado de los elementos de cocina
- Planeación en los procesos de producción y abastecimiento
- Selección de proveedores verdes
- Gestión de la gastronomía sustentable que refiere a la producción de alimentos con tradición y calidad de manera sostenible.

La figura 5 resume las oportunidades más desatacadas de las competencias verdes en la actividad turística, específicamente en los servicios de hotelería y restauración.

Figura 5.

Principales oportunidades de las competencias verdes en hoteles y restaurantes



Nota. Elaborado con base en (Benslimane y Benghalem, 2024; CEDEFOP, 2022; ONU, 2024; Ramos-Pla y Olondriz, 2023).

1. Inclusión de competencias verdes en programas de formación

La evolución energética y el proceso de descarbonización de la economía han moldeado las tendencias laborales, propiciando la aparición de empleos verdes, los cuales demandan personal con conocimientos y cualificaciones pertinentes al nuevo contexto, generando la necesidad de adaptar los procesos de formación (Larrea y Fernández, 2023).

Es por ello que, Sánchez et al., (2024) exponen que es indispensable que las CV sean consideradas en la educación, porque son aliadas para fomentar la cultura y la economía verde en la sociedad y que desde la academia se debe capacitar a los futuros empresarios y empleados para trabajar en industrias socialmente responsables. De esta manera, será necesario revisar los planes de estudio, los estándares de cualificación y los programas de formación existentes para impartir CV a las presentes y futuras generaciones (CEDEFOP, 2022).

A su vez, Gómez et al., (2022) coinciden en que el gobierno debería incluir a las CV en los programas de estudio de las universidades para proveer a los alumnos de diferentes áreas del conocimiento, las competencias para satisfacer los requerimientos de la industria verde y de la industria en general, pues de las CV que estos adquieran dependerá el éxito de las prácticas verdes que los futuros profesionistas lleven a cabo en las organizaciones.

De igual forma, Binz y De Conto (2019) señalan que es necesario el desarrollo de nuevos saberes, que fusionen conocimiento, técnicas y tecnologías que reduzcan los impactos ambientales, maximicen el desempeño económico y consideren la cultura y los valores de las comunidades.

2. Capacitar a formadores en competencias verdes

La actual necesidad de equilibrar el desarrollo económico con las necesidades sociales y ambientales incrementará la demanda de determinadas ocupaciones que requieren un nivel de cualificación medio, dentro de estas se pueden mencionar algunos ejemplos: auditores energéticos, electricistas,

instaladores de vehículos eléctricos, entre otros (CEDEFOP, 2012). Por tanto, para consolidar las CV se debe capacitar a docentes y formadores, ya que su apoyo es fundamental para lograr este objetivo, pues una población con mejor educación aporta de forma más consciente y activa al desarrollo (Carreón et al., 2022).

3. Avances en energías renovables

De acuerdo con la ONU (2024) una de las áreas de la agenda 2030 en las que más se ha logrado avanzar desde su planteamiento en 2015, es en el desarrollo de energías renovables, este hecho indica que los esfuerzos realizados han sido positivos para lograr una transición energética justa.

En el caso de los hoteles, reciben el reconocimiento por cumplimiento de prácticas de sostenibilidad y responsabilidad aquellos que utilizan tecnologías para obtener energías renovables y disminuir con esto la electricidad que consumen, como ejemplo se encuentran los hoteles que instalan paneles solares; asimismo, las empresas que invierten para cambiar el tipo de combustible de diésel a eléctrico empleando dichas energías alternativas para el equipo terrestre que utilizan (Caviedes et al., 2024).

4. Reciclaje de alimentos

El desperdicio de alimentos está generando cada vez mayor preocupación a nivel internacional, pues produce costos de materias primas no utilizadas, uso indiscriminado de recursos directos e indirectos para su fabricación, ocasionando emisiones de gases de efecto invernadero derivado del transporte y de la desintegración de los alimentos en los vertederos, siendo los restaurantes los mayores consumidores responsables de estos acontecimientos (Montesdeoca-Calderón et al., 2020).

Ante este reto, surge el reciclaje de alimentos que ha ganado cada vez mayor interés como alternativa factible para disminuir el desperdicio alimentario generado en diversos contextos, particularmente, el que procede de la industria de la restauración (Benslimane y Benghalem, 2024).

Ahora bien, el reciclaje de alimentos consiste en transformar restos de comida o subproductos en platillos nuevos, disminuyendo así los residuos y fomentando la responsabilidad ambiental, lo cual está alineado con el ODS 12 referente a la producción y consumo responsable (ONU, 2021).

Esta práctica permite a las organizaciones evitar las consecuencias económicas vinculadas a las pérdidas que generan los desperdicios alimentarios; medioambientales, por los residuos que terminan en los basureros y sociales porque se promueve la conciencia ambiental en los clientes (Montesdeoca-Calderón et al., 2020).

5. Innovación verde

Las ecoinnovaciones son soluciones derivadas de las necesidades sociales, económicas y ambientales que las organizaciones llevan a cabo empleando energías limpias, desarrollando empleos verdes, entre otras acciones responsables alineadas al desarrollo sostenible (Cecere y Mazzanti, 2017). En esta línea Simbaña et al., (2024) sustentan que estas innovaciones verdes emanan de la demanda de los turistas por contratar servicios sostenibles para que su huella ecológica sea baja.

Al respecto, Fraguell (2016) menciona que las organizaciones que emprenden innovaciones verdes emplean energías renovables, utilizando tecnologías eficientes, lo cual debe documentarse para medir el progreso del consumo energético considerando la afluencia de clientes y las actividades desarrolladas; en términos de limpieza y lavado, limitan el uso de productos químicos; respecto a las áreas verdes, realizan el riego en horas de menos calor, restringen el tránsito nocturno y facilitan la realización de actividades al aire libre respetuosas con el medio ambiente.

Por su parte, Montesdeoca-Calderón et al., (2020) se refieren a este rubro como innovación sostenible, que contribuye ampliamente a la reducción del desperdicio alimentario y que, sumada a las prácticas verdes tales como el reciclaje, compostaje, equipamiento energético y uso eficiente del agua, suministros de limpieza eco amigables, sostenibilidad de los menús, abastecimiento local y compras verdes influyen positivamente en el capital de marca de los restaurantes que las realizan.

A su vez, De Niz y Nájera (2023) exponen que los restaurantes en donde analizaron este tipo de innovaciones realizan prácticas sustentables en tres áreas: 1) gestión de residuos, elaborando compostas, realizando la disposición del aceite residual, disminución del desperdicio de alimentos, actividades de concientización sobre la gestión de residuos orgánicos y el reciclaje de

residuos sólidos; 2) alimentos y menús sustentables, instalan huertos de autoconsumo para abastecerse de hierbas comestibles y vegetales, eliminan el uso de fertilizantes químicos en los jardines, ofrecen opciones de menú saludables mediante métodos de cocción apropiados, utilizan productos orgánicos locales y ofrecen porciones reducidas y 3) eficiencia de recursos como agua y electricidad por medio del uso de sistemas de reciclaje de aguas residuales y eficiencia energética de electrodomésticos.

Conclusiones

Este estudio analizó los principales retos y oportunidades de las competencias verdes en la actividad turística, con énfasis en los servicios de hotelería y restauración. En esta revisión se detectó que la literatura en materia de CV aun es limitada, especialmente en el contexto latinoamericano. Asimismo, se identificaron como principales retos las necesidades de certificación y estandarización, la adaptación de la industria turística principalmente en lo relativo a infraestructura verde, la sensibilización ambiental de los clientes y el desarrollo de productos turísticos sostenibles.

Asimismo, se encontraron que las oportunidades que ofrece el entorno para consolidar las CV en el contexto turístico son, la inclusión de competencias verdes en programas de formación, capacitación a formadores en competencias verdes, avances en energías renovables, reciclaje de alimentos y las posibilidades de realizar innovación verde.

Se puede concluir que propiciar competencias verdes en los colaboradores de las organizaciones del sector turístico genera múltiples beneficios para las organizaciones porque inciden en la productividad y competitividad de las mismas a través del reconocimiento y prestigio que adquieren por ser socialmente responsables, así como la disminución de costos por el uso de energías limpias y gestión de los residuos que pueden ser reintegrados a la economía. Por lo anterior, es necesario que las organizaciones del sector estudiado consideren las oportunidades identificadas para afrontar los retos que enfrentan constantemente y les permitan seguir operando de manera exitosa.

Este estudio fue un acercamiento al tema de las CV empleando la investigación documental como método de recopilación de datos, obteniéndose hallazgos que permiten visualizar como el entorno puede favorecer su puesta en marcha y los beneficios que generan. Sin embargo, se recomienda para futuras líneas de investigación evaluar de manera empírica los efectos que tienen estas competencias en el sector estudiado aplicando enfoques tanto cualitativos como cuantitativos que incrementen el diseño y validación de instrumentos de medición para fortalecer el estado del arte de las CV en la industria turística.

En suma

Las competencias verdes en el ámbito laboral son el conjunto de conocimientos, habilidades, actitudes y valores que los empleados poseen y que les facilita realizar prácticas sostenibles en favor de las organizaciones para las que trabajan y para las diferentes partes interesadas.

Las competencias verdes son un constructo emergente que nace por la necesidad de que la fuerza laboral y las organizaciones contribuyan a los ODS para garantizar el bienestar de toda la población en términos ambientales, sociales y económicos. A la fecha, el concepto y dimensiones de las competencias verdes no ha sido unificado y el número de escalas disponibles para medirlas es limitado. Sin embargo, algunos autores han intentado medirlas en función de los componentes que más se han reportado en la literatura sobre el tema; siendo estos: conocimientos, habilidades, actitudes y valores.

Existen diferentes tipos de competencias verdes, algunas requieren mayor especialización que otras, dependiendo de la industria y de la actividad que se desarrolle. En este capítulo, se presentaron dos aproximaciones que intentan clasificarlas respecto al grado y tipos de competencias que implican.

En el sector turístico, particularmente en los servicios de hotelería y restauración existen muchos retos que abordar, así como áreas de oportunidad para la mejora continua. Dentro de los retos más sobresalientes

se encuentran: la certificación y estandarización de las competencias, que, si bien existen algunos estándares internacionales y nacionales, así como distintivos por buenas prácticas en el sector, aunque no son obligatorias si son deseables por el prestigio que otorgan a la organización que las adquiere. Otro reto es la adaptación de la industria turística.

De igual forma, la capacitación de la actual y futura fuerza laboral en temas vinculados a la sustentabilidad, la sensibilización de empleados y turistas para que se involucren y acepten seguir las prácticas verdes, así como el desarrollo de productos turísticos sostenibles. Respecto a las oportunidades, las más destacadas son las siguientes: incluir las competencias verdes en programas de formación, capacitar a formadores en competencias verdes, los avances significativos en energías renovables, el reciclaje de alimentos y la innovación verde.

Referencias

- Ali, M., Malik, M., Zafar, M., Chiappetta, C. J., Lopes de Sousa, A. B., y Latan, H. (2023). Green means long life-Green competencies for corporate sustainability performance: A moderated mediation model of green organizational culture and top management support. *Journal of Cleaner Production*, 427. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.139174>
- Aynalem, S., Birhanu, K., y Tesefay, S. (2016). Employment Opportunities and Challenges in Tourism and Hospitality Sectors. *Journal of Tourism & Hospitality*, 05(06), 1—5. <https://doi.org/10.4172/2167-0269.1000257>
- Binz, P., y De Conto, S. M. (2019). Gestión de la Gastronomía Sustentable. Prácticas del sector de alimentos y bebidas en hospedaje. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 28(2), 507—525. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180760431014>
- Becker, S. E., Contrera, M., Franco, S. D., Arrúa, K., Caballero, H., y Dinatale, M. C. (2024). Proyecto Green: una propuesta para promover emprendimientos sociales, verdes y digitales green. *Revista Científica UPAP*, 4(2), 127—131. <https://revistadebates.xoc.uam.mx/index.php/debinnovacion/article/view/76>
- Benslimane, A., y Benghalem, A. (2024). Marketing verde en la industria de la restauración: un enfoque en Comida reciclada. *Management and Social Perspectives*, 1, 37—61. https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:FvrvAbd_k9oJ:scholar.google.com/+food+upcycling+in+restaurants&hl=es&as_sdt=0,5
- Cabral, C., y Lochan, R. (2019). Green competencies: Construct development and measurement validation. *Journal of Cleaner Production*, 235, 887—900. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.07.014>

- Carreón, M., Aguilar, A., Alvarez, M. M., y Delgado, M. L. (2022). Optimización Del Proceso Enseñanza-Aprendizaje Del Tecnológico Nacional De México/It Bahía De Banderas, Mediante La Inserción De Certificación De Competencias Laborales En La Estrategia Didáctica. *International Journal of Human Sciences Research*, 2(31), 1—11. <https://doi.org/10.22533/at.ed.5582312205105>
- Caviedes, N. P., Mateus, R. F., Pérez, M. J., Riaño, L. A., y Valencia, H. (2024). Sostenibilidad y economía circular aplicado turismo, hotelería y aerolíneas, experiencias desde la academia. En Catálogo (Ed.), *Explorando la sostenibilidad en servicios turísticos. Un enfoque formativo desde la investigación* (pp. 1—152). Institución Universitaria Politécnico Gran colombiano. <https://revistas.poligran.edu.co/index.php/libros/article/view/4583/4851>
- Cecere, G., y Mazzanti, M. (2017). Green jobs and eco-innovations in European SMEs. *Resource and Energy Economics*, 49, 86—98. <https://doi.org/10.1016/j.reseneeco.2017.03.003>
- CEDEFOP. (2012). Green skills and environmental awareness in vocational education and training. En Publications Office of the European Union (Issue 24). <https://doi.org/10.1080/09500693.2018.1550274><https://doi.org/10.1177/0973408217725861><https://doi.org/10.1080/13504622.2017.1334876>[https://www.rvo.nl/sites/default/files/2016/11/Green technology and sustainable solutions in Malaysia.pdf](https://www.rvo.nl/sites/default/files/2016/11/Green%20technology%20and%20sustainable%20solutions%20in%20Malaysia.pdf)<http://www.coll>
- CEDEFOP. (2022). Work-based learning and the green transition. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/0a8fa658-5e59-11ed-92ed-01aa75ed71a1/language-en>
- De Niz, A. y Nájera, A. (2023). La sustentabilidad en la industria de restaurantes: prácticas, desafíos y oportunidades. *Suma de negocios*. 14 (31), 164 - 173.

https://revistasumadenegocios.konradlorenz.edu.co/wp-content/uploads/2023/08/08_RSN_1431_Sustentabilidad.pdf

- Echavarria, M., Zavala, P., Coronel, L., Montalvo, T., y Aguirre, L. M. (2015). Infraestructura Verde en el Sector de Agua Potable en América Latina y el Caribe: Tendencias, Retos y Oportunidades. En *EcoDecisión*. <https://bvearmb.do/handle/123456789/3303>
- Fraguell, R. M. (2016). Las certificaciones ambientales como nuevos instrumentos de gestión turística. El caso de The Green Key. Departamento de Geografía de La Universidad de Girnoa, 233—245. <https://e-archivo.uc3m.es/rest/api/core/bitstreams/3712473d-57b1-43ef-937d-d330a37b0453/content>
- Gómez, A., Ponzoa, J. M., y Mas, J. M. (2022). Go green in a greener world. *International Humanities Review*, 11(Monografico), 2—9. <https://doi.org/10.37467/revhuman.v11.4101>
- Larrea, M., y Fernández, J. (2023). Empleo verde. Análisis del concepto y situación en la Comunidad Autónoma del País Vasco. *Onati Socio-Legal Series*, 13(6), 1926—1954. <https://doi.org/10.35295/OSLS.IISL.1780>
- Martínez-Rubio, K., Delgado-Cruz, A., y Vargas-Martínez, E. E. (2021). Adopción de tecnologías verdes y su influencia en las prácticas de responsabilidad ambiental. Percepciones de los trabajadores de hoteles. *Estudios Gerenciales*, 37(161), 532—541. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2021.161.4071>
- Moise, M. S., Gil-Saura, I., y Ruiz-Molina, M. E. (2021). Efectos de las prácticas verdes en la lealtad: propuesta de un modelo para el entorno hotelero colombiano. *Estudios Gerenciales*, 37(160), 425—438. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2021.160.4072>

- Montesdeoca-Calderón, M. G., Gil-Saura, I., y Ruiz-Molina, M. E. (2020). ¿Cómo influyen las prácticas verdes y el manejo del desperdicio alimentario en el capital de marca de los restaurantes? *Estudios Gerenciales*, 36(154), 100—113. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2020.154.3349>
- Munguía, R. (2022). Las competencias verdes y la importancia de su inclusión transversal en los modelos pedagógicos. <https://www.youtube.com/watch?v=dr1o1bmSW6I>
- ONU. (2021). Si no actuamos, nos quedamos sin planeta: la ONU lanza un plan a diez años para restaurar los ecosistemas dañados. <https://news.un.org/es/story/2021/06/1492922>
- ONU. (2024). Con menos de una quinta parte de las metas encaminadas, el mundo no está cumpliendo la promesa de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, advierte un nuevo informe de la ONU. <https://www.un.org/en/with-less-than-one-fifth-of-targets-on-track#:~:text=The report reveals that only,one-third stalled or regressing>.
- Qu, X., Khan, A., Yahya, S., Zafar, A. U., y Shahzad, M. (2021). Green core competencies to prompt green absorptive capacity and bolster green innovation: the moderating role of organization's green culture. *Journal of Environmental Planning and Management*, 1—26. <https://doi.org/10.1080/09640568.2021.1891029>
- Ramos-Pla, A., y Olondriz, A. (2023). Construyendo un mundo sostenible: ODS clave para el cambio (A. Ramos y A. Valverde (eds.). Dykinson. <https://www.dykinson.com/libros/construyendo-un-mundo-sostenible-ods-clave-para-el-cambio/9788411706322/>
- Sánchez, J. E., Saldaña, C. Estela, y Contreras, A. (2024). Competencias verdes y sus dimensiones: Una revisión de la literatura. En *Gestión Financiera Desarrollo Económico y sustentabilidad de las organizaciones en la era postcovid* (Primera, pp. 1—199). Universidad

Juárez del Estado de Durango.
<https://books.googleusercontent.com/books/content?req=AKW5Qad7LEFq9fHwHFuutgAff8VmfQJj48j0EjPpG61Yci5nhhfxcK1YVVUTqtII2m1LaREwDoTzjhGsx-2lf89NAgPJ4S4TfTuVucHV4EevbF3Y94WEw9PtqUuPwu0T6a21Wnfwx495w3LEtQqUSlrcqhT8dyhleipi4QEDAkSU3c3XZ1kHuGfyX1uuj2VSo9ifQeo>

Shaker, R., Mady, K., Lebda, S. E., y Elmantawy, E. S. (2024). The effect of green competencies and values on carbon footprint on sustainable performance in healthcare sector. *Cleaner and Responsible Consumption*, 12, 1—11. <https://doi.org/10.1016/j.clrc.2024.100179>

Simbaña, P. R., Arias, M. P., Arroba, J. F., García, C. V., y Obando, M. G. (2024). Análisis del desempeño climático y de sistemas sostenibles pasivos del hotel “Ciudad de Catamayo” en el centro de Catamayo. *Revista Científica de Arquitectura y Urbanismo Eídos*, 17(23), 97—108. <https://doi.org/10.29019/eidos.v17i23.1279>

Subramanian, N., Abdulrahman, M. D., Wu, L., y Nath, P. (2015). Green competence framework: Evidence from China. *International Journal of Human Resource Management*, 1 — 22. <https://doi.org/10.1080/09585192.2015.1047394>

Urban, P., Rizos, V., Ounnas, A., Kassab, A., y Kalantaryan, H. (2023). Jobs for the green transition: definitions, classifications and emerging trends. *En transeu networks*. <https://www.ceps.eu/ceps-publications/jobs-for-the-green-transition/>

CAPÍTULO 4

BIENESTAR LABORAL EN EL SECTOR TURÍSTICO

Enrique Roberto Peralta Mazariego

Universidad Tecnológica de Cancún / Universidad Virtual del Estado de Guanajuato

<https://orcid.org/0000-0001-9197-879X>
mazariego27@hotmail.com

Introducción

El turismo constituye una de las industrias más relevantes a nivel global, con un impacto económico, social y ambiental considerable. Además, representa un sector clave para la economía, al contribuir significativamente al Producto Interno Bruto (PIB) y a la generación de empleo (Medina-Garrido et al., 2023).

En el sector turístico las condiciones laborales son muy estresantes, derivado de la pandemia por el COVID-19 se incrementaron los riesgos y seguridad laboral (despidos, ansiedad, estrés). Por ello fomentar el bienestar laboral resulta fundamental para este sector, ya que favorecen la productividad, la satisfacción, el compromiso y la salud de las personas.

En este sentido ha surgido el interés de investigar cómo las dimensiones conflicto trabajo-familia (CFT), políticas laborales y apoyo organizacional tienen correlación en el bienestar laboral (Medina-Garrido et al., 2023).

Por su parte (Nafees & Hamid (2024), indican que las organizaciones han puesto un interés en el bienestar de las personas (su vida laboral y personal), debido a la relación directa que tiene con su desempeño laboral.

Por ello, fomentar la felicidad y el bienestar personal mejora la calidad de vida, genera entorno más saludables, incentiva la productividad, reduce el estrés y el *burnout*, incrementa la satisfacción y el compromiso laboral promoviendo la participación en iniciativas sociales, lo que a su vez fortalece la calidad del servicio y la competitividad en el sector turístico (Hernández et al., 2024).

Implementar estrategias como proceso de reclutamiento equitativo, equidad e inclusión laboral, desarrollo profesional, reconocimientos,

incentivos, entre otras, fortalecen el bienestar emocional y el sentido de pertenencia con la organización (Jaskeviciute et al., 2021).

Derivado de lo anterior Jaskeviciute (2021) menciona que si un colaborador siente el apoyo por parte de su organización se sentirá más satisfecho, sentirá menos estrés y agotamiento y como beneficio adicional tendrá sentido de pertenencia lo que hará que permanezca más tiempo en la organización.

La responsabilidad social organizacional y el bienestar laboral están estrechamente ligados, por ello se debe abordar, dimensiones, antecedentes, estudios e implementaciones. En el capítulo se hace un análisis de los factores que inciden en el bienestar laboral, con el objetivo de orientar tanto la investigación académica como las intervenciones institucionales hacia la mejora de la calidad de vida en el trabajo y el fortalecimiento de la responsabilidad social empresarial.

Con este capítulo se busca ofrecer un panorama del bienestar laboral en el sector turístico, revisando bases teóricas, su relación con la salud del colaborador y modelos psicosociales investigaciones en organizaciones del sector. El capítulo se divide de la siguiente manera: fundamentos del bienestar laboral, conceptos y dimensiones del bienestar laboral, salud en el bienestar laboral e investigaciones sobre bienestar laboral en empresas del sector turístico.

Fundamentos del bienestar laboral

En primer momento se abordan los conceptos básicos del bienestar laboral, para tener un marco de referencia en el sector turístico e identificar que elementos son los que ocasionan el estrés laboral.

Actualmente el constructo de bienestar laboral es un fenómeno biopsicosocial que incluye la salud física, mental y social de los colaboradores (Wallace, 2022). El bienestar laboral debe ser abordarse desde la percepción de la persona de sentirse plena, satisfecha y con propósito en su entorno laboral. Existen dos enfoques filosóficos: el hedónico, centrado en el placer, que incluye emociones positivas y satisfacción con la vida; y el eudaimónico,

enfocado en el desarrollo personal y el sentido de significado. Con esto, el bienestar integra satisfacción y propósito a la vida laboral (Kozusznik et al., 2023).

El bienestar hedónico, se enfoca en las emociones que las personas experimentan y que puede variar de acuerdo a la situación en determinado tiempo, en el entorno laboral sería, la jornada laboral, su desempeño en ella, las tareas asignadas, el apoyo recibido por su jefe inmediato, la relación con sus compañeros, es decir, cada día laborado se pueden experimentar sentimientos distintos (Ray, 2021).

El bienestar eudaimónico, se enfoca en el desarrollo personal, relacionándose con el bienestar psicológico, es decir, las personas lo experimentan cuando realizan actividades que les dan tranquilidad mental y se asocian con sus propias creencias o valores (Waterman, 1993; Ryan & Deci, 2001).

En este sentido Bartels et al., (2019), mencionan que son enfoques complementarios y deben analizarse de manera integral para poder comprender mejor el fenómeno del bienestar laboral, es decir, analizar emociones y satisfacción (enfoque hedónico) y sentido de vida, propósito y crecimiento personal (enfoque eudaimónico).

Bajo esta perspectiva, Warr (2011) propuso un modelo de bienestar laboral con tres dimensiones: 1) emociones positivas o negativas, 2) ansiedad y comodidad, y 3) tristeza-entusiasmo.

Por su parte, Grawitch et al., (2006) indican que las organizaciones deben priorizar el bienestar laboral de los colaboradores, ya que la productividad estará estrechamente relacionado a la salud de las personas y puede contribuir a reducir los costos por enfermedades y ausentismo. Por ello, un colaborador feliz dará resultados positivos a la organización, lo cual se logrará con estrategias que promuevan el bienestar laboral, enfocadas en las necesidades del personal, es importante enfatizar que el personal debe sentir que la organización confía en ellos, por eso estas estrategias no deben buscar atender las necesidades de la organización (Jaskeviciute, 2021).

Algunas estrategias enfocadas en el personal que contribuyen al bienestar laboral son: capacitación integral, retroalimentación positiva,

bienestar laboral son: capacitación integral, retroalimentación positiva, distribución de tareas o reconocimiento de logros, con estas acciones se disminuye el estrés, se elevan los niveles de satisfacción laboral, el sentido de pertenencia y, motivando así al personal en confiar en la organización (Castro-Casal et al., 2024).

Otras estrategias que los colaboradores pueden percibir como apoyo de la organización son las enfocadas a los beneficios para sus familiares y desarrollo profesional, con las que se incrementa el compromiso y satisfacción laboral y disminuye la fatiga y la rotación (Medina-Garrido et al., 2023). Estas acciones en el sector turístico son de gran beneficios ya que las jornadas extendidas por lo general generan aspectos negativos como la fatiga, el desgaste o el estrés.

En este sentido, las organizaciones deben comprometerse con el bienestar mental, físico y social del personal, ya que una organización que se preocupa por el bienestar en sus colaboradores contribuye a reducir la ansiedad, el agotamiento, el estrés y crea una cultura organizacional basada en la confianza y el cuidado (Dollard & Bailey, 2021).

Por su parte, Bakker & Demerouti (2017) desarrollaron el modelo Job Demands-Resources (JD-R) el cual ha sido utilizado en el sector turístico para explicar las exigencias de las jornadas laborales y como los recursos disponibles intervienen en el bienestar o desgaste de los colaboradores, es decir, la sobrecarga de trabajo o la distribución injusta de tareas son factores que disminuyen el bienestar y el apoyo del jefe inmediato, la confianza y la autonomía lo incrementan.

Cuando se menciona bienestar laboral sin duda se debe hacer referencia a la satisfacción laboral, si un colaborador se siente reconocidos, tienen tareas de acuerdo a sus funciones, están felices y se encuentran en un ambiente laboral favorable, se infiere que hay un alto nivel de satisfacción laboral, donde dimensiones como: liderazgo, comunicación, relaciones interpersonales o responsabilidad social, juegan un papel fundamental en el bienestar laboral, por eso es importante realizar estrategias que lo fortalezcan, ya que darán beneficios al personal y a la organización (Astuti et al., 2023; 2024).

Un líder que fomenta la empatía, inspira, da confianza, da acompañamiento y tiene una visión integral, es pieza clave en el bienestar laboral, se ha demostrado que este tipo de liderazgo contribuye a la disminución del estrés, el agotamiento y eleva la satisfacción laboral (Arnold, 2017).

En el sector turístico es importante fomentar la comunicación efectiva, la confianza, el trabajo colaborativo seguridad laboral, así los colaboradores tendrán mayor sentido de pertenencia y percibirán un ambiente laboral sano (Edmondson & Lei, 2014).

Promover el bienestar laboral se ha convertido en un signo de responsabilidad social organizacional en el sector turístico, las organizaciones que tienen acciones con este enfoque tienden a presentar mayores niveles de competitividad, menores tasas de rotación y son reconocidas como empresas sostenibles, siendo esto un componente estratégico de ventaja competitiva en el mercado (Parent-Lamarche et al., 2021).

Se puede decir que el bienestar laboral es el resultado de factores individuales de los colaboradores: las emociones y motivaciones, relaciones interpersonales y apoyo con su jefe inmediato y compañeros., y acciones por parte de la organización (estrategias, políticas, clima organizacional y cultura corporativa. En el sector turístico donde los colaboradores son exigidos físicamente, mentalmente y emocionalmente el bienestar laboral toma una relevancia importante, ya que existen condiciones laborales cambiantes, que pueden afectar su salud y rendimiento de forma negativa (Nafees & Hamid, 2024).

Conceptos y dimensiones del bienestar laboral

Distinguir las dimensiones (afectiva, motivacional, conductual, cognitiva y psicosomática) y los enfoques hedónico y eudaimónico permite al gestor turístico intervenir donde realmente duele: emociones durante el servicio, sentido del trabajo, y calidad de las interacciones de equipo.

Van et al., (2004) conciben el bienestar laboral como un constructo de carácter multidimensional que abarca evaluaciones positivas en diversas dimensiones: emocional, motivacional, conductual y psicosomática, desde un enfoque y contexto de la vida laboral de los colaboradores.

Por su parte, Sirgy (2006) define el bienestar laboral como la percepción positiva de las personas con respecto a su satisfacción y felicidad en el entorno de su trabajo. De igual forma Masagao y Ferreira (2015), descubrieron la correlación entre el bienestar y la confianza organizacional, ya que si un colaborador se siente motivado y tratado bien aumentará la satisfacción laboral y el sentido de pertenencia.

En concordancia con lo anterior Schulte & Vainio (2010), comprobaron la relación del bienestar laboral con la calidad de vida, es decir, si un colaborador se siente feliz, satisfecho y pleno en su entorno laboral y vida personal será más productivo pues presentará menos síntomas de enfermedades, con ello surge la dimensión equilibrio entre la vida laboral y personal.

En este mismo sentido (Sampaio, 2012), afirma que para comprender el fenómeno del bienestar laboral se deben considerar los factores sociales, psicológicos, emocionales, físicos y organizacionales, estos elementos demuestran que el bienestar laboral es un conjunto de múltiples dimensiones relacionadas entre sí.

En su estudio Van den Broeck et al., (2013) destacan las dimensiones de la calidad en el entorno laboral y la motivación, concluyendo que construir entornos laborales seguros ayudarán a tener colaboradores con mayor sentido de pertenencia, lo cual impactará de forma positiva en la productividad de la organización.

Derivado de los avances tecnológicos Charalampous et al., (2018) analizaron el bienestar laboral en entornos virtuales aportando nuevas dimensiones y enfoques de estudio las cuales fueron: 1) bienestar afectivo (emociones), 2) bienestar cognitivo (procesos mentales), 3) bienestar profesional (desarrollo y autorealización), 4) bienestar social (relaciones interpersonales) y 5) bienestar psicosomático (salud física y emocional).

Con una propuesta de cuatro dimensiones para medir el bienestar laboral Wijngaards et al., (2022) desarrollan su modelo desde la perspectiva operativa centrándose en la percepción del colaborador con su desempleo y función en el puesto de trabajo.

Por su parte, Disabato et al., (2016) retoman las bases del bienestar hedónico (emociones positivas y satisfacción) y el bienestar eudaimónico (desarrollo personal y sentido de vida), esto para proponer que los estudios deben incluir ambos enfoques, ya que los resultados ayudarán a desarrollar estrategias integrales, que atiendan tanto la experiencia emocional del colaborador como su desarrollo personal.

También Hascher (2021) presenta su modelo de bienestar laboral, el cual consta de cinco dimensiones: afectiva, motivacional, conductual, cognitiva y psicosomática. Aunque este modelo fue diseñado para un entorno educativo se ha recomendado para ciertas áreas del sector turístico especialmente para las administrativas, ya que deben tener el trato con otros colaboradores o clientes, existe desgaste emocional y estrés, siendo importante también fomentar las estrategias que promuevan un ambiente laboral saludable.

En este sentido, Gayatri & Puspitasari (2023) demuestran que la base del desarrollo personal es la educación y la preparación, ya que para desempeñarse de manera eficiente en su labor las personas necesitan estar haber adquirido conocimientos y herramientas, y desarrollado habilidades y competencias. De igual forma demuestran que las personas con un mayor nivel educativo tienen mayor oportunidades laborales, mayor autoestima, empoderamiento personal, pensamiento crítico, inteligencia emocional, capacidad de adaptarse a las circunstancias y hacen mejor toma de decisiones.

En síntesis, estos fundamentos muestran que el bienestar laboral no es un atributo individual aislado, sino un resultado sistémico de políticas, prácticas y climas organizacionales. En turismo, donde la demanda emocional es estructural, esta mirada integral evita respuestas fragmentadas (como talleres sueltos de motivación) y orienta la gestión hacia diseño de puestos, apoyo y equidad en cargas, que son los verdaderos habilitadores del bienestar sostenible.

Integrar lo hedónico (emociones positivas, satisfacción) con lo eudaimónico (propósito, desarrollo personal) es particularmente decisivo en

hoteles, restaurantes, agencias o cruceros: la satisfacción del cliente depende del estado afectivo inmediato del personal, pero la retención y la calidad descansan en trayectorias de desarrollo y justicia organizacional. De aquí derivan dos implicaciones: medir solo satisfacción subestima el fenómeno, y diseñar únicamente beneficios sin trayectorias formativas limita el impacto.

Salud en el bienestar laboral

Pasando a la dimensión de salud, el desafío es doble: condiciones físicas seguras y clima psicosocial protector. En el sector turístico, factores negativos como la rotación de turnos, la sobrecarga de tareas y estrés emocional exigen estrategias que combinen prevención, acompañamiento y conciliación.

El bienestar personal está ligado a factores como: estilo de vida, las relaciones interpersonales, la educación, la estabilidad financiera, entre otras, al tener un efecto directo en la satisfacción de las personas. Por ello la importancia de aplicar dentro de los programas de bienestar actividades físicas, alimentación balanceada, descansos y pausas activas, las cuales van a favorecer la salud física, mental y emocional de los colaboradores, es decir, mejorando el nivel de satisfacción laboral (García-Ramírez et al., 2014).

Bajo este contexto, Wright (2012) indica que el bienestar psicológico debe también ser atendido por las organizaciones, ya que un trabajador feliz será más productivo, es decir, tendrá menos ausencias, será más leal, es menos propenso a cambiar de empleo. Por otro parte también menciona que implementar estrategias para mejorar el bienestar psicológico favorecerá en la creatividad, la resiliencia, el pensamiento crítico, la comunicación y las relaciones interpersonales.

Por su parte, Anttonen & Vainio (2010) analizaron diversas estrategias y herramientas de salud que se enfocan en hacer más placentera la experiencia del colaborador en su entorno laboral, dichas estrategias pueden ser: espacios ergonómicos, apoyo psicológico o mentores de bienestar emocional, flexibilidad laboral, equilibrio de la vida personal y laboral, programas de apoyo a la salud, entre otros.

De acuerdo con Charalampous et al., (2018), con los cambios que se han presentado en los entornos laborales gracias a la tecnología (trabajo remoto) también deben existir estrategias que fomenten el bienestar laboral, ya que en estos entornos también existen riesgos de salud.

Por ello, Dollard & Bailey (2021) afirman que una organización con un clima laboral saludable actúan en favor de disminuir los niveles de agotamiento emocional y fomentan el sentido de pertenencia y compromiso del colaborador. En el sector turístico estas afirmaciones resultan importantes para que sean implementadas en las organizaciones dentro de sus programas de responsabilidad social.

Bajo este contexto, Uribetxebarria (2021) señala que realizar estudios sobre la salud emocional de los colaboradores ayudará a conocer el nivel del clima organizacional, enfatiza la importancia de implementar un programa de bienestar laboral que incluyan: desarrollo profesional, incentivos, reconocimientos y motivación, para lograr disminuir el estrés laboral y el agotamiento mental y emocional.

Como menciona Charalampous et al., (2018), las organizaciones que han optado por tener programas de bienestar laboral para atender las necesidades de salud (emocionales, mentales y físicas) de sus colaboradores no solo aumentan los niveles de satisfacción sino que se convierten en organizaciones sostenibles con una ventaja competitiva en el sector, siendo sus colaboradores el diferenciador.

En términos operativos, esto se traduce en tres líneas accionables: (1) ergonomía y ritmos (turnos, pausas, cobertura de picos), (2) apoyo psicosocial (liderazgo que cuida, seguridad psicológica, protocolos anti-acoso) y (3) desarrollo y reconocimiento (trayectorias, feedback y justicia). La evidencia indica que cuando estas líneas se desarrollan en conjunto, la organización reduce ausentismo y rotación, y eleva calidad de servicio.

Investigaciones sobre bienestar laboral en empresas del Sector turístico

Con el marco definido, hay que revisar la evidencia empírica en turismo. Las investigaciones más robustas confirman que el binomio demandas-recursos explica variación en compromiso, burnout, desempeño y experiencia del cliente en contextos de alta interacción.

El estudio del bienestar en el entorno laboral ha evolucionado desde una visión centrada exclusivamente en la salud física hacia enfoques integradores. Modelos como el Job Demands-Resources (JD-R) y el Psychosocial Safety Climate (PSC) han demostrado que el equilibrio entre demandas laborales y recursos disponibles es determinante para fomentar la motivación, la satisfacción y la salud mental en el trabajo (Bakker & Demerouti, 2017; Zadow et al., 2019).

Derivado de la pandemia COVID-19, las investigaciones sobre bienestar laboral en el sector turístico aumentaron significativamente. Estudios como el de Nafees (2024) revelan los principales factores asociados al estrés de colaboradores en hotelería: presión emocional, inseguridad laboral, apoyo del jefe inmediato y de compañeros, sobrecarga de trabajo, y asignación de tareas injustas).

En el sector turístico se ha replicado el modelo JD-R, como el estudio de Radic et al., (2020) aplicado en colaboradores de cruceros, identificando que las dimensiones de compromiso y seguridad se pueden aumentar implementando capacitaciones, dando autonomía y fomentando el trabajo colaborativo.

En un estudio reciente aplicando job crafting (enfoque de rediseño del trabajo que permite a las personas adaptar sus tareas, relaciones y percepción del impacto de su rol) en hotelería Kristiana et al., (2024), descubrieron que al usar este enfoque se aumentan los niveles del bienestar laboral en la dimensión del desempeño del trabajo.

Por su parte, Yu et al., (2024) comprobaron el impacto positivo que tienen los programas de bienestar laboral de el sector hotelero, sus principales hallazgos se centran en el aumento del compromiso laboral, compromiso en las actividades de responsabilidad social, mejora en la salud

de los colaboradores, mejor cultura organizacional y aumento en la productividad.

En contraste con lo anterior, Elshaer et al., (2025) centraron su estudio en los factores que provocan un bienestar laboral negativo, donde identificaron lo siguiente: acoso laboral, falta de retroalimentación, mala comunicación, falta de confianza y falta de empatía, lo que provocan un problema físico, emocional y psicológico. Derivado de estos resultados es importante generar políticas que garanticen el bienestar de los colaboradores para evitar que estas situaciones se transformen en violencia.

En este sentido, Nafees & Hamid (2024) también identificaron dimensiones que generan un bienestar laboral negativo, resaltando la inseguridad laboral, la presión emocional, falta de apoyo del jefe inmediato, falta de reconocimiento, falta de desarrollo profesional y falta de programas de incentivos. Estos resultados comprueban que la falta de un programa de bienestar laboral y estrategias poco efectivas provocaran resultados negativos en el estado emocional de los colaboradores.

Estas investigaciones demuestran que en el sector turístico es relevante realizar estudios de manera periódica e integral, abordando diversas dimensiones para poder comprender mejor el fenómeno del bienestar laboral y poder desarrollar las estrategias efectivas que ayuden a mejorar la vida de los colaboradores para lograr una organización sostenible. Es importante tener en claro que esto es una tarea de toda la organización (operativos, jefes de área y alta dirección).

De igual forma se deja en evidencia, que los programas de bienestar deben abordar los aspectos de salud física, mental, emocional y social. También se demuestra que las organizaciones del sector turístico que implementa programas de bienestar laboral tendrán colaboradores con un mejor nivel de vida, lo que se traduce como su ventaja competitiva y así tiene como resultado una mayor productividad.

A la luz de la evidencia sistematizada (Nafees & Hamid, 2024; Yu et al., 2024; Kristiana et al., 2024; Elshaer et al., 2025), resulta indispensable que las organizaciones del sector diseñen estrategias situadas al contexto, y con capacidad de adaptarse a los nuevos desafíos laborales que surgen en un

entorno global marcado por la incertidumbre y las transformaciones socioculturales. Así, el bienestar laboral no solo debe entenderse como una aspiración ética, sino como un componente estructural de la competitividad y del valor agregado que el turismo puede ofrecer en términos humanos y económicos.

Las investigaciones revisadas, revelan las diversas dimensiones del bienestar laboral que afecta tanto positivamente como negativamente en la salud de los colaboradores. Es importante reconocer que aún hay brechas de conocimiento, lo cual invita a generar investigación aplicada en los diversos giros de negocio del sector turístico (hoteles, restaurantes, operadores turísticos, agencias turísticas, entre otras), ya que esta industria es la principal actividad económica de muchos países.

En suma

Durante el desarrollo de este capítulo se revisaron las bases teóricas del bienestar laboral, el cual se debe entender como un elemento estratégico de responsabilidad social empresarial que puede dar una ventaja competitiva a la organización, enfocándolo desde la perspectiva del sector turístico, industria que económicamente tiene un auge importante en mucho de los países. Se debe recalcar que el bienestar laboral debe estudiarse como un fenómeno integral donde no solo involucra la percepción del colaborador sino las acciones y políticas que la organización implemente, estas deben estar centradas en mejorar la vida de las personas en sus aspectos de salud mental, física, social y emocional, lo que ayudará en su desarrollo personal.

El capítulo inicia con los fundamentos conceptuales del bienestar laboral, partiendo de la esencia filosófica con el bienestar hedónico y eudaimónico para comprender que es una percepción del colaborador, posterior a ello se hizo una revisión de la literatura para entender el constructo desde la perspectiva organizacional donde han surgido diversos modelos y enfoques, los cuales han aportado las dimensiones que hoy lo integran, con las cuales se han hecho diversos estudios que comprueban el impacto positivo que tiene en las organizaciones fomentar estrategias que

favorezcan un clima organizacional sano, sobre todo en el sector turístico donde la dinámica de la jornada laboral es intensa y de mucha exigencia físicamente, mentalmente y emocionalmente.

Se analizaron diversos estudios de bienestar para conocer las dimensiones propuestas como la de Van Horn et al., (2004), los cuales mencionan que el bienestar laboral debe comprender aspectos afectivos, motivacionales, conductuales, cognitivos y psicosociales. Esto contribuye a entender que la satisfacción laboral no solo será el resultado de la percepción del colaborador con su entorno sino que se involucran factores internos de las personas como son: su relaciones interpersonales, la salud física, su salud emocional, es decir, su calidad de vida.

De igual forma, se comprueba la importancia que tiene que las organizaciones implementen políticas de responsabilidad social y programas de bienestar laboral que favorezca la salud de los colaboradores, entendiendo que son el recursos más importante para cualquier sector productivo, especialmente en el turístico donde el trato con los clientes es fundamental. Las principales dimensiones que se deben implementar son: ergonomía, agotamiento emocional, sentido de pertenencia, relaciones interpersonales, motivación, reconocimiento.

Se abordaron investigaciones recientes en el sector turístico (hoteles y cruceros principalmente), en las cuales se ha implementado enfoques modernos como el job crafting o el liderazgo transformacional que demuestran que las dimensionales relacionadas con el jefe inmediato (liderazgo) y el apoyo organizacional (confianza) son claves para disminuir aspectos negativos como la ansiedad, el estrés o la inseguridad y que aumenta la satisfacción laboral.

También se revisaron investigaciones que demuestran comportamientos negativos para las organizaciones como el acoso laboral y la falta de retroalimentación, los cuales afectan la imagen de la organización, la convivencia social en el trabajo y la integridad de los colaboradores. Los resultados de estas investigaciones contribuyen a entender que ciertos factores pueden afectar de manera significativa el bienestar laboral a pesar de tener estrategias efectivas que lo fomenten.

Por el contrario, investigaciones también han evidenciado prácticas nocivas como el acoso laboral y la evasión de retroalimentación, las cuales deterioran gravemente el bienestar emocional de los colaboradores. Estos hallazgos subrayan que el bienestar no solo depende de factores personales, sino del entorno organizacional y de las relaciones que se construyen dentro de él.

Entonces, ¿cómo se debe entender el bienestar laboral?, se debe abordar como un elemento fundamental para el desarrollo organizacional, el cual esta vinculado directamente con la responsabilidad social.

Aunque en gran medida el bienestar parte de la percepción de las personas es la organización quien debe fomentar las buenas prácticas para un entorno laboral saludable. Por ello las organizaciones que han implementado el bienestar laboral a través de departamentos o áreas especializadas, programas, políticas, estrategias o acciones han logrado tener una ventaja competitiva en el mercado, ya que se convierten en lugares de trabajo seguros, tienen menor rotación, un elevado sentido de pertenencia, lealtad de sus colaboradores, es decir, una cultura corporativa sólida, la cual se ve reflejada en una mayor productividad. Aunque hay organizaciones que aún no tienen departamentos de bienestar laboral existen programas de responsabilidad social, los cuales tienen enfoque transversales al buscar el desarrollo personal de sus colaboradores, el apoyo comunitarios y el crecimiento organizacional. Algunas de las estrategias implementadas son inclusión, trabajo digno, equidad social, crecimiento económico, las cuales van alienados a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Por ello, el bienestar laboral no debe entenderse como un programa para cumplir con normativas vigentes, sino como un eje central de cualquier organización y su compromiso con el desarrollo social, donde el principal recurso son sus colaboradores, de los cuales si importan las condiciones de trabajo.

Desde esta visión, fomentar el bienestar implica asumir un compromiso ético con las personas, pero también una estrategia inteligente para elevar el rendimiento, la satisfacción y la estabilidad institucional.

Finalmente, se invita a continuar investigando e innovando en torno a este tema, especialmente en contextos de alta exigencia como el turismo. Se requiere generar herramientas diagnósticas más sensibles, promover liderazgos empáticos, mejorar la conciliación de la vida personal y profesional, y transformar las culturas organizacionales para que el bienestar deje de ser una meta aspiracional y se convierta en una práctica cotidiana. Invertir en el bienestar de las personas es invertir en la calidad y en la transformación de las organizaciones.

Bajo la lógica demandas-recursos, el turismo solo logrará bienestar sostenible cuando el diseño del trabajo, el liderazgo y las políticas de personal actúen como recursos visibles y cotidianos, y no como iniciativas aisladas.

Referencias

- Anttonen, H., & Vainio, H. (2010). Towards better work and well-being: An overview. *Journal of Occupational and Environmental Medicine*, 52(12), 1245-1248. 10.1097/JOM.0b013e318202f3bd
- Arnold, K. A. (2017). Transformational leadership and employee psychological well-being: A review and directions for future research. *Journal of occupational health psychology*, 22(3), 381. <https://doi.org/10.1037/ocp0000062>
- Astuti, A. K., Hardiyanto, P., & Putra, A. S. B. (2023). Perceived Organizational Support as a moderating variable on influence Well-being towards Work Engagement. *International Journal of Economics*, 2(2), 739-746. <https://doi.org/10.55299/ijec.v2i2.591>
- Astuti, A. K., Putra, A. S. B., & Hardiyanto, P. (2024). Analysis of Factors Forming WorkLife Balance in Hotel Employees in the Special Regional Province of Yogyakarta. *International Journal of Management Science and Application*, 3(1), 43-56. <https://doi.org/10.58291/ijmsa.v3i1.149>
- Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2017). Job demands—resources theory: Taking stock and looking forward. *Journal of Occupational Health Psychology*, 22(3), 273—285. <https://doi.org/10.1037/ocp0000056>
- Bartels, A. L., Peterson, S. J., & Reina, C. S. (2019). Understanding well-being at work: Development and validation of the eudaimonic workplace wellbeing scale. *PLOS ONE* 14(4): e0215957. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0215957>
- Castro-Casal, C., Vila-Vázquez, G., & García-Chas, R. (2024). How and when employees' attributions of their employers' CSR activities affect their extra-role work behavior. *Business Ethics, the Environment & Responsibility*, 34(4), 1399-1411. <https://doi.org/10.1111/beer.12719>

- Charalampous, M., Grant, C. A., Tramontano, C., & Michailidis, E. (2018). Systematically reviewing remote e-workers' well-being at work: a multidimensional approach. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 28(1), 51—73. <https://doi.org/10.1080/1359432X.2018.1541886>
- Disabato, D. J., Goodman, F. R., Kashdan, T. B., Short, J. L., & Jarden, A. (2016). Different types of well-being? A cross-cultural examination of hedonic and eudaimonic well-being. *Psychological assessment*, 28(5), 471. <https://psycnet.apa.org/buy/2015-40634-001>
- Dollard, M. F., & Bailey, T. (2021). Building psychosocial safety climate in turbulent times: The case of COVID-19. *Journal of Applied Psychology*, 106(7), 951—964. <https://doi.org/10.1037/apl0000939>
- Edmondson, A. C., & Lei, Z. (2014). Psychological safety: The history, renaissance, and future of an interpersonal construct. *Annu. Rev. Organ. Psychol. Organ. Behav.*, 1(1), 23-43. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-031413-091305>
- Elshaer, I. A., Azazz, A. M., Zain, M. E., Fayyad, S., ElShaaer, N. I., & Mahmoud, S. W. (2025). The dark side of the hospitality industry: Workplace Bullying and employee well-being with feedback avoidance as a mediator and psychological safety as a moderator. In *Healthcare*, 13(3), 319. <https://doi.org/10.3390/healthcare13030319>
- García-Ramírez, M., Balcázar, F., & de Freitas, C. (2014). Community psychology contributions to the study of social inequalities, well-being and social justice. *Psychosocial intervention*, 23(2), 79-81. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1132055914000118>
- Gayatri, M., & Puspitasari, M. D. (2023). The impact of COVID-19 pandemic on family wellbeing: A literature review. *The Family Journal*, 31(4), 606-613. <https://doi.org/10.1177/10664807221131006>

- Grawitch, M. J., Gottschalk, M., & Munz, D. C. (2006). The path to a healthy workplace: A critical review linking healthy workplace practices, employee well-being, and organizational improvements. *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 58(3), 129-147. <https://doi.org/10.1037/1065-9293.58.3.129>
- Hascher, T., & Waber, J. (2021). Teacher well-being: A systematic review of the research literature from the year 2000—2019. *Educational research review*, 34, 100411. <https://doi.org/10.1016/j.edurev.2021.100411>
- Hernández, O. E., Durón, M. F., Borboa, E. P., y Saucedo, J. (2024). Factores personales positivos de bienestar, felicidad y responsabilidad social en trabajadores del sector turístico . *GECONTEC: Revista Internacional De Gestión Del Conocimiento Y La Tecnología*, 12(2), 69—81. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14544409>
- Jaskeviciute, V. (2021). Trust in organization effect on the relationship between HRM practices and employee well-being. *Business Development, Innovation and Circular Economy*, 120. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202112002021>
- Jaskeviciute, V., Stankeviciene, A., Diskiene, D., & Savicke, J. (2021). The relationship between employee well-being and organizational trust in the context of sustainable human resource management. *Problems and perspectives in management*, 19(2), 118-131. [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19\(2\).2021.10](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19(2).2021.10)
- Kozusznik, M., Soriano, A., & Peiró, J. (21 de junio de 2023). Well-being at Work. *Oxford Research Encyclopedia of Psychology*.<https://oxfordre.com/psychology/view/10.1093/acrefore/9780190236557.001.0001/acrefore-9780190236557-e-105>.
- Kristiana, Y., Sijabat, R., Sudibjo, N., & Bernarto, I. (2024). Hotel employee well-being: The role of job crafting and work engagement. *International Journal of Religion*, 5(7), 200-211. <https://doi.org/10.61707/az74f509>

- Masagão, V., & Ferreira, M. (2015). O impacto da justiça organizacional sobre o bem-estar laboral: Um estudo com trabalhadores do varejo. *Revista Psicologia Organizações e Trabalho*, 15(1), 08-18. <https://doi.org/10.17652/rpot/2015.1.327>
- Medina-Garrido, J. A., Biedma-Ferrer, J. M., & Bogren, M. (2023). Organizational support for work-family life balance as an antecedent to the well-being of tourism employees in Spain. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 57, 117-129. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2023.08.018>
- Nafees, S., --, S., & Hamid, S. (2024). Unlocking Employee Well-being in Tourism and Hospitality: A Systematic Literature Review. *Journal of Tourism, Sustainability and Well-Being*, 12(2), 111-129. <https://doi.org/https://doi.org/10.34623/enfw-7159>
- Parent-Lamarche, A., Marchand, A., & Saade, S. (2021). How do work organization conditions affect job performance? The mediating role of workers' well-being. *Journal of Workplace Behavioral Health*, 36(1), 48-76. <https://doi.org/10.1080/15555240.2021.1872382>
- Radic, A., Arjona-Fuentes, J. M., Ariza-Montes, A., Han, H., & Law, R. (2020). Job demands—job resources (JD-R) model, work engagement, and well-being of cruise ship employees. *International Journal of Hospitality Management*, 88, 102518. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102518>
- Ray, T. K. (2021). Work related well-being is associated with individual subjective well-being. *Industrial health*, 60(3), 242-252. <https://doi.org/10.2486/indhealth.2021-0122>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2001). On happiness and human potentials: A review of research on hedonic and eudaimonic well-being. *Annual review of psychology*, 52(1), 141-166. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.52.1.141>

- Sampaio, J. (2012). Qualidade de vida no trabalho: perspectivas e desafios atuais. *Revista Psicologia Organizações e Trabalho*, 12(1), 121-136. https://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-66572012000100011
- Schulte, P., & Vainio, H. (2010). Well-being at work-overview and perspective. *Scandinavian Journal of Work, Environment & Health*, 36(5), 422-429. <https://www.jstor.org/stable/40967878>
- Sirgy, M. J. (2006). Developing a conceptual framework of employee well-being (EWB) by applying goal concepts and findings from personality-social psychology. *Applied Research in Quality of Life*, 1(1), 7-38. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11482-006-9000-4>
- UribeTxebarria, U. (2021). Análisis del efecto de la participación en gestión, propiedad y resultados en el bienestar de las personas y en el rendimiento organizativo. <https://doi.org/10.48764/qh1h-5727>
- Van den Broeck, A., Lens, W., De Witte, H., & Van Coillie, H. (2013). Unraveling the importance of the quantity and the quality of workers' motivation for well-being: A person-centered perspective. *Journal of Vocational Behavior*, 82(1), 69-78. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2012.11.005>
- Van, J. E., Taris, T. W., Schaufeli, W. B., & Schreurs, P. J. (2004). The structure of occupational well-being: A study among Dutch teachers. *Journal of occupational and Organizational Psychology*, 77(3), 365-375. <https://doi.org/10.1348/0963179041752718>
- Wallace, J. (2022). Making a healthy change: a historical analysis of workplace wellbeing. *Management & Organizational History*, 17(1—2), 20—42. <https://doi.org/10.1080/17449359.2022.2068152>
- Warr, P. (2011). *Work, happiness, and unhappiness*. Psychology Press.

- Waterman, A. S. (1993). Two conceptions of happiness: Contrasts of personal expressiveness (eudaimonia) and hedonic enjoyment. *Journal of personality and social psychology*, 64(4), 678. <https://psycnet.apa.org/buy/1993-25585-001>
- Wijngaards, I., King, O. C., Burger, M. J., & van Exel, J. (2022). Worker well-being: What it is, and how it should be measured. *Applied Research in Quality of Life*, 17(2), 795-832. <https://doi.org/10.1007/s11482-021-09930-w>
- Wright, T. A., (2012). More than Meets the Eye: The Role of Employee Well-Being in Organizational Research. In N. Garcea, S. Harrington & P. A. Linley (Eds.), *Oxford Handbook of Positive Psychology and Work*. Oxford Library of Psychology (2009; online edn, Oxford Academic. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780195335446.013.0012>
- Yu, H., Zhang, T., & Zhang, P. (2024). Boosting engagement: Effects of wellness programs in hospitality workplaces. *Administrative Sciences*, 14(11), 271. <https://doi.org/10.3390/admsci14110271>
- Zadow, A., Dollard, M.F., Parker, L., & Storey, K. (2019). Psychosocial Safety Climate: A Review of the Evidence. In: Dollard, M., Dormann, C., Awang Idris, M. (eds.) *Psychosocial Safety Climate*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-20319-1_2

CAPÍTULO 5

COMPROMISO ORGANIZACIONAL CON EL SERVICIO COMUNITARIO

Gabriela del Carmen Morales Hernández

Universidad Tecnológica de Cancún
<https://orcid.org/0000-0002-8563-5296>
gmorales@utcancun.edu.mx

María de la Paz Gómez Lanzagorta

Universidad Tecnológica de Cancún
<https://orcid.org/0009-0004-8867-7813>
pgomez@utcancun.edu.mx

Introducción

Las organizaciones no operan de forma aislada. Al estar insertas en entornos sociales, generan impactos económicos, sociales, culturales y ambientales en las comunidades que las rodean. En este sentido, el servicio comunitario fortalece el vínculo entre las organizaciones y su contexto, produciendo beneficios mutuos. De acuerdo con Carroll y Shabana (2010), esta expresión de responsabilidad social contribuye a la legitimidad, reputación y sostenibilidad de la organización, creando una relación de interdependencia con la comunidad.

El servicio comunitario es un hecho altruista que busca mejorar la calidad de vida de quienes rodean a las organizaciones o forman parte de ellas; constituye un compromiso organizacional con determinada comunidad o especie, donde cada individuo aporta habilidades, tiempo, recursos y energía para crear un entorno más justo y equitativo. Reflexionar sobre este tema es pertinente por razones sociales, éticas, económicas y educativas. Las empresas son actores clave en el desarrollo de las comunidades donde operan, y su responsabilidad no puede limitarse al cumplimiento legal o a metas financieras, sino que debe orientarse a la creación de entornos más justos, sostenibles e inclusivos (Freeman, 1984; Tapia & Serrano, 2010). Este enfoque adquiere mayor relevancia frente a problemáticas actuales como la desigualdad social, el deterioro ambiental, la fragmentación comunitaria y la pérdida de sentido ético en el trabajo.

La integración del servicio comunitario en la cultura organizacional permite a las empresas alinearse con marcos internacionales como los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ONU, 2015), así como con modelos locales de desarrollo social sustentable (Gobierno del Estado de Quintana Roo, 2023).

Este capítulo tiene como propósito analizar la experiencia de empresas vinculadas al sector turístico en Quintana Roo que han incorporado la responsabilidad social como parte de su gestión. Se abordan el compromiso de la alta dirección, la participación activa de los colaboradores y, sobre todo, los efectos de estas acciones en las comunidades que se benefician directa o indirectamente. El servicio comunitario empresarial se entiende aquí como un espacio donde la cultura organizacional y la acción colectiva se encuentran, fortaleciendo la identidad y la legitimidad institucional.

Asimismo, resulta relevante destacar que las prácticas de servicio comunitario adquieren significados particulares dependiendo de la identidad, trayectoria y madurez de cada empresa; por ello analizar casos reales permite observar cómo se construye el compromiso social desde realidades diversas. En este estudio se consideran tres empresas representativas del sector turístico de Quintana Roo: Fundación Lomas, Horbis Group y Grupo Xcaret, cuyas experiencias ilustran distintos niveles de institucionalización, estrategias de intervención y vínculos con sus comunidades. Esta aproximación permite no solo describir las acciones realizadas, sino comprender las motivaciones, aprendizajes y retos que emergen al incorporar la responsabilidad social dentro de la cultura empresarial.

Conceptualizando el Servicio Comunitario

La historia del servicio comunitario en México, aunque poco documentada, tiene un antecedente filosófico-educativo que data de las décadas de 1960 y 1970, basada en el precepto de que la transformación social debía darse como resultado de la interacción entre educadores y comunidades (Freire, 2005). Asimismo, Freire planteaba que la responsabilidad social emergía del

intercambio dialógico y de la acción conjunta. De acuerdo con Zorrilla (2004), estas ideas influyeron en experiencias educativas rurales y normales, donde el trabajo comunitario se entendía como una forma de transformación mutua y horizontal, y no sólo como asistencia.

Pineda y Gutiérrez (2012) afirman que, a partir de 1990, se incorpora el concepto de proyecto comunitario como parte de la vinculación social entre universidades y comunidades, con la certeza de que el contacto entre estudiantes y comunidades generaba aprendizajes significativos, éticos y profesionales mediante la interacción situada y la construcción de saberes colectivos (Tapia & Serrano, 2010).

En el 2000, el servicio comunitario se institucionalizó dentro de las universidades (ANUIES, 2012), integrándose a los lineamientos de la responsabilidad social universitaria y valorando a las comunidades como sujetos de conocimiento y no únicamente como receptoras (Pineda & Gutiérrez, 2012). Dicho proceso incorporó la realización de diagnósticos participativos y mecanismos de evaluación del impacto social.

En años recientes, el servicio comunitario se ha consolidado como un modelo de intervención educativa y social promovido desde enfoques como el aprendizaje-servicio solidario, la educación intercultural crítica, los derechos humanos y la sostenibilidad (Tapia & Serrano, 2010). En este sentido, el servicio comunitario empresarial se configura como una forma concreta de responsabilidad social que trasciende el asistencialismo y promueve relaciones de reciprocidad, colaboración y respeto con las comunidades (ANUIES, 2012; Pineda & Gutiérrez, 2012).

En concordancia con tendencias internacionales, el compromiso social de las empresas ha cobrado relevancia en las últimas décadas. Ejemplo de ello son los 17 Objetivos de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible (ONU, 2015), el Pacto Mundial de las Naciones Unidas -que promueve principios éticos en derechos humanos, medio ambiente y anticorrupción- y la ISO 26000, que establece la responsabilidad de las empresas en el bienestar social.

En un plano nacional, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en México ha sido impulsada por la Secretaría de Economía y el Consejo Coordinador Empresarial, mientras que distintivos como el ESR (Empresa

Socialmente Responsable) destacan la importancia del compromiso comunitario. En el contexto de Cancún y el sector turístico, este tema adquiere especial pertinencia, dado el alto impacto empresarial en el tejido social, cultural y ambiental de la región.

A nivel estatal, el Gobierno de Quintana Roo (2022), mediante la estrategia de Responsabilidad Social Turística promovida por SEDETUR, canaliza recursos de empresas turísticas hacia proyectos comunitarios, sustentados en la Ley para el Desarrollo Social del Estado de Quintana Roo (2023). En el ámbito municipal, el Ayuntamiento de Benito Juárez ha establecido alianzas con empresas ESR, como Cancun Sailing, que en 2022 y 2023 obtuvo el distintivo por sus acciones ambientales y comunitarias en línea con los ODS.

De Vida (2006) define el servicio comunitario como una actividad compleja orientada a resolver problemas que afectan a un grupo social y mejorar su bienestar, partiendo de la investigación y el diagnóstico de las necesidades. El servicio comunitario se concibe como la gestión y coordinación de recursos -humanos, financieros, materiales y de tiempo- orientados a desarrollar acciones estratégicas que favorezcan la transformación del entorno y el bienestar colectivo.

Desde la perspectiva académica, estudiar el compromiso organizacional con el servicio comunitario ofrece un espacio propicio para el intercambio interdisciplinario entre la administración, la sociología, la ética empresarial y la educación.

Elementos del Servicio Comunitario

Díaz (2015) menciona que la planificación es indispensable para formular políticas y medidas de desarrollo pertinentes, basadas en información y realidades específicas. Entre los elementos clave se incluyen la definición del espacio físico o área de influencia, la identificación de la población beneficiaria, el análisis de necesidades, la elaboración de un cronograma de actividades y la asignación de recursos humanos, financieros y tecnológicos. También se contempla la coordinación de alianzas estratégicas con actores

externos y el establecimiento de indicadores de gestión que permitan evaluar avances e impactos.

El Compromiso Organizacional

Fong et al., (2020) señalan que la Responsabilidad Social Empresarial debe considerarse dentro de la gestión estratégica, ya que impacta en la retención del talento, el fortalecimiento de la marca y la ventaja competitiva. Su estudio evidenció que en 2017 Quintana Roo no figuraba entre los estados con mayor porcentaje de empresas certificadas en RSE, concluyendo que las grandes empresas tienen mayor capacidad de adoptar y sostener estas prácticas.

Lara y Sánchez (2021) subrayan que, para incrementar la competitividad a través de la responsabilidad social, resulta indispensable ofrecer a los trabajadores acceso a educación, servicios de salud y condiciones de equidad, además de procurar que la creación de valor económico contemple igualmente las demandas sociales; fomentar la innovación sostenible y ambiental; y fortalecer la reputación empresarial mediante obras sociales que atraigan clientes afines a dichas causas. Según Monforte (2025), la presión ejercida por la sociedad ha llevado a numerosas empresas a replantear sus prioridades, de modo que lo que antes se entendía como “activismo empresarial” se ha convertido en una estrategia imprescindible.

El compromiso organizacional con el servicio comunitario se entiende como la dedicación de una empresa hacia su entorno social, buscando mejorar la calidad de vida colectiva. Este compromiso requiere inversión en iniciativas sociales (voluntariado, patrocinios, proyectos específicos), la participación de colaboradores en la toma de decisiones y la comunicación transparente de objetivos, avances y resultados, de modo que se fortalezca la confianza y credibilidad en la organización.

Beneficios del Compromiso Organizacional con el Servicio Comunitario

Las organizaciones que se involucran en la gestión de acciones sociales obtienen beneficios significativos. En primer lugar, contribuyen a mejorar su imagen y reputación, ya que las prácticas sostenibles generan confianza y transparencia ante los consumidores y las diferencian de la competencia (Endesa, 2025; Durán, 2024). Asimismo, el compromiso comunitario fortalece el posicionamiento estratégico de la empresa, al proyectarla como referente en su sector y alineada a las demandas sociales actuales (Agüeros Sánchez et al., s.f.).

En el ámbito interno, la responsabilidad social incrementa la motivación y fidelización del personal. Cuando los colaboradores perciben un propósito social genuino, refuerzan su sentido de pertenencia, confianza y compromiso, lo que mejora la productividad y reduce la rotación (Barroso, 2008). Finalmente, estas acciones contribuyen al desarrollo sostenible al generar empleo, preservar recursos naturales y atender necesidades colectivas, consolidando a la empresa como un agente de desarrollo comunitario (Barroso, 2008).

Beneficios del Voluntariado

El voluntariado constituye una práctica altruista con beneficios tanto para quienes lo realizan como para quienes lo reciben. Según Rodríguez (2023), impacta positivamente en la salud física y mental, ya sea en causas sociales, humanitarias o ambientales, y representa un ejercicio de ayuda mutua con valor intrínseco. Entre sus beneficios destacan la creación de redes de apoyo, el fortalecimiento del sentido de pertenencia y la posibilidad de generar vínculos significativos.

Asimismo, ofrece la oportunidad de desarrollar competencias técnicas vinculadas con la administración de recursos y el uso de herramientas, así como habilidades interpersonales como la comunicación, el liderazgo, la empatía y la tolerancia. Participar en acciones comunitarias también se

asocia con mayor bienestar emocional, satisfacción personal y reducción de la ansiedad y el estrés. Theimer (2024) hace mención que, en el plano físico, favorece la salud cardiovascular y disminuye riesgos de enfermedades al implicar movimiento y actividad corporal. En conjunto, el voluntariado permite salir de la rutina, encontrar motivación y dar sentido a la vida, contribuyendo al bienestar personal mientras se apoya a la comunidad.

Metodología

Enfoque y Diseño del Estudio

Este estudio se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, de tipo no experimental, transversal y descriptivo. El diseño metodológico correspondió a un estudio de caso múltiple, orientado a documentar y analizar las prácticas de compromiso organizacional con el servicio comunitario en tres empresas del sector turístico de Quintana Roo, México. Este enfoque permitió comprender las dinámicas internas de cada organización, así como contrastar similitudes y diferencias en sus estrategias de responsabilidad social.

Construcción del Marco Teórico

El marco teórico se elaboró mediante una revisión documental que incorporó textos especializados, como el de Díaz (2015) sobre desarrollo sustentable, así como las contribuciones de Freeman (1984) y Zorrilla (2004), centradas en la gestión estratégica y en el vínculo entre el servicio social universitario y la responsabilidad social en el contexto mexicano. También se consultaron artículos académicos en REDALYC y SciELO, donde destacan los trabajos de Lara y Sánchez (2021), quienes resaltan la RSE como motor de competitividad, y de Fong et al., (2020), que analizan su adopción en empresas mexicanas. Asimismo, se incorporaron informes institucionales internacionales y locales, como la Agenda 2030 de la ONU (2015) y

publicaciones del Gobierno del Estado de Quintana Roo (2021), junto con fuentes digitales (Cancún Sailing, 2025; Ayuntamiento de Benito Juárez, 2023) que aportan ejemplos recientes de prácticas empresariales. En conjunto, estas referencias proporcionan un panorama sólido y diverso que enriquece el análisis del tema.

Unidades de Análisis

Las unidades de análisis estuvieron conformadas por tres empresas destacadas del sector turístico en Quintana Roo: Grupo Lomas, Horbis Group y Grupo Xcaret. Su elección se fundamentó en la relevancia que tienen dentro del ámbito empresarial y en la heterogeneidad de sus procesos de institucionalización de la responsabilidad social. En el caso de Grupo Lomas, con más de cuarenta años de trayectoria, se trata de un consorcio turístico que ofrece servicios integrales de viaje -entre ellos agencias, transporte, hoteles, parques y actividades de recreación- y que se ha posicionado como referente en la industria. Mediante la Fundación Lomas, la empresa ha pasado de realizar acciones filantrópicas dispersas a implementar modelos organizados enfocados en la sostenibilidad social y ambiental. Horbis Group, fundada en 2017 en Cancún, pertenece al giro de comercialización y distribución de alimentos congelados y ultracongelados para hoteles, restaurantes y cadenas de autoservicio; actualmente trabaja en la obtención del distintivo ESR mediante proyectos de vinculación universitaria que buscan documentar y fortalecer sus prácticas de responsabilidad social, lo que la convierte en un ejemplo de empresa joven en proceso de institucionalización. Finalmente, Grupo Xcaret, con más de treinta años de trayectoria, es un corporativo turístico especializado en la operación de parques temáticos, tours y hotelería con un enfoque de sustentabilidad; reconocido internacionalmente, que ha integrado la conservación de la biodiversidad, la promoción cultural y la inclusión social dentro de una estrategia alineada a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y certificaciones globales. En conjunto, estas tres organizaciones

representan distintos giros, etapas de madurez y estrategias de gestión comunitaria, lo que enriquece el análisis comparativo.

Instrumentos de Recolección de Datos

La información fue recabada mediante entrevistas realizadas a representantes de las empresas analizadas e investigación documental. La entrevista fue diseñada con el fin de explorar temas centrales como retos, impactos y experiencias del personal involucrado en actividades de responsabilidad social.

Asimismo, se incluyeron preguntas orientadas a recabar información sobre compromiso institucional, ámbitos de intervención comunitaria, poblaciones y entornos meta, estrategias de implementación y articulación, resistencias encontradas, mecanismos de evaluación y medición, aprendizajes generados y recomendaciones o buenas prácticas.

Guía de entrevista

Eje 1: Retos

1. ¿Se realiza en esta empresa trabajo comunitario como parte de sus estrategias de compromiso social? Si es así, ¿desde cuándo?
2. ¿A qué etapa de la vida están enfocados sus proyectos comunitarios? ¿Se enfocan en una edad en específico, género, especie o espacio (manglar, selva, playas)?
3. ¿Cuáles han sido los principales desafíos que ha enfrentado su empresa al implementar programas de servicio comunitario?
4. ¿Qué resistencias, internas o externas, han tenido que superar para sostener su compromiso con la comunidad?
5. ¿Cómo han gestionado la participación del personal que quizá no estaba motivado inicialmente para involucrarse en actividades sociales?

Eje 2: Impacto

6. ¿Qué cambios concretos ha observado en las comunidades/organizaciones con las que su empresa trabaja desde que iniciaron sus programas de servicio social?

7. ¿Ha notado algún impacto interno en la empresa, (como mejora del clima laboral, sentido de pertenencia o productividad)?

8. ¿Ha mejorado la imagen corporativa como resultado de su participación en trabajo comunitario?

9. ¿Cómo evalúan los resultados o el éxito de sus acciones comunitarias?

Eje 3: Experiencia del personal al participar en actividades de labor social

10. ¿Cómo describen sus colaboradores la experiencia de participar en actividades de servicio comunitario?

11. ¿Qué aprendizajes o transformaciones personales han compartido los trabajadores a partir de su participación?

Cierre

12. ¿Qué recomendaciones darían a otras empresas que están considerando involucrarse más activamente con su comunidad?

13. ¿Desea agregar algo más que considere importante sobre este tema?

Procedimiento

La recolección de información se llevó a cabo durante 2025 mediante tres vías. En el caso de Fundación Lomas, se aplicó una entrevista semiestructurada presencial a la persona responsable del área de sostenibilidad y responsabilidad social, lo que permitió profundizar en ciertos temas. Para Horbis Group, se utilizó el mismo guión de preguntas, pero por razones de disponibilidad la aplicación se realizó a través de un cuestionario enviado por correo electrónico; esto implicó que las respuestas se ajustaron únicamente a las preguntas iniciales, sin posibilidad de repreguntar, por lo que en la práctica se trató de una entrevista estructurada.

En el caso de Grupo Xcaret, la información se obtuvo a través del análisis documental de fuentes institucionales disponibles en medios electrónicos, con énfasis en la Memoria de Xostenibilidad 2023.

Para garantizar la rigurosidad del análisis, se realizó un proceso sistemático de transcripción, codificación inicial y agrupación temática de las respuestas y documentos. Se empleó un procedimiento de comparación para identificar patrones y divergencias entre las tres empresas, lo que permitió definir categorías analíticas comunes. Además, se establecieron criterios de validez mediante la triangulación entre entrevistas, documentos e informes públicos, fortaleciendo así la confiabilidad de los hallazgos.

Estrategia de Análisis

El análisis de la información se llevó a cabo mediante un proceso de categorización y análisis comparativo transversal. Se elaboró una matriz de análisis comparativo que permitió identificar patrones, similitudes y diferencias entre los tres casos de estudio. Después, los resultados se estructuraron a partir de nueve ejes temáticos:

1. Compromiso institucional
2. Ámbitos de intervención comunitaria
3. Poblaciones y entornos meta
4. Estrategias de implementación y articulación
5. Retos y resistencias
6. Impactos
7. Evaluación y medición
8. Experiencia y aprendizajes del personal
9. Recomendaciones y buenas prácticas

Esta estrategia de análisis facilitó una visión integral del compromiso comunitario en las empresas turísticas de Quintana Roo. Se consideró la saturación teórica una vez que las categorías dejaron de generar nueva información significativa. Asimismo, se documentaron casos representativos que ilustran transformaciones concretas dentro y fuera de las organizaciones,

permitiendo vincular los resultados con la literatura especializada y con los marcos actuales de responsabilidad social empresarial.

Limitantes del Estudio

Entre las limitantes de este estudio se encuentra el hecho de que gran parte de la información provino de respuestas institucionales, lo que puede reflejar un sesgo hacia la visión oficial de las empresas y limitar el acceso a percepciones más críticas. Asimismo, no fue posible entrevistar a colaboradores de base, lo cual habría permitido contrastar la mirada directiva con la experiencia cotidiana del personal involucrado en las acciones comunitarias. Finalmente, el alcance temporal del estudio restringió la posibilidad de dar seguimiento a los programas a lo largo de varios ciclos, por lo que los resultados ofrecen una “fotografía” del momento, más que una evaluación longitudinal del impacto.

Justificación

El compromiso organizacional con el servicio comunitario constituye un factor decisivo para el desarrollo sostenible de Quintana Roo, ya que el turismo, principal motor económico de la región, tiene una influencia directa en la calidad de vida de las comunidades locales y en la conservación de los recursos naturales. Este estudio se justifica porque permite visibilizar experiencias empresariales que, a través de prácticas responsables, fortalecen la cohesión social, promueven la inclusión y generan beneficios tangibles para la población. Al mismo tiempo, ofrece un análisis de cómo dichas acciones contribuyen a la diversificación de oportunidades económicas, la generación de empleo y la protección del entorno, aspectos cruciales para la sostenibilidad regional. En el ámbito académico, este trabajo ofrece un sustento empírico y conceptual que enriquece el debate acerca de la función de las empresas como actores sociales y agentes de transformación en escenarios turísticos, al tiempo que registra buenas prácticas susceptibles de

orientar futuras investigaciones o intervenciones. En cuanto a su dimensión ética y cultural, la investigación resulta significativa al evidenciar cómo las organizaciones convierten principios de justicia, equidad y sostenibilidad en acciones tangibles, lo que refuerza su legitimidad, reputación y reconocimiento social.

Hallazgos

A continuación, se describen de forma narrativa los hallazgos para cada categoría de análisis.

Compromiso Institucional

Grupo Lomas transitó de realizar acciones filantrópicas aisladas y sin registro formal a consolidar un modelo estructurado a través de la Fundación Lomas y de su departamento de sostenibilidad, actualmente en proceso de organización y medición. De acuerdo con Moreno (comunicación personal, 22 de julio de 2025), hace aproximadamente diez años la Fundación Lomas comenzó el proceso de formalizar sus iniciativas enfocadas en generar impacto social. Dicho proceso buscó dotar de objetivos, metas y lineamientos claros a los proyectos, con el fin de optimizar los recursos y garantizar su efectividad en la comunidad, de acuerdo a la misma fuente.

Por otra parte, Grupo Xcaret (2024) afirmó disponer de un modelo de gobernanza robusto, respaldado por políticas alineadas a normativas internacionales, la participación de comités especializados y certificaciones que reconocieron más de tres décadas de trayectoria. Actualmente, Xcaret reportó sus esfuerzos en sostenibilidad bajo los estándares GRI (Global Reporting Initiative), usando indicadores internacionales en uso de agua, energía, prácticas laborales e impacto en comunidades, entre otras. De igual manera, se apegó a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), evidenció que no sólo realizó esfuerzos en temas de sostenibilidad, sino que también los documentó y comunicó.

Finalmente, Horbis Group, como empresa joven, inició acciones comunitarias en 2023, integrándolas en su cultura organizacional y apostando por la vinculación con universidades para profesionalizar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), y en un futuro cercano, obtener el distintivo Empresa Socialmente Responsable (ESR), de acuerdo con Luis (comunicación personal, 30 de julio de 2025).

Ámbitos de Intervención Comunitaria

Los proyectos de la Fundación Lomas abarcan distintos ámbitos de acción que combinan el trabajo con la comunidad externa y con la interna. La educación era el eje central, con programas de becas y formación integral dirigidos especialmente a jóvenes, con un enfoque fuerte en la equidad de género y un apoyo significativo a mujeres. También se desarrollaron iniciativas para la niñez, sobre todo para atender los rezagos educativos generados por la pandemia.

En paralelo, la fundación impulsó proyectos ambientales orientados a la conservación de manglares, la reforestación con miles de palmeras y la protección de arrecifes, además de la adopción de tecnologías limpias. A nivel interno destacó la creación del Centro de Desarrollo Humano, que ofreció capacitación, servicios y espacios de apoyo a colaboradores, incluyendo programas de cero rezago educativo. Estos ámbitos reflejaron una visión integral que articula educación, equidad, medio ambiente y bienestar laboral (Moreno, comunicación personal, 22 de julio de 2025).

Luis (comunicación personal, 30 de julio de 2025) afirmó que, por su parte Horbis Group orientó sus iniciativas comunitarias hacia un enfoque integral que combina la inclusión y la equidad, procurando atender de manera transversal las diferentes etapas de la vida sin distinción de edad, género o condición. En este marco, la empresa centró buena parte de sus acciones en la protección del entorno natural, particularmente mediante jornadas de limpieza y conservación en playas, manglares y zonas costeras, con la finalidad de salvaguardar los ecosistemas donde desarrolla sus operaciones. Paralelamente, impulsó programas enfocados en la población

joven y en grupos en situación de vulnerabilidad, a través de proyectos de vinculación educativa e inclusión laboral, en estrecha colaboración con instituciones de educación superior y centros de formación profesional, lo que abrió oportunidades para el desarrollo del talento emergente. Asimismo, la organización fomentó el compromiso de sus colaboradores mediante la participación en actividades de voluntariado, campañas de salud y bienestar, así como en jornadas de donación de sangre que involucraron también a la comunidad en general. Con este conjunto de acciones, de acuerdo con la misma fuente Horbis Group reafirmó su propósito de generar beneficios tangibles tanto en el ámbito ambiental como en el social, promoviendo una cultura empresarial cimentada en la sostenibilidad, la responsabilidad y la inclusión.

Grupo Xcaret (2024) afirmó llevar a cabo acciones de conservación de la biodiversidad (con programas de conservación para las tortugas marinas y guacamayas), difusión cultural, inclusión social y formación laboral, incorporándolas de manera transversal en su plan estratégico empresarial. Su modelo se articula en tres pilares -Personas, Planeta y Prosperidad- que abarcaron bienestar laboral y diversidad, conservación de biodiversidad y fortalecimiento económico local. En 2023 destacaron el Comité IDEA (inclusión, diversidad, equidad y accesibilidad), el programa “Manos Xuaves”, la formación para seguridad laboral (Centro Xefor) y acciones de patrimonio cultural.

1. Poblaciones y Entornos Meta

Moreno (comunicación personal, 22 de julio de 2025) afirmó que, Grupo Lomas, a través de su fundación, centró gran parte de sus programas en la educación y la juventud, con un énfasis especial en la equidad de género, apoyando principalmente a mujeres, como se mencionó previamente. También implementó acciones con la niñez, especialmente tras la pandemia, para compensar rezagos y fortalecer competencias antes de la educación media superior. Paralelamente, la fundación desarrolló proyectos ambientales en manglares, playas, palmeras y arrecifes, reconociendo la responsabilidad de conservar los ecosistemas de los que depende la actividad turística.

Horbis Group enfocó sus acciones en la atención a grupos vulnerables, jóvenes y personal interno, aunado a esto, realizó intervenciones en ecosistemas como playas y manglares. Según Luis (comunicación personal, 30 de julio de 2025), “en Horbis Group, nuestros proyectos comunitarios están diseñados con un enfoque inclusivo y transversal, atendiendo diversas etapas de la vida y promoviendo la equidad sin distinción de edad, género o condición. Actualmente, nuestras iniciativas sociales y ambientales se concentran principalmente en: espacios naturales -como playas, manglares y zonas costeras-; grupos vulnerables y población joven, mediante programas de vinculación educativa e inclusión laboral; así como en colaboradores y comunidad en general, a través de campañas de salud, bienestar y voluntariado”.

Por otra parte, Grupo Xcaret dirigió sus acciones a colaboradores, visitantes y comunidades del destino, así como a ecosistemas costeros y especies clave (por ejemplo, tortugas marinas). El enfoque territorial se centró en Cancún—Riviera Maya y parques/tours asociados. También involucró proveedores y artesanos vía el pilar Prosperidad (Grupo Xcaret, 2024)

2. Estrategias de Implementación y Articulación

Moreno (comunicación personal, 22 de julio de 2025) afirmó que Grupo Lomas transitó de acciones filantrópicas informales hacia esquemas más institucionalizados mediante la Fundación y el Departamento de Sostenibilidad. Su estrategia combinó programas de becas con formación integral, voluntariado corporativo, alianzas con especialistas externos -particularmente en temas ambientales- y la construcción de indicadores propios. Además, contó con un sistema de gestión de sostenibilidad diseñado internamente, que guió sus intervenciones. La Fundación Lomas reconoció la importancia de trabajar en alianza con especialistas, lo que les permitió perfeccionar sus procesos de intervención comunitaria. Actualmente, sus proyectos parten de un esquema de corresponsabilidad, en el que tanto la empresa como la comunidad definen sus roles y compromisos para avanzar de manera conjunta (Fundación Lomas, comunicación personal, 2025).

De acuerdo con Luis (comunicación personal, 30 de julio de 2025) Horbis Group, por su parte, integró la responsabilidad social a su cultura interna a través de programas de voluntariado del personal, comunicación organizacional constante y alianzas con actores clave. Un componente central fue la vinculación con universidades mediante estadías profesionales, que permitieron documentar, sistematizar y fortalecer sus iniciativas. Con ello, se construyó evidencia, se ajustaron procesos y se consolidó una base para la mejora continua y la obtención del distintivo ESR en el futuro.

La Política y el Modelo de Xostenibilidad se ejecutó con la participación de los distintos grupos de interés y a partir de un análisis de materialidad vigente, respaldados por alianzas con organismos públicos, privados y de la sociedad civil. La Línea Xprésate y el Comité de Ética aseguraron canales de denuncia y seguimiento (Grupo Xcaret, 2024).

3. Retos y Resistencias

Para la Fundación Lomas, uno de los mayores aprendizajes fue superar el paternalismo inicial, que buscaba resolver problemas sin conocer a fondo a la comunidad. También enfrentó la creencia de que “la empresa debe dar siempre porque tiene dinero”, lo que generó expectativas difíciles de sostener. Internamente, y al inicio, se toparon con resistencias relacionadas con el presupuesto y con la percepción de que la sostenibilidad es un gasto. El reto fue cambiar narrativas y generar corresponsabilidad con comunidades y dentro de la propia organización (Moreno, comunicación personal, 22 de julio de 2025).

Luis (comunicación personal, 30 de julio de 2025) consideró que el principal desafío de Horbis Group fue compatibilizar la operación cotidiana con la participación social, lo que exigió planificación y flexibilidad de horarios. También sensibilizaron e involucraron al personal de forma sostenida y construyeron alianzas duraderas basadas en confianza y objetivos claros. Otra dificultad fue medir resultados de manera tangible, por lo que se fortalecieron herramientas de seguimiento y evaluación. Estas resistencias, tanto internas como externas, se enfrentaron mediante un liderazgo cercano, una comunicación constante y un compromiso sostenido a largo plazo.

Grupo Xcaret (2024) enfrentó desafíos logísticos por su escala y la necesidad de mantener la coherencia en todas las áreas. De igual forma, el

contexto turístico pospandemia exigió mantener calidad de servicio y avanzar hacia un destino sostenible; la respuesta incluyó gobierno corporativo, gestión de riesgos legales/reputacionales y cultura ética. En 2023, Xprésate registró 224 reportes y un total de 12,411 personas concluyeron el curso del Código de Conducta (78%), lo que evidenció un enfoque de gestión preventiva y capacitación permanente.

4. Impactos

De acuerdo con Moreno (comunicación personal, 22 de julio de 2025) los impactos se reflejaron tanto en la comunidad como al interior de la empresa. Externamente, destacaron los programas educativos que han transformado vidas: colaboradores y beneficiarios han concluido desde la primaria hasta la licenciatura gracias al apoyo recibido. Internamente, la sostenibilidad se convirtió en uno de los cinco pilares de la empresa, lo que reflejó un cambio cultural profundo. Asimismo, el voluntariado corporativo fortaleció el sentido de pertenencia, el ambiente laboral y la proyección social y reputacional de la marca.

Por su parte, Horbis Group promovió la conciencia ambiental, la generación de oportunidades y la cohesión interna, señalando que “a través de nuestras jornadas de limpieza de playas y manglares [...] hemos contribuido a fortalecer la cultura del cuidado del medio ambiente en zonas costeras” (Luis, comunicación personal, 30 de julio de 2025). De igual manera, las intervenciones impulsaron una mayor conciencia ambiental en zonas costeras mediante limpiezas y campañas de sensibilización, y reforzaron vínculos con universidades, asociaciones y autoridades. Internamente, reportaron mejoras en clima laboral, orgullo institucional y sentido de pertenencia, además del desarrollo de habilidades como liderazgo y trabajo en equipo. Asimismo, las iniciativas contribuyeron a oportunidades de inclusión laboral y formación para la población joven. Todo ello se tradujo también en una mejor reputación corporativa y posicionamiento de marca.

Por otra parte, Grupo Xcaret (2024) impactó en la conservación, cultura y economía local, así como en la motivación y orgullo institucional. Entre los hitos 2023: 5.2 millones de viajeros atendidos, 15,897 colaboradores activos,

creación del Comité IDEA y programas de inclusión. En conservación, 1,053,371 crías de tortuga liberadas en 2023 y más de 18.9 millones desde el inicio del programa; continúan reintroducciones de guacamaya roja (Grupo Xcaret, 2024).

A largo plazo, los impactos observados presentaron el potencial de traducirse en transformaciones sostenidas dentro de las comunidades y en la cultura organizacional. La continuidad de becas educativas favoreció la movilidad social intergeneracional; la participación constante del personal fortaleció la identidad corporativa y la cohesión interna; y la conservación ambiental contribuyó a preservar los recursos que sostienen la actividad turística. Estos efectos sugirieron que el compromiso comunitario no solo responde a necesidades inmediatas, sino que puede consolidarse como un eje estratégico para la sostenibilidad empresarial y regional.

5. Evaluación y Medición

Fundación Lomas reconoció que todavía está en proceso de consolidar un sistema de medición completo. Actualmente utilizan indicadores diseñados internamente, revisados y ajustados de manera constante para garantizar su viabilidad. Además, realizan encuestas de salida y han comenzado a elaborar informes anuales que sirven como evidencia del impacto percibido tanto por colaboradores como por comunidades. Los instrumentos de evaluación continúan en proceso de ajuste, con el fin de lograr mediciones más precisas y consistentes (Moreno, comunicación personal, 22 de julio de 2025).

El seguimiento a los esfuerzos de compromiso social que realizó Horbis Group combinó indicadores cuantitativos y cualitativos: participación de colaboradores, horas de voluntariado, número de actividades y alcance de beneficiarios, junto con retroalimentación de las comunidades e instituciones aliadas (Luis, comunicación personal, 30 de julio de 2025). Evaluaron cambios observables en los entornos intervenidos y consideraron reconocimientos externos y efectos internos (satisfacción, pertenencia, clima). Este esquema está en marcha y se sigue fortaleciendo para asegurar un impacto real y sostenible.

Grupo Xcaret reportó con estándares GRI y alineó su gestión a los ODS; actualizó su estudio de materialidad e identificó 13 temas prioritarios que guían indicadores y metas. Estos mecanismos estructuraron la rendición de cuentas y el seguimiento de desempeño social-ambiental (Grupo Xcaret, 2024).

6. Experiencia y Aprendizajes del Personal

Moreno (comunicación personal, 22 de julio de 2025) expuso que las experiencias son valoradas por su capacidad de corresponsabilizar y transformar. Los colaboradores manifestaron satisfacción y orgullo al participar en las actividades comunitarias. Entre los casos más representativos se encontraron colaboradores que lograron alfabetizarse o finalizar sus estudios dentro de la organización, así como beneficiarios de becas que actualmente continúan su formación en niveles educativos superiores. El voluntariado cambió la percepción del personal, generando entusiasmo por participar nuevamente y reforzando valores de solidaridad y corresponsabilidad. Estas experiencias ayudaron también a consolidar la cohesión interna (Entrevistado, Fundación Lomas, comunicación personal, 2025).

Luis (comunicación personal, 30 de julio de 2025) indicó que los testimonios destacaron la motivación, orgullo y desarrollo personal. Los colaboradores calificaron su participación como valiosa y enriquecedora, ya que les brindó la oportunidad de aportar más allá de sus funciones laborales; asimismo, reportaron motivación, orgullo de pertenecer a una empresa con propósito y desarrollo de habilidades blandas (comunicación, empatía, liderazgo). También destacaron una mayor sensibilidad social y cohesión entre áreas, lo que se traduce en mejor convivencia y sentido de comunidad dentro de la organización.

En Grupo Xcaret, el personal manifestó alto sentido de pertenencia y formación en sostenibilidad. La capacitación en ética llegó al 78% del personal y se complementó con programas de inclusión y accesibilidad (IDEA, “Manos Xuaves”), además de formación técnica especializada a través de Xefor. Estos procesos reforzaron la pertenencia, competencias y cultura de sostenibilidad (Grupo Xcaret, 2024).

7. Recomendaciones y Buenas prácticas

Moreno (comunicación personal, 22 de julio de 2025) propuso recomendar a otras empresas concebir la responsabilidad social no como un gasto sino como una inversión, trabajar mediante alianzas estratégicas con quienes tengan experiencia, y comunicar sus proyectos, aunque sean pequeños, pues ello genera compromiso y transparencia. También sugirió vincular las iniciativas con la identidad y giro de cada empresa, asegurarse de su viabilidad y orientarlas hacia la movilidad social. En conclusión, sugirió llevar a cabo las acciones con autenticidad, sentido de corresponsabilidad y una perspectiva de largo plazo.

Luis (comunicación personal, 30 de julio de 2025) señaló que Horbis Group enfatizó la comunicación, el liderazgo visible, la flexibilidad y las alianzas; Desde su experiencia, sugirió actuar con autenticidad, escuchar a la comunidad antes de intervenir, involucrar a todo el equipo con flexibilidad y liderazgo visible, y tejer alianzas estratégicas con academia, sociedad civil y autoridades. Recomendó medir y comunicar resultados, aprender de cada proyecto y comenzar con acciones concretas y consistentes, por pequeñas que sean, para dar continuidad y escalar el impacto.

Grupo Xcaret (2024) concibió la sostenibilidad como un eje transversal de su modelo de negocio, procurando que su implementación se caracterice por la coherencia y la transparencia. Para la empresa, este compromiso implicó establecer políticas y lineamientos formales, respaldar la gestión mediante un gobierno corporativo con comités especializados y mecanismos de integridad, fomentar el diálogo permanente con sus grupos de interés y construir alianzas estratégicas.

Asimismo, destacó la importancia de reportar avances bajo los lineamientos de GRI y en concordancia con los ODS, apoyándose en estudios de materialidad revisados de manera periódica (Grupo Xcaret, 2024).

A continuación, se presenta la matriz de ejes temáticos.

Tabla 1.*Matriz de análisis comparativo*

Ejes temáticos	Fundación Lomas	Horbis Group	Grupo Xcaret
Compromiso institucional	Creación de Fundación Lomas y Departamento de Sostenibilidad; la sostenibilidad es uno de los cinco pilares.	Inicia acciones comunitarias en 2023; busca obtener distintivo ESR; la RSE integrada a cultura joven.	Más de 30 años de trayectoria; políticas alineadas a ODS y GRI; comités de sostenibilidad.
Ámbitos de intervención	Educación, equidad de género, niñez, medio ambiente, colaboradores internos (Centro de Desarrollo Humano).	Medio ambiente (playas, manglares), inclusión laboral, educación, salud y bienestar de colaboradores.	Conservación de biodiversidad, promoción cultural, capacitación laboral, turismo sostenible.
Poblaciones y entornos meta	Mujeres, jóvenes, niños, colaboradores internos, comunidades locales, ecosistemas (manglares, arrecifes).	Grupos vulnerables, población joven, colaboradores, comunidad general y ecosistemas costeros.	Comunidades locales, turistas, biodiversidad, trabajadores.
Estrategias de implementación	Becas, voluntariado corporativo, alianzas con especialistas, sistema propio de sostenibilidad.	Voluntariado, comunicación interna, estadias profesionales con universidades, alianzas externas.	Estrategia global con certificaciones, comités especializados y reportes de sostenibilidad.
Retos y resistencias	Superar paternalismo, expectativas de “dar dinero”, percepción interna de gasto.	Conciliar operación y labor social, involucrar al personal, medir impacto de forma tangible.	Mantener estándares internacionales, gestionar visibilidad, responder a expectativas globales.
Impactos	Movilidad social vía becas, cero rezago educativo, orgullo y cohesión interna, reputación positiva.	Cultura ambiental en zonas costeras, cohesión laboral, motivación del personal, reputación incipiente.	Reconocimiento internacional, conservación de ecosistemas, legitimidad y reputación global.
Evaluación y medición	Indicadores internos en proceso, encuestas de salida, informes anuales en consolidación.	Indicadores cuantitativos y cualitativos, retroalimentación comunitaria, sistema en desarrollo.	Reportes bajo estándares GRI, ODS y auditorías externas.
Experiencia del personal	Orgullo, satisfacción, casos de movilidad educativa, entusiasmo por voluntariado.	Motivación, desarrollo de habilidades blandas, orgullo institucional, cohesión entre áreas.	Identidad organizacional fortalecida, orgullo de pertenencia, formación en sostenibilidad.

Recomendaciones y buenas prácticas	Ver la RSE como inversión, trabajar con aliados expertos, comunicar proyectos, aunque sean pequeños.	Autenticidad, escuchar a la comunidad, alianzas estratégicas, medir y comunicar resultados.	Transparencia, acciones integradas a la estrategia global, políticas coherentes con ODS.
<i>Nota.</i> La información de Fundación Lomas y Horbis Group proviene de entrevistas aplicadas a representantes de cada empresa (comunicación personal, 2025). En el caso de Grupo Xcaret, los datos se obtuvieron a partir de la Memoria de Xostenibilidad 2023, publicada en 2024 y otros reportes institucionales disponibles en medios electrónicos.			

En suma

El análisis comparativo de Fundación Lomas, Horbis Group y Grupo Xcaret permitió observar distintos niveles de madurez en la forma en que las empresas del sector turístico en Quintana Roo asumieron el compromiso organizacional con el servicio comunitario. Cada caso reflejó un camino particular, pero todas coincidieron en integrar la responsabilidad social como parte de su gestión empresarial y en orientar sus recursos hacia la generación de valor social, ambiental y económico en la región.

Fundación Lomas representó el tránsito de prácticas filantrópicas aisladas hacia un modelo estructurado e institucionalizado, donde la educación, la equidad de género, el medio ambiente y el bienestar laboral se articularon en programas con objetivos y lineamientos claros. Este cambio muestra cómo una empresa consolidada puede redefinir su papel comunitario al superar visiones asistencialistas y avanzar hacia esquemas de corresponsabilidad y sostenibilidad.

En el caso de Horbis Group, su carácter de empresa reciente demostró que es posible incorporar la responsabilidad social en la cultura organizacional desde los primeros años de vida corporativa. Sus programas enfocados en la inclusión, la educación, el cuidado ambiental y la participación del personal revelaron un esfuerzo por legitimar su compromiso comunitario mediante la vinculación con universidades y aliados estratégicos. Aunque todavía atraviesa desafíos propios de su proceso de consolidación, como el fortalecimiento de los mecanismos de medición de impacto, su experiencia evidencia que la RSE puede funcionar como un elemento distintivo en mercados altamente competitivos.

Grupo Xcaret, en cambio, ilustró el caso de una empresa madura con un modelo de gobernanza sólido, políticas alineadas a marcos internacionales y una diversificación de proyectos que abarcan conservación de biodiversidad, inclusión, cultura y prosperidad económica local. Sus reportes bajo estándares GRI y su alineación con los ODS reflejaron no solo un compromiso operativo, sino también un esfuerzo sistemático por rendir cuentas y comunicar resultados de forma transparente, lo que reforzó su posición como referente internacional de turismo sostenible.

Entre los hallazgos más significativos destacaron la importancia de articular alianzas intersectoriales -con academia, sociedad civil y gobierno-, establecer mecanismos claros de medición de impacto y fomentar la participación del personal como agentes de cambio. Estas tres dimensiones permitieron consolidar proyectos con mayor legitimidad, continuidad y capacidad transformadora. Asimismo, las experiencias analizadas demostraron que el compromiso comunitario no se limita a generar beneficios externos, sino que también impacta positivamente en el clima laboral, la cohesión interna, el orgullo institucional y la reputación corporativa de las organizaciones.

En conjunto, los casos de Fundación Lomas, Horbis Group y Grupo Xcaret mostraron que el compromiso organizacional con el servicio comunitario es un componente clave para fortalecer la sostenibilidad del sector turístico en Quintana Roo. A distintas escalas, estas empresas evidenciaron que integrar la responsabilidad social en la estrategia corporativa no solo contribuye a atender problemáticas sociales y ambientales, sino que también consolida una cultura organizacional más consciente, participativa y responsable, capaz de generar valor compartido y de proyectar un modelo de desarrollo más justo y sostenible para la región.

Finalmente, comprender estas experiencias permitió reconocer que el servicio comunitario empresarial no debe resumirse como una práctica aislada o temporal, sino como un proceso continuo que requiere planificación, evaluación, corresponsabilidad y visión de largo plazo. Su impacto se construye en el tiempo y se fortalece cuando está alineado con la cultura organizacional y las necesidades reales de las comunidades.

Referencias

- ANUIES. (2012). La responsabilidad social universitaria en México: Hacia una universidad comprometida con su entorno. Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior.
- Agüeros Sánchez, F., Rodríguez García, H. J., & Sandoval Cervantes, D. I. (s.f.). La responsabilidad social empresarial como ventaja competitiva. Ponencia presentada en el XV Congreso Internacional de Investigación en Ciencias Administrativas: "La Administración y la Responsabilidad Social Empresarial". Recuperado de <https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24976w/laresponsabilidadsocial empresarial como ventaja competitiva.pdf>
- Ayuntamiento de Benito Juárez. (28 de julio de 2023). Reconocen a empresas con distintivo Empresa Socialmente Responsable. Municipio de Benito Juárez. <https://cancun.gob.mx/cancun/noticias/leer/327>
- Barroso Tanoira, F. G. (2008). La responsabilidad social empresarial: Un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán. Recuperado de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0186-10422008000300005&script=sci_arttext&utm_source=chatgpt.com
- Cancun Sailing. (2025). Programa Ventus de Responsabilidad Social. Cancun Sailing. cancunsailing.com
- Carroll, A. & Shabana, K. (2010). The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice. International Journal of Management Reviews VL - https://www.researchgate.net/publication/228118692_The_Business_Case_for_Corporate_Social_Responsibility_A_Review_of_Concepts_Research_and_Practice
- De Vida, N. (2006). Fundamentos del servicio comunitario privado. Club de Leones Montevideo Pocitos.

- Díaz, R. (2015). Desarrollo sustentable, una oportunidad para la vida. McGraw Hill.
- Durán, R. (2024) Éxito, compromiso social y confianza, claves de la reputación corporativa.
- Endesa. (2025, 13 de marzo). Beneficios de la sostenibilidad en la imagen corporativa de las empresas. Endesa Blog. Recuperado de https://www.endesa.com/es/blog/blog-de-endesa/empresas/beneficios-de-la-sostenibilidad-en-la-imagen-corporativa?utm_source=chatgpt.com
- Fong, C., Parra, A., Soriano, L., Teodoro, E. (2020). El estado actual de la Responsabilidad Social Empresarial en México. Revista Academia & Negocios, vol. 6, núm. 1, pp. 41-56. <https://www.redalyc.org/journal/5608/560863786007/html/>
- Freeman, R. E. (1984). Strategic management: A stakeholder approach. Pitman.
- Freire, P. (2005). Pedagogía del oprimido (30ª ed.). Siglo XXI Editores. (Obra original publicada en 1970).
- Gobierno del Estado de Quintana Roo. (29 de junio 2018). ¿Qué es el programa de Responsabilidad Social? SEDETUR. sedeturqroo.gob.mx+1sedeturqroo.gob.mx+1
- Gobierno del Estado de Quintana Roo. (2022). Acerca de — Responsabilidad Social Turística Quintana Roo. SEDETUR. sedeturqroo.gob.mx
- Gobierno del Estado de Quintana Roo. (2021). La SEDE impulsa la responsabilidad social empresarial en el sur de Quintana Roo. CGC—QROO. cgc.qroo.gob.mx
- Gobierno del Estado de Quintana Roo. (18 de marzo de 2023). Ley para el Desarrollo Social del Estado de Quintana Roo. Congreso del Estado.

- Desarrollo Social del Estado de Quintana Roo. Congreso del Estado. es.wikipedia.org+15documentos.congresoqroo.gob.mx+15faolex.fao.org+15
- Grupo Xcaret. (2024) Memoria de Xostenibilidad 2023 Informe Anual. Grupo Xcaret. www.grupoxcaret.com
- Lara, I. A., Sánchez, J. (2021) Responsabilidad social empresarial para la competitividad de las organizaciones en México. Mercados y Negocios, núm. 43. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=571867103005>
- Monforte, R. (21 de mayo de 2025). Clientes y empleados: dos públicos, una sola fidelidad. <https://responsabilidadsocial.net/clientes-y-empleados-dos-publicos-una-sola-fidelidad/>
- ONU. (2015). Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Organización de las Naciones Unidas. <https://sdgs.un.org/goals>
- Pineda, R. M., & Gutiérrez, R. (2012). El servicio social universitario en México: génesis, evolución y tendencias actuales. Universidad Autónoma Metropolitana. <https://doi.org/10.13140/2.1.4899.7445>
- Rodríguez, E. (6 de agosto de 2023). Los beneficios del voluntariado. La mente es maravillosa. <https://lamenteesmaravillosa.com/los-beneficios-del-voluntariado/>
- Tapia, M. N., & Serrano, E. (2010). Aprendizaje servicio: una pedagogía para la ciudadanía.
- Theimer, S. (2024). Mayo Clinic Responde: beneficios del voluntariado para la salud. Mayo clinic. <https://newsnetwork.mayoclinic.org/es/2024/03/21/mayo-clinic-responde-beneficios-del-voluntariado-para-la-salud/>

Zorrilla, M. (2004). El servicio social universitario en México: entre el mandato legal y la responsabilidad social. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 9(22), 1163—1186.
<https://www.comie.org.mx/revista/v2004/rmie/index.html>

CAPÍTULO 6

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA DE LAS EMPRESAS

María Elvira López Parra

Instituto Tecnológico de Sonora
<https://orcid.org/0000-0003-3552-3517>
melopez@itson.edu.mx

Introducción

Desde hace décadas el concepto de Responsabilidad Social, iniciado por la Declaración de Estocolmo (1972) donde concientizaron el problema de la destrucción del medio ambiente y el incremento de la pobreza, se ha ido enriqueciendo a lo largo del tiempo, tomando en cuenta la ética y la moral, pero es a mediados del siglo XX cuando se formaliza en el ámbito empresarial.

Este concepto ha cobrado relevancia en la gestión administrativa moderna, es un constructo amplio que comprende acciones dirigidas especialmente a los problemas sociales y a los grupos de interés. McGuire (1963) citado por Piasecki (2018) decía que, con la Responsabilidad Social, los directivos no sólo tenían el compromiso de gestionar recursos para incrementar las utilidades, sino que en algunos aspectos de la operación de la empresa eran responsables de la sociedad vista como un todo.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) impacta de manera positiva el desarrollo sostenible de las empresas en las tasas de crecimiento sostenible y el valor de mercado (Naseer y Bagh, 2024). Las empresas que implementan prácticas de la RSE experimentan mayores beneficios económicos, además dichas acciones favorecen el avance hacia la sostenibilidad, generando impactos positivos en los ámbitos económico, social y ambiental (Al-Swidi et al., 2024).

No obstante, a pesar del creciente interés por entender la relación entre la RSE y los resultados financieros en las organizaciones, persiste una

ausencia de consenso teórico y empírico respecto a la naturaleza de dicha relación, particularmente en el contexto latinoamericano. Mientras algunos estudios señalan impactos positivos en indicadores de rentabilidad, otros evidencian efectos limitados o dependientes del tipo de práctica de RSE implementada y del sector económico analizado.

Esta problemática ha generado una brecha de conocimiento que dificulta valorar con precisión el papel de la RSE como motor de sostenibilidad económica, por considerarse entre algunos directivos, más un gasto que una inversión estratégica. En este sentido, resulta necesario profundizar en el análisis de cómo las prácticas responsables inciden en la creación de valor económico, en especial en sectores estratégicos como el turismo.

El objetivo es analizar, mediante fuentes documentales especializadas, la incidencia de la responsabilidad social empresarial en la sostenibilidad económica del sector turístico, identificando sus beneficios financieros y su aporte a estrategias de creación de valor integral.

Considerando una perspectiva teórica, este trabajo contribuye al fortalecimiento del debate sobre la dimensión económica de la responsabilidad social empresarial, al proponer un análisis que vincula los beneficios financieros derivados de las prácticas de RSE en las organizaciones. El aporte radica en integrar las evidencias documentales más recientes en torno a la relación entre RSE, la creación de valor y la competitividad sostenible, destacando la necesidad de concebir la responsabilidad social no solo como un compromiso ético, sino como un activo que incide en el desempeño económico a largo plazo, de tal manera que el estudio permita la comprensión teórica sobre la función económica de la RSE en sectores como el turismo, y de esta manera contribuir en el desarrollo de marcos analíticos que permita evaluar su impacto desde una visión integral.

Finalmente, el presente trabajo está organizado en tres momentos, en el primero se observa la introducción, en el segundo se revisan los principales fundamentos relativos a la conceptualización de la dimensión económica en la responsabilidad social, seguido de las prácticas financieras en el contexto

de la responsabilidad social empresarial, para concluir con este apartado con investigaciones sobre la dimensión económica de la responsabilidad social en empresas del sector turístico; en el tercer momento se presenta la suma, que consiste en la integración de los hallazgos sobre cómo las prácticas de RSE inciden en la sostenibilidad económica de las empresas, y finalmente mostrar beneficios que en términos financieros estas prácticas pueden representar para las empresas.

Para comprender cómo la responsabilidad social empresarial incide en la sostenibilidad económica, a continuación se muestra una revisión conceptual con la finalidad de establecer el marco teórico que sustenta el análisis realizado en esta investigación.

Conceptualizando la dimensión económica de la responsabilidad social empresarial

La dimensión económica de la RSE aborda cómo las empresas gestionan sus recursos de forma ética y eficiente para generar valor sostenible. Este enfoque se refleja en prácticas financieras responsables que, en el sector turístico, han sido objeto de estudio por su impacto en la rentabilidad y competitividad.

Es la Comisión de las Comunidades Europeas (CCE, 2001) quien definió a la RSE como el marco en el cual, las organizaciones integran, de manera voluntaria, aspectos sociales y ambientales en las actividades empresariales y en sus vínculos con grupos de interés, denominados *stakeholders* (European, 2001).

Las dimensiones de la responsabilidad social en las organizaciones han sido abordadas por diferentes autores, Cuevas (2011) muestra el enfoque teórico en tres dimensiones principales para analizar la historia y funcionalidad que nace del *triple bottom line* (3BL) siendo estas: (1) la dimensión como herramienta actual, que muchas empresas u organizaciones las aplican a través de informes o reportes de sostenibilidad o normas International Organization for Standardization (ISO) que permiten asegurar

la calidad, seguridad y eficiencia de los productos y servicios que se ofrecen, (2) la dimensión de utilidad administrativa, relativa a la medición de la gestión administrativa para cumplir con la filosofía organizacional como es la misión, visión, políticas, indicadores, estándares, entre otros y (3) la dimensión ideológica o doctrinaria, que revela diferencias o tensiones entre el objetivo humanista y los intereses privados.

En este mismo contexto el modelo propuesto por Carroll (1991) citado en Valenzuela et al., (2015) establece que las empresas asumen cuatro niveles de responsabilidad: económica, legal, ética y voluntaria o discrecional, incluye la filantropía. Estas responsabilidades están en función del grado de compromiso que tienen las empresas y el entorno en donde operan, reflejando una mayor implicación a medida que se van madurando y reconociendo estas prácticas. Considerando el enfoque de Carroll la dimensión económica de la RSE representa la obligación fundamental de la empresa de ser económicamente viable y eficiente, lo que implica generar bienes y servicios de calidad, fomentar la innovación de productos y procesos, optimizar el desempeño de sus colaboradores y responder eficazmente a las necesidades de los consumidores. En este sentido, esta dimensión no solo apunta a la obtención de beneficios, sino también al cumplimiento de la función productiva en beneficio de la sociedad (Arévalo y Escobar, 2018).

A lo largo del siglo XXI, con la globalización se han impulsado nuevas estrategias en las organizaciones, dando lugar a un enfoque orientado hacia la evaluación de la sostenibilidad en sus dimensiones económica, social y ambiental. En este contexto, la RSE sostiene que las empresas deben actuar de forma congruente con las expectativas y necesidades de los grupos de interés, con el propósito de promover un desarrollo más equilibrado entre las dimensiones. Lis-Gutiérrez (2018) en la revisión de literatura sobre la RSE con información del 2010 al 2017 destacó cinco dimensiones clave de las prácticas de responsabilidad social como son la ambiental, social, económica, grupos sociales (*stakeholders*) y la voluntaria y concluye que predominan dos formas de medir la RSE: el análisis de reportes y el uso de indicadores únicos o múltiples, pero persiste en la ausencia de consenso estandarizado y enfatiza

que la cuantificación continua es esencial para monitorear y mejorar la gestión, pero a través de indicadores transparentes, comparables y basados en estándares como la Iniciativa de Informes Globales (GRI) o Ethos que apoya a las empresas en el autodiagnóstico de la RSE.

Este enfoque integral de RSE y su medición a través de estándares reconocidos se vincula directamente con la adopción de criterios Ambientales, Sociales y Gobernanza (ASG), que amplían la responsabilidad empresarial hacia una gestión ética y sostenible en todas las áreas.

Asimismo, la sostenibilidad implica la incorporación de criterios ASG en distintas áreas de la gestión empresarial. Esto abarca desde la gobernanza interna y las decisiones financieras hasta las estrategias de inversión. Se espera que las empresas con un enfoque socialmente responsable asuman los costos de sus impactos negativos, como la contaminación, y respondan no solo ante los accionistas, sino también ante otros grupos de interés, incluidos los empleados, clientes, proveedores y comunidades locales (Liang y Renneboog, 2020).

Los Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS) también son impulsores de la RSE y la dimensión económica y su relación con la sostenibilidad, al respecto Roffé y González (2024) analizaron los resultados financieros vinculados al compromiso de las empresas con los ODS y encontraron que el 83% de los documentos analizados identifica una relación positiva entre las prácticas sostenibles y el desempeño financiero, el 10% presenta hallazgos poco concluyentes y solo un 7% refleja impactos negativos. Esta relación positiva de las prácticas sostenibles y el desempeño financiero respalda la idea de que la sostenibilidad no solo implica responsabilidad social, sino que también representa una estrategia competitiva que impulsa la innovación; y los resultados poco concluyentes evidencian la complejidad de los análisis, por factores como el sector, el contexto geográfico y la madurez del mercado. Al respecto Valenzuela et al., (2015) comentan que las investigaciones que estudian el impacto de la RSE suelen enfocarse en su efecto económico, especialmente en el desempeño financiero, y han encontrado resultados variados: en algunos casos se observa una relación positiva, mientras que en otros no se identifican beneficios claros.

Es así que, numerosos estudios han explorado la conexión entre las prácticas de RSE y el desempeño financiero de las organizaciones. Uno de los pioneros en establecer esta relación fue Ansoff (1983) citado por Padilla et al., (2017) quien integró los aspectos sociales y ambientales en el proceso de formación estratégica, destacando su influencia en el rendimiento empresarial.

En diversos estudios sobre la medición de la RSE y el desempeño financiero, se han considerado alguna de las herramientas de evaluación y difusión, a continuación, se muestran la Tabla 1 y la Tabla 2 que detallan las herramientas de evaluación y difusión de la RSE, así como los indicadores de medición del desempeño financiero.

Tabla 1.
Herramientas de evaluación y medición de la RSE

Herramientas de RSE	Dimensiones	Descripción general
GRI (<i>Global Reporting Initiative</i>)	Económico, ambiental y social.	Se evalúa a través de indicadores que permiten a las organizaciones medir el desempeño de cada una de las áreas, y rendición de cuentas frente a grupos de interés. En México se encuentra una guía denominada: Guía para la Elaboración de Reportes de Sostenibilidad del Pacto Mundial México, con base en los estándares internacionales del GRI y alineado a las ODS.
Modelo SEPS (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria en Ecuador)	Económico, ambiental y social.	Analiza cómo las actividades de una organización afectan su entorno, con el propósito de lograr un equilibrio entre el desempeño económico y el bienestar social y ambiental, y rendición de cuentas a los socios o accionistas.
Ethos	Económica, social y medio ambiental.	Se evalúa a través de indicadores que permiten a las organizaciones medir el desempeño de cada una de las áreas y buscando un equilibrio entre rentabilidad, desarrollo social y sostenibilidad. Provee de elementos para el autodiagnóstico. También promovida por RedE América.
ISO 26000	Siete temas fundamentales.	Guía internacional que orienta sobre la RSE en cualquier empresa y así contribuir a su desarrollo sostenible.

NMX-SAA-8000-IMNC-2008 (SA8000)	Social.	Norma mexicana sobre responsabilidad social en el lugar de trabajo y las prácticas de los derechos laborales.
CEMEFI (Centro Mexicano para la Filantropía)	Calidad de vida, ética y gobernanza, vinculación con la comunidad y cuidado y preservación del medio ambiente.	Organismo que proporciona una guía o bien un instrumento para autoevaluación y medir el desempeño de las organizaciones en términos de la RSE y sirve para obtener el Distintivo ESR.
<i>Nota.</i> Adaptado de Coba et al., (2017) con información de Modelo Instituto ETHOS (2007), Modelo GRI (2015), Modelo Balance Social SEPS (2014) e ISO 2600 (2011).		

Tabla 2.

Variables del rendimiento financiero utilizadas para correlacionar con la RSE

Variable	Descripción
Tamaño	Relativa al tamaño de la empresa en economías emergentes.
Rentabilidad	Se mide a través de los siguientes indicadores: - Rentabilidad de los Activos (ROA) - Rentabilidad del capital contable o el patrimonio (ROE) - Rentabilidad sobre las ventas (ROS)
Ventas	A través de un logaritmo en el rubro de ventas para reducir la escala de datos.
Otras variables de control	Se mide a través de los siguientes indicadores: - Endeudamiento - Liquidez
<i>Nota.</i> Adaptado de Daza (2015). Crecimiento y rentabilidad en el mercado emergente brasileño.	

En la Tabla 2, correspondiente a las variables de rendimiento financiero, se identifican cuatro variables que se describen a continuación para facilitar su comprensión:

- **Tamaño:** Las economías emergentes han cobrado relevancia debido a sus elevadas tasas de crecimiento y su creciente contribución al Producto Interno Bruto (PIB) global. Este dinamismo se debe, por un lado, a que parte de un menor nivel de desarrollo y, por otro, a que cuentan con una población más joven y en expansión, lo que incrementa la fuerza laboral y favorece un crecimiento económico acelerado. Como resultado, estas economías generan atractivas oportunidades de inversión, atrayendo capital extranjero e impulsando un aumento en la inversión extranjera directa (Daza, 2015). En México,

y particularmente las empresas están clasificadas en su tamaño según algunos estratos como son el sector, el número de trabajadores y el monto de ventas anuales (Diario Oficial de la Federación, 2009).

- Rentabilidad, que según López-Rodríguez et al., (2020) y Wahyuningsih y Widowati (2016) son:

- ROA: evalúa la rentabilidad total generada por los activos, una vez que se descontaron los intereses e impuestos. Este indicador revela qué tan eficientemente se están utilizando los activos en la empresa para generar beneficios durante un periodo determinado.

- ROE: mide el nivel de rentabilidad sobre la inversión de los accionistas, esto es que refleja el éxito o fracaso de la gestión en maximizar el retorno de la inversión para los accionistas, enfocándose en los ingresos obtenidos en relación con el capital invertido.

- ROS: mide la eficiencia operativa que tienen las empresas de convertir sus ventas en ganancias.

- Ventas netas: representan el valor monetario de los productos o servicios que las empresas u organizaciones venden o comercializan a sus cliente o usuarios.
- Otras variables de control para medir el rendimiento financiero y utilizadas en estudios sobre las prácticas de RSE son:

- Endeudamiento mide la proporción de los activos de una empresa que está financiada con deuda.

- Liquidez mide la capacidad de una empresa para cumplir con sus obligaciones financieras en el corto plazo, esto es que pueda pagar sus deudas de inmediato utilizando el activo disponible o circulante.

Los indicadores de endeudamiento y liquidez, se incluyen en modelos de regresión para analizar si las empresas con distintos niveles de endeudamiento y liquidez tienden a invertir o no en prácticas de RSE.

En un meta-análisis realizado por Rosero et al., (2016) para conocer la relación entre la RSE y el desempeño financiero, observaron, en sus resultados, un incremento de estudios sobre la relación de estas dos variables. En los años 2008-2009 se contaba con 60 estudios, pasando a 75 en los años

del 2010-2011 y 90 para en 2012-2013. Las categorías analizadas fueron: contribuciones a fundaciones civiles, políticas empresariales orientadas a la RSE, medidas de impacto ambiental, acciones que muestren un comportamiento irresponsable con la sociedad, presentación de informes anuales a través de la transparencia, divulgación del desempeño responsable, observadores externos del desempeño social empresarial, auditorías externas y cumplimiento del desempeño social, a través de fondos de inversión. Además, el desempeño financiero lo midieron a través del rendimiento contable como el ROA, ROE y el de la inversión (ROI) y otras medidas económicas como el valor en el mercado, la rentabilidad de las acciones, entre otros. Además, propusieron que algunos grupos de indicadores que deben ser considerados en estos análisis son: el tipo de sector, el tamaño de la empresa y su riesgo financiero, el nivel de endeudamiento, años de constitución de la empresa, la inversión en investigación y desarrollo, entre otros.

El creciente interés académico por analizar la relación entre la RSE y el desempeño financiero, evidenciado en el incremento de estudios por Rosero et al., (2016), refleja una tendencia que también se observa en la práctica empresarial, especialmente en el sector turístico. Este sector ha mostrado un aumento significativo en el número de empresas que adoptan formalmente prácticas de RSE, como lo indica el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI, 2022), al pasar de 17 empresas con el distintivo ESR en 2001 a 2,257 en 2022. Esta expansión sugiere que, al igual que en los estudios académicos, las organizaciones han empezado a reconocer el valor estratégico de integrar la RSE en su gestión, independientemente de su tamaño o localidad.

Según la CEMEFI (2022) de las 2,257 empresas con distintivo RSE en el año 2022, 48% son del sector servicio, el 39% sector industrial y el 14% del sector comercial, siendo una constante desde el 2016. En cuanto a su tamaño el 42% son empresas grandes, el 21% mediana, el 26% pequeña y 11%micro, estas últimas incrementaron en un punto porcentual de un año a otro superando al resto de las empresas por su tamaño que se quedaron en la misma posición y en el caso de la empresa grande bajo un punto porcentual.

Estos datos evidencian una convergencia entre el interés académico y la adopción empresarial de prácticas de RSE como parte de una gestión estratégica orientada al desempeño financiero. El crecimiento sostenible de las empresas con distintivo ESR refleja que, más allá del tamaño o sector, la RSE se está consolidando como una herramienta clave para fortalecer tanto la competitividad como la sostenibilidad organizacional. Este avance también resalta la necesidad de seguir profundizando en su estudio, considerando variables contextuales que influyen en su impacto sobre el desempeño financiero. Así, la RSE deja de ser solo un compromiso ético para convertirse en un factor diferenciador en el entorno empresarial actual.

Una vez comprendida la dimensión económica de la RSE, es importante analizar cómo estos principios se traducen en prácticas financieras concretas dentro de las organizaciones.

Prácticas financieras en el contexto de la responsabilidad social corporativa

En este apartado se abordan prácticas de responsabilidad y desempeño financiero, a partir del análisis de casos empíricos. Estos estudios permiten identificar cómo las empresas integran criterios sociales, ambientales y éticos en sus decisiones financieras. Se busca evidenciar la relación entre la adopción de prácticas socialmente responsables y la sostenibilidad financiera de las organizaciones en distintos sectores y lugares.

Hoy en día la RSE ha pasado de ser una mera filantropía a convertirse en un componente estratégico en las operaciones de las empresas, creando valor tanto para la empresa como para la sociedad, lo que implica considerar aspectos sociales y ambientales en las estrategias empresariales. Esta inclusión mejora la reputación de las empresas, atrae talento, incrementa el bienestar de los empleados y abre nuevos mercados, lo que tiene una implicación económica empresarial favorable (Patil, 2024).

Además, el enfoque estratégico de la RSE alineado a las ventajas competitivas de la empresa ayuda a conducir a una relación positiva entre la

RSE y el desempeño económico tomando en cuenta el Rendimiento de los Activos (ROA) por ello, las iniciativas de RSE se vinculan con el desempeño económico de las organizaciones, al favorecer vínculos sólidos con los grupos de interés y potenciar las oportunidades comerciales (Belu y Manescu, 2012).

En los últimos años la publicación de artículos sobre el tema de RSE y desempeño financiero ha ido incrementando considerablemente, triplicándose del 2009 con 1,750 publicaciones a más de 4,000 en el 2018, además gran parte de estos estudios han demostrado una correlación positiva entre ambas variables (Ruiz et al., 2021), sin establecer una conclusión definitiva (Martínez-Campillo et al., 2012). Además, Ruiz et al., (2021) señalan que, dentro de los distintos clústeres temáticos relacionados con la responsabilidad social, el más estudiado por la comunidad académica es el que vincula la RSE con sus implicaciones generales, con un total de 186 publicaciones. Le siguen los temas de responsabilidad ambiental (180 documentos), comunicación y reportes sociales y ambientales (171), así como la relación entre responsabilidad social y rendimiento financiero (147). En contraste, otros enfoques como la RSE en la comunicación con el consumidor, la ética, la contabilidad, las herramientas administrativas y la sostenibilidad han recibido menor atención.

El análisis sobre el impacto de las prácticas sostenibles y el desempeño financiero ha sido abordado a nivel global, evidenciando el interés creciente en diferentes contextos económicos, esto es que a nivel internacional se concentra el mayor número de publicaciones sobre estas temáticas y su relación. De manera individual, los países que más han estudiado sobre estos temas son Malasia, España, China, Corea y Sudáfrica. En el caso de Latinoamérica, en especial en México y Brasil, si bien su presencia es menor, se cuenta con publicaciones en bases de datos reconocidas. El liderazgo que se tiene en las investigaciones se debe, en gran medida, a que los países desarrollados cuentan con mayor capacidad de financiamiento y a la presión de marcos que regulan en las empresas la RSE. En los países en desarrollo se reconoce el progreso interesado en un crecimiento sostenible, sin embargo, en países subdesarrollados el número de estudios son menores, posiblemente por restricciones en la estructura gubernamental y los centros de apoyo a la

investigación, así como en el enfoque de atender necesidades más urgentes, lo que resalta la importancia del trabajo colaborativo para atender temáticas de sostenibilidad desde una visión global (Roffé y González, 2024).

La relación de la RSE y el rendimiento financiero corporativo es compleja, debido a los posibles costos y desventajas competitivas de las inversiones en la RSE. Al respecto Franco et al., (2018) comentan que los esfuerzos iniciales sobre la RSE puede que no genere beneficios financieros, pero un compromiso sustancial a mediano plazo podría influir de manera positiva en el rendimiento financiero. Zhang y Liu (2020) comentan que la alineación estratégica de la RSE con los objetivos de las empresas es crucial para maximizar el retorno financiero.

Por su parte Zhang y Liu (2020), señalan que las presiones competitivas del mercado pueden restringir la factibilidad de reducir sus ganancias de manera sostenible con el fin de generar beneficios sociales. En su estudio observaron que, aunque ciertos inversionistas podrían beneficiarse de las iniciativas de la RSE, también existen costos asociados, como la disminución del excedente del consumidor y una rentabilidad financiera reducida para los accionistas.

Los cambios más importantes de las organizaciones con prácticas de responsabilidad son aquellos relativos al medio ambiente como resultado de atender las necesidades de los grupos de interés, al respecto Lopes de Oliveira y Moneva (2013) analizaron 2 empresas dedicadas a la producción de petróleo, gas y biocombustibles en Brasil y España, con el propósito de verificar la relación que existe entre la RSE y el desempeño financiero, al respecto concluyeron que las inversiones en programas sociales y culturales son variables y que explican el ingreso por ventas y servicios.

Existe una amplia gama de propósitos e intereses cuando se trata de evaluar las acciones de RSE en Latinoamérica. Bermudez-Colina y Mejías-Acosta (2018) comentan que la investigación académica ha buscado vincular la RSE con otros factores cruciales para las organizaciones, pero no ha logrado un consenso en sus hallazgos al intentar cuantificar la relación entre la RSE y el desempeño financiero o la reputación corporativa. Existe un marcado interés en cuantificar los beneficios financieros que la RSE puede

generar, especialmente para las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) en Latinoamérica. Sin embargo, la falta de un consenso claro sobre la relación entre la RSE y la rentabilidad ha llevado a que muchos directivos la perciban como un factor irrelevante para la mejora del rendimiento empresarial.

Otro estudio realizado en países de Latinoamérica en específico Brasil, Chile, Colombia y México, fue el de Correa-García, y Vásquez-Arango (2020) quienes hicieron un análisis con 740 observaciones de los factores ambientales, sociales y de gobierno (ASG) y su relación con el desempeño financiero; en su estudio consideraron la Q de Tobin que compara el valor de mercado de un activo con su costo de reposición, lo que facilita la evaluación del valor de una empresa desde el punto de vista del mercado, por otro lado, se utilizó el ROA relativo al rendimiento de los activos. En sus conclusiones comenta que, en general, los elementos no financieros como son las variables ASG aportan positivamente al rendimiento empresarial, excepto el componente ambiental, que presenta un menor impacto, así como el nivel de divulgación. Se recomienda fortalecer la integración de criterios sobre ASG en la estrategia corporativa para generar valor compartido y avanzar hacia una mayor sostenibilidad. Además, se resalta la importancia de seguir investigando estos vínculos en el contexto de latinoamericano, especialmente desde un enfoque cualitativo y comparativo con otras economías emergentes.

Considerando lo anterior, es una realidad que la adopción de las prácticas responsables genera beneficios económicos, además que fortalece su posicionamiento estratégico frente a los diferentes grupos de interés. En este sentido y siguiendo con investigaciones empíricas desarrolladas en países de Latinoamérica, Valenzuela et al., (2015) realizaron un estudio en Chile, donde su objetivo fue analizar si las estrategias de divulgación de las prácticas de RSE tiene un impacto en el desempeño financiero y la reputación empresarial, sus resultados manifiestan que las prácticas de responsabilidad orientadas a sus colaboradores y el incremento de sus ingresos evidencia una relación positiva y estadísticamente significativa de la reputación empresarial. Además, revelan una relación positiva y estadísticamente significativa entre la adopción de la estrategia de

divulgación y la rentabilidad anual de las acciones y la relación de precio y el valor contable, lo que puede funcionar como una señal confiable para el mercado de capitales respecto al desempeño de las 55 empresa estudiadas excluyendo a las financieras y que cotizan en la bolsa de valores.

Por otra parte, Coba et al., (2017), consideran que, con el propósito de impulsar un crecimiento económico, las empresas han adoptado las prácticas de RSE como estrategia clave, lo que les permite fomentar relaciones positivas con los grupos de interés, y asegurar la viabilidad financiera a largo plazo de sus operaciones. En estudio realizado en 52 empresas grandes de Ecuador se midieron las variables de la RSE (dimensión social, ética, ambiental, colaborativa y redes) y el rendimiento financiero (endeudamiento, liquidación, ROA, rentabilidad en ventas) concluyendo que la práctica de la RSE contribuye a la sostenibilidad económica, fortalece la relación con los grupos de interés y mejora la imagen corporativa, especialmente a través de acciones sobre el cuidado del medio ambiente y la ética. Aunque algunas empresas han logrado beneficios financieros al invertir en RSE, su adopción aún es limitada y voluntaria en Ecuador.

Los resultados entre la relación de responsabilidad social y la rentabilidad empresarial también resultaron positivos en estudio realizado por Freire et al., (2018) quienes analizaron 25 empresas que estuvieron activas en el Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social del 2013 al 2015. Concluyeron que la RSE contribuye a maximizar los beneficios económicos, evidenciando un incremento en la rentabilidad del 2013 al 2014 con un 7.2%, sin embargo, para el año 2015 este porcentaje descendió en un 17%, señalando que en este periodo intervinieron otros factores macroeconómicos que influyeron en los resultados y que no fueron detallados en su análisis.

La implementación de prácticas de RSE permite a las empresas generar valor sostenible al fortalecer su reputación, optimizar recursos y fomentar relaciones sólidas con sus grupos de interés. Esta estrategia contribuye al crecimiento económico mientras impulsa beneficios sociales y ambientales. Romero-Tamez et al., (2019) desarrollaron una investigación en México, con el objetivo de analizar si las empresas del sector de consumo que se

encuentran en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) crean valor al practicar acciones de RSE, aplicando el índice ROE y ROA, el periodo de análisis fue 2013 al 2017 de ocho empresas, al respecto los hallazgos muestran que las empresas analizadas tienen un impacto positivo en el desempeño financiero.

También Cuellar et al., (2023) realizaron un estudio similar al de Romero-Tamez et al., (2019) con empresas que cotizan en la BMV, solo que en esta ocasión el análisis se hizo con información que arrojaron 101 empresas (excluyendo a las del sistema financiero), durante el periodo de 2017 al 2019, su objetivo fue el mismo, identificar si la RSE tiene un impacto en el desempeño financiero, también utilizaron las variables de ROE y ROA y los resultados indicaron una relación positiva entre la variable de desempeño financiero y las prácticas de la RSE.

Uno más, sobre la relación entre el desempeño financiero y la RSE con empresas de la BMV fue el de Díaz (2017) quien seleccionó 63 empresas que cotizaron acciones en el periodo del 2000 al 2012 y que fueron calificadas en su desempeño por la Universidad Anáhuac en uno de los tres años del periodo. En las variables para el desempeño financiero, además de considerar el ROE, ROA y el ROS, se tomaron en cuenta variables financieras contables como las utilidades antes de impuestos e intereses, depreciación y amortización, utilidad por acciones y el valor en libros de cada acción, otra variable fue TRANSE relativa a las empresas que tienen sucursales en otros países, finalmente los índices sectoriales de rendimiento de mercado. La conclusión igual que otros estudios internacionales se identificó una correlación entre el desempeño financiero y la RSE, además se observó que las empresas mexicanas que operan en el extranjero presentan una mayor correlación, lo que sugiere una conciencia sobre su relación con los grupos de interés, el entorno ambiental y la competencia social, sin embargo no se logró establecer una relación causal entre el desempeño financiero y la RSE, lo que indica que, aunque existe una correlación, no hay evidencia de causalidad.

A continuación, los estudios empíricos que se muestran están enfocados a un sector en específico, quienes de la misma forma buscaron conocer la relación que guardan las prácticas de responsabilidad social y el desempeño económico.

En las empresas del sector primario, como la agricultura y la agroindustria, específicamente en Michoacán, México, pese a que se generan beneficios económicos también se observan daños principalmente en el ámbito ambiental, por lo que Villafán y Ayala (2014), evaluaron el nivel de RSE en empresas aguacateras de Uruapan, diseñando un índice de RSE basado en el modelo del CEMEFI y el método para la toma de decisiones Proceso Analítico Jerárquico (PAJ), aplicando entrevistas y evaluaciones a 12 empresas, al respecto los resultados indican un nivel general de RSE del 51.58%, considerado medio. En cuanto a sus dimensiones, el estudio presentó un alto nivel de calidad de vida con un 63.22%, un nivel medio en ética empresarial con 47.85% y niveles bajos tanto en vinculación con la comunicación con 22.95% como con el impacto ambiental con un 24.15%. Recomendando que las empresas del sector aguacatero implementen prácticas de RSE motivando a los grupos de interés para lograr un compromiso, en especial con el medio ambiente, que genere beneficios en las comunidades con un enfoque sustentable.

Por otro lado, investigaciones en sectores industriales del Ecuador han evidenciado relación positiva entre la implementación de prácticas de responsabilidad y desempeño financiero en las organizaciones. Al respecto, en el sector químico farmacéutico, se observó que las dimensiones económico y ambiental de la RSE presentan una correlación significativa con indicadores como el ROE y el ROS, lo cual sugiere que una gestión responsable se traduzca en beneficios financieros tangibles (Padilla et al., 2018).

De forma similar, pero en la industria del plástico, también ecuatoriana, se encontró que los pilares económicos y sociales son los más implementados en las empresas que buscan una responsabilidad empresarial, y que su aplicación guarda una relación directa con la rentabilidad financiera, analizada con indicadores como el ROE y el ROS (Padilla, et al., 2017).

En contraste, Reinhardt et al., (2008) analizan la RSE desde una óptica económica, cuestionando si las empresas pueden y deben sacrificar beneficios en favor del interés social. Aunque tradicionalmente se espera que maximicen ganancias, existe un margen legal que permite priorizar objetivos

públicos sin infringir obligaciones fiduciarias. Mientras en Estados Unidos predomina la visión de primacía de los accionistas, en Europa y Japón se promueve una mayor participación de las partes interesadas, incluso legitimando la reducción de beneficios con fines sociales.

Sin embargo, identificar si las empresas realmente sacrifican utilidades por motivos sociales es difícil, ya que muchas prácticas responsables también generan beneficios económicos. La evidencia sugiere que la RSE suele adoptarse como una estrategia empresarial rentable, similar a la publicidad o la innovación. Un metaanálisis de 167 estudios mostró que en la mayoría de los casos la RSE no impacta significativamente la rentabilidad, lo que indica que su sostenibilidad financiera es común (Reinhardt et al., 2008). Asimismo, las iniciativas voluntarias tienden a atraer a grandes empresas o aquellas con antecedentes ambientales negativos, aunque sus resultados ambientales siguen siendo debatidos.

En un estudio realizado para conocer la doble dirección de la causalidad entre las variables de RSE y la rentabilidad, esto es si la RSE influye en la rentabilidad y si la rentabilidad condiciona la inversión en la RSE en las 47 empresas denominadas “Cajas de Ahorro” en España con observaciones de hasta 507, se identificó que un mayor gasto en obras sociales no siempre genera retornos económicos suficientes que los compense, además que existe un costo de oportunidad esto es que, se deja de invertir en recursos en actividades financieras que sí generan ganancias. En cuanto a la relación bidireccional se observó que cuando las cajas de ahorro tienen buenos resultados financieros se reduce su gasto en obra social y cuando invierten en obras sociales, su rentabilidad baja. Los autores concluyen que en estas empresas hace falta la diferenciación, pues aun cuando realizan obras sociales, no les representa una ventaja competitiva, además que la obra social siempre tendrá altos costos comparados con prácticas de la RSE como la mejora del clima laboral, lo que plantea desafíos importantes para mantener la función social en equilibrio con la sostenibilidad financiera (Martínez-Campillo, et al., 2012)

Por otra parte, la inversión sostenible, responsable y de impacto (SRI) forma parte de la RSE y se centra en analizar la rentabilidad de invertir en

empresas socialmente responsables, identificar factores ambientales, sociales y de gobernanza y evaluar el desempeño de los fondos de inversión sostenible, responsable y de impacto. Estos fondos aplican estrategias como exclusión de industrias controversiales, selección positiva y consideraciones de accionistas activistas. Un tema clave es si los accionistas están dispuestos a aceptar menores retornos financieros a cambio de un "dividendo moral", es decir, la satisfacción derivada de realizar inversiones éticas (Liang y Renneboog, 2020).

Por otro lado los autores McWilliams y Siegel (2000) citado por Ruiz et al., (2021), destacan la falta de consenso en los hallazgos de investigaciones realizadas sobre la relación entre la RSE y el desempeño financiero, debiéndose en gran medida, a la omisión de la variable de inversión en investigación y desarrollo (I+D) en los modelos utilizados, pues una vez que se corrige esta omisión metodológica, las conclusiones cambian, resultando ser neutrales en la influencia de la responsabilidad social sobre el rendimiento económico empresarial.

En el estudio presentado por Madorrán y García (2016) examinan la relación entre RSE y el desempeño financiero de 35 empresas que componen el INEX 35, índice bursátil de la bolsa española que mide el comportamiento de las empresas con mayor capital, liquidez y volumen negociado, en el periodo del 2003 al 2010. Ellos utilizaron una metodología de datos panel, entre los hallazgos se observó que no existe una relación estadísticamente significativa entre ambas variables, lo que sugiere un efecto neutral: la RSE no mejora ni afecta negativamente los resultados financieros. A diferencia de los estudios donde se observa una relación positiva, esta investigación resalta que el enfoque metodológico, al considerar la heterogeneidad temporal e individual, proporciona conclusiones más sólidas que los estudios con datos transversales. No obstante, se reconocen limitaciones como el tamaño de la muestra y la forma de medir la RSE y los beneficios intangibles que traen estas prácticas.

Aun cuando no existe un consenso generalizado, se percibe una tendencia que respalda la visión más ampliamente aceptada a nivel

internacional sobre la relación entre la RSE y los aspectos económico financieros (Valenzuela et al., 2015).

De acuerdo a literatura revisada por Herrera et al., (2015) observaron que diversos factores son los que influyen de manera positiva o negativa en la adopción de las prácticas de RSE en las PYMES. Al respecto comentan que la motivación principal suele estar vinculada a las convicciones éticas del propietario o gerente, mientras que los principales obstáculos incluyen la limitada disponibilidad de recursos financieros, falta de capacitación, así como la percepción de que la RSE representa un costo elevado para las empresas.

Tras revisar las prácticas financieras vinculadas con la RSE en las organizaciones, la siguiente sección se centra en investigaciones aplicadas específicamente en el sector turístico, observando características particulares.

Investigación sobre la dimensión económica de la responsabilidad social en empresas del Sector turístico

El sector turístico, se beneficia con las prácticas en la RSE al mitigar las externalidades negativas (impacto social y ambiental), impactando indirectamente en los resultados económicos (Franco et al., 2018).

La RSE en el turismo es importante para equilibrar el crecimiento económico con la sostenibilidad ambiental y social, Jiddi e Ibenrissoul (2020) encontraron que la RSE sirve como una ventaja competitiva y un factor mediador en la industria del turismo. De ahí la importancia de que las empresas del sector turístico se centren en las prácticas de la RSE para promover la sostenibilidad y abordar las preocupaciones de las partes interesadas (Ates, 2025).

El ejercicio de las prácticas responsables no es un tema de las grandes empresas o corporaciones, sino de toda organización incluyendo a las PYMES, en específico a las del sector turístico. Al respecto, Wojtarowski et al., (2016) comentan que en América Latina se enfrentan desafíos estructurales significativos, destacando entre ellos los altos niveles de

desigualdad como el ingreso, escasa transparencia, corrupción y marcos regulatorios débiles, por poner un ejemplo, limitando su capacidad para avanzar hacia el desarrollo sostenible y la implementación de las prácticas de RSE priorizando intereses económicos por encima de consideraciones éticas.

En el caso de Perú, Bernal et al., (2020) comentan que la investigación sobre RSE en el sector hotelero aún se encuentra en una etapa inicial, lo que implica que todavía no se comprende con claridad cómo la RSE impacta en las decisiones de consumo de servicio de alojamiento y en el desempeño económico de las empresas del sector. En su investigación realizada con 13 hoteles de tres estrellas y con una muestra de 244 clientes elegidos de manera aleatoria, concluyeron que la RSE representa una ventaja competitividad para los hoteles bajo estudio, debido a que la totalidad de los encuestados afirmó que modificaría su decisión de compra si el hotel ofreciera este atributo entre sus beneficios, además una parte significativa de los participantes manifestó estar dispuesto a pagar un sobreprecio por contar con esa característica en el servicio.

Siguiendo con el sector hotelero, la implementación de la RSE debe ser la estrategia clave para fomentar un turismo orientado al desarrollo sostenible aún cuando se encuentre en una fase inicial. Al respecto, Flores-Ruiz et al., (2016) realizaron una investigación en Argentina que les permitió medir el grado de aplicación de la RSE en sus diferentes dimensiones y la sostenibilidad. La investigación se aplicó en 32 hoteles de todas las categorías y con relación al conocimiento sobre RSE, se observó que una proporción significativa de hoteles está familiarizada con el concepto, lo que indica que se está adquiriendo relevancia en el sector, no obstante, en cuanto a la implementación de la RSE, la mayoría de los establecimientos la aplica de manera parcial y solo una pequeña fracción afirma llevarla a cabo de forma completa. Sin embargo, aun cuando no todos apliquen las acciones de la RSE un gran número de participantes considera que si existe una relación con la sostenibilidad y competitividad en las empresas; y aunque existen avances, su implementación integral sigue siendo limitada, especialmente en hoteles pequeños, donde la falta de recursos dificulta tanto su aplicación como su difusión.

Existe literatura que aborda el tema de las prácticas sostenibles, conocidas como las acciones que realizan las organizaciones para minimizar los impactos negativos en el medio ambiente, social y económico, al respecto Roffé y González (2024) observaron en su estudio sobre literatura de prácticas sostenibles en el desempeño financiero, que en el sector turístico, se destacan acciones como la disminución de contaminantes con el reciclaje de residuos, utilización de energías limpias, ahorro de agua y elección de proveedores que respeten el medio ambiente y servicios de comida orgánica, estas iniciativas disminuyen el impacto ecológico y fomenta un turismo más responsable y sustentable.

Además, el crecimiento acelerado de la industria turística, en especial en las zonas como el Caribe, México y Centroamérica, ha provocado efectos adversos sobre el entorno social y ambiental, como la pérdida de biodiversidad y la presión sobre los recursos naturales, esto porque muchas compañías de turismo transnacionales operan con bajos niveles de compromiso en términos sociales y ambientales, lo que evidencia un rezago en la adopción de la RSE respecto a otras regiones del mundo (Wojtarowski et al., 2016).

En otras partes de Latinoamérica se han realizado investigaciones sobre la responsabilidad social y su relación con la rentabilidad, como la desarrollada por Arebalo-Naulaguari et al., (2021) quienes analizaron seis establecimientos de alojamiento en el Ecuador para medir la relación entre RSE en la dimensión de consumidor y la rentabilidad, entre sus hallazgos observan una relación positiva entre el índice de RSE del consumidor y la rentabilidad en las ventas. Además, concluyeron que las empresas analizadas reconocen que un mayor grado de aplicación de la RSE se traduce en una mayor rentabilidad financiera.

En México, según la Bolsa Mexicana de Valores (BMV, 2025) existen 10 empresas de servicio y bienes de consumo no básico, servicios al consumidor, con tipo de mercado de capital, tipo de instrumento con acciones y tipo de empresa en territorio nacional; de estas empresas, 3 están clasificadas como centros recreativos y de esparcimiento, 5 en hoteles y centros de vacaciones y 2 en la categoría de restaurantes. A continuación, se

muestra la Tabla 3 en donde se presenta una relación con las 10 empresas y el tipo de registro o certificación de sustentabilidad o distintivo ESR, así como la presentación de informes de “Autoevaluación del nivel de madurez en sustentabilidad” y la entrega de los “Reportes de sustentabilidad”, así como la información que presentan en su página web acerca de las certificaciones o afiliaciones que tienen con respecto a la sustentabilidad.

Tabla 3.

Relación de empresas del sector turístico que cotizan en la BMV (2020-2024) y sus reportes de sustentabilidad

Razón social	Registro de responsabilidad social	Presentación autoevaluación sustentabilidad	Reporte de sustentabilidad	Información en sitio web sobre RSE
Ollamani, S.A.B.	No muestra información	No muestra información	No muestra información	No muestra información
Corporación interamericana de entretenimiento, S.A.B. de C.V.	No muestra información	No muestra información	No muestra información	No muestra información
Grupo Sports World, S.A.B. de C.V.	No muestra información	No muestra información	No muestra información	Distintivo de RSE. Última actualización disponible 2023
Grupe, S.A.B. de C.V.	Certificación EarthCheck Silver	No muestra información	No muestra información	Certificación EarthCheck Silver y Distintivo 'S' — PROFEPA y SECTUR.
Promotora de Hoteles Norte 19, S.A.B. de C.V.	Distintivo de Empresa Socialmente Responsable	Sí muestra información	Sí muestra información	Distintivo ESR
Grupo Hotelero Santa Fe, S.A.B. de C.V.	No muestra información	No muestra información	No muestra información	Distintivo ESR
Grupo Posadas, S.A.B. de C.V.	No muestra información	No muestra información	No muestra información	Distintivo ESR
RLH Properties, S.A.B. de C.V.	No muestra información	Muestra información en los años 2020 al 2023. En el año 2024 no muestra con información.	No muestra información	Distintivo ESR y Certificación EarthCheck Platino (2022).

Alsea, S.A.B. de C.V.	No muestra información	No muestra información	No muestra información	Distintivo ESR
CMR, S.A.B. de C.V.	No muestra información	No muestra información	No muestra información	No muestra información
<i>Nota.</i> Información de la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) al 11 de julio 2025.				

Como se observa, la mayoría de las empresas del sector turístico en la BMV no cuentan con información pública sobre su registro de responsabilidad social, autoevaluación de sustentabilidad o reportes formales, lo que sugiere una baja visibilidad y transparencia en sus prácticas de RSE. De las 10 empresas analizadas 6 sí hacen mención del Distintivo ESR en sus sitios web como señal de compromiso social, aunque no siempre respaldado con reportes o evaluaciones formales. Las empresas Grupe, RLH Properties y Promotora de Hoteles Norte 19 cuentan con la certificación ambiental reconocidas por EarthCheck o Distintivo 'S', lo que denota un compromiso más estructurado con la sustentabilidad ambiental. Finalmente se concluye que existe una tendencia a exhibir distintivos como el SRE, pero sin sustento documental público, lo cual limita la capacidad de evaluar objetivamente el impacto real de las acciones de RSE en empresas del sector turístico que cotizan en la BMV. Al respecto, Hillman & Keim (2001) citado por Ruiz et al., (2021) comentan que la necesidad que tienen las empresas de captar inversiones las ha impulsado a desarrollar estrategias innovadoras que benefician directamente a sus grupos de interés, lo que propicia un ciclo de retroalimentación positivo.

Por otro lado, según la CEMEFI (2025) en la convocatoria 2023 para obtener o renovar el distintivo de RSE en la pequeña y mediana empresa, de las 1,300 empresas que logran cumplir con los requisitos, 23 de ellas corresponden al sector turístico (empresas de servicios de alojamiento temporal, preparación de alimentos y bebidas, esparcimiento cultural deportivo, entre otros servicios recreativos). Además, en el año 2024 las empresas que obtuvieron el distintivo fueron 1,280 de las cuales 21 corresponden al sector turístico. Por otro lado, en la convocatoria 2024 para empresas grandes se logró el registro de 1,040 de las cuales 50 fueron del sector turístico.

El incremento de las prácticas de responsabilidad social en las PYMES aporta beneficios como la posibilidad de obtener financiamiento ya sea por inversionistas o instrumentos gubernamentales, además del incremento en la satisfacción y motivación de los grupos de interés, así como la mejora de la imagen corporativa que a su vez contribuye a fortalecer la lealtad de sus consumidores. Además, en el ámbito de la investigación se ha centrado principalmente en la estrategia para implementar una gestión socialmente responsable, destacando temas como la comunicación en la RSE, herramienta para impulsar la competitividad y la gestión ambiental (Herrera et al., 2015).

En la Tabla 4 se observa el detalle de la participación del sector turístico por entidad federativa y tamaño de la empresa.

Tabla 4.
Número de empresas que obtuvieron el distintivo RSE en los años 2023 y 2024

Estado	Tamaño y obtención de distintivo 2023			Tamaño y obtención de distintivo 2024		
	Pequeñas	Medianas	Micro	Pequeñas	Medianas	Grandes
Sonora		1			1	
Guanajuato	1			2		
Ciudad de México	3			3		27
Chiapas	1			1		
Colima		1				
Michoacán	1			1		
Puebla	2	1		2	1	3
Tlaxcala	1			1		
Morelos		1				
Yucatán	2			1		1
Sinaloa	3	2		3	3	1
Guerrero	1					
Quintana Roo		1				7
Jalisco	1			1		6
Chihuahua						1
Nuevo León						2
Tabasco						2
Totales	16	7	1	15	5	50
<i>Nota.</i> Información de la CEMEFI (2025), convocatorias 2023 para pequeñas y medianas empresas, para la grande empresa no se muestra convocatoria en el año 2023, y convocatoria 2024 para pequeñas, medianas y grandes empresas.						

Esta información evidencia la baja representación del sector turístico en la obtención del distintivo ESR que otorga la CEMEFI, ya que para el 2023 solo 23 empresas turísticas lo obtuvieron y para el 2024 la cifra disminuyó a 21. Esta limitada participación sugiere que aún existen retos para la adopción y formalización de prácticas de responsabilidad social en este sector.

Se observa en el 2024 un predominio de pequeñas empresas, seguidas por las medianas, y únicamente una microempresa, lo que indica que las pequeñas empresas que enfocan sus actividades al servicio de alojamiento temporal, preparación de alimentos y bebidas, esparcimiento cultural deportivo y otros servicios recreativos, son las más activas en este ámbito. Los datos revelan una oportunidad importante para fortalecer el acceso a las prácticas de RSE en el sector turístico, especialmente entre las micro, pequeñas y medianas empresas que conforman gran parte del tejido empresarial en esta industria.

Finalmente, en ese mismo año, solo el 4.8% de las grandes empresas que obtuvieron el distintivo ESR pertenecen al sector turístico, lo que muestra una participación moderada-baja del sector en prácticas formales de responsabilidad social. Esta cifra sugiere potenciar el crecimiento en la adopción de acciones con responsabilidad en las grandes empresas del sector turístico.

A continuación, se muestra la Tabla 5 con análisis documental en el sector turístico y organizada con información a nivel Internacional y de Latinoamérica, se incluye el tipo de estudio, los hallazgos más relevantes y el aporte de cada uno de ellos sobre la relación entre la RSE y la sostenibilidad económica en empresas del sector turístico. En la última columna se presentan contribuciones de los autores, redactadas como estrategias de RSE y orientadas a la mejora del desempeño financiero.

Tabla 5.

Contribuciones sobre RSE y desempeño financiero en empresas del sector turístico

Referencia/País o región/ Tipo de estudio	Hallazgos sobre relación de RSE y desempeño financiero	Contribución al valor económico, social y/o ambiental	Estrategias de RSE para incrementar desempeño financiero
Franco et al., (2018). Italia. Estudio cuantitativo longitudinal.	Analiza la correlación entre indicadores RSE y desempeño en hoteles durante varios años. Asocia RSE con mayores beneficios financieros sostenidos.	Integra el enfoque triple bottom line (económico, social y ambiental).	Desarrollo de políticas de sostenibilidad a largo plazo como el uso eficiente de recursos, eficiencia energética, responsabilidad laboral, y establecimiento de alianzas estratégicas con actores locales que permita favorecer la competitividad e incrementar de manera sostenible la rentabilidad financiera.
Jiddi & Ibenrissoul (2020). Marruecos. Estudio bibliométrico.	Revisión de literatura que muestra creciente asociación entre RSE y desempeño financiero en turismo. Identifica patrones positivos en estudios empíricos y teóricos.	Enfatiza la dimensión ambiental como eje estratégico creciente.	Implementación de políticas ambientales explícitas y formación interna en RSE, combinada con innovación sustentable, para favorecer la competitividad y el desempeño económico.
Ates (2025). Turquía. Estudio bibliométrico.	Identifica tendencias en publicaciones sobre RSE en turismo; señala vínculo frecuente con desempeño financiero. Evidencia de una creciente asociación entre RSE y desempeño económico en estudios recientes.	Relevancia académica creciente del valor social y ambiental en turismo responsable.	Enfoque en los indicadores estandarizados de RSE como son GRI, e ISO 26000 e integrarlos en la estratégica, para posicionarse con una imagen positiva (<i>image branding</i>) y acceso a capital, elementos que apoyan la salud financiera a largo plazo.
Zhang y Liu (2020). China. Estudio cuantitativo.	Investiga el papel de la estrategia corporativa como moderadora entre RSE y rendimiento financiero. Confirma impacto positivo en rentabilidad cuando la estrategia está alineada con la RSE.	Potencial para maximizar valor económico a través de sinergia con lo social.	Alineación estratégica entre la RSE y la estrategia corporativa, esto es la integración en la visión, misión y objetivos financieros, como moderador para potenciar el impacto en la rentabilidad y maximizar el desempeño financiero.

Peña-Miranda et al., (2016). Latinoamérica y España Revisión de literatura científica.	Se analizan tendencias y vacíos en investigación sobre RSE en hotelería. Revisión teórica, sin resultados cuantificables.	Se destaca necesidad de vincular más explícitamente RSE con el desarrollo sostenible.	Implementación de marcos institucionales de RSE que permita la planificación y el diagnóstico de estrategias de sostenibilidad, facilitando su integración y comunicación efectiva, y que favorezca la reputación empresarial y contribuya al retorno económico.
Wojtarowski et al., (2016). Latinoamérica y España Estudio teórico y exploratorio.	Plantea la RSE como componente estratégico para la transición al turismo sustentable. Sin indicadores financieros directos, pero propone que la RSE mejora la competitividad.	Promueve la integración de objetivos ambientales y sociales en modelos turísticos.	Transición hacia el desarrollo sustentable mediante prácticas de RSE como integración ambiental, responsabilidad social y gobernanza, orientadas a desarrollar modelos de negocio sustentables y diferenciados que permita afrontar situaciones complicadas que afecten sus finanzas, como es la pérdida de empleo, crisis económica, entre otros.
Arebalo-Naulaguari et al., (2021). Ecuador (Cuenca). Estudio cuantitativo y correlacional.	Se identificó una relación positiva entre prácticas de RSE y rentabilidad financiera en hoteles. Incremento de rentabilidad en los indicadores ROE y ROA en empresas con mayores prácticas de RSE.	Contribución a la sostenibilidad financiera y fortalecimiento de la imagen empresarial.	Implementación de la orientada a los Consumidores con acciones como atención al cliente y programas de fidelización, mejora de la experiencia del huésped. Estas estrategias mostraron una relación positiva con el retorno sobre ventas (ROS)
Armijos et al., (2020). Ecuador (Cuenca). Estudio cualitativo descriptivo.	Se valoró la influencia de la gobernanza interna como práctica RSE en microempresas hoteleras. No se evalúan resultados financieros directos, pero se identifican beneficios en gestión interna.	Fortalecimiento del capital humano y cultura organizacional.	Adopción de modelos de gobernanza interna que fortalezca el compromiso del personal. Estas prácticas internas actúan como base para mejorar la eficiencia operativa y responder a contingencias, lo cual sugiere un impacto indirecto en los resultados financieros.

Bernal, Leo y Navarrete (2020). Chile. Estudio cuantitativo.	Consumidores valoran servicios hoteleros con prácticas RSE, afectando decisiones de compra. Impacto indirecto en ingresos y posicionamiento competitivo.	Percepción positiva de clientes contribuye a reputación e impacto social.	Orientación de la RSE al cliente, con prácticas éticas, ambientales y sociales integradas en la experiencia del servicio. Esto mejora la percepción de calidad y las preferencias del consumidor, estimulando la demanda y los ingresos.
Flores-Ruiz et al., (2016). Argentina (Córdoba). Estudio de caso cualitativo.	Evalúa el impacto de prácticas RSE en hoteles locales, centrado en relaciones con stakeholders. No se reportan indicadores financieros específicos, pero se reconocen mejoras en desempeño organizacional.	Mejoras en reputación, satisfacción de empleados y relaciones comunitarias.	Estrategias enfocadas en la gestión de stakeholders locales, involucramiento comunitario y sensibilización y satisfacción del personal, construyendo a la reputación y relaciones clave que sostienen la fidelización y la eficiencia operativa e impactando positivamente en la rentabilidad e imagen.
Nota. Elaboración propia con información de los autores referidos en la tabla.			

Al respecto se identifican estrategias clave en la implementación de las prácticas de RSE como el enfoque a clientes, gobernanza interna y formación, certificaciones y seguimiento de indicadores estandarizados, gestión de *stakeholders* y comunidad. Con la alineación de la RSE y la estrategia corporativa, las instituciones mejorarán la eficiencia operativa, el acceso a financiamiento, reputación, sostenibilidad y con ello la maximización del impacto económico.

En suma

Aunque es legal adoptar una RSE que reduzca beneficios, las presiones del mercado, como pérdida de competitividad o menor inversión, pueden hacerla inviable. No obstante, factores como regulaciones, innovación o diferenciación permiten sostenerla sin afectar ganancias. Su éxito depende también de la disposición de los actores internos a tolerar menores retornos en el corto plazo. La RSE voluntaria puede ser viable en empresas con solidez

económica, pero si se adopta sin una gestión adecuada, puede comprometer su sostenibilidad financiera (Reinhardt et al., 2008).

Las empresas que aplican una estrategia de diferenciación buscan generar valor percibido en sus productos o servicios, pero su efectividad depende de que los consumidores reconozcan esos atributos. Así, la RSE solo se convierte en una ventaja competitiva si el mercado la percibe como relevante y está dispuesto a recompensarla (Villafán y Ayala, 2014). En el sector hotelero, aunque la investigación aún es limitada, se han identificado tres enfoques principales: las prácticas implementadas, la elaboración de informes -aún incipiente y localizada- y su vínculo con el desempeño financiero (Peña-Miranda et al., 2016).

En este sector, las estrategias de RSE asociadas al mejor desempeño financiero incluyen acciones como apoyo comunitario, mejora laboral, prácticas ambientales, innovación, certificaciones y alianzas, integradas mediante una comunicación efectiva. La RSE tiene mayor impacto cuando se integra a la cultura organizacional y a la estrategia empresarial, con liderazgo directivo y alineada con los grupos de interés (Bermúdez-Colina y Mejías-Acosta, 2018). Esta integración permite no solo responder a las expectativas sociales y ambientales, sino también consolidar la identidad corporativa y proyectarla hacia el entorno, fortaleciendo la relación con colaboradores, comunidades y clientes (Díaz, 2017).

Aunque en ocasiones no se observe una relación directa e inmediata con el desempeño financiero, la RSE genera beneficios intangibles como una mejor reputación, posicionamiento de marca y fortalecimiento del capital humano, que a largo plazo contribuyen a la sostenibilidad empresarial (Madorrán & García, 2016).

El análisis permitió constatar que la RSE puede ser un motor para la sostenibilidad económica cuando se integra de manera estratégica en la cultura organizacional, en especial en la industria hotelera. Además, las acciones relacionadas a la gestión ambiental, a la mejora de las situaciones laborales, el apoyo comunitario o social y la obtención de certificaciones generan impactos positivos en el desempeño financiero. Aun cuando la RSE y su relación con la rentabilidad no se aprecian de manera inmediata, se

evidencia que los beneficios intangibles (confianza laboral y social) contribuyen a la sostenibilidad de la empresa en el largo plazo.

Los resultados del estudio evidencian que la RSE debe ser concebida como una estrategia económica integral más que como un desembolso para alcanzar la popularidad o prestigio, lo que implica, para los directivos en especial para el sector turístico, incorporar acciones de RSE en sus modelos de negocios y en los procesos para la toma de decisiones en materia financiera. En el marco de la formulación e implementación de políticas públicas, los resultados resaltan la importancia de promover marcos normativos y de incentivos que motiven la adopción de estas prácticas, principalmente para las pequeñas y medianas empresas. Desde el punto de vista académico, se observa necesario continuar investigando variables económicas y sociales en la evaluación del desempeño en las organizaciones con o sin acciones de RSE.

Finalmente, se recomienda profundizar en estudios empíricos que examinen la incidencia de la RSE sobre indicadores de sostenibilidad económica en los subsectores del turismo y en empresas de diferentes tamaños. Además, comparar estudios entre economías emergentes y desarrolladas, que permita analizar las diferencias entre prácticas responsables y su impacto económico.

La integración coherente de las dimensiones de la RSE permite a las empresas generar valor a largo plazo, impulsar el bienestar de las comunidades, consolidar relaciones de confianza entre los grupos de interés, y con ello, consolidar su permanencia en mercados cada vez más exigentes.

Referencias

- Al-Swidi, AK, Al-Esmael, B., Al Bakri, AAK, Al-Hakimi, MA, y Benarfa, O. (2024). Vinculación de la responsabilidad social corporativa con el desempeño de sostenibilidad: un estudio de caso múltiple en empresas de Catar. *Discover Sustainability*, 5 (1). <https://doi.org/10.1007/s43621-024-00688-3>
- Arévalo, M. J y Escobar, S.P. (2018). La responsabilidad social empresarial: concepto, teorías y dimensiones. *Uniandes Episteme. Revista digital de Ciencia, Tecnología e Innovación*, vol. 5, pp. 604-619. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=564677251011>
- Arebalo-Naulaguari, J., Tapia-Álvarez, E., Armijos, J., y Fernández, G. (2021). Responsabilidad social empresarial y rentabilidad financiera en el sector hotelero de Cuenca - Ecuador. *Estudios de Administración*, 28 (2), pp. 131-145. <https://doi.org/10.5354/0719-0816.2021.64690>
- Armijos, J., Fernández, G., Alvarado, A. y Freire, S. (2020). Gobernanza y público interno en el sector hotelero microempresarial de la ciudad de Cuenca, 2019. *Revista de Geografía Espacios*, 10(20), pp. 102-119. <https://doi.org/10.25074/07197209.20.1880>
- Ates, A. (2025). Un análisis bibliométrico sobre la Responsabilidad Social Empresarial en el Sector Turismo entre 2018-2023. *Revista Internacional de Economía, Política, Humanidades y Ciencias Sociales*, 8(1), pp. 1-16. <https://doi.org/10.59445/ijephss.1550518>
- Belu, C. y Manescu, C. (2012). Responsabilidad social corporativa estratégica y desempeño económico. *Economía Aplicada*, 45 (19), 2751—2764. <https://doi.org/10.1080/00036846.2012.676734>
- Bermudez-Colina, Y. y Mejías-Acosta, A. A. (2018). Medición de la responsabilidad social empresarial: casos en pequeñas empresas

- Latinoamericanas. *Ingeniería Industrial*, 39(3), pp. 315-325.
<http://scielo.sld.cu/pdf/rii/v39n3/1815-5936-rii-39-03-315.pdf>
- Bernal, J., Leo, E. y Navarrete, M. (2020). Responsabilidad Social Corporativa de los servicios hoteleros: valoración de los consumidores. *Revista Academia & Negocios*, 4(2), pp. 107-114.
<https://revistas.udec.cl/index.php/ran/article/view/2556>
- Bolsa Mexicana de Valores (2025). Empresas listadas. Información de emisoras.
<https://www.bmv.com.mx/es/emisoras/informacion-de-emisoras>
- Centro Mexicano para la Filantropía (2022). Información sobre las empresas socialmente responsables (ESR).
<https://www.cemefi.org/informacion-sobre-las-esr/#>
- Centro Mexicano para la Filantropía (2025). Entidades acreditadas. Entidades reconocidas por Cemefi. <https://esr.cemefi.org/publicacion>
- Coba, E., Díaz, J., Zurita, E. y Proaño, P. (2017). La responsabilidad social empresarial en las empresas del Ecuador. Un test de relación con la imagen corporativa y desempeño financiero. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, 5(18), pp. 23-44.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=215052403003>
- Correa-García, J. A. y Vásquez-Arango, L. (2020). Desempeño ambiental, social y de gobierno (asg): incidencia en el desempeño financiero en el contexto latinoamericano. *Revista facultad de ciencias económicas*, 28(2), pp. 67-83. <https://doi.org/10.18359/rfce.4271>
- Cuellar, M. L., Morales, D. y Alvarado, E. (2023). Impacto de la Responsabilidad Social empresarial en el desempeño financiero: evidencia de México. *Análisis Económico*, 38(99), pp. 101-107.
doi.org/10.24275/uam/azc/dcsh/ae/2023v38n99/Cuellar
- Cuevas, R. (2011). Las dimensiones de la responsabilidad social de las

- empresas: una guía de lectura para su estudio. *Revista facultad de ciencias económicas*, 19(1), pp. 7-26. <https://doi.org/10.18359/rfce.2258>
- Daza, J. (2015). Crecimiento y rentabilidad en el mercado emergente brasileño. *Cuadernos de Gestión*, 15(2), pp. 91-112. <https://doi.org/10.5295/cdg.130444jd>
- Diario Oficial de la Federación (2009, 30 de junio). Acuerdo que establece la estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas. Secretaría de Economía. https://www.economia.gob.mx/files/marco_normativo/A539.pdf
- Díaz, R. (2017). La relación entre desempeño financiero y responsabilidad social empresarial (un estudio de 63 empresas emisoras de la Bolsa Mexicana de Valores). *The Anáhuac journal*, 17(1), pp. 101—123. <https://doi.org/10.36105/theanahuacjour.2017v17n1.04>
- European, C. (2001). Promover un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas (Libro Verde). Luxemburgo: EUR-OP.
- Flores-Ruiz, D., Bino-Raya, R.E., y De La O Barroso-González, M. (2016). Responsabilidad social en el sector hotelero. Análisis de caso en Córdoba (Argentina). *Revista Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, 10(3), pp. 116—135. <https://doi.org/10.3232/GCG.2016.V10.N3.04>
- Franco, S., Caroli, M. G., Cappa, F., y Del Chiappa, G. (2018). Responsabilidad social corporativa y desempeño de las empresas en el sector turístico: un análisis longitudinal en la industria hotelera. *Catálogo de productos de investigación científica de Luiss*, pp. 509—513. https://iris.luiss.it/retrieve/e163de42-6351-19c7-e053-6605fe0a8397/Cappa_Responsabilit%c3%a0%20sociale%20d%20impresa_2018.pdf
- Freire, C., Govea, K. y Hurtado, G. (2018). Incidencia de la responsabilidad social empresarial en la rentabilidad económica de empresas

- ecuatorianas. *Revista Espacios*, 39 (19), pp. 7-17.
<https://www.revistaespacios.com/a18v39n19/18391907.html>
- Herrera, J., Larrán, M., Lechuga, M. P. y Martínez-Martínez, D. (2015). Evolución de la literatura sobre la responsabilidad social en pymes como disciplina científica, *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 24, (2), pp. 117-128.
<https://doi.org/10.1016/j.redde.2014.06.001>.
- Jiddi, F.E., e Ibenrissoul, A. (2020). Mapeo de 20 años de literatura sobre RSE en la industria turística: Un análisis bibliométrico. *American Journal of Industrial and Business Management*, 10 (11), pp. 1739-1759.
<https://doi.org/10.4236/AJIBM.2020.1011109>
- Liang, H., y Renneboog, L. (2020). Responsabilidad Social Corporativa y Finanzas Sostenibles: Una Revisión de la Literatura. *Red de Investigación en Ciencias Sociales*.
<https://doi.org/10.2139/SSRN.3698631>
- Lis-Gutiérrez, M. (2018). Medición de la responsabilidad social empresarial: una revisión de la literatura (2010-2017). *Suma de Negocios*, 9(20), pp. 145-152. <https://doi.org/10.14349/sumneg/2018.V9.N20.A9>
- Lopes de Oliveira, F. y Moneva, J. M. (2013). El desempeño económico financiero y responsabilidad social corporativa Petrobrás versus Repsol. *Revista Contaduría y Administración*, 58 (1), pp. [http://dx.doi.org/10.1016/S0186-1042\(13\)71201-4](http://dx.doi.org/10.1016/S0186-1042(13)71201-4)
- López-Rodríguez, C. E., Pérez-Suarez, L. M., Amado-Quiroga, F. J., y Castillo-Areiza, Y. (2020). Indicadores de rentabilidad, endeudamiento y EBITDA en el entorno de la inversión en las plataformas tecnológicas: Un estudio en administradoras de fondos de pensiones. *FACE: Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, 20(1), pp. 61-75.
<https://doi.org/10.24054/face.v20i1.466>
- Madorrán, C. y García, T. (2016). Responsabilidad social corporativa y desempeño financiero: el caso español. *Revista de Administración de*

Empresas, 56(1), pp. 20-29.
<https://doi.org/10.1590/S0034-759020160103>

Martínez-Campillo, A., Cabeza-García, L. y Marbella-Sánchez, F. (2012). Responsabilidad social corporativa y resultado financiero: evidencia sobre la doble dirección de la causalidad en el sector de las Cajas de Ahorros. Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa.16, pp. 57-68. <https://doi.org/10.1016/j.cede.2012.04.005>

Naseer, M. M. y Bagh, T. (2024). Construyendo un futuro sostenible. El impacto de la responsabilidad social corporativa en el desarrollo sostenible de la empresa. Emerald (MCB UP) pp. 623—646.<https://doi.org/10.1108/978-1-80455-406-720241028>

Padilla, C. P., Arevalo, D. X., Bustamante, M.A. y Vidal, C.L. (2017). Responsabilidad Social Empresarial y Desempeño Financiero en la Industria del Plástico en Ecuador. Revistas Tecnología de la información, 28(4), pp. 93-102. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642017000400012>

Padilla, C.P., Arévalo, D.X. y Wong, N.I. (2018). Influencia de la responsabilidad social en el desempeño financiero del sector químico-farmacéutico. Equidad y Desarrollo, 1(32), pp. 121-141. <https://doi.org/10.19052/ed.4366>

Patil, A. (2024). Responsabilidad social corporativa y sostenibilidad. Tendencias Futuristas en Administración, 3(12), pp. 82-92. <https://doi.org/10.58532/v3bhma12p5ch2>

Piasecki, R. (2018). Responsabilidad Social: los desafíos y sus limitaciones. En Wulf, E. (Ed.), Responsabilidad Social Empresarial. Un desafío corporativo, pp. 13-30. Editorial Universitaria de la Serena. https://www.google.com.mx/books/edition/Responsabilidad_Social_Empresarial/7JBxDwAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=responsabilidad+social&printsec=frontcover

- Peña-Miranda, D.D., Guevara-Plaza, A. Fraiz-Brea, J.A. (2016). La investigación de la responsabilidad social empresarial en el sector hotelero: análisis y revisión de la literatura científica. *Turismo y Sociedad*, 18, pp. 137- 158. DOI: 10.18601/01207555.n18.08
- Reinhardt, F.L., Stavins, R.N. y Vietor, R.H.K. (2008). Responsabilidad Social Corporativa desde una Perspectiva Económica. *Red de Investigación en Ciencias Sociales*. <https://doi.org/10.2139/SSRN.1123264>
- Roffé, M.A. y González, F.A.I. (2024). El impacto de las prácticas sostenibles en el desempeño financiero de las empresas: Una revisión de la literatura. *Revista Científica "Visión de Futuro"*, 28 (1), pp. 195-220. <https://doi.org/10.36995/j.visiondefuturo.2023.28.01.006.es>
- Romero-Tamez, M. M., Treviño-Saldivar, E.J. y Saldivar, R. (2019). Creación de valor en las empresas a través de las prácticas de la Responsabilidad Social Empresarial. *Revista VinculaTégica EFAN*, 5(2), pp. 1015-1028. <https://doi.org/10.29105/vtga5.2-722>
- Rosero, O.G., Pinzón, J.V. y Rodríguez, J.M. (2016). La relación entre la responsabilidad social empresarial y el desempeño financiero: estado del arte de estudios y metaanálisis. *Sotavento M.B.A.* 27, pp. 112—120. <https://doi.org/10.18601/01233734.n27.08>.
- Ruiz, L. E., Camargo, D. A. y Cardona, O. (2021). Responsabilidad Social Empresarial y Desempeño Financiero: un análisis bibliométrico. *Revista Criterio Libre*, 18(32), pp. 201 - 218. <https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.2020v18n32.7116>
- Valenzuela, L., Jara-Bertín, M. y Villegas, F. (2015). Prácticas de responsabilidad social, reputación corporativa y desempeño financiero. *Revista de administración de empresas*, 55(3), pp. 329-344. <https://doi.org/10.1590/S0034-759020150308>

- Villafán, K. B. y Ayala, D.A. (2014). Responsabilidad social de las empresas agrícolas y agroindustriales aguacateras de Uruapan, Michoacán, y sus implicaciones en la competitividad. *Revista contaduría y administración*, 59 (4), pp. 223-251. [http://dx.doi.org/10.1016/S0186-1042\(14\)70161-5](http://dx.doi.org/10.1016/S0186-1042(14)70161-5)
- Wahyuningsih, P. y Widowati, M. (2016). Análisis del ROA y el ROE sobre el valor de la empresa con la responsabilidad social corporativa como variable moderadora (estudio de empresas estatales BUMN que cotizan en el BEI durante el período 2010-2013). *Jurnal STIE Semarang*, 8(3), pp. 83-102. <https://media.neliti.com/media/publications/133058-ID-none.pdf>
- Wojtarowski, A., Silva, E., Piñar, M. de los Á., y Negrete, J. A. (2016). La Responsabilidad Social Empresarial como pieza clave en la transición hacia el desarrollo sustentable en el sector turístico. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14 (1), pp. 127-139. <https://doi.org/10.25145/J.PASOS.2016.14.008>
- Zhang, G. y Liu, H. (2020). Estudio sobre el impacto de la responsabilidad social corporativa en el rendimiento financiero de las empresas turísticas: basado en el rol regulador de la estrategia corporativa. Serie: Avances en la investigación en economía, negocios y gestión. *Actas de la 3ª Conferencia Internacional sobre Economía, Gestión y Emprendimiento*, pp. 442-448. <https://doi.org/10.2991/AEBMR.K.200908.073>

CAPÍTULO 7

LA ÉTICA EN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Clara Luz Lamoyi Bocanegra

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

<https://orcid.org/0000-0001-9021-4659>

cluzlamoyi@gmail.com

Introducción

La ética ha sido considerada un pilar central para comprender el comportamiento organizacional en el siglo XXI, razón por la cual es la base de la Responsabilidad Social Corporativa. En un mundo donde los cambios son cada vez más acelerados, las organizaciones enfrentan mayores desafíos para permanecer, generar empleos, contribuir al desarrollo económico. No obstante, están llamadas a innovar e impulsar acciones que contribuyan a la sostenibilidad de la comunidad o región en la que llevan a cabo sus actividades.

La sociedad exige coherencia, es decir, que sus palabras se reflejen en acciones reales y concretas, por lo que están llamadas a no limitarse a la producción de utilidades, ni a conformarse con cumplir reglas para mostrar buenas intenciones (Orozco, 2020 y Steiner, 2022). Por ello, el desafío de que actúen con integridad, transparencia y compromiso genuino hacia el bienestar colectivo cobra relevancia, en particular en el sector el Sector Turístico.

Las empresas turísticas en el mundo están fuertemente vinculadas a la cultura y ecosistemas de los territorios, comunidades y regiones. Por ello, pensar en la ética en este sector implica poner en la práctica los códigos de conducta o las declaraciones institucionales: se trata de construir relaciones más humanas, justas y respetuosas con el entorno. Hermundsdottir y Aspelund (2022) destacan que, ninguna iniciativa de sostenibilidad empresarial puede sostenerse si no está respaldada por una ética clara que dé sentido y dirección a cada paso que se da.

A través de la revisión de diversos estudios, incluyendo casos en contextos latinoamericanos y mexicanos, en este capítulo se describen orígenes, clasificación, relación con otros preceptos de la ética, así como el impacto de estos principios y compromisos que se asumen con la Responsabilidad Social Corporativa en la cultura organizacional y por ende en el comportamiento del personal y la toma de decisiones de sus directivos, como eje estratégico para fortalecer la legitimidad social y la sostenibilidad empresarial en empresas turísticas, como lo conciben Huamaní Arone et al., (2025).

Fundamentos teóricos de la ética

La palabra ética proviene del griego *ethos*, que significa carácter, rasgos o costumbres de un individuo o grupo, por lo que es considerada un conjunto de normas morales u orientaciones que guían el modo de actuar. Para Cortina y Martínez (2001), la ética es un saber, un modo de ser que adquieren las personas según sus costumbres o hábitos. Investigadores como Sabido et al., (2023), la consideran como una ciencia teórica, tratado práctico que dirige las acciones humanas.

Por su parte Mantilla (2022), describe a la ética como una reflexión sobre las acciones buenas, justas, malas o injustas y las prácticas humanas. Otros estudiosos del tema como Bosch y Cavallotti (2016), además de considerarla una reflexión filosófica de segundo orden, la vinculan con la razón, es decir, como una moral pensada o vivida de forma consciente, a diferencia de la moral, que se refiere principalmente a la conducta individual en la vida cotidiana.

Orígenes y Evolución del pensamiento ético

El origen de la ética se remonta al estudio de la moral, que proviene de la corriente de los pensadores griegos, su evolución está estrechamente relacionada con los cambios que ha vivido la humanidad hasta la actualidad,

donde la tecnología se ha incorporado a la vida de los individuos y las organizaciones (Cortina y Martínez, 2001).

En la primera era, los filósofos griegos enfocaron su estudio en las normas morales, enfatizando que el buen comportamiento del individuo era un reflejo de sus valores, de la búsqueda de la virtud y del desarrollo de hábitos relacionados a la excelencia. Durante la Edad Media (siglos del V al XV), esta se fundamentó en la religión particularmente en la teología, quedando enmarcada en textos sagrados y pensamiento milenarios (Quishpe y Pizarro, 2018).

Los franciscanos centraron su atención en explicar la ética a partir de aspectos relacionados con la moneda, las formas de enriquecimiento, el crecimiento económico y su aprovechamiento (Cardona et al., 2020 y Castrillón, 2020). Este aporte se aplicó en las transacciones comerciales con criterios de equidad y mediante códigos que regulaban la actuación de los negocios de aquel tiempo (Ramírez, 2008).

Por su parte, Mantilla (2022) describe que, durante la época de la ilustración (siglo XVIII), su disertación se centró en la moral laica referida a la actuación humana basada en el bien, a partir de una reflexión interna y diálogo constructivo con otros miembros de la sociedad. Durante este periodo, los desafíos derivados de la industrialización llevaron a pensadores como Adam Smith a destacar la relevancia del comportamiento ético en el ámbito empresarial, subrayando que el verdadero éxito no radica únicamente en generar riqueza, sino también en saber compartirla (Cortina y Martínez, 2001).

En los años 60 y 70 del siglo pasado (XX), los avances económicos, científicos y tecnológicos, así como los conflictos bélicos mundiales impulsaron el desarrollo de la ética aplicada, siendo su principal expositor el filósofo Kant. Esta corriente surge con el propósito de moralizar los distintos espacios de la vida en sociedad con valores morales concretos y controvertidos, como la ética cívica que se aplica a la convivencia social, bioética, ética ambiental, ética militar, ética económica y empresarial. (Cortina, 2002; Quishpe y Pizarro, 2018).

En el Siglo XXI, los avances en las tecnologías de la información y comunicaciones generados desde finales del siglo pasado continúan propiciando cambios en el comportamiento de los ciudadanos y de las instituciones que son analizadas por estudiosos de la ética. El uso de dispositivos electrónicos, programas informáticos, datos de usuarios en línea y la evaluación del desempeño profesional ha impulsado nuevos dilemas éticos tanto para la sociedad como para las organizaciones. Entre los principales desafíos se encuentran: la protección de los datos personales, la seguridad de la información, la transparencia y la rendición de cuentas (Cortina, 2002; Silva y Espina, 2011).

Clasificación y tipos de éticas

A fin de explicar sus atributos y aplicación, la ética ha sido clasificada por pensadores y estudiosos de acuerdo con sus corrientes filosóficas, por los periodos históricos, así como por campos de estudio. De acuerdo con Quishpe y Pizarro (2018), la ética se estructura en tres ramas fundamentales: la metaética, que se encarga de analizar el significado del lenguaje moral y de explorar los fundamentos filosóficos que sustentan los juicios sobre lo bueno y lo malo; la ética normativa que busca establecer principios y criterios para distinguir lo moralmente correcto de lo incorrecto y, finalmente; la ética aplicada que, se ocupa de estudiar problemas éticos específicos en contextos concretos, agrupándolos por áreas como la bioética, la ética profesional, ambiental, militar o económica.

Polo (2019), retoma una clasificación dicotómica propuesta por pensadores europeos para agrupar las teorías éticas en 11 categorías. Estas distinguen, entre otros aspectos opuestos, a la descripción contra la valoración del comportamiento ético; la reducción de la moral a una ciencia natural frente a su comprensión como conocimiento normativo; los enfoques basados en valores universales frente a aquellos centrados en valores individuales; y las teorías que priorizan la intención de la acción o el perfeccionamiento humano como fin. Asimismo, contrasta perspectivas utilitaristas con aquellas que se enfocan en el cumplimiento de normas formales y, teorías que promueven una vida buena y plena basada en la

realización individual, frente a aquellas que defienden derechos o deberes mínimos de subsistencia.

Campos (2020), expone diversas propuestas éticas contemporáneas, entre las cuales destaca el sustancialismo, que reconoce la coexistencia de múltiples concepciones sobre el bien, la justicia y la relación entre ambos conceptos. Asimismo, aborda el procedimentalismo, entendido como un enfoque que valora la acción humana a partir de procedimientos normativos, como la ética discursiva y la ética racional, las cuales diferencian entre el bien y la justicia y se fundamentan en la racionalidad práctica o instrumental.

De igual forma, el investigador estudia su carácter universal en contextos modernos y de globalización para vincularlo con la ética de la liberación, referida al comportamiento en comunidad. Desde esa perspectiva concibe que al bien puede tener dos dimensiones: material, concerniente a las condiciones reales de la vida, y la formal, que alude a principios éticos universales.

La ética aplicada

El acelerado desarrollo tecnológico impulsado desde la pandemia de Covid-2019, además de la creciente preocupación por el cambio climático y el desarrollo sostenible han generado nuevos espacios de reflexión ética en el ámbito profesional y organizacional. En este contexto, autores como Álvarez y Suárez (2022) argumentan que la ética profesional debe incorporar principios y valores construidos desde la formación de la persona, por medio de la educación, la experiencia laboral y la interacción social y, no solo, desde las perspectivas normativas o deontológicas, sino se requiere convertirla en una ética vivida cotidianamente e incluida en el actuar individual, en el contexto organizacional y en el diálogo social.

Desde la mirada de estos autores, la ética aplicada es una herramienta necesaria para orientar el comportamiento de las organizaciones y de todos sus actores en situaciones complejas que afecten el entorno institucional y la convivencia social. Entre las principales ramas se encuentran: la bioética, la ética ambiental, la ética profesional, la ética empresarial y la ética

tecnológica, todas ellas enfocadas en responder a los dilemas que surgen del ejercicio profesional en un mundo interconectado y en transformación, como se describe a continuación:

Bioética: Utilizada en el campo de la medicina, hace alusión respeto a la persona, los avances y desafíos de la biología, incluida la medicina moderna y ciencias de la salud, elementos que impactan en la dignidad humana y la justicia social. Aborda temas como el aborto, la eutanasia, la donación de órganos, la investigación genética y la protección de pacientes en estudios clínicos. (Álvarez, 2015).

Ética profesional: Se refiere a los comportamientos buenos, correctos y apropiados que se deben realizarse desde la función social que le corresponde a la profesión para que la sociedad sobreviva y se desarrolle (Ibarra, 2020).

Ética Ambiental: Reflexiona sobre los fundamentos, deberes y responsabilidades de los seres humanos con la naturaleza, los seres vivos y las generaciones futuras (Ayala, 2021).

Ética Tecnológica (o Ética Computacional): Se refiere al análisis de las implicaciones morales de la creación, uso e impacto de las tecnologías en la sociedad, como la privacidad de los datos (Silva y Espina, 2011 y Villacañas, 2003).

Ética empresarial: también conocida como ética de los negocios, abarca un conjunto de principios implícitos y explícitos que tiene como propósito orientar el comportamiento ético de las organizaciones. Incluye la manera en que se toman decisiones y cómo se gestionan las relaciones con los distintos actores involucrados (Cardona et al., 2020).

La ética en las organizaciones

Las organizaciones son un conjunto de individuos que interactúan entre sí para lograr un objetivo común, relacionado con la creación de valor por medio de productos o servicios que se brindan a personas, grupos y sociedad en general. Como parte de su actuar en comunidad están obligadas a velar, no solamente por sus empleados, sino por todos los habitantes de este planeta contribuyendo con un mundo mejor con decisiones empresariales que tienen impacto sociales y ambientales significativo (Ramírez, 2008).

Con este propósito, se han impulsado reflexiones relacionadas con la forma de comportamiento de las empresas, dando origen al desarrollo de la ética empresarial o de negocios, que tiene como objetivo aplicar principios morales para que las organizaciones se conduzcan de forma correcta (Sabido et al., 2023). Además, estos estudiosos enfatizan que, su práctica es esencial en la gestión por medio de estrategias que fortalezcan su legitimidad y sostenibilidad.

La ética empresarial es considerada una disciplina que, desde una visión ética y moral, facilita la identificación de las prácticas correctas y recomendables así como acciones justas que deben guiar la gestión organizacional (Cuevas, 2009). Por tal motivo, las organizaciones deben adaptarlas como un enfoque integral que oriente la toma de decisiones y las conductas de empleados y dirigentes dentro de la empresa, promoviendo una actuación con valores y principios éticos bien fundamentados.

Asimismo, Cuevas (2009) plantea que la ética organizacional funciona como un principio que regula los intereses particulares de la empresa y las demandas colectivas del entorno. Esto permite construir una cultura empresarial basada en la legitimidad, la confianza y la sostenibilidad.

De acuerdo con Lara y Sánchez (2021), cuando una empresa acoge en su cultura los elementos de la ética aplicada tienden a incrementar su competitividad debido a la confianza de sus clientes por impulsar la transparencia en la ejecución de sus procesos y el cuidado del entorno donde se ubica. También su contribución puede centrarse a resolver desafíos actuales tales como respeto a los derechos laborales de los trabajadores, la eliminación de la corrupción, así como el cumplimiento de los estándares ambientales (Huamaní et al., 2025).

La ética como estrategia de gestión empresarial

La ética empresarial persigue el bien común y emite reglas que lo anteponen ante la búsqueda de intereses individuales de las organizaciones. Estos principios son difundidos a trabajadores, directivos y sociedad, a través de

documentos denominados códigos de ética, de conducta, de prácticas, programas de transparencia y ética empresarial. Estos instrumentos son considerados herramientas útiles para forjar una cultura que de identidad organizacional basada en principios y valores morales (Castro, 2023).

Los códigos de ética, de acuerdo con Garzón y Pérez (2016), datan desde la época medieval como mecanismo de buenas prácticas, en los cuales se establecen criterios para guiar a los miembros en prácticas correctas de acuerdo con sus responsabilidades y en concordancia con los objetivos organizacionales. Otro instrumento que persiguen el mismo fin, son los programas de transparencia y ética empresarial que tienen como objetivo disminuir la corrupción y el soborno (Kaptein, 2015).

Diversos estudios, como el realizado por Haro et al., (2017), hacen hincapié en que los códigos de ética, además de describir la conducta de sus empleados y la forma en que se transmiten los valores a todos los miembros, están dirigidos a garantizarles a los grupos de interés (clientes, proveedores) la conducta ética de la organización requerida para brindar un servicio de calidad o un producto que cumpla con sus expectativas, así como generar confianza a sus proveedores de un pago oportuno entre otros aspectos.

Señalan los autores, que hacer uso de estos instrumentos aumenta el compromiso y motivación de los trabajadores, redundando en el crecimiento de la productividad de la empresa. En la investigación realizada en empresas de América Latina, utilizando 30 valores éticos, hallaron que la transparencia como mecanismo de rendición de cuentas y los principios de buena conducta de la organización a sus clientes son los más incluidos en sus códigos de conducta; los menos enunciados son los referidos al comportamiento con los inversionistas.

De igual manera, Garzón y Pérez (2016) enumeran como principios: actuar con profesionalismo, actuar con la verdad y actuar de manera responsable. Con el propósito de cumplirlos, los códigos deben integrar valores como el respeto, la honestidad, transparencia, calidad del servicio, amistad, comunicación, confianza, solidaridad y responsabilidad.

Los autores Sabido et al., (2023) reconocen la contribución de estos instrumentos para fortalecer la cultura organizacional y el desempeño de los

trabajadores en empresas mexicanas, sin embargo, no es una práctica generalizada en el país, por lo que muchas carecen aún de códigos de ética formalizados, presentándose una oportunidad para institucionalizar la práctica y objetivar el comportamiento ético como fuerza transformadora de la organización y de los empleados.

Por lo tanto, además de tenerlos, es de suma importancia asegurar su cumplimiento a través de la participación de todos los miembros de la organización en su elaboración, el compromiso de la alta dirección, la elaboración de políticas de recursos humanos referentes a la motivación, el trabajo en equipo, así como la asignación de recursos económico, de tiempo y vigilancia (Muñoz-Martin, 2013); sin considerar incluir sanciones por su no cumplimiento, la cual es una práctica utilizada en América Latina, como lo señalan Haro et al., (2017).

Las organizaciones y los códigos de ética

La ética empresarial es promovida mediante documentos que describen los principios que deben regir el comportamiento de la organización. Entre ellos, se encuentran los códigos de ética, de conducta, de prácticas, programas de transparencia y ética empresarial. Estos instrumentos se constituyen como herramientas decisivas para promover una cultura que forje identidad organizacional basada en principios y valores morales (Castro, 2023).

Los códigos de ética emergieron desde la época medieval, como mecanismo de buenas prácticas que describen los valores de la organización, establecen criterios para guiar a los miembros en prácticas correctas, articulando los valores de la organización con responsabilidades y objetivos éticos de sus integrantes (Garzón y Pérez, 2016). Otro instrumento que enaltece los principios éticos son los programas de transparencia y ética empresarial que tienen como objetivo disminuir la corrupción y el soborno (Kaptein, 2015).

Diversos estudios, como el realizado por Haro et al., (2017), hacen hincapié en que los códigos de ética, además de describir la conducta de sus empleados y la forma en que se transmiten los valores a todos los miembros,

están dirigidos a garantizarles a los grupos de interés (clientes, proveedores) la conducta ética de la organización requerida para brindar un servicio de calidad o un producto que cumpla con sus expectativas, así como generar confianza a sus proveedores de un pago oportuno entre otros aspectos.

Señalan los autores, que hacer uso de estos instrumentos aumenta el compromiso y motivación de los trabajadores, redundando en el incremento de la productividad de la empresa. En la investigación realizada en empresas de América Latina, utilizando 30 valores éticos, hallaron que la transparencia como mecanismo de rendición de cuentas y los principios de buena conducta de la organización a sus clientes son los más incluidos en sus códigos de conducta; los menos enunciados son los referidos al comportamiento con los inversionistas.

De igual manera, Garzón y Pérez (2016) enumeran como principios: actuar con profesionalismo, actuar con la verdad y actuar de manera responsable. Con el propósito de cumplirlos, los códigos deben integrar valores como la honestidad, respeto, transparencia, calidad del servicio, amistad, comunicación, confianza, solidaridad y responsabilidad. Sabido et al., (2023) reconocen la contribución de estos instrumentos para fortalecer la cultura organizacional y el desempeño de los trabajadores en empresas mexicanas, sin embargo, no es una práctica generalizada en el país, por lo que muchas carecen aún de códigos de ética formalizados, presentándose una oportunidad para institucionalizar la práctica y objetivar el comportamiento ético como fuerza transformadora de la organización y de los empleados.

Por lo tanto, además de tenerlos, cobra importancia asegurar su cumplimiento a través de la participación de todos los miembros de la organización en su elaboración, el compromiso de la alta dirección, la elaboración de políticas de recursos humanos referentes a la motivación, el trabajo en equipo, así como la asignación de recursos económico, tiempo y vigilancia (Muñoz-Martin, 2013), sin considerar incluir sanciones por su no cumplimiento, que es una práctica utilizada en América Latina, como lo señalan Haro et al., (2017).

Ética y Responsabilidad Social Corporativa

Ante los desafíos por generar calidad de vida a toda persona, que es un derecho humano fundamental, la sociedad demanda a las empresas integrar la ética empresarial en su cultura organizacional. Asumir esta postura, señala Cardona et al., (2020), permitirá a estas organizaciones desarrollar planes de acción para promover la sostenibilidad, mediante decisiones correctas y justas, que garanticen el bienestar social.

En el compromiso de fomentar valores, principios y normas para su buen actuar, estas organizaciones están llamadas a incluir la Responsabilidad Social Corporativa (RSU), entendida como un eje en la cultura organizacional que se vincula estrechamente con la ética, la moral y los valores compartidos, mismos que orientan tanto la conducta empresarial como el compromiso ético y cívico que sostienen su imagen y reputación frente a su entorno (Orozco, 2020; Steiner, 2022).

Para Romero et al., (2018), la RSU es una estrategia adoptada por la empresa en su gestión que, debe reflejarse en las preocupaciones sociales, con una visión a largo plazo para crear beneficios, no solamente económico, sino también sociales en pro de la conservación del ambiente. Es así, señala el investigador, que las empresas deben asumir este compromiso, no solo con sus empleados sino con todos los grupos de interés, como proveedores, clientes, inversores, directivos y gobierno.

La iniciativa para implementar la RSC, de acuerdo con Tejera y López (2009), puede impulsarse a través de inquietudes y expectativas de actores relacionados directamente con las empresas; criterios sociales, la preocupación por el deterioro ambiental originado por la actividad económica, así como por la transparencia que deben mostrar ante un mundo interrelacionado e intercomunicado.

Desde una perspectiva más amplia, la RSC tiene entre propósitos recoger los problemas sociales que aquejan a las comunidades donde se encuentran ubicadas para incidir con sus decisiones y acciones en la búsqueda de condiciones de bienestar a largo plazo en el ámbito laboral, social, económico y ambiental.

La RSC en el contexto de la organización

Desde la perspectiva organizacional, la RSE se refiere a un compromiso estratégico que conduce al valor, es decir, una consideración dual de la creación de valor económico como humano y social (Steiner, 2022). La promoción de la ética como una propuesta de valor mejora la imagen institucional y genera lealtad de clientes y empleados. (Huamaní et al., 2025).

En este contexto, la ética se introduce no como una abstracción, sino como una filosofía integrada y relacional que alimenta entornos de confianza y pertenencia. El liderazgo social de las empresas mejora cuando las prácticas organizacionales son coherentes con principios éticos que pueden tener una influencia aún mayor, conduciendo hacia la construcción de sociedades más justas (Steiner, 2022; Huamaní et al., 2025).

Lara y Sánchez (2021) y Romero et al., (2018) argumentan que las empresas deben ser reconocidas como actores que tienen la capacidad de producir beneficios fuera del ámbito del razonamiento puramente utilitario. Por lo tanto, la responsabilidad corporativa sugiere una conciencia de ese impacto social y ambiental que, aunque crítico, también da lugar a una cultura organizacional que fomenta la determinación de acciones empresariales en beneficio de la sociedad y el medio ambiente.

Orozco (2020) por su parte señala que, la ética empresarial no solo determina la identidad de la práctica de la responsabilidad social empresarial, sino que también caracteriza el sentido profundo de lo que significa actuar con justicia, responsabilidad y coherencia, y eso es lo que se supone que representa la RSE. Tal compromiso ético significa que las organizaciones pueden liderar la transformación en un enfoque orientado a la equidad y la sostenibilidad.

Evolución conceptual y modelos de RSCS

El concepto de Responsabilidad Social, como lo destacan autores como Orozco (2020) emana de la ética empresarial, que al establecer comportamientos y formas de actuar correctas de los integrantes de una

organización, para promover y mejorar su propio bienestar y el de la sociedad, le dan vida. Esto implica asumir las consecuencias de las decisiones y acciones de directivos, personal, así como de sus clientes, dentro y fuera de la organización, y reconocer que forman parte activa del cambio social.

Desde el punto de vista ético y humanista, la Responsabilidad Social Corporativa reconoce que las empresas no solo existen para maximizar las ganancias, sino también para influir positivamente en su entorno (Huamaní et al., 2025). En este mismo sentido, Hernández et al., (2018) concluyen que, las empresas al adoptar estos valores pueden aumentar la fiabilidad de sus productos y fortalecer su propósito, además de impulsar una sociedad más justa, resiliente y sostenible.

En cuanto a los enfoques de responsabilidad social, Lara y Sánchez (2021) registran cuatro de ellos para ser estudiada: responsabilidad medioambiental de las organizaciones, responsabilidad comunitaria, responsabilidad hacia mercados y responsabilidad hacia puestos de trabajo; los cuales son examinados desde dos dimensiones: la interna de la organización conformada por sus integrantes y la externa que los relaciona con la sociedad y grupos de interés conocidos como stakeholders.

A partir de este contexto, señalan las autoras, la teoría de los stakeholders propone una forma distinta de ver a las empresas, no como personas aisladas con relaciones limitadas, sino como sistemas abiertos, conectados y en diálogo con muchos intereses diferentes. En este sentido, los valores éticos no son algo secundario, sino el eje que orienta la manera en que la empresa actúa y se relaciona con su entorno.

Con esta visión, la ética organizacional facilita el diálogo entre la empresa, el individuo y los grupos de interés al definir reglas morales y restricciones, incluso bajo condiciones de responsabilidad mutua. Aunque los gerentes suelen enfrentarse en cierta medida al conflicto de decidir entre los intereses internos de una empresa y el entorno, el enfoque ético les proporciona una base más sólida del bien común sobre la mera practicidad.

Otro modelo es el descrito en la norma ISO 26000 que, ofrece directrices voluntarias para incorporar la responsabilidad social en la gestión organizacional, estableciendo principios como la transparencia, la rendición

de cuentas y el respeto hacia los grupos de interés (ISO, 2010) y por último, pero con gran relevancia, se ubica la Global Reporting Initiative (GRI) que, fomenta la rendición de cuentas a través de estándares internacionales para la elaboración de informes de sostenibilidad (Orozco, 2020).

Sostenibilidad y desafíos globales

La responsabilidad social corporativa (RSC), enfrenta constantemente cuestionamientos que señalan su uso estratégico como instrumento de autopromoción empresarial, más que como expresión de un compromiso ético genuino. De acuerdo con Molina (2018), se han identificado muchas prácticas asociadas a la RSC que operan bajo una lógica de rentabilidad reputacional, más cercana al marketing social o al greenwashing, que a una verdadera transformación organizacional.

Steiner (2022) subraya que, más allá de promoción o estrategias, lo esencial es que la RSC se sustente en principios éticos y sólidos, donde el compromiso con el bien común prevalezca sobre intereses económicos.

Una visión limitada del sentido de la RSC reduce significativamente su alcance y debilita su razón de ser, generando desconfianza y escepticismo en torno a su verdadero propósito. Por ello, resulta fundamental analizar a profundidad su esencia y promover un enfoque integral, como el valor compartido o la sostenibilidad corporativa que impulsan una participación empresarial legítima y comprometida con su entorno social, ambiental y económico (Muñoz-Martín, 2013).

En este contexto, han surgido diversas iniciativas y marcos internacionales que buscan guiar y fortalecer la práctica de la responsabilidad social corporativa de manera estratégica y coherente. Entre las iniciativas más reconocidas en el ámbito de la responsabilidad social corporativa se encuentran el Pacto Mundial de las Naciones Unidas que promueve los principios universales relacionados con los derechos humanos, las condiciones laborales, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción. Estas herramientas no buscan alinear las prácticas empresariales con las

demandas sociales, sino que consolidan a la RSC como un elemento clave en la gestión moderna de las empresas.

Investigaciones sobre ética en empresas del sector turístico

El turismo es una actividad importante en todo el mundo por su contribución económica y la generación de empleo. Estudiosos del tema, como Montero (2013), la conciben como una práctica social, al conectar a los usuarios que buscan viajar con la población y empresas de una comunidad elegida para realizar un negocio, disfrutar de su gastronomía, cultura o naturaleza. Por tal motivo, se hace necesario incluir a la ética y a la responsabilidad social como garantes de un desarrollo de un turismo sostenible.

La aportación de la ética al turismo, afirman Mejía y Ortiz (2020), es orientar a las decisiones de los actores hacia el respeto por la dignidad humana, la equidad social y la protección del medio ambiente, priorizando el bienestar social frente a la rentabilidad que pudiera obtenerse, a pesar de causar daño al patrimonio natural o cultural. Por tal motivo, considerar valores y reglas morales apropiadas para comportamientos respetuosos en todas las actividades del sector garantizaría modelo de protección a visitantes como a los recursos y, por ende, la prosperidad a largo plazo.

Desde otra perspectiva más crítica, Montero (2013) plantea que el turismo ético no debe limitarse a enunciados abstractos o buenas intenciones, sino traducirse en prácticas concretas. El autor distingue entre una ética de los principios y una ética de la práctica, siendo esta última la que permite una transformación real del turismo desde adentro. Esto implica que las empresas turísticas deben asumir la responsabilidad activa de sus actos y decisiones, considerando los efectos que generan en las comunidades locales, en el entorno natural y en los trabajadores que forman parte del sector.

Aplicación de la Ética empresarial en el contexto mexicano

En el contexto mexicano, diversas investigaciones han aportado evidencia empírica sobre la forma en que se expresa la responsabilidad social en las empresas del sector turístico. Por ejemplo, Argüelles et al., (2012) documentaron el caso de las pymes turísticas en Champotón, Campeche México, identificando que, si bien existe una conciencia general sobre la necesidad de actuar con ética y compromiso comunitario, todavía prevalece una ejecución limitada, sobre todo en la formación interna en valores, la transparencia hacia clientes y la participación en el desarrollo local. El estudio concluye que muchas pymes actúan con buena voluntad, pero sin estrategias sólidas que integren la RSE en sus modelos de negocio, lo cual limita su potencial como agentes de cambio.

En esa misma línea, el estudio de Tejera y López (2009) ofrece aportes significativos al evidenciar cómo las pequeñas y medianas empresas turísticas pueden avanzar en responsabilidad social mediante un vínculo genuino con las comunidades donde operan. Los autores plantean la necesidad de superar una visión reduccionista de la RSE, centrada únicamente en acciones filantrópicas o donaciones ocasionales, y proponen una perspectiva más transformadora, en la que la empresa se conciba como un actor activo y corresponsable del entorno social y ambiental. Su estudio, basado en entrevistas y casos reales, demuestra que aquellas organizaciones que involucran a sus colaboradores en decisiones éticas y que colocan el bienestar comunitario como parte central de su estrategia, no solo ganan legitimidad social, sino que también construyen relaciones más sólidas y sostenibles con su entorno.

Desde una visión regional, el estudio realizado por Pérez y Zapata (2019), a las empresas turísticas de la Riviera Mayase analiza los factores que motivan la adopción de prácticas responsables o sostenibles en la región, mostrando como resultado que, tanto la presión de clientes extranjeros como la certificaciones ambientales son impulsores claves para institucionalizar la RSC.

No obstante, señalan los autores, la RSC que no pueden ser adoptados por pequeñas y medianas empresas debido a limitaciones de tipo financiero y

de apoyo técnico, así como por falta de información. Además proponen que, la colaboración entre empresas, gobierno y academia puede facilitar una transición ética y efectiva, siempre que se respeten las particularidades del contexto local y se fortalezcan las capacidades internas de las organizaciones.

Este enfoque integrador también exige fortalecer las capacidades internas de las organizaciones, especialmente en el caso de las pequeñas y medianas empresas, que muchas veces no cuentan con áreas especializadas para gestionar temas éticos o de responsabilidad social.

En su estudio con pymes turísticas en el sur de México, Argüelles et al., (2012) destacan que, si bien existe una sensibilidad creciente hacia el compromiso social, aún persisten vacíos en la formación, el acompañamiento institucional y la integración de estos valores en la toma de decisiones. Por ello, los investigadores subrayan la importancia de que instituciones educativas, actores públicos y asociaciones empresariales acompañen a las organizaciones en un proceso de profesionalización que coloque la ética como un eje transversal, y no como una preocupación secundaria sujeta únicamente a criterios de rentabilidad.

Enfoques teóricos y tendencias internacionales en ética y sostenibilidad turística

Como se señaló anteriormente, los cambios tecnológicos y de comportamiento del ser humano han generado nuevas conceptualizaciones y formas de abordar la ética aplicada. En estos tiempos donde el cuidado al medio ambiente y la conservación de las riquezas naturales ha cobrado vital importancia, se hace requiere incluir en la ética empresarial el compromiso con la integridad y la responsabilidad social.

En este sentido, estudiosos del tema, como Hermundsdottir y Aspelund (2022) y Holden (2019), sostienen que las empresas que implementan estrategias para integrar en su cultura organizacional los principios de sostenibilidad alcanzan beneficios tangibles e intangibles. En el sector turístico donde cobra importancia la reputación y la preferencia de los

usuario, adoptar este enfoque puede marcar la diferencia con los competidores.

Para Holden (2019), la incorporación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) orientan a las empresas hacia prácticas éticas y un desarrollo sostenible; por tanto, es de suma importancia establecer mecanismos de evaluación y transparencia para evitar la simulación en aparentar responsabilidad social (greenwashing); así como medir el impacto de las acciones realizadas. En este rubro, es clave para las organizaciones implementar mecanismos como auditorías, certificaciones e informes de indicadores de sostenibilidad.

En una perspectiva integrada de responsabilidad social, Lacruhy y Morandin (2024), en su trabajo desarrollan el concepto de turismo regenerativo que va más allá del turismo sostenible, al proponer, además de reducir los impactos negativos de la contaminación, contribuir activamente a la regeneración de ecosistemas y comunidades. En este enfoque, la ética retoma el papel central como orientadora de decisiones, al fomentar una relación más respetuosa, empática y transformadora entre los actores del turismo y los destinos que los reciben.

En cuanto a los impactos de las nuevas tecnologías de la información, Oñate et al., (2020) señalan que en la era de la información, los turistas buscan experiencias en su hospedaje alineadas con sus valores, por lo los hoteles, deben cuidar no solo su servicio, sino también la forma en que comunican su compromiso ético. Esto abre nuevas posibilidades para vincular ética, tecnología y competitividad, especialmente en mercados internacionales donde los consumidores valoran la transparencia y la coherencia.

Finalmente, autores como Argüelles et al., (2012) y Mejía y Ortiz (2020) coinciden en que la formación ética debe ocupar un lugar central en la capacitación de los actores turístico porque promueve la adopción de una cultura organizacional ética que regula los comportamientos y decisiones para adoptar prácticas de responsabilidad social que impulsen la sustentabilidad de la actividad.

En conjunto, estas investigaciones revelan que el turismo responsable es posible, pero requiere de voluntad, coherencia y una visión ética integradora. La RSE no debe ser vista como una carga, sino como una oportunidad para construir relaciones más humanas, sostenibles y duraderas entre las empresas, los visitantes y las comunidades anfitrionas.

Por tal motivo, promover una cultura organizacional ética desde el interior es tan importante como adoptar prácticas visibles de responsabilidad social. En este sentido, el futuro del turismo responsable pasa por construir un ecosistema donde la ética no sea una exigencia externa, sino una convicción interna que oriente el quehacer diario.

En suma

La ética ha estado presente desde el origen de la creación y continua cobrando importancia hasta nuestros días en distintos ámbitos, como es la actividad empresarial. Como se señaló, la ética empresarial surge como una respuesta para impulsar una cultura organizacional ética que regule las decisiones y comportamiento de directivos y empleados, a través de normas, valores y procederes éticos, que requieren ser puestos en prácticas y no solo estar descrito en documentos o códigos de conducta.

En la actualidad, la preocupación social por el desarrollo sostenible ha incidido para que las empresas no solo se enfoquen en la generación de recursos, sino que reconozcan las consecuencias de sus acciones e incorporen prácticas para construir entornos sostenibles y sustentables asumiendo una postura responsable. Desde esta perspectiva, la relación entre ética empresarial y responsabilidad social se convierten en garantes de beneficio social, regulando la actividad empresarial para fortalecer la confianza, cohesión interna y el compromiso con la sociedad e impulsar el bien común.

La aplicación de la ética empresarial en el sector turístico regularía el comportamiento tanto de los usuarios como de las empresas prestadoras de este servicio. De igual forma, adoptar la responsabilidad social como estrategia impulsaría nuevos modelos de negocios que incluyan el respeto por la naturaleza, por el patrimonio cultural y por la comunidad en su conjunto.

Por último, entender las nuevas realidades de la actividad turística alienta a las empresas pequeñas o grandes que integran este sector, a apropiarse de estas herramientas como un modo de vida y no solo para cumplir regulaciones relacionadas con el medio ambiente. Los beneficios de adoptarla, además de mejorar relaciones con actores internos y externos, aumentan la competitividad y rentabilidad en un largo plazo, así como la preservación de los sitios naturales y culturales de las entidades receptoras de visitantes.

Referencias

- Álvarez, A., & Suárez, A. (2022). Entre la ética y los resultados, nuevos desafíos para profesionales de la comunicación en América Latina. *Mediaciones*, 28(18), 119—129. <https://revistas.uniminuto.edu/index.php/med/article/view/2830/2642>
- Álvarez, R. (2015). Hablemos de ética. *Revista de la Facultad de Medicina UNAM*, 58(4), 3—4. <http://www.scielo.org.mx/pdf/facmed/v58n4/2448-4865-facmed-58-04-00003.pdf>
- Argüelles, L. A., Patrón, R., & Fajardo, M. J. (2012). Ética y vinculación, compromisos de la responsabilidad social en PyME's del sector turístico. Champoton, Campeche. *RIDE Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 3(5), 150—165. <https://doi.org/10.23913/ride.v3i5.67>
- Ayala, E. (2021). Actualidad de la ética: temas y problemas de la ética en el mundo actual. *Revista PUCE*, 1(113), 237—282. <https://www.revistapuce.edu.ec/index.php/revpuce/article/view/410/355>
- Bosch, M., & Cavallotti, R. (2016). ¿Es posible una definición de integridad en el ámbito de la ética empresarial? *Revista Empresa y Humanismo*, XIX(2), 51—68. <https://doi.org/10.15581/015.xix.2.51-68>
- Campos, F. J. (2020). Sobre ética y moral algunas precisiones útiles para estudiantes de deontología jurídica. *Revista de Ciencias Jurídicas*, 15(1), 145—168. <https://doi.org/10.15517/rcj.2020.44533>
- Cardona, D. A., Mejía, C., & Hernández, J. S. (2020). La Ética en los Negocios: Una Perspectiva Desde los Stakeholders. *Saber, Ciencia y*

- Libertad, 15(2), 151—163.
<https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2020v15n2.6726>
- Castrillón, M. A. (2020). Un modelo de ética de los negocios. *Iberoamerican Business Journal*, 4(1), 41—64.
<https://www.scielo.org.mx/pdf/fn/v20n40/v20n40a7.pdf>
- Castro, G. C. (2023). El papel de la ética en la toma de decisiones empresariales. *Nexus Research Journal*, 2(1), 25—34.
<https://doi.org/10.62943/nrj.v2n1.2023.8>
- Cortina, A. (2002). La dimensión pública de las éticas aplicadas. *Revista Iberoamericana de Educación*, 29, 45—64.
<https://doi.org/10.35362/rie290950>
- Cortina, A., & Martínez, E. (2001). *Ética* (3a ed.). Ediciones Akal.
<https://profeinfo.wordpress.com/wp-content/uploads/2023/10/adela-cortina-y-martinez-etica.pdf>
- Cuevas, R. (2009). Ética y responsabilidad social de la empresa: su concepción del hombre. *Polis Revista de la Universidad Bolivariana*, 8(23), 323—349. <https://doi.org/10.4067/s0718-65682009000200015>
- Garzón, M. A., & Pérez, L. A. (2016). Consideraciones para el Código de ética empresarial de las empresas afiliadas a la AMAV-México. *Orinoquia*, 20(2), 87—101.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-37092016000200011&lng=en&nrm=iso&tlng=es
- Haro, A., Galvez, M. D. M., Sáez-Martín, A., & Caba, C. (2017). El rol del consejo de administración en la ética empresarial en países de latinoamérica. *Revista de Administracao de Empresas*, 57(5), 426—438.
<https://doi.org/10.1590/s0034-759020170502>
- Hermundsdottir, F., & Aspelund, A. (2022). Competitive sustainable manufacturing-Sustainability strategies, environmental and social

- innovations, and their effects on firm performance. *Journal of Cleaner Production*, 370(1), 133474. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.133474>
- Hernández, A. R., Vargas, E. E., Castillo, M., & Zizumbo, L. (2018). Responsabilidad Social Empresarial En La Hotelería. Un Enfoque Ético. *Gestão & Regionalidade*, 34(102). <https://doi.org/10.13037/gr.vol34n102.4356>
- Holden, A. (2019). Environmental ethics for tourism- the state of the art. *Tourism Review*, 74(3), 694—703. <https://doi.org/10.1108/TR-03-2017-0066>
- Huamaní, J., Vilca, J. C., Huayapa, M., & Meza, E. (2025). Ética y responsabilidad social empresarial en las organizaciones: Ethics and corporate social responsibility in organizations. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 6(1), 1282—1296. <https://doi.org/10.56712/latam.v6i1.3417>
- Ibarra, G. (2020). Ética profesional desde la perspectiva sociológica y filosófica. *RICSH Revista Iberoamericana de las Ciencias Sociales y Humanísticas*, 9(17), 351—378. <https://doi.org/10.23913/ricsh.v9i17.202>
- International Organization for Standardization. (2010). Guidance on social responsibility (ISO 26000). <https://www.iso.org/standard/42546.html>
- Kaptein, M. (2015). The Effectiveness of Ethics Programs: The Role of Scope, Composition, and Sequence. *Journal of Business Ethics*, 132(2), 415—431. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2296-3>
- Lacruhy, C. C., & Morandin, I. (2024). Estrategias de competitividad en las empresas turísticas en un escenario de incertidumbre. Caso Los Cabos, México. *El Periplo Sustentable*, 1(46), 50—70. <https://doi.org/10.36677/elperiplo.v0i46.20112>

- Lara, I. A., & Sánchez, J. (2021). Responsabilidad social empresarial para la competitividad de las organizaciones en México Corporate. Mercados y Negocios, 21(42), 97—118. <http://148.202.248.171/meryneg/index.php/MYN/article/view/7548>
- Mantero, J. C. (2013). Desarrollo turístico: de la ética de los principios a la práctica del turismo responsable. PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural, 11(1), 217—227. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2013.11.015>
- Mantilla, J. C. (2022). Bioética: orígenes y actualidad. MedUNAB, 25(2), 148—150. <https://doi.org/10.29375/01237047.4494>
- Mejía, C. A., & Ortiz, M. (2020). Reflections on Responsible Tourism in the Framework of Social Responsibility. Cuadernos de Administración, 36(66), 148—160. <https://doi.org/10.25100/cdea.v36i66.7196>
- Molina, M. M. (2018). Responsabilidad social corporativa y turismo. ¿Realidad o postureo? Anuario Turismo y Sociedad, xxii(1), 25—44. <http://www.redalyc.org/jatsRepo/5762/576262645002/576262645002.pdf>
- Muñoz-Martín, J. (2013). Ética empresarial, Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y Creación de Valor Compartido (CVC). Journal Globalization, Competitiveness and Governability, 7(3), 76—88. <https://doi.org/10.3232/GCG.2013.V7.N3.05>
- Oñate, E. I., Benalcázar, M. S., & Ramos, J. E. (2020). Reputación online: una estrategia ética de marketing digital para el sector hotelero Tungurahua-Ecuador. Digital Publisher CEIT, 1(6), 116—129. <https://www.scielo.org.mx/pdf/taj/v20n1/1405-8448-taj-20-01-76.pdf>
- Orozco, I. (2020). De la ética empresarial a la sostenibilidad, ¿por qué debe interesar a las empresas? The Anáhuac Journal, 20(1), 76—105. <https://doi.org/10.36105/theanahuacjour.2020v20n1.03>

- Pérez, M. J., & Zapata, J. L. (2019). Análisis de las prácticas de responsabilidad social empresarial en las MIPYMES del sur de Quintana Roo a través de técnicas multivariantes. *Oikos Polis, Revista latinoamericana de Ciencias Políticas y Sociales*, 2250(1), 33—75. https://www.scielo.org.bo/pdf/rlces/v4n1/v4n1_a04.pdf
- Polo, M. Á. (2019). La responsabilidad ética. *Veritas*, 1(42), 49—72. <https://doi.org/10.4067/s0718-92732019000100049>
- Quishpe, J., & Pizarro, J. (2018). Evolución histórica de la ética hasta nuestros días. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, 1(18), 1—6. <https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/09/evolucion-historica-etica.html>
- Ramírez, M. Á. (2008). Ética de los negocios en un mundo global. *Frontera Norte*, 20(40), 199—210. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13624007>
- Romero, S., Tejeida, R., & Badillo, I. (2018). El Sistema de Responsabilidad Social Corporativa como fundamento de la Innovación en PYME turísticas. *Revista de El Colegio de San Luis*, 17, 327—354. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=426259425012>
- Sabido, T. de J., Alonso, V., & Barredo, G. A. (2023). Código de ética empresarial, un análisis del aporte de los profesionales y la percepción de los empleados sobre su importancia en las empresas. *RIDE Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 13(26), 1—27. <https://doi.org/10.23913/ride.v13i26.1565>
- Silva, N., & Espina, J. (2011). Ética Informática en la Sociedad de la Información. *Revista Venezolana de Gerencia*, 11(36). <https://doi.org/10.31876/revista.v11i36.10441>
- Steiner, V. L. (2022). Responsabilidad social empresarial y ética en las organizaciones con mira a la sostenibilidad. *Gestión Turística*, 1(38), 64—94. <https://doi.org/10.4206/gest.tur.2022.n38-04>

- Tejera, E., & López, J. H. (2009). La Responsabilidad Social Corporativa de las organizaciones turísticas. El caso de Riviera Nayarit, México. *Revista de Ocio y Turismo*, 2(1), 59—81. <https://doi.org/10.17979/rotur.2009.2.1.1234>
- Villacañas, J. L. (2003). Responsabilidad y esferas de acción. *Isegoría*, 1(29), 91—106. <https://doi.org/10.3989/isegoria.2003.i29.491>

CAPÍTULO 8

IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE GESTIÓN EN RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Norma Angélica Hernández Gómez

Universidad Tecnológica de Tabasco
<https://orcid.org/0000-0002-1559-3187>
nhernandez.tc@uttab.edu.mx

Introducción

Actualmente, el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) forma parte del vocablo empresarial por ser considerada una estrategia clave para las organizaciones que, mediante sus operaciones, buscan no solo crear valor para sus accionistas, sino también impactar de manera favorable en la sociedad y el medio ambiente donde están inmersas. Es la contribución activa y voluntaria del sector productivo al mejoramiento social, económico y ambiental, cuyo efecto a largo plazo incide en la competitividad (Secretaría de Economía (SE), 2016, párr. 1).

El diseño e implementación de un plan de RSE implica identificar en un primer momento mediante diagnósticos comunitarios, las acciones que se relacionan con el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 y a partir de los resultados, establecer estrategias que coadyuven a reducir la brecha aun existente para el logro de tales objetivos. Existe amplia literatura al respecto, sin embargo, se requiere acercarse a los alumnos del área económico administrativo, las buenas prácticas implementadas en el sector turístico en pro del desarrollo sostenible.

El objetivo de la investigación es proporcionar una breve mirada sobre la implementación de sistema de gestión RSE en el sector turístico como estrategia competitiva. El análisis permitió identificar la evolución, así como sus ventajas y/o beneficios. Este capítulo está integrado por 1) evaluación de las acciones de responsabilidad social en el sector turístico, 2) diseño del plan

de responsabilidad social, 3) elementos para la implementación del plan, 4) evaluación del cumplimiento del plan de RS, y 5) comunicación externa de los esfuerzos de RS.

La investigación por su enfoque es cualitativa, con alcance descriptivo (Hernandez-Sampieri & Mendoza, 2018). Utiliza el método deductivo con enfoque administrativo (Hurtado, 2010). Por el tipo de datos es una investigación documental (Schmelkes & Schmelkes, 2010). Se seleccionó a conveniencia de la investigación, artículos científicos de estudios realizados sobre responsabilidad social; el análisis se realizó mediante fichaje y síntesis de contenido (Díaz, 2018).

Evaluación de las acciones de responsabilidad social en el sector turístico

En México, la RSE es considerada un factor clave en la industria turística. En este sentido, es necesario evaluar de manera continua cada una de las prácticas que demandan y llevan a cabo los turistas, esto con la finalidad de validar que estas sean sustentables, éticas y comprometidas con el entorno, en virtud de que cada una de estas prácticas tienen un alto impacto social y cultural.

Esta evaluación debe ser análisis minucioso que dé como resultado un diagnóstico que incluya los principales indicadores que ayuden a medir el impacto de estas acciones en el desarrollo armónico entre la actividad turística y su alineación con los ODS de la Agenda 2030 (Naciones Unidas, 2016).

Estudios sobre RSE

Existen múltiples estudios que documentan la evolución de la incorporación de iniciativas de RSE en las empresas turísticas, enfocándose principalmente en el sector hotelero.

Los hallazgos de Reyes et al., (2025) comprueban que adoptar prácticas éticas, ambientales y sociales en hoteles todo incluido tiene una influencia

significativa y positiva sobre el compromiso de los colaboradores y en la comunidad de Puerto Morelos; coincidiendo con los resultados del análisis bibliométrico previo donde confirmo que hay evidencia empírica disponible para apoyar el impacto de la RSC en el compromiso organizacional con poca investigación en Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) y destinos emergentes (Reyes, et al., 2024).

Sandoval-Núñez et al., (2024) en su estudio sobre la percepción que tienen los habitantes del pueblo mágico de Tapijulapa en el municipio de Tacotalpa en Tabasco, México acerca del desarrollo turístico orientado a la sostenibilidad, concluyen que existe poco involucramiento en las actividades en pro del equilibrio ambiental económico y social, los sujetos de estudio desaprobaban la mayoría de los elementos de sostenibilidad medidos.

Un caso por destacar es el de un hotel ubicado en Durango, México que actualmente está integrando principios de economía circular como parte de sus acciones estratégicas de RSE, evidenciando como la innovación es una forma efectiva de contribuir con el cumplimiento de los ODS (Herrera et al., 2023).

Ibarra-Cisneros et al., (2022), demostraron a través del análisis PLS-SEM, que la RSE y la gestión de calidad total influyen positivamente en el desempeño de la industria hotelera. Un hallazgo colateral del estudio fue que la orientación al emprendimiento no modera significativamente la relación entre RSE y desempeño organizacional, sugiere que la intención estratégica no siempre culmina con la aplicación efectiva de estas acciones.

El estudio de Badano et al., (2022) es una aportación muy importante investigadores y gestores del turismo, consiste en una propuesta metodológica para medir la percepción empresarial sobre la responsabilidad ambiental en alojamientos turísticos de México mediante 76 indicadores. Con ellos se busca conocer el grado de concientización y compromiso relacionados con la RSE.

Ávalos-Díaz et al., (2021) concluyen que los hoteles de cinco estrellas pertenecen a un corporativo, cumplen con los requisitos que establece el Cemefi y AliaRSE, cuentan con políticas de calidad y acciones para no

desperdiciar el agua y luz. Por el contrario, los hoteles de tres estrellas no cuentan con estrategias para el cuidado del ambiente, ni acciones en beneficio de la comunidad y los empleados.

Vizcarra-Cárdenas et al., (2020), en su estudio de caso en Sonora, encontraron que el hotel sujeto de estudio implementa practicas sustentables, dándole mayor importancia al cuidado del agua, energía y residuos, y menor importancia al aire y la biodiversidad. Recomendando que Concluyendo que debe darse igual peso a cada uno de los recursos pues todos son indispensables para un desarrollo sustentable.

Hernández-Sánchez et al., (2017), encontraron que los jóvenes empresarios turísticos valoraban más las prácticas de RSE, allanando el camino para reposicionar el turismo responsable como una ventaja competitiva; consideran que “su satisfacción, seguridad en el hotel, opinión sobre los servicios y los precios están en función del cumplimiento de los derechos humanos, calidad laboral y protección del medio ambiente” (p. 15).

Estos hallazgos evidencian una tendencia general en donde la RSE está siendo un factor clave de éxito de las empresas turísticas contribuyendo con cada una de sus acciones en el camino hacia la competitividad empresarial. Además de México, otros países han realizado diversos estudios sobre la RSE en el sector turístico. En la tabla 1, se presentan hallazgos y limitaciones de estudios realizados en España, América latina y Colombia.

Tabla 1.

Estudios sobre Responsabilidad Social Empresarial en el Sector Turístico

Autor	País o Región	Enfoque metodológico	Principales hallazgos	Limitaciones
Martos-Molina, 2018	España	Análisis de informes de RSE	Acciones de RSE enfocadas en clientes y empleados, menos atención a comunidades locales y medio ambiente.	Enfoque limitado a grandes empresas.
Vargas-Sánchez et al., 2021	América Latina	Análisis de competitividad	La RSE mejora la imagen del destino y la fidelización del turista.	Falta de indicadores estandarizados.

Peña-Miranda y Serra-Cantallops, 2020	Santa Marta, Colombia	Estudio de caso	Nivel medio de responsabilidad social, prácticas proactivas no obligatorias por ley.	Falta de generalización a otras empresas.
Orozco y Rodríguez, 2025	México	Evaluación de implementación	Acciones sociales y económicas más desarrolladas que las ambientales.	Falta de indicadores estandarizados.
<i>Nota.</i> Elaboración propia con base en la revisión de literatura.				

Evolución en la Implementación de Sistema de Gestión de RSE

En la década de los 90's, la RSE estuvo centrada en la filantropía con acciones dirigidas a crear conciencia de la necesidad de reducir el uso de los recursos naturales con el único objetico de preservar el medio ambiente y nuestro planeta. En la actualidad, cada una de las acciones de RSE en el sector turístico se relaciona de manera directa o indirecta con cada uno de los diecisiete ODS de la Agenda 203.

La tabla 2 muestra la evolución de la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial en el sector turístico.

Tabla 2.
Implementación de Sistema de Gestión de Responsabilidad Social

Periodo	Características de la implementación	Ejemplos y casos de estudio
Década de 1990	Inicio de la conciencia sobre la RSE en el sector turístico. Enfoque en la filantropía y acciones aisladas.	Primeras iniciativas de hoteles y resorts en reducir el uso de recursos naturales (Fong et al., 2020).
Década de 2000	Desarrollo de estándares y certificaciones específicas para el sector turístico (e.g., Green Globe). Mayor integración de la RSE en la estrategia empresarial.	Implementación de programas de ahorro de energía y agua en cadenas hoteleras internacionales (Cruz Bravo et al., 2021).
Década de 2010	Enfoque en la sostenibilidad y el impacto social. Uso de indicadores y métricas para medir el desempeño en RSE.	Proyectos de turismo comunitario que benefician a las comunidades locales (Soriano & Fong 2022).

Etapas de Consolidación (2011-2020)	Integración de RSE en estrategias de negocio, con enfoque en sostenibilidad (ISO 26000, 2012).	Uso de software para medición de huella de carbono y reportes RSE (Foundation for Environmental Education (FEE), (2016). Greenwashing y dificultad en medir impacto real (Morioka et al., 2017).
Década de 2020	Integración de la RSE en todos los niveles de la organización. Uso de tecnologías avanzadas para mejorar la sostenibilidad. Mayor transparencia y reporte de RSE.	Uso de tecnologías como IoT para monitorear el consumo de recursos en tiempo real (Cruz-Bravo et al., 2021).
Etapas Actuales 2021-presente	RSE vinculada a Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y turismo regenerativo (UNWTO, 2021). Crisis climática y presión por transparencia absoluta (Kramcsak-Muñoz, 2021).	Co-creación con comunidades locales y turismo comunitario (Scheyvens et al., 2021). Big Data e IA para monitoreo de impacto social y ambiental (Gossling & Peeters, 2021).
<i>Nota.</i> Elaboración propia con base en la revisión de literatura.		

Diseño del plan de responsabilidad social

La responsabilidad social ha convertido cada vez más en un elemento estratégico en la gestión organizacional, especialmente después del 25 de septiembre de 2015, cuando en el marco de la Asamblea General de las Naciones Unidas, los 193 Estados Miembros aprobaron la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, en ella se reconoce que los 17 ODS son de naturaleza integrada e indivisible y combinan las tres dimensiones del desarrollo: económica, social y ambiental (Rivas, 2019).

Este documento puede ser adoptado por cualquier organización, independientemente del tamaño, figura jurídica y la actividad económica preponderante; siendo de gran utilidad para sectores relacionados con el turismo donde las empresas tienen una conexión directa con los factores sociales, culturales y ambientales. Sin embargo, su implementación no puede hacerse de manera improvisada, se requiere de una planeación estratégica.

Con la finalidad de ayudar a las organizaciones, el Banco Mundial proporciona una metodología para desarrollar planes de RSE basados en el diagnóstico, la identificación de objetivos específicos, indicadores y

evaluación. La ejecución efectiva exige el establecimiento de indicadores para monitorear el cumplimiento de sus objetivos (World Bank, 2016).

La propuesta del Plan Estratégico se desarrolló incluyendo a las partes interesadas externas, se validó con la opinión de revisores internos y establece los siguientes compromisos para la institución:

- Declarar metas a corto y largo plazo que sean medidas e informadas
- Mejorar la capacidad de los socios clave para implementar RSE en sus áreas
- Incorporar criterios de sostenibilidad en programas clave
- Establecer un marco documentado de gestión
- Revisar la estrategia anualmente

Una buena planificación de RSC debe ser integral, participativa y consciente del contexto. Mastroeni (2020), el director del foro de RSC de AmCham, afirma que se deben tener en cuenta las siguientes acciones:

Definición de objetivos y valores:

Esta etapa implica el establecimiento de objetivos bajo la metodología SMART, claros y medibles en términos de responsabilidad social, así como la identificación de los valores fundamentales de la empresa.

Análisis de *stakeholders*:

Se debe tomar en cuenta a todas las partes interesadas en la organización: empleados, clientes, proveedores y comunidad analizando sus expectativas y necesidades en relación con la responsabilidad social.

Diagnóstico y planificación:

Incluye realizar un análisis interno/externo de la organización que sirva de base para que se definan estrategias contenidas en planes de acción bien estructurados y alineados a los ODS.

Implementación y seguimiento:

Ejecutar el plan conforme a las responsabilidades y recursos asignados, monitorear para revisar el progreso y hacer los ajustes según sea necesario.

Comunicación y transparencia:

La comunicación debe ser abierta en ambas direcciones, desde dentro de la empresa hacia afuera y viceversa. Es una de las áreas más críticas para generar confianza entre cada una de las partes interesadas, por eso debe hacerse difusión de cada una de las actividades de RSE realizadas.

Evaluación y mejora continua:

Por último, en línea con estos objetivos, la revisión de los hallazgos ayudará a identificar la necesidad de mejora y oportunidades para mejorar el plan.

Desarrollar una Estrategia de Responsabilidad Social Empresarial requiere de un esfuerzo reflexivo. Sánchez (s.f.) director de la responsabilidad corporativa en el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), establece los indicadores siguientes:

Metas ODS. Se busca incorporar los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas en la estrategia de la organización, con el fin de trabajar hacia el desarrollo sostenible a nivel global.

Gestión de riesgos. Consiste en la evaluación de riesgos y mitigación de peligros potenciales que puedan amenazar los logros de la estrategia de la empresa de manera que la planificación sea más probable que funcione.

ODS y Agenda 2030. Implica que las acciones de la empresa u organización estén alineadas con lo establecido en la Agenda 2030 de las Naciones Unidas que enfatiza el uso de métodos ambientalmente amigables y saludables, en pro del bienestar global.

Presupuesto de RSE. Es necesario asignar recursos económicos para implementar actividades en pro de los ODS, asegurando que las acciones de sostenibilidad cuenten con respaldo financiero (p. 3-4).

La incorporación de estándares es de gran apoyo para el diseño de un plan de responsabilidad. "Las organizaciones deben integrar la responsabilidad social en toda la organización, mediante un enfoque estructurado" (International Organization for Standardization [ISO], 2010, p. 15); "Los informes basados en GRI permiten a las organizaciones rendir cuentas y mejorar continuamente sus impactos sostenibles" (Global Reporting Initiative [GRI], 2021, Sección 101).

Elementos para la implementación de un plan de responsabilidad

Implementar un plan de RSE en el sector turístico mexicano implica integrar una serie de elementos clave que permitan el fortalecimiento de la legitimidad social, el compromiso con las comunidades y la contribución a los ODS. Sus principales elementos son:

Gobernanza y liderazgo ético

Huerta-Estévez & López-Morales (2023) concluyen que la gobernanza responsable, es una plataforma para alinear las políticas corporativas con los ODS, ayuda a promover la rendición de cuentas y el seguimiento. Se requiere de liderazgo corporativo situacional y transformacional para influir en la cultura interna de las organizaciones turísticas, así como para implementar procedimientos éticos (Maldonado et al., 2021). Sin esfuerzos de liderazgo y gobernanza, el camino de la planificación de RSE generalmente se pierde en el caos y se queda a nivel de proyectos de papel.

Participación de *stakeholders* y comunidad

La participación de las partes interesadas, sobre todo de la comunidad local, es esencial para la implementación exitosa de los planes de RSE. García-Chiang (2018) señala que la evaluación del impacto social debe involucrar la participación comunitaria para fortalecer la legitimidad y ampliar el alcance

de las acciones, coincidiendo con López-Fernández & Rajagopal (2014) quienes señalan que diseñar estrategias de RSE en coordinación con las partes interesadas mejora la pertinencia y el efecto positivo de las iniciativas.

Cultura organizacional y capacitación

Cuando las prácticas sostenibles están arraigadas en cada uno de los colaboradores, es símbolo de que la empresa cuenta con una cultura organizacional comprometida con la responsabilidad social. Maldonado et al., (2021) enfatizan que la capacitación activa y el desarrollo de valores éticos por parte de las empresas turísticas pueden contribuir a un comportamiento responsable ambiental y socialmente.

Comunicación transparente y multidireccional

Huerta-Estévez & López-Morales (2023) y Maldonado et al., (2021) coinciden en sus hallazgos, señalando que la transparencia en la comunicación de los objetivos, el progreso y los resultados mediante canales tradicionales y medios digitales, es un factor clave para generar confianza ante las partes interesadas y fortalecer la reputación corporativa. Entre más información, mayor compromiso organizacional.

Innovación y orientación emprendedora

Los resultados del estudio de Ibarra-Cisneros et al., (2022) coincidieron con Montañés-del-Río & Medina-Garrido (2020) en que la orientación emprendedora y la gestión de calidad son dimensiones importantes que contribuyen a la innovación de la implementación de RSE, ajustándose a los cambios en el contexto y fortalecen aún más la ruta de la mejora continua.

Medición y evaluación de impacto

Se requiere contar con indicadores de efectividad de la RSE bien definidos. García-Chiang (2018) y Bernal Salazar et al., (2025) argumentan que los sistemas de evaluación conducen a la revisión de la estrategia y de la efectividad del propio sistema de gestión; fomenta la adaptabilidad de los ajustes estratégicos y los resultados pueden demostrarse a partir de los resultados y un enfoque basado en evidencia para la acción; fortaleciendo así la legitimidad y sostenibilidad de los planes.

Cooperación multisectorial y certificaciones

La cooperación entre los tres sectores, el sector público, el sector privado y las comunidades locales, en conjunto con la adopción de certificaciones ambientales y sociales, son elementos que fortalecen la implementación y difusión de la RSE. Serio et al., (2025) destacan que las alianzas estratégicas y las eco-certificaciones incrementan el alcance de las practicas sostenibles y responsable, de manera particular en la industria turística en virtud de que esta hace uso de los recursos naturales cada vez más escasos.

Evaluación del plan de responsabilidad social y su cumplimiento

Como se ha dicho, la RSE se convierte cada vez más en parte de la gestión organizacional, especialmente en industrias que tienen un alto grado de impacto ambiental y social, como el turismo. En el sector turístico mexicano, se requiere evaluar hasta qué punto los planes son consistentes con las regulaciones de la industria, para ello se requiere una revisión del marco legal vigente que le aplica al sector y a partir de allí generar una lista de verificación que permita identificar limitaciones, restricciones y áreas de oportunidad.

La RSE y su evaluación en turismo

La RSE se refiere al conjunto de actividades voluntarias que tienen como objetivo crear valor económico, social o ambiental. Sin embargo, va más allá de solo obligaciones "La verdadera responsabilidad social corporativa es hacer lo correcto, más allá de lo exigido legalmente o de lo rentable" (Carroll, 1991, p. 42). Su aplicación en el turismo respeta a la sociedad a la que sirve y la naturaleza que la rodea. Sin embargo, su evaluación no siempre ha sido rigurosa o sistemática, particularmente en un país en desarrollo como México (Martos, 2018).

La búsqueda constante de la mejora continua como objetivo final de la evaluación, requiere que se realicen co-evaluaciones y autoevaluaciones periódicas con objetividad y compromiso.

Cumplimiento del plan de RSE: Avances y limitaciones

Diversos estudios han indicado niveles crecientes de compromiso social de las empresas turísticas, particularmente en el subsector hotelero de México. Ibarra-Cisneros et al., (2022) encontraron que la implementación de prácticas sostenibles como acciones en pro de la RSE mejora la calidad de los sistemas de gestión en la industria hotelera y afecta de manera positiva el bienestar de los trabajadores. No obstante, otros trabajos muestran las limitaciones en el alcance de los planes de RSE. Martos (2018), en una revisión teórica, menciona que la RSE en el turismo muchas veces se reduce a una estrategia maquillada.

Por su parte, Hernández-Sánchez et al., (2023), en su estudio realizado en la industria hotelera de Nuevo Nayarit encontró que la ecoinnovación como elemento del plan de RSE puede contribuir positivamente a la sostenibilidad organizacional. Sin embargo, indicaron que, en la actualidad, estas medidas no están completamente integradas en las políticas operativas y/o estrategias de negocios en las empresas.

MIPYMES del sector turístico y RSE

Una parte esencial de la evaluación del cumplimiento de la RSE es la participación de las MIPYMES turísticas. Coliaza & López (2021) en su estudio de caso realizado en Ciudad del Carmen, Campeche, México encontraron que, si bien estas empresas reconocen la importancia estratégica de la RSE, la falta de capacitación, recursos financieros y monitoreo limita la puesta en práctica.

Por otra parte, Ontiveros-Gómez et al., (2024), encontró que aun cuando hay conciencia legal y económica respecto a la RSE en pequeñas empresas turísticas en Chihuahua, todavía hay un bajo nivel de integración en lo relacionado con liderazgo y gestión sostenible. A su vez, la investigación bibliométrica de Ávila-Batista et al., (2023) muestra que a pesar del creciente número de publicaciones científicas sobre RSE en MIPYMES turísticas mexicanas, existe una brecha entre los enfoques teóricos y prácticos, particularmente en regiones con menor desarrollo.

Evaluación desde la política pública y sostenibilidad territorial

A nivel institucional, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2024) sugiere cinco pilares para una adecuada evaluación de la sostenibilidad en el sector turístico, tomando la RSE como eje transversal. Sin embargo, en México aún persisten debilidades normativas y poco incentivo para que todo el país promueva prácticas responsables por igual.

En este mismo sentido, el informe conjunto de la UNESCO y SECTUR promueve la participación de las comunidades locales en proyectos de turismo responsable, sin embargo, señala que no existen mecanismos de evaluación para medir el impacto de estos en la comunidad (The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization [UNESCO], 2025).

Comunicación de las acciones de responsabilidad social

La RSE se ha convertido en una parte estratégica del desarrollo turístico en la era del desarrollo sostenible y la demanda de los consumidores por prácticas responsables en pro de la Agenda 2030. México, se ha convertido en uno de los destinos turísticos más importantes de América Latina. En este contexto, enfrenta no solo la necesidad de llevar a cabo prácticas de RSE, sino de comunicarlas.

La promoción externa de la RSE no solo mejora la reputación de la empresa, sino que también legitima la responsabilidad social organizacional ante la sociedad, los clientes, las comunidades y las autoridades reguladoras. Es importante entender cómo las empresas turísticas en México han comunicado sus esfuerzos de RSE a todos sus clientes independientemente si es turismo local regional, nacional o internacional.

La RSE y su relevancia en el sector turístico

La RSE en la industria del turismo se refiere a la disposición y el compromiso de una empresa para participar en el desarrollo económico, social y ambiental de un destino; compromiso que muestra mediante actividades que tienen como objetivo la preservación ambiental, mejoras en la economía del destino, el bienestar social y la mejora de las condiciones laborales (Martos, 2018).

Estrategias y canales de comunicación externa

Una tendencia recurrente prominente encontrada en los estudios examinados es el uso de canales digitales para difundir actividades de responsabilidad social corporativa, incluidos, entre otros, sitios web y redes sociales. Rueda-Cepeda et al., (2020) encontraron que las empresas turísticas mexicanas están utilizando estos medios principalmente como herramientas

de información; sin embargo, la interacción con la audiencia es apenas bidireccional.

Por su parte Reyes et al., (2025), señala que la comunicación de valores morales y sociales de los hoteles todo incluido afectaría el compromiso organizacional, pero se necesitan enfoques más participativos en el enfoque externo. En este sentido, la comunicación externa es una herramienta crucial que se debe utilizar para revelar públicamente las acciones implementadas y fortalecer las relaciones con los clientes o partes interesadas.

En empresas de enoturismo en Guanajuato las prácticas de sostenibilidad se comunicaron simbólicamente a través de mensajes e imágenes ecológicas, pero carecían de evidencia clara de impacto o seguimiento (Montiel, 2022). Este tipo de discurso superficial es lo que Martos (2018) denomina “postureo empresarial”, una estrategia que busca mejorar la imagen corporativa sin un verdadero compromiso con la responsabilidad social.

Limitaciones y desafíos

A pesar del incremento significativo de los mensajes de RSE en sitios web de turismo y a través de canales digitales, muchos no están acompañados de indicadores de impacto o mecanismos de seguimiento y carecen de credibilidad en la presentación de sus mensajes (Vázquez-Maguirre & Benito, 2022). El estudio bibliométrico de Ávila-Batista et al., (2023) muestra que aunque la producción académica sobre RSE en pymes turísticas ha aumentado, existe una diferencia obvia entre la teoría y la práctica sobre cómo se implementan estas estrategias.

Coliaza y López (2021) en su investigación aplicada en el sureste de México han demostrado que existe una dependencia entre la innovación y las comunicaciones externas, el estudio también permitió confirmar la existencia de alianzas estratégicas entre actores comunitarios y gubernamentales. Otro hallazgo fue que se dieron cuenta de que uno de los problemas con las pequeñas empresas es que no tienen el conocimiento y los recursos necesarios para desarrollar mensajes sólidos y duraderos.

Buenas prácticas y oportunidades

Carrillo et al., (2013) descubrieron que las pequeñas y medianas empresas que implementan políticas de comunicación integrales recibieron mayor reconocimiento de clientes y comunidades. Estas organizaciones utilizan estrategias multicanal como informes, campañas en redes sociales y campañas educativas comunitarias.

En el ámbito de RSE es la incorporación de narrativas alineadas con los ODS, en virtud de que esta estrategia contribuye a fortalecer la legitimidad de los mensajes institucionales. De acuerdo con López-Concepción et al., (2021), los programas de comunicación que dan a conocer claramente las iniciativas de RSE correspondientes a los ODS han demostrado aumentar el compromiso del cliente cuando se demuestran con señales observables y testimonios reales.

En suma

La evaluación de las acciones de responsabilidad social en el sector turístico en México es relativamente impresionante, especialmente en grandes empresas hoteleras con efectos positivos en la inversión turística. Los estudios presentados revelan que la RSE es una herramienta eficaz para mejorar el desarrollo de la competitividad turística y mejorar la conexión con las comunidades receptoras. En este sentido, se sugiere: ampliar la investigación con estudios longitudinales, fortalecer la capacitación en RSE en el sector turístico y el establecimiento de políticas públicas que incentiven su adopción en todos los niveles de negocio. El diseño de un plan de RSE debe estructurarse a partir de un diagnóstico interno, incluir la participación de la comunidad, alinearse con los ODS y basarse en estándares internacionales.

Aún existen brechas importantes en cuanto a formalización, evaluación y sistematización de prácticas sostenibles, especialmente en las pequeñas y medianas empresas. Es fundamental tomar conciencia que la RSE no solo mejora la imagen pública, sino que es parte del desarrollo sostenible de las

regiones donde operan. La forma de desarrollar una industria turística más equitativa, ética y sostenible en México es a través de una RSE estratégica, medible y participativa.

Una buena estrategia de RSE debe considerar la gobernanza ética, la participación comunitaria, la cultura organizacional, las herramientas de comunicación transparentes, la innovación, la evaluación de impacto y la cooperación multisectorial en la implementación de esa política de RSE.

En la evaluación de la implementación de la RSE, existe una ambivalencia en el cumplimiento del plan; por un lado, se observan avances significativos en grandes cadenas hoteleras, sobre todo en lo relacionado con el compromiso organizacional, la ecoinnovación y la mejora de la calidad, sin embargo, persisten brechas estructurales en MIPYMES, así como una distancia entre el discurso institucional y la práctica cotidiana. Se requiere el desarrollo de herramientas de evaluación estandarizadas, así como incentivos gubernamentales y colaboraciones con universidades para crear sistemas de responsabilidad social corporativa más robustos y sostenibles.

La comunicación externa de los esfuerzos de responsabilidad social aún enfrenta importantes desafíos, especialmente en cuanto a profundidad, autenticidad y capacidad de generar diálogo. Para que la comunicación efectiva se consolide, se deben realizar las siguientes acciones: profesionalización de estas prácticas; inserción de medidas de evaluación; establecimiento de mecanismos de retroalimentación; y construcción de narrativas centradas en la transparencia y el compromiso verdadero con la sostenibilidad. Dentro de los principales retos se encuentran la escasez de capacitación, la falta de una cultura organizacional sostenible y la percepción en la MyPyMes de la RSE como un gasto y no una inversión.

Referencias

- Ávalos Díaz, A., Rodríguez Ocaña, M., Quevedo Pérez, I., & Garrido León, M. (2021). Estudio preliminar de los hoteles socialmente responsables en Tabasco. *Horizontes de la Contaduría en las Ciencias Sociales* (14), 22-40. <https://doi.org/https://doi.org/10.25009/hccs.v0i14.37>
- Ávila-Batista, G. J., Varona-Leyva, F. L., Ochoa-Ávila, M. B., & Ávilas-Hernández, J. R. (2023). La responsabilidad social empresarial en micro, pequeñas y medianas empresas turísticas. *Ciencias Holguín*, 29(1), 1-11. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181574471004>
- Badano, M. C., Gallucci, S., & Rodriguez, C. A. (2022). Estrategia metodológica para evaluar la percepción de empresarios de alojamientos turísticos sobre la Responsabilidad Ambiental Empresarial. *Investigaciones Turísticas*(24), 198—218. <https://doi.org/https://doi.org/10.14198/INTURI2022.24.10>
- Bernal Salazar, M. F., Baraibar-Diez, E., & Collado-Agudo, J. (2025). CSR and Corporate Sustainability: Theoretical and Empirical Approaches Based on Data Science in Spanish Tourism Companies. *Sustainability*, 17(6). <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su17062768>
- Carrillo, M.-V., Tato, J. L., & Garcia, M. (2013). El panorama de las políticas de comunicación integral y gestión de la RSC en las PYMES mexicanas. *Intangible capital*, 9(1), 20 - 45. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.3926/ic.325>
- Carroll, A. B. (1991, p. 42). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39—48. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
- Coliaza, P. M., & López, N. M. (2021). Responsabilidad social empresarial e innovación como estrategia competitiva en el sector turístico de Ciudad

- innovación como estrategia competitiva en el sector turístico de Ciudad del Carmen, Campeche. *Hitos De Ciencias Económico Administrativas*, 27 (79), 400-420. <https://doi.org/https://doi.org/10.19136/hitos.a27n79.4765>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL]. (2024). CEPAL. www.cepal.org: <https://www.cepal.org/es/notas/la-cepal-presenta-cinco-pilares-un-turismo-sostenible-un-enfoque-territorial>
- Cruz-Bravo, M. M., Garbizo-Flores, N., & Lezcano-Gil, A. M. (2021). Metodología para implementar indicadores de responsabilidad social empresarial que impacten en el desarrollo local. *Cooperativismo y Desarrollo*, 9 (3), 957—985. <https://codes.upr.edu/cu/index.php/codes/article/view/458>
- Díaz, H. C. (2018). Investigación cualitativa y análisis de contenido temático. Orientación intelectual de revista *Universum*. *Revista General de Información y Documentación*, 28(1), 119-142. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5209/RGID.60813>
- Fong, L. H. N., Law, R., & Ye, B. H. (2020). Outlook of tourism recovery amid an epidemic: Importance of outbreak control by the government. *Annals of Tourism Research*, 86, 102951. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102951>
- Foundation for Environmental Education (FEE). (2016). Green Key contributes to the UN Sustainable Development Goals 2015-2030. <https://www.fee.global/news-stories/2016/3/17/p2pmgpbllka0o95dui6Ognt1i3kyifi>
- García-Chiang, A. (2018). Corporate social responsibility in the Mexican oil industry: Social impact assessment as a tool for local development. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 3(15), 1-8. <https://doi.org/https://doi.org/10.1186/s40991-018-0038-z>

- Global Reporting Initiative [GRI]. (2021, Sección 101).
www.globalreporting.org:
<https://www.globalreporting.org/standards/>
- Gössling, S. (2021). Tourism, technology and ICT: a critical review of affordances and concessions. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(5), 733—750. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1873353>
- Hernandez de la Cruz, J. E., & Juárez Solís, S. (2023). Distintivo ESR: estrategia de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la inclusión de pequeños productores en México. *Realidad Empresarial*, (15), 50—55. <https://doi.org/10.51378/reuca.v1i15.7724>
- Hernández Sánchez, A. R., Vargas Martínez, E. E., & Delgado Cruz, A. (2023). Ecoinnovación en el sector hotelero de Nuevo Nayarit, México: Una perspectiva sustentable . *RETOS*, 13(26), 237—252. <https://doi.org/https://doi.org/10.17163/ret.n26.2023.04>
- Hernandez-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. Mc Graw Hill Education.
- Hernández-Sánchez, A., Vargas-Martínez, E., Delgado-Cruz, A., & Rodríguez-Torres, F. (2017). Responsabilidad social en la hotelería: percepción de turistas de negocios. *Investigación Administrativa*, 46(119). <https://doi.org/https://doi.org/10.35426/IAv46n119.04>
- Herrera Reyes, D., Saldaña Durán, C., & Zúñiga Espinoza, N. (2023). Integración de la Responsabilidad Social Empresarial con la Economía Circular en el ámbito ambiental: caso de estudio empresa hotelera en la ciudad de Durango, Durango, México. *El Periplo Sustentable*(44), 293 - 316. <https://doi.org/doi:10.36677/elperiplo.v0i44.16402>
- Huerta-Estévez, A., & López-Morales, J. S. (2023). Corporate social responsibility and its impact on the SDGs: A study of Mexican companies. *Strategic Corporate Responsibility and Green*

Management, 16, 21—38.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1108/s2043-905920230000016002>

Hurtado, D. B. (2010). Metodología de la Investigación Holística Guía para la comprensión holística de la ciencia (Cuarta ed.). Quirón Ediciones S.A. Cooperativa Editorial Magisterio.

Ibarra-Cisneros, M. A., Vela Reyna, J. B., & Ríos Néquis, E. I. (2022). The link between entrepreneurial orientation, total quality management and corporate social responsibility. *Tourism & Hospitality Management*, 28(2), 315—342.
<https://doi.org/https://doi.org/10.20867/thm.28.2.4>

Ibarra-Cisneros, M., Vela-Reyna, J., & Ríos-Nequis, E. (2022). Catalizadores del desempeño del sector hotelero: orientación emprendedora, responsabilidad social corporativa, gestión de la calidad total. *Entreciencias*, 10(24), 1-18.
<https://doi.org/https://doi.org/10.22201/enesl.20078064e.2022.24.81708>

International Organization for Standardization [ISO]. (2010, p. 15). ISO 26000:2010 - Guía sobre responsabilidad social. . International Organization for Standardization.
<https://www.iso.org/standard/42546.html>

Kramcsak-Muñoz, X. (2021). ONG ecologistas en España: Discurso, negacionismo ideológico y crisis climática. *Revista Latinoamericana de Estudios Críticos Animales*, 8(1).

López-Concepción, A., Gil-Lacruz, A., & Saz-Gil, I. (2021). Stakeholder engagement, CSR development and SDGs compliance: A systematic review from 2015 to 2021. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(1), 19—31.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1002/csr.2170>

López-Fernández, A. M., & Rajagopal, N. (2014). Engaging stakeholders in

- co-creating corporate social responsibility: a study across industries in Mexico. *International Journal of Business Competition and Growth*, 3 (3), 241—254. <https://doi.org/https://doi.org/10.1504/IJBCG.2014.060316>
- Maldonado, A. R., Maldonado Astudillo, Y. P., Méndez Zavala, J. A., Manzano Jiménez, C. L., & Astudillo Miller, M. X. (2021). Corporate Social Responsibility and Proenvironmental Behaviour in Employees: Evidence in Acapulco, Mexico. *Sustainability*, 13(9). <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su13094597>
- Martos, M. M. (2018). Responsabilidad social corporativa y turismo. ¿Realidad o posturoeo? *Turismo y Sociedad*, 22, 25—44. <https://doi.org/https://doi.org/10.18601/01207555.n22.02>
- Mastroeni, L. (23 de junio de 2020). Triunfa Emprendiendo. www.triunfaemprendiendo.com: <https://triunfaemprendiendo.com/como-se-elabora-un-plan-de-responsabilidad-social/>
- Montañés-del-Río, M. A., & Medina-Garrido, J. A. (2020). Determinants of the propensity for innovation among entrepreneurs in the tourism industry. *Journal of Innovation Management*, 12(12), 55—75. https://doi.org/https://doi.org/10.24840/2183-0606_011.001_0005
- Montiel, F. J. (2022). La sostenibilidad en el discurso promocional de las empresas enoturísticas del estado de Guanajuato, México. *Revista Ñeque*, 5 (13), 613—633. <https://doi.org/https://doi.org/10.33996/revistaneque.v5i13.102>
- Morioka, S. N., Bolis, I., & Szelwar, L. I. (2017). Transforming sustainability challenges into competitive advantage: Multiple case studies kaleidoscope converging into sustainable business models. *Journal of Cleaner Production*. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.08.118>

- Ontiveros-Gómez, S., Ortega-Montes, F. I., Sánchez-Bernal, J. A., & Rubio-Arias, H. O. (2024). Corporate social responsibility (CSR) in two micro, small and medium-sized enterprises (msmes) in Chihuahua, Mexico. *E C O R F A N Journal - Mexico*, 15(32), 1-8. <https://doi.org/https://doi.org/10.35429/EJM.2024.32.15.1.8>
- Orozco, C., Rodríguez, A. D., & Amador Martínez, M. L. (2025). Evaluación del conocimiento y la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial en las Mypes comerciales de Chilpancingo, Guerrero, México. *Revista Espacios*, 46(3), 75—89. <https://doi.org/10.48082/espacios-a25v46n03p07>
- Peña-Miranda, D. D., Serra-Cantalops, A., & Ramón-Cardona, J. (2023). The KAC-CSR Model in the Tourism Sector. *Sustainability*, 15(3), 1840. <https://doi.org/10.3390/su15031840>
- Reyes Rendón, J. I., Vargas Martínez, E. E., & Hernández Sánchez, A. R. (2025). Responsabilidad social empresarial y compromiso organizacional en hoteles todo incluido: caso Puerto Morelos. *Investigación Administrativa*, 54(135), 1-21. <https://iadministrativa.escasto.ipn.mx/index.php/IA/article/view/237>
- Reyes Rendón, J., Vargas Martínez, E. E., & Hernández Sánchez, A. R. (2024). Responsabilidad social corporativa y compromiso organizacional en la hotelería. Una revisión sistemática y bibliométrica. *Investigaciones Turísticas*(27), 243—267. <https://doi.org/https://doi.org/10.14198/INTURI.25291>
- Rueda-Cepeda, C., Pashma-Jácome, K., & Córdova-Aldas, V. (2020). Responsabilidad social como estrategia publicitaria de las empresas turísticas. *Digital Publisher CEIT*, 5(6-1), 71-79. <https://doi.org/https://doi.org/10.33386/593dp.2020.6-1.384>
- Sánchez, R. E. (s.f.). Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) (RSyS, Ed.) www.cemefi.org

<https://www.cemefi.org/wp-content/uploads/2025/01/Planeacion-Estrategica.pdf>

Sandoval-Núñez, L., Mazó-Quevedo, M. L., & Castillo-Ramiro, J. J. (2024). Sostenibilidad Turística en Tapijulapa México: Propuesta para la Medición de la Percepción de la Comunidad Receptora. *Revista Ciencia & Sociedad*, 4(3), 282 — 300. <https://cienciaysociedaduatf.com/index.php/ciesocieuatf/article/view/160>

Scheyvens, R., & van der Watt, H. (2021). Tourism, Empowerment and Sustainable Development: A New Framework for Analysis. *Sustainability*, 13(22), 12606. <https://doi.org/10.3390/su132212606>

Schmelkes, C., & Schmelkes, N. E. (2010). Manual para la presentación de anteproyectos e informes de investigación (tesis). Oxford University Press.

Secretaría de Economía [SE]. (2016, párr. 1) Secretaría de Economía. Retrieved 03 de julio de 2025, from www.gob.mx: <https://www.gob.mx/se/articulos/responsabilidad-social-empresarial-32705>

Serio, R. G., Palacios, A., & Martínez, C. (2025). Going green across boundaries: Spatial effects of environmental policies on tourism flows. *Sustainability*, 17(4). <https://doi.org/10.48550/arXiv.2504.03608>

Soriano, L., & Fong, C. (2022). 75 años de responsabilidad social empresarial: análisis bibliométrico. *Revista Empresa Y Humanismo*, 25(2), 147-176. <https://doi.org/10.15581/015.XXV.2.147-176>

The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization [UNESCO]. (30 de abril de 2025). UNESCO. www.unesco.org: <https://www.unesco.org/en/articles/national-strategy-tourism-mexico-will-have-cultural-and-community-based-unesco-perspective>

- Vargas-Sánchez, A. A. (2021). Guest editorial: Management, social responsibility and sustainability in tourism: issues and practices. *Sinergie - Italian Journal of Management*. <https://www.sijm.it/wp-content/uploads/2021/05/03-guest-editorial-114-2021.pdf>
- Vázquez-Maguirre, M., & Benito, A. E. (2022). Impact or Outputs? Exploring Multinational's CSR Activities in Mexico. *Sustainability*, 14(7). <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su14074140>
- Vizcarra-Cárdenas, J., Artalejo, C., Ochoa, S., & Leyva, B. (2020). Sustentabilidad en el turismo: estudio de caso de un hotel en el noroeste de México. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 4(5), 357—367. <https://doi.org/https://doi.org/10.56712/latam.v4i5.1322>
- World Bank. (diciembre de 2016). World Bank Group. [www.worldbank.org: http://documents.worldbank.org/curated/en/702821506406388173](http://documents.worldbank.org/curated/en/702821506406388173)

SEMBLANZAS DE AUTORES



Dra. Edith Georgina Surdez Pérez

Doctora en Gestión Estratégica y Políticas de Desarrollo. Profesora Investigadora Titular de la División Académica de Ciencias Económico Administrativas en la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT) desde 1987. Coordinadora de Certificación Académica de la Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contabilidad y Administración Zona Sur México desde 2019. Coordinadora de la Maestría en Administración y Dirección Estratégica de 2017-2019, programa consolidado en el Sistema Nacional de Posgrados. Consultora del despacho “Tecnología Social para el Desarrollo” de 2018 y 2019.

Consultora del Despacho Freyssinier Morin S. C de 2004-2006. Gerente Administrativo de la Empresa Proveedor de Insumos y Servicios PRISSA, S. A. de 1998-2004. Gerente Comercial de la Empresa FAMOS, S.A. de C.V. de 1990-1997.

Miembro del Sistema Nacional de Investigadores e investigadoras (SNII) Nivel 1 en el área de Ciencias Sociales desde 2015. Miembro del Sistema Estatal de Investigadores. Perfil PRODEP. Académica Certificada en Administración por la Asociación Nacional de Facultades y Escuela de Contaduría y Administración (ANFECA) desde 2007. Reconocimiento al Mérito Académico 1998, 2008, 2016 por la UJAT. Premio al Mérito Académico “Arturo Elizundia Charles” 2018 por la ANFECA. Reconocimiento a Mérito Científico 2023 en el área de Ciencias Sociales por

la UJAT. Premio como asesora al primer lugar de tesis de Licenciatura de la División Académica de Ciencias Económico Administrativas de la UJAT, 2023. Asesora del segundo lugar de tesis de nivel de Doctorado en el Trigésimo Octavo Premio Nacional de Tesis Licenciatura y Posgrado por la ANFECA en 2023. Ha publicado 3 libros, 45 artículos en revistas indexadas, 23 capítulos de libro. Ha participado en proyectos con financiamiento PRODEP, CONACYT, del Consejo de Ciencia y Tecnología del estado de Tabasco y con financiamiento institucional. Dirigido 40 tesis en niveles de licenciatura, maestría y doctorado. Líder de la Red Nacional “Capital Social para la Innovación, Competitividad y Responsabilidad Social”.



Dr. Enrique Roberto Peralta Mazariego

Doctor en Administración Educativa. Profesor de Tiempo Completo Asociado C en la Universidad Tecnológica de Cancún desde 2018. En el sector productivo se desempeñó como Representante de Ventas de Procter & Gamble México en los estados de Tabasco y Chiapas, es consultor e instructor en estrategias de innovación empresarial. Docente de pregrado y posgrado, impartiendo cátedras en áreas como administración, mercadotecnia, innovación y educación.

Ha sido miembro del Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores (SNII) Nivel Candidato, Sistema Estatal de Investigadores y Perfil PRODEP. En 2024 fue distinguido con el Premio Estatal de Humanidades, Ciencias, Tecnología e Innovación del Estado de Quintana Roo y el Premio de Cuerpos Académicos al mejor proyecto de investigación por la Universidad Tecnológica de Cancún. Premio como asesor al primer lugar de proyecto de investigación 2020 y 2021 en la Universidad de Oriente.

Ha publicado 25 artículos científicos en revistas indexadas nacionales e internacionales y 13 capítulos de libros, sus investigaciones se han centrado en el bienestar en las organizaciones. Líder de proyecto con financiamiento por parte de la Secretaría de Bienestar. Ha dirigido 36 proyectos de titulación de licenciatura y 8 tesis de maestría. Responsable de la Red Nacional “Capital Social para la Innovación, Competitividad y Responsabilidad Social” en la Universidad Tecnológica de Cancún.



Dra. María Del Carmen Sandoval Caraveo

Doctora en Gestión Estratégica y Políticas de Desarrollo. Profesora Investigadora Titular en la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT) desde 1984. Miembro del Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores (SNII) Nivel 1, en el área de Ciencias Sociales desde 2015 . Miembro del Sistema Estatal de Investigadores de Tabasco y Perfil Deseable como profesora de tiempo completo (PRODEP) por la Secretaría de Educación Pública desde 2006.

Académica Certificada en Administración por la Asociación Nacional de Facultades y Escuela de Contaduría y Administración (ANFECA) desde 2007. Reconocimiento al Mérito Académico en 2005 y 2015 por la UJAT. Reconocimiento al Mérito Científico en 2016 por la UJAT. Reconocimiento como directora a la mejor tesis de maestría en 2022 de la División Académica de Ciencias Económico Administrativas de la UJAT. Reconocimiento otorgado por la Asociación Nacional de Facultades y Escuela de Contaduría y Administración (ANFECA) por haber asesorado el primer lugar de tesis a nivel doctorado de la Zona 6 Sur en 2022. Ha participado en 19 proyectos de investigación los cuales han sido financiados por el Programa de Desarrollo

de Profesorado (PRODEP) el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) y el Programa de Fomento de Apoyo a la Investigación (PFI) de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

Ponente de 114 trabajos de investigación en diversos Foros, Coloquios y Congresos Nacionales e Internacionales. Autora de 52 artículos en revistas indizadas, tres libros y 35 capítulos de libros. Directora de tesis de licenciatura, maestría y doctorado. Miembro de la Red Nacional “Capital Social para la Innovación, Competitividad y Responsabilidad Social”.



Dra. Erika Guadalupe May Guillermo

Doctora en Estudios Económico-Administrativos, recibió el reconocimiento Manuel Sánchez Mármol 2020 a la excelencia académica y 1er. Lugar en ANFECA 2020 por su tesis doctoral. Es Profesora de Tiempo completo en el TECNM de la Región Sierra. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores nivel 1, del Sistema Estatal y Padrón Estatal de Investigadores en Tabasco. Es Perfil Deseable PRODEP. Ha publicado 8 artículos científicos de difusión y divulgación, 11 capítulos de libro. Ha sido ponente y participado en proyectos de investigación: 5 como responsable técnico y 2 como colaborador. Miembro de la Red Nacional “Capital Social para la Innovación, Competitividad y Responsabilidad Social”.



Dra. Gabriela del Carmen Morales Hernández

Doctora en Educación y Maestra en Psicología Organizacional. Profesora Investigadora de Tiempo Completo en la Universidad Tecnológica de Cancún desde 2016 impartiendo asignaturas dirigidas al desarrollo del talento humano y la administración general de las organizaciones, así como desempeñando las funciones sustantivas de gestión académica, diseño curricular, tutoría y asesoría de estadías profesionales para la titulación a nivel licenciatura y maestría.

Miembro del Sistema Estatal de Investigadores (SEII), cuenta con perfil PRODEP, en 2024 participó en la actualización y diseño curricular del Programa Educativo de Administración coordinado por la Dirección General de Universidades Tecnológicas y Politécnicas (DGUTyP), del 2016 al 2021 coordinó la acreditación del programa educativo de TSU en Administración, Área Recursos Humanos ante el CACECA; ha presentado ponencias y publicado artículos en diversas revistas académicas.

Ha acreditado diversos diplomados, entre los más recientes el del Nuevo Modelo Educativo por parte de la DGUTyP, el de Alternancia de dinámicas de enseñanza y aprendizaje para la educación híbrida de Microsoft México y el diplomado de Educación Financiera extendido por la CONDUSEF. Se ha certificado para la elaboración de material de capacitación, evaluación de la competencia laboral de candidatos y la impartición de cursos de capacitación presenciales, por el Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales (CONOCER), así como por la STyPS.



Dra. María de la Paz Gómez Lanzagorta

Doctora en Ciencias de la Educación por la Universidad Anáhuac, Maestra en Educación por la Universidad Mexicana y Licenciada en Lengua Inglesa por la Universidad Veracruzana. Profesora Investigadora de Tiempo Completo en la Universidad Tecnológica de Cancún desde 2020, con 25 años de trayectoria en la enseñanza del idioma inglés y otras asignaturas en los niveles medio superior y superior. Ha participado en diseño curricular, tutoría académica, investigación aplicada y gestión educativa. Ha ejercido como coordinadora académica y de centros de idiomas, liderando procesos de evaluación docente, tutoría y acompañamiento estudiantil. Ha sido integrante de comisiones dictaminadoras y comités de evaluación de aprendizajes, así como asesora de estadías profesionales y de memorias de investigación. Su labor incluye el diseño de planes de estudio y la participación en congresos académicos nacionales e internacionales. Es coautora de investigaciones sobre la evolución educativa a través de estrategias creativas en contextos de crisis y sobre estrategias de marketing como factor de competitividad en microempresas de Quintana Roo, publicadas en revistas indizadas y presentadas en congresos internacionales. Ha recibido reconocimientos por su contribución al diseño curricular, por desempeño docente y por excelencia académica durante sus estudios de posgrado.



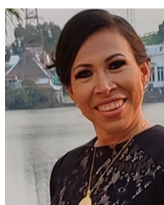
Dra. María Elvira López Parra

Doctora en planeación estratégica para la mejora del desempeño, adscrita al Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON), experiencia laboral en la iniciativa privada: 3 años en despachos de contaduría y auditoría, 2 años en la administración de nóminas y 3 años en la dirección de escuela preparatoria, en el sector público: 25 años como profesora investigadora, incluyendo 4 años como directora de la División Académica de Ciencias Económico Administrativas y 3 años como coordinadora Regional de la Red de Tutorías Noroeste ANUIES. Premios y distinciones recibidas: en el 2004 el Premio Nacional de Contaduría Pública a la investigación por el IMCP, del 2004 a la fecha, Perfil PRODEP y del 2003 al 2019 y 2024 profesora distinguida por el ITSON. Acreditaciones, en el 2006 Consultor de Negocios Certificada por la Norma CONOCER, en el 2013 Técnico Acreditado por la SEDATU y Consultor PYME por la Secretaría de Economía, del 2015 a la fecha. Académica Certificada por ANFECA. Productividad, participación en más de 30 artículos publicados en revistas indexadas desde 2004, 20 capítulos de libro arbitrados desde 2011, más de 50 tesis dirigidas de pregrado y posgrado desde 2007, 10 proyectos de investigación como responsable (institucional y externo) desde el 2013 y Líder de CA Consolidado de mayo 2015 a junio 2022.



Dra. Clara Luz Lamoyi Bocanegra

Doctora en Administración por la Universidad Autónoma de Querétaro y profesora investigadora en la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco con adscripción en la División Académica de Ciencias Económico Administrativas por más de 35 años. En su trayectoria profesional como servidora pública ha ocupado puestos como Subsecretaría de Planeación y Evaluación de la Secretaría de Educación de Tabasco; Directora General de Planeación y Evaluación de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco y Coordinadora de Investigación y Posgrado de la DACEA-UJAT. Cuenta con reconocimientos como pertenecer al Sistema Nacional de Investigadores y al Registro CONAHCyT de Evaluadoras y Evaluadores Acreditados (RCEEA), perteneciente al Área 6. Ciencias Sociales, además de ser parte del Sistema Estatal de Investigadores del CECYTET y estar reconocida por el PRODEP, como Perfil Deseable. Su producción científica aborda temas como clima organizacional, gestión estratégica y satisfacción estudiantil, con una destacada repercusión en comunidades académicas nacionales e internacionales, acumulando 29 artículos publicados, 12 de capítulos de libro, 15 tesis dirigidas, y en más de 14 proyectos de investigación como colaboradora, en particular con equipos multidisciplinarios para la conformación del Centro de Investigación para la Enseñanza y el Aprendizaje y la Red de Energías de Alternativas.



Dra. Norma Angélica Hernández Gómez

Dra. en Estudios Económico-Administrativos y Dra. en Administración y Alta Dirección. Profesor de Tiempo Completo Titular de la División de Administración y Negocios de la Universidad Tecnológica de Tabasco desde 2002. Líder del CA: Desarrollo Organizacional, Estudios Económico-Administrativos y Gestión Empresarial. Presidente de diversas Academias en la UTTAB: Academia Institucional de Calidad, Academia de Integradora II para TSU en Administración y Academia de Contaduría. Reconocimiento del Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores (SNII) Nivel Candidato por la Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación (SECIHTI). Reconocimiento del Sistema Estatal de Investigadores por el Consejo de Ciencia y Tecnología del Estado de Tabasco; Reconocimiento Perfil Deseable PRODEP 2008-2018; Mérito Académico por la Universidad Tecnológica de Tabasco y por la Universidad del Valle de México en diversas ocasiones. Integrante del Registro de Pares para la Evaluación Diagnóstica y Formativa (REPEV). Evaluadora del Premio Estatal Tabasco a la Calidad. Evaluadora del Consejo de Acreditación en la Enseñanza de la Contaduría y Administración (CACECA) desde 2009 a la fecha; Auditor Interno Líder de Sistemas de Gestión de Calidad desde 2004.