

12. Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Estrategia sustentable para el desarrollo turístico en México a través de pequeños productores

12. Corporate Social Responsibility (CSR). Sustainable strategy for tourism development in Mexico through small producers

JOSÉ ENRIQUE HERNÁNDEZ DE LA CRUZ*

SANDRA JUÁREZ SOLÍS**

DOI: <https://doi.org/10.52501/cc.213.12>

Resumen

El propósito de este estudio de investigación presentado en este artículo se fundamentó a través de la aplicación de la estrategia de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en una microempresa productora de aceite de palma con ubicación en el municipio de Jalapa, Tabasco, para el mejoramiento de las comunidades rurales y fortalecimiento de las rutas turísticas. El estudio es de corte cualitativo, utilizando como técnica un cuestionario que permitirá aplicar como instrumento entrevistas a un pequeño grupo de trabajadores, así como de la participación de la empresa que los hizo parte de cada uno de sus procesos, para dar a conocer sobre la gestión importante de la Responsabilidad Social Empresarial para tener un buen manejo de la sustentabilidad en el mejoramiento de una ruta efectiva para el turismo. Como resultado, se determinó que la inclusión de los pequeños productores en México es influyente e impulsa una cadena de valor circular sustentable y, a su vez, el fomento de nuevas rutas turísticas; esto ha contribuido a que las

* Licenciado en Administración. Investigador Independiente, Tabasco, México. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7797-0388>

** Doctora en Educación. Profesora investigadora, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7883-3622>

empresas tomen con más seriedad los esfuerzos de la RSE y el impulso de los ODS. En conclusión, esta investigación desarrollo el conocimiento sobre la forma de desarrollar una filosofía de RSE con base en una cultura sostenible y responsable por parte de la empresa, cuya audacia es generar una marca positiva a las nuevas generaciones de su entorno. Uno de hallazgos de esta investigación es la participación o en su caso el impulso de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para generar un mayor impacto positivo en la creación de un turismo sostenible.

Palabras claves: *RSE, ODS, productores.*

Abstract

The object of the research presented in this article was determined from the operation of a Corporate Social Responsibility (CSR) strategy in an oil palm processing company located in the municipality of Jalapa, Tabasco, for the improvement of rural communities and strengthening of tourist routes. The study is qualitative, using a questionnaire as a technique that will allow interviews to be applied as an instrument regarding the experience of a group of small producers, in addition to the same company that included them as part of their processes, to learn about this case of strategic CSR management for the management of effective sustainability for the tourism. As a result, it was determined that the inclusion of small producers in Mexico is influential and promotes a sustainable circular tourism value chain and in turn the promotion of new tourist routes and this has contributed to companies and taking CSR efforts more seriously and the promotion SGDs. In conclusion, this study offered learning about the way in which the CSR doctrine is developed based on a responsible culture on the part of the company whose determination is to generate a positive impact on current and future generations in its environment. One of the findings of this research is the participation or, where appropriate, the promotion of the Sustainable Development Goals (SDG) to generate a greater positive impact on sustainable tourism.

Keywords: *CSR, SDGS, producers.*

Introducción

Esta investigación refleja la importancia del comportamiento de las empresas públicas y privadas que, a través de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), durante los últimos años, se ha venido implementando el compromiso de elevar la económica local con la inclusión de pequeños productores, con el fin de mejorar las condiciones adecuadas y generar una red turística sostenible, permitiendo que las organizaciones sostengan el uso de la cultura responsable para el mejoramiento de comunidades, que pueden agregar una cadena de valor sostenible a través de la inversión turística.

En consideración de lo anterior, se propone el estudio de la estrategia de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), enfocado en la práctica de inclusión de los pequeños productores en México, donde ayude a aumentar una mejora en las rutas turísticas o, en su caso, comunidades donde ayudara a identificar nuevos aspectos que se pretenden asumir dentro de dicha estrategia. El objetivo principal es cumplir, determinar y aplicar los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que son parte fundamental de este proceso de responsabilidad social empresarial (RSE), a partir de lo establecido por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y asumiendo la importancia de que las pymes en México asuman un alto nivel de Responsabilidad Social Empresarial; de la misma forma, lograr un alcance significativo dentro de la sociedad mexicana y una mejora en la sustentabilidad en las regiones turísticas importantes con las organizaciones que permitan la participación de los pequeños productores.

Sin embargo, es considerable destacar que esta investigación se realizó a través de un estudio realizado de forma documentada con acorde en las normas establecidas de Responsabilidad Social Empresarial por parte de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), en el Pacto Mundial realizado en 1999, como base principal para la resolución de la problemática sostenible.

La Responsabilidad Social Empresarial y su relevancia en la actualidad

En los últimos años, la globalización ha significado un avance para la aplicación de la RSE, ya que surgen nuevos cambios y nuevas estrategias que obliga a las empresas y los mercados cambios para poder competir a nivel internacional. A partir de esto, emergen también nuevos paradigmas que buscan medir la sustentabilidad económica, social y ecológica. La medición de este paradigma nace a partir de la observación en la nueva gestión de negocio a través de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) (Romo Jiménez, 2016).

A partir de esta sección, se redacta la conceptualización de diferentes autores, aquellas definiciones de RSE que dan a conocer y entender cómo esta misma conlleva al mejoramiento turístico a través de la estabilidad sustentable.

De acuerdo con Friedman (1990), “la RSE es una determinación que impacta más a los individuos que a las empresas, destacando que para estas últimas su única obligación es a través de la maximización de las riquezas de los accionistas.”

Montanari (1986) comprende que “la RSE se considera como la imagen o reputación de las empresas a través de actividades diversas que benefician a la sociedad.”

Cemefi, (2002) define la RSE como el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente, con la finalidad de la empresa de forma voluntaria, interna y externa, considerando diferentes expectativas, económicas, sociales y ambientales de todos y de cada uno de sus participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común.

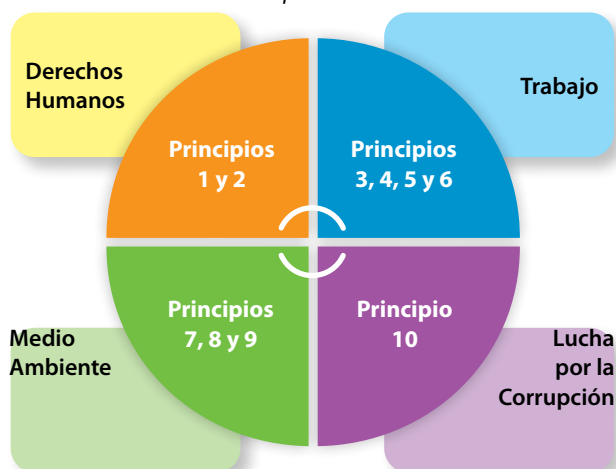
Santa Anna *et al.* (2015) define la responsabilidad social desde un enfoque de “contribuir para lograr una sociedad con una mayor calidad de vida para sus integrantes” (p.32). Aunque, desde otra perspectiva, se señala también que la definición de RSE responde a ideas que operan de manera afín al funcionamiento de las empresas en el marco del desarrollo de un sistema económico-social de carácter capitalista (Almeida y Arrechavaleta, 2018).

La RSE puede ser definida como una construcción sociocognitiva de la esfera de los negocios y de la sociedad a través de un proceso complejo de encuadre recíproco de identidades, sistemas de valores y cuestiones sociales. [Raufllet *et al.*, 2012, p. 38]

Principios bases de la responsabilidad social empresarial

Los principios de la RSE fueron fundamentados en 1999, en el seno del Foro Económico Mundial, en el cual se alzó un pacto que ayudaría a generar un llamamiento a los líderes empresariales de manera global para generar un impacto que permita el mejoramiento de valores y principios por el bien social de manera global. El Pacto Mundial fue generado por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) haciendo un llamamiento a las empresas para incorporar los 10 principios universales de la RSE (ver ilustración 1), la cual relaciona los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción en una estrategia operacional, para que actúen de forma que genere un avance en los objetivos sociales y la implementación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (Pacto Global Red México, s.f.).

Ilustración 1. Principios universales de la RSE



Fuente: Pacto Global Red México (s.f.).

Cabe recalcar que la implementación de la RSE, así como la obtención estratégica de distintivo ESR como factor responsable, se encuentra establecida por normas que sugieren el “llamado voluntariado”, que permite generar a las empresas una responsabilidad social empresarial, ayudando a que tengan un ordenamiento en sus políticas empresariales.

Normas

De acuerdo con Pulido León (2009), las normas que definen el cumplimiento de la RSE son “determinadas por distintas reglamentaciones internacionales, siendo las más importantes la de, Aseguramiento-AA1000, Responsabilidad Social, SA8000, y Guía sobre Responsabilidad Social-ISO 26000”.

En México, la participación de Responsabilidad Social Empresarial se acoge por parte del Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi), (2002), el cual otorga un distintivo de Empresa Socialmente Responsable (ESR) que manifiesta cuatro pilares para la RSE: “la calidad de vida en la empresa, ética empresarial, vinculación de la empresa con la comunidad, y cuidado y preservación del medio ambiente”.

Sustentabilidad turística

Al respecto, Fresneda (2021) describe la conceptualización de la sostenibilidad como “el uso de conceptos con alguna trayectoria discursiva, debido a que en ocasiones es desarticulada como *turismo rural*, *ecoturismo* o *turismo sostenible*, para sostener e interpretar cambios en políticas turísticas y así justificar la sostenibilidad de algunos destinos”.

Un número creciente de destinos de todo el mundo se ha abierto a la inversión en el sector, haciendo del mismo (sic) un factor clave para el progreso socioeconómico mediante la obtención de ingresos por exportaciones, entre otros, generando la creación de puestos de trabajo y de empresas y la ejecución de infraestructuras (Alvarado y Rodero, 2021).

Dentro del entorno turístico (Figuerola *et al.*, 2015 en Smith, 1994), un producto turístico rural sustentable se conforma a partir de grupos de actividades, servicios y beneficios que dan lugar a la experiencia del turismo a través de cinco componentes esenciales: atracciones del lugar de destino, instalaciones del destino adecuadas, accesibilidad al destino turístico, imagen y precio que, junto con la combinación apropiada de los aspectos físicos, servicios y asociaciones simbólicas, contribuyen a satisfacer los deseos y necesidades de los consumidores dentro de los destinos turísticos.

La planeación turística sustentable va adquiriendo gran relevancia entre los actores que persiguen la actividad del turismo, como una gran oportunidad para lograr un desarrollo económico en el sector turístico de destino, además busca garantizar un bienestar social y ambiental de los destinos. En este sentido, el enfoque sistémico permite que el turismo sea apreciado no sólo como una actividad económica, sino como un fenómeno social complejo y que por su naturaleza está caracterizado con los principios sustentables, lo que significa una mejor comprensión en el momento de planificar y tomar decisiones determinantes como actores turísticos (Medina y Rosado, 2014).

La RSE y la sustentabilidad turística

“El turismo sustentable es aquel que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”. (Saeteros *et al.*, 2019 en OMT, 2015, p. 14).

Esto conjuga la participación de la responsabilidad social empresarial debido a que en su definición tiene un énfasis de desarrollar un beneficio a la sociedad o, en su caso, a lo que comúnmente se conoce partes interesadas.

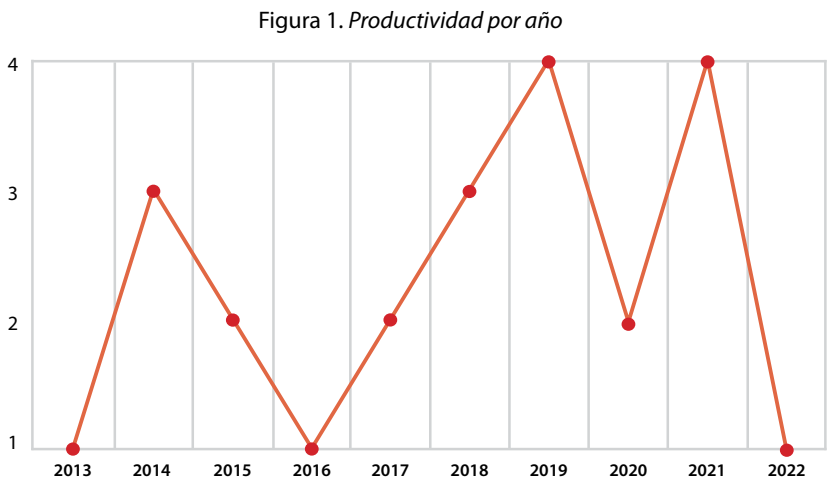
De acuerdo con Henríquez y Oreste (2015), “para contextualizar las políticas y acciones de Responsabilidad Social y Sustentabilidad en el medio nacional, inicialmente debemos identificar el número de organizaciones que poseen políticas RSE implementadas como parte de sus culturas organizacionales e incluidas en sus procesos internos.”

Ruiz Serrano *et al.* (2014 en Mendes, 2003) menciona que, para hacer efectiva una sustentabilidad socioambiental auténtica y eficaz, sobre todo en

los países capitalistas occidentales, “es necesario se hace necesaria la creación de una nueva cultura civilizatoria, en la que el hombre ya no sea considerado como dueño y centro del universo, sino tan sólo una más de las expresiones del poder creativo y del carácter sacro de la vida universal”.

Las condiciones actuales del mercado y la búsqueda constante de ingresos llevan a las empresas a una competencia permanente, lo que las motiva a intensificar la exploración de nuevas alternativas que les proporcionen la diferenciación entre la competencia global. [Arredondo, 2021]

En la figura 1 se observa el comportamiento de la producción en el período seleccionado en términos turísticos. En 2013 se realizó una primera publicación de Responsabilidad Social Empresarial en pymes con giro turístico (Ávila-Batista *et al.*, 2013). En el siguiente año se registraron tres publicaciones, marcando uno de los periodos más productivos. No obstante, en los años 2015 y 2016, la productividad experimentó un descenso notable. A partir de 2017, se observó un aumento constante de una publicación anual hasta alcanzar su punto máximo en 2019, catalogado como uno de los años más productivos. En 2020 se evidenció una disminución significativa en comparación con el año anterior, con dos y cuatro publica-



Fuente: Ávila-Batista *et al.* (2023).

ciones, respectivamente. En 2021 se observó una recuperación; sin embargo, durante la porción analizada del año 2022, sólo se reportó una publicación (Ávila *et al.*, 2023).

Metodología

Mediante la observación, que consistió el tipo de investigación, se determinó durante una semana, una metodología para esta investigación de corte cualitativo, siguiendo el desarrollo que define el autor (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Esta metodología se aplicó a partir de la estructuración técnica de preguntas que permitieron la mediación de la instrumentación de una entrevista estructurada, un experto en el tema de investigación, esto a raíz de los propósitos establecidos en la investigación, y a observar la experiencia de los trabajadores de aceite de palma con localización en el municipio de Jalapa, Tabasco, para la transformación rural para la inversión turística.

De acuerdo con estos autores, está enfoque no este arraigado con base en la recolección de datos de forma estandarizada, ya que “consiste en obtener las perspectivas y puntos de vista de los participantes” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 56).

Es importante comprende que la aplicación de esta metodología es observar las experiencias de los productores, así como de la misma empresa, esto debido a que ambas partes forman una relación que va con los compromisos de la RSE y ODS, como impulso de implementar el mejoramiento de las nuevas rutas turísticas.

El interés que se tiene en la participación de los productores es esencial, ya que al hacerlo la empresa manifiesta la práctica de RSE, la cual está enfocada a los ODS, dando así como fundamento el mejoramiento de cada una de las instalaciones en la planta, además de apoyar a los productores con herramientas que permitan realizar de forma efectiva el cultivo de la palma de aceite, y tener aportaciones o gratificaciones que se hacen mediante los productos que se elaboran en la empresa, así como la convivencia entre las partes involucradas.

¿Por qué ser una empresa socialmente responsable?

Una empresa socialmente responsable se ha definido como “un proceso sistémico para medir y comparar el nivel de madurez de las buenas prácticas de responsabilidad social a través de indicadores en los ámbitos Ambiental, Social y de Gobernanza (ASG) en las empresas” (Cemefi, 2002).

Dentro del siguiente apartado se describe un caso de estudio, el cual explica la importancia de ser una empresa socialmente responsable y esto ratifica la importancia de la generación de una sustentabilidad turística con el cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible, el siguiente apartado es “Palma de aceite en Jalapa, Tabasco, y su RSE para el mejoramiento de la Sustentabilidad Turística y los ODS”.

Adicionalmente a cumplir con las métricas establecidas, la empresa implementó diversas iniciativas. Una de ellas consistió en brindar asesoría para la gestión de residuos, contribuyendo así a prácticas más sostenibles. También se enfocaron en orientar las acciones de la empresa dedicada a la producción de palma de aceite hacia la práctica de la Responsabilidad Social Empresarial. Asimismo, se logró avanzar en la creación de directrices de trabajo compartidas entre los distintos productores, buscando la consolidación de prácticas unificadas en el ámbito laboral.

Gracias a la existencia de una asociación de palmeros en el municipio de Jalapa, los productores han experimentado beneficios significativos. Este respaldo se ha traducido en la provisión de herramientas especializadas para el cuidado del cultivo de palma de aceite. Como resultado, se ha logrado establecer una equidad en el precio de compra de este producto, alineando las tarifas con los estándares del mercado internacional. Esta iniciativa ha generado ventajas tanto para los empresarios como para los productores, asegurando un equilibrio justo en la comercialización.

Adicionalmente, la asociación ha promovido contribuciones clave en áreas como la fertilización y el análisis de suelo, lo que ha reforzado el cuidado y la mejora continua en la producción de palma de aceite. Esta colaboración ha fortalecido las relaciones entre las partes involucradas y ha tenido un impacto positivo en la sostenibilidad y calidad del cultivo en la región.

Uno de los beneficios palpables para la comunidad, que ha contribuido a una relación armoniosa entre empresarios y productores, es la implementación del pago oportuno para estos últimos. Anteriormente, no se les remuneraba de manera justa, pero gracias a esta estrategia ahora reciben un pago equitativo de \$300 pesos diarios, excluyendo las horas extras. Esta medida busca establecer un equilibrio en la producción de palma de aceite, asegurando beneficios tanto para los productores como para los empresarios, y ha generado un ambiente más justo y colaborativo en la cadena de producción (Ruíz, 2022).

Otro impacto positivo que se ha evidenciado es la expansión de la planta de procesamiento de palma de aceite, lo cual ha propiciado oportunidades para la participación de personas jóvenes en la industria. Este crecimiento no sólo ha beneficiado a la planta, sino que también ha generado empleo y desarrollo para la juventud local. La ampliación de las instalaciones no sólo representa un avance en la capacidad de procesamiento, sino que también contribuye al dinamismo económico y social de la comunidad.

De esta manera, la inversión en la expansión de la planta palmera no sólo impulsa la productividad, sino que también promueve la inclusión y el crecimiento sostenible en la región y para la comunidad tenga una mejor preparación para su contratación e integración en el equipo de trabajo del municipio, permitiendo una mejora turística sustentable.

La inclusión activa de los productores se ha consolidado como un pilar fundamental para la empresa, promoviendo la cohesión a través de reuniones anuales que fomentan una comunicación abierta y mejoran los acuerdos entre ambas partes.

Además, cabe destacar el compromiso destacado de la empresa en el control de contaminantes generados durante el procesamiento de la palma de aceite. Los residuos de la oxidación se reutilizan para la elaboración de alimentos para animales de granja, y el resto se destina como abono para las plantaciones de palma de aceite, todo bajo un estricto control medioambiental. La venta de los residuos restantes a una importante empresa de la industria del cemento, que utiliza el aceite residual en sus calderas, no sólo contribuye a la sostenibilidad ambiental, sino que también genera ingresos adicionales para la empresa de palma de aceite.

Este enfoque armonioso y el cuidado del medio ambiente han propiciado el regreso de diversas especies de animales en la región, creando un equilibrio que beneficia tanto a la biodiversidad local como a la convivencia positiva entre las especies, la empresa y los productores.

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) determinados

“En 2015, todos los Estados Miembros de las Naciones Unidas aprobaron 17 Objetivos como parte de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, en la cual se establece un plan para alcanzar los Objetivos en 15 años” (Pacto Global, s.f.).

Cumplir con metas relacionadas con estas dimensiones contribuye a que la comunidad perciba de forma positiva un progreso fundamentado en un recurso local, centrado en un enfoque sostenible para el turismo. En resumen, tanto el desarrollo local como el turismo sustentable comparten el objetivo de mejorar la calidad de vida de los residentes y preservar los recursos naturales del territorio (Jaramillo y Luyando, 2023).

Dado que nos encontramos a menos de una década para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), en la cumbre dedicada a los ODS celebrada en septiembre de 2019, los líderes globales urgieron un “decenio de acción y resultados” en pro del desarrollo sostenible. En este compromiso, se prometió la movilización de la financiación necesaria, la mejora de la implementación a nivel nacional y el fortalecimiento de las instituciones con el fin de cumplir con los objetivos para el año 2030, asegurando que nadie quede rezagado en este proceso (ONU, 2015).

En este contexto, se resaltan 16 de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) delineados por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), los cuales se correlacionan con el caso de estudio al incorporar la aplicación del distintivo ESR, como se detalla en la tabla 2.

Tabla 2. *Los Objetivos de Desarrollo Sostenible que se relacionan con el caso de estudio*

<i>Fin de la pobreza</i>	<i>Hambre cero</i>
Salud y bienestar	Educación de calidad
Igualdad de género	Agua limpia y saneamiento
Energía asequible y no contaminante	Trabajo Decente y crecimiento económico
Industria, innovación e infraestructura	Reducción de las desigualdades
Ciudades y comunidades sostenibles	Producción y consumo responsable
Acción por el clima	
Vida de ecosistemas terrestre	Paz, justicia e instituciones sólidas
Alianzas para lograr los objetivos	

Fuente: Elaboración propia a partir de la ONU (s.f.).

Conclusión

Podemos concluir que la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial ayuda a realizar una gestión inclusiva hacia los productores en México, con la objetividad de cumplir con los Objetivos de Desarrollo Sostenibles ONU dentro de la Agenda 2030. De cara a futuros trabajos de investigación, sería conveniente analizar este fenómeno de responsabilidad social, ya que determina la estabilidad de la sustentabilidad y sostenibilidad turística, así como combinar metodologías que permitan un mejor desarrollo en el esquema de la cadena de valor y de participación de organizaciones socialmente responsables.

Además de cumplir con obligaciones reglamentarias, las iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) generan impactos positivos en la vida de los productores, lo cual es crucial para el éxito organizacional. La observación de los resultados en el caso estudiado revela claramente que la RSE provoca cambios tanto internos como externos en las empresas. Esto se traduce en un posicionamiento destacado en su sector comercial, una mayor eficiencia organizacional e incluso mejoras en la infraestructura comunitaria, como calles accesibles que facilitan la comunicación en diferentes puntos del municipio y contribuyen a la creación de rutas turísticas mejoradas.

Este estudio ha proporcionado conocimientos valiosos sobre cómo se lleva a cabo la implementación de la RSE en función de una cultura responsable por parte de la empresa. La determinación de generar un impacto positivo en las generaciones actuales y futuras del entorno se destaca como un aspecto fundamental de esta doctrina de RSE.

Bibliografía

- Alvarado Trespacios, Y. B. y Rodero Acosta, A. L. (2021). Mompox, Bolívar sustentable y sostenible en el tiempo. *Turismo y Sociedad*, 28(1), 39-56. <https://doi.org/10.18601/01207555.n28.02>.
- Arredondo Hidalgo, M. G. (2021). Análisis de la RSE y el impacto de la cadena de suministro en las prácticas de desempeño sustentable: un estudio de caso en una empresa exportadora mexicana. *Investigación & desarrollo*, 29(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.14482/indes.29.1.658.408>
- Ávila-Batista, G. J., Varona-Leyva, F. L., Ochoa-Ávila, M. B. y Ávilas-Hernández, J. R. (2023). La responsabilidad social empresarial en micro, pequeñas y medianas empresas turísticas. *Ciencias Holguín*, 29(1).
- Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi). (2002). Distintivo ESR. <https://www.cemefi.org/distintivo-esr-2/>
- Emmanuel Raufflet, L. C. (2012). Responsabilidad Social Empresarial. Estado de México: Pearson Educacion de Mexico.
- Figueroa González, L. F., Cavazos Arroyo, J. y Moreno, Y. M. (2015). Desarrollo de productos turísticos rurales sustentables. Propuesta y validación de expertos respecto a. *El Periplo Sustentable*, 28, 115 - 139.
- Foro Economico Mundial (1999). *Pacto Mundial*. <https://www.pactomundial.org.mx/diez-principios-del-pacto-mundial/>
- Fresneda, E. J. M. (2021). El transporte aéreo como indicador para medir la sustentabilidad turística: El caso de Cancún en Quintana Roo. *Acta Universitaria*, 31(1), 1-18. <https://doi.org/https://doi.org/10.15174/au.2021.2519>
- Friedman, M. (1970). The Social Responsibility Of Business Is to Increase Its Profits. *Nueva York Times Magazine*, September, 13, 122-126.
- Henríquez Larrate, R. y Oreste Burgos, R. (2015). Implicancias de una Responsabilidad Social Empresarial Sustentable. *Revista Electrónica Gestión de las Personas y Tecnología*, 8(23), 16-27.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. D. F., México: McGrawHill Education.

- Jaramillo Escobedo, J. V. y Luyando Cuevas, J. R. (2023). Percepción de los residentes en un destino turístico de sol y playa en el noreste de México como precursor del desarrollo local y sustentable. *Turismo y Sociedad*, 32, 119-143. <https://doi.org/https://doi.org/10.18601/01207555.N32.05>
- Jimenez, A. M. (14 de enero de 2016). Responsabilidad Social Empresarial y su evolución en México. Medio ambiente-Repositorio Institucional UANL. <https://eprints.uanl.mx9733/>
- Almeida Pástor Marcelo y Arrechavaleta Guarton Nora. (2018). Responsabilidad social empresarial y sus limitaciones en el contexto académico. 87-103.
- Martha Beatriz Santa Ana Escobar, E. M. (2015). Organizaciones y Responsabilidad Social. Narrativa y Crítica. D. F.: HESS, S.A. de C.V.
- Medina Argueta, G. D., y Rosado Varela, Á. A. (2014). La planificación turística sustentable desde un enfoque sistémico. *Gestión Turística* (21), 09 - 39.
- Montanari, K. B. (1 de octubre de 1986). Strategic Management of the Socially Responsible Firm: Integrating Management and Marketing Theory. 12(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.5465/amr.1986.4284013>
- Organización de las Naciones Unidas (ONU). (15 de septiembre de 2015). Naciones Unidas.: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Pacto Global Red México (s. f.). Pacto Global Red México. <https://pactoglobal.org.mx/diez-principal-el-pacto-mundial/>
- Pulido L., A. (2009). Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Letras Conciencia tecnología, (16), 26-35.
- Ruiz Serrano, A., Ruiz Serrano, E. y Ruiz Serrano, M. (2014). Líderes verdes: Agentes de cambio sustentable en las organizaciones turísticas. *El Periplo Sustentable*(27), 118 -150.
- Ruiz, Sevilla, R. (26 de agosto de 2022). Distintivo como Estrategia de RSE para la inclusión de pequeños productores en México.
- Saeteros Hernandez, A. M., Vicente Da Silva, E. y Flores Sánchez, M. A. (2019). Turismo sustentable y los diferentes enfoques, aproximaciones y herramientas. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultura*, 17(5).