

# ESTUDIO PRELIMINAR DE LOS HOTELES SOCIALMENTE RESPONSABLES EN TABASCO

## PRELIMINARY STUDY FROM SOCIAL RESPONSIBILITY HOTELS IN TABASCO

*Dr. Aransazú Avalos Díaz<sup>1</sup>, Dra. Mariela Adriana Rodríguez Ocaña<sup>2</sup>, Dra. Ilse Alexandra Quevedo Pérez<sup>3</sup> y Lic. María José Garrido León<sup>4</sup>*

---

Fecha de recepción: 19 de septiembre de 2020

Fecha de aceptación: 10 de octubre de 2020

---

### RESUMEN

Hoy en día, una empresa que implementa la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en sus actividades, obtiene diferentes beneficios sociales, laborales, legales, comerciales, ambientales, económicos, financieros y en su reputación según la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial por México (AliaRSE). En el presente artículo se estudia a los Hoteles que forman parte de la Asociación Mexicana De Hoteles y Moteles (AMHM) del estado de Tabasco, para conocer si cumplen con los requisitos para ser una empresa con RSE, demostrar cuáles son las ventajas de ser un Hotel RSE y conocer qué acciones de RS realizan los hoteles que cuentan con el Distintivo ESR en el Estado. Para ello, se aplicó una encuesta que mide las dimensiones que establece el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi), mostrando en este artículo los resultados preliminares obtenidos a través de la técnica de observación utilizada durante la aplicación de la encuesta y la contextualización de RS en el sector turismo. Los resultados demostraron que los hoteles cinco estrellas cumplen con los requisitos que establece el Cemefi y AliaRSE, mientras que hoteles tres estrellas no realizan actividades que beneficien a la comunidad, sus empleados y el medio ambiente. El análisis bibliográfico comprueba que la aplicación de la RS contribuye a las empresas de este sector.

<sup>1</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, División Académica de Ciencias Económico Administrativas, México  
aransazu.avadi@gmail.com

<sup>2</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, División Académica de Ciencias Económico Administrativas, México,  
dacea\_academia@hotmail.com

<sup>3</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, División Académica de Ciencias Económico Administrativas, México,  
l.a.ilsequevedo@gmail.com

<sup>4</sup> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, División Académica de Ciencias Económico Administrativas, México,  
majogarrido21@gmail.com

**PALABRAS CLAVE:** Responsabilidad Social Empresarial; Sector Hotelero; Turismo; Ventaja competitiva

## **ABSTRACT**

Nowadays, an enterprise who implement the concept of Social Responsibility Enterprise (CSR) in their activities get different benefits, such as, social, labor, law, commercial, environmental, economics, finances, and its reputation, according to with the Alliance for Corporate Social Responsibility for Mexico (AliaRSE). Thus, this article includes all hotels of the Mexican Association of Hotels and Motels (AMHM) of Tabasco's state, to know if they perform CSR requirements, to show CSR's hotel advantages and to know what actions realize hotels with CSR Distintive. For this purpose, a questionnaire was applied to measure Mexican Center for Philanthropy's dimensions (Cemefi), this article analyzes the preliminary results obtained from the observation guide and the contextualization of RS in the tourism sector. As a result, five stars' hotels meet with the Cemefi and AliaRSE's requirements, whereas, three stars' hotels don't realize activities that benefit the community, its employees, and the environment. And, literature review describes that the application of SR contributes to the enterprise of this sector.

**KEYWORDS:** Corporate Social Responsibility, Hotel Sector, Tourism, Competitive Advantage.

## **I. INTRODUCCIÓN**

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha tomado gran importancia en los últimos años debido a los problemas ambientales que han sido ocasionados por las actividades empresariales, por ello las empresas han asumido la responsabilidad de sus actos y están implementando acciones que ayuden a disminuir los problemas del medio ambiente.

La RSE representa un valor agregado para las empresas, Aguilar (2013) menciona que la implementación de la RSE impulsa a una mayor competitividad y productividad en las empresas, lo que genera una mayor estabilidad y permanencia en el mercado. Los beneficios que puede tener una empresa RSE, pueden ser sociales y socio-laborales como son la

reducción del riesgo de demandas y la capacidad de anticipar las exigencias sociales. Les ayuda a fortalecer la relación con sus clientes, ya que mejora la imagen de la empresa y reduce el riesgo de publicidad negativa. También se obtienen beneficios económicos como son las reducciones de costos operacionales a través de políticas de ética empresarial, y el incremento de la productividad de sus trabajadores. Además, la organización refuerza su filosofía, se vuelve una empresa transparente y confiable ante los clientes y proveedores.

En los últimos años, la actividad hotelera en Tabasco ha disminuido del 100 por ciento a un 30 por ciento como señaló la presidenta de la Asociación Mexicana De Hoteles y Moteles (AMHM) del estado de Tabasco, Beatriz Milland Pérez. Además, mencionó que en el año 2015:

El estado de Tabasco, la ciudad de Villahermosa, se ubicaba en el “top 5” de ocupación hotelera en el país, pero a partir de 2016 los niveles comenzaron a bajar drásticamente al grado que hoy en día algunos hoteles operan con un 45 por ciento, otros en un 30 e incluso algunos en un 10 por ciento de actividades, volviéndose insuficiente para generar nuevas contrataciones de personal, al contrario, aumentaron los despidos. (Hernández, 2017, párr.4)

En los últimos años muchas empresas han reconocido e incluso adoptado prácticas de responsabilidad social como ventaja competitiva; ante los cambios económicos y sociales observados en el mundo y en el sector turístico en específico, las organizaciones se han incorporado de forma voluntaria a nuevas formas de gestión y sistemas de certificación, bajo los cuales se crea un compromiso con los diferentes actores de la sociedad, todo ello se traduce en una ventaja competitiva sobre las otras empresas que operan en el mercado turístico. (Hernández, Vargas, Castillo, y Zizumbo, 2018, p. 47)

El sector hotelero es una de las actividades más importantes para el turismo de muchos estados y países, su representatividad influye en el sector económico también. Actualmente este sector se ha interesado ampliamente en el tema de la Responsabilidad Social, desarrollando acciones estratégicas de ecología que beneficien sus procesos operativos, tomando en cuenta la preocupación de la sociedad por el medio ambiente.

En este estudio se investiga si los Hoteles de Villahermosa, Tabasco implementan la Responsabilidad Social Empresarial, con la finalidad de conocer la importancia que tiene esta para las empresas del sector Hotelero. Para desarrollar el tema, se establecieron las siguientes preguntas de investigación: ¿Qué es la Responsabilidad Social Empresarial en México?, ¿Cuál es la importancia de la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas del sector hotelero en Villahermosa, Tabasco?, ¿Qué hoteles del estado de Tabasco cumplen con los estándares de responsabilidad social? Para este estudio se tomó como población los hoteles que están registrados en la Asociación Mexicana De Hoteles y Moteles De Tabasco (AMHMT) A.C, para realizar las encuestas electrónicas y personales.

“La RSE se ha visualizado como una estrategia para alcanzar la competitividad, pues se genera bajo intenciones empresariales, tales como mejorar la reputación o imagen de la compañía”. (Vargas, 2015, p. 53). En miras a determinar si la RSE puede ser una ventaja competitiva en el sector hotelero, se presenta un avance de la investigación; por tal motivo, el objetivo de este estudio es realizar un diagnóstico de los hoteles que cuenta con el distintivo de Responsabilidad Social Empresarial en Villahermosa, Tabasco.

Ildefonso Guajardo Villarreal, Secretario de Economía menciona que

En México son numerosas las empresas y organizaciones de la sociedad civil que han adoptado un enfoque de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en su toma de decisiones, aunque todavía existen áreas de oportunidad para su fortalecimiento y la mejora de la cultura empresarial de la RSE. (Aguilar, 2013, p.14)

Por ello, se busca conocer si las empresas del sector hotelero en Villahermosa, Tabasco incorporan prácticas de Responsabilidad Social Empresarial y si obtienen beneficios de la misma, para poder describir la importancia su implementación y determinar cómo afecta la

falta de RSE en este sector. La falta de RSE en las empresas, no permite que la empresa obtenga mayor rotación en sus empleados, así como satisfacer a los clientes, tener mejores relaciones con los inversionistas. Además, que les crea mala reputación y disminuye en nivel de competitividad en el mercado contra empresas RSE (Meza, 2007).

## **II. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA HOTELERÍA**

### **II. 1 ¿Qué es la Responsabilidad Social Empresarial?**

Cajiga (2019) afirma;

Aunque la Responsabilidad Social Empresarial es inherente a la empresa, recientemente se ha convertido en una nueva forma de gestión y de hacer negocios, en la cual la empresa se ocupa de que sus operaciones sean sustentables en lo económico, lo social y lo ambiental, reconociendo los intereses de los distintos grupos con los que se relaciona y buscando la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras. (p. 2)

En México, el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) fomenta un programa de RSE donde a través de un autodiagnóstico y un proceso de implementación de la responsabilidad social (RS) permite a las empresas medir su índice de RSE en los siguientes ámbitos estratégicos:

- Calidad de vida en la empresa
- Cuidado y preservación del medio ambiente
- Ética empresarial
- Gestión socialmente responsable
- Vinculación con la comunidad

Las empresas que demuestren un alto índice de responsabilidad social, reciben el Distintivo ESR®, que las acredita frente a sus grupos de interés (empleados,

inversionistas, clientes, autoridades y sociedad en general) y los distingue de sus competidores, por asumir voluntaria y públicamente el compromiso de una gestión socialmente responsable como parte de su cultura y su estrategia de negocios.

CEMEFI, a través de la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México (AliaRSE) definen la Responsabilidad Social Empresarial como:

El compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común. (Cajiga, 2019, p. 4)

El Director de RR.HH. y RSC de la empresa JISAP explica que los beneficios de apostar por la RSE:

Hace que tu organización sea más productiva y rentable. Impregnar tu estrategia de empresa con el barniz de la RSE hace que tus empleados estén más motivados, que tus clientes sean más fieles y dejen de ser clientes para convertirse en fans, que tus proveedores pongan a tu disposición su mejor producto o servicio, que el medioambiente no sufra con tu actividad y que la sociedad te vea como una marca confiable”. (Fernández, 2020, párr. 14)

**Figura 1**

*Principales beneficios de ejercer prácticas de RSE*



Fuente: Pineda, (2015).

Martha Elizalde, coordinadora de Consultoría y Comunicación de la Facultad de Responsabilidad Social de la Universidad Anáhuac Norte, revela que a la empresa le convendría tanto como a la sociedad aplicar estos esquemas de RS, pues está comprobado que se obtienen beneficios tanto para la comunidad donde se implemente un proyecto, como a la empresa en sí. En la Figura 1 explica los principales beneficios que ha identificado en las empresas que ejercen acciones de RSE. Por su parte, “Martha Herrera, directora de Responsabilidad Social Corporativa de Cemex, hace hincapié en que no puede haber una desconexión entre desarrollo económico, social y medioambiental y el desempeño de las empresas” (ExpokNews, 2016, párr. 6).

## II. 2 RSE en el Sector Hotelero

Por su parte, Martos (2011) deduce que la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) o de una empresa (RSE) “va más allá del cumplimiento de las obligaciones establecidas a través de la ley, y comprende el conjunto de acciones que desarrollan las empresas voluntariamente en beneficio de la sociedad” (p.171). Entre las acciones responsables que realizan en su entorno son:

Evitar la degradación de bienes que constituyen atractivos turísticos, atender las demandas de unos recursos humanos protagonistas en el proceso de producción o procurar la calidad de vida de una población residente, que también interfiere en la opinión que merece al turista el destino en cuestión, y como consecuencia puede suponer una inversión para las empresas turísticas. (Martos, 2011, p.174)

Un análisis de la aplicación de las políticas de Responsabilidad Social en el sector hotelero afirmando que da lugar a distintos debates, desde cuáles deben ser las áreas operativas de integración, hasta la conveniencia o no de llevarlas a cabo, pasando por asuntos sobre la comunicación de dichas medidas, o el nivel de implicación con las mismas. Dentro de los estudios publicados acerca de la Responsabilidad Social en los establecimientos hoteleros se justifica ampliamente la relación existente entre la actividad del alojamiento hotelero y el medio ambiente.

La necesidad de emprender acciones de RS hace especial énfasis en los impactos que produce el sector hotelero, la existencia de un segmento de mercado que demanda estas prácticas, y los beneficios demostrados y potenciales que pueden obtenerse como consecuencia de su correcta implementación. (Fernández y Cuadrado, 2011, pp 51-52)

De forma similar, Flores, Bino, y Barroso (2016) reconocen en su estudio que:

La RSE se implementa mayormente en cadenas de hoteles u hoteles de gran tamaño, que buscan la rentabilidad; si bien su aplicación se efectúa también en las Pymes del sector. Destacan que fruto de esa reciente aplicación, así como del debate teórico sobre el desarrollo del concepto en la industria turística, aún no existe consenso sobre una metodología común, siendo necesario establecer un modelo de informe homogéneo para que los grupos de interés tengan una mejor información y puedan tomar sus decisiones. (p. 122)

De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (OMT), la industria del sector turístico ha crecido de 25 millones de turistas internacionales en 1950, a superar los 1,100



millones en 2015 y prevé un crecimiento que llegue a 1,800 millones de viajeros para 2030. (Katzman y Arnoldi, 2017)

### **III. METODOLOGÍA, TÉCNICAS Y MATERIALES EMPLEADOS**

Para la investigación se usó la metodología cuantitativa (empírico-analítica), Rodríguez y Valdeoriola, (2014) en su libro de Metodología de la investigación describe la investigación cuantitativa como la generación de conocimiento que sigue un proceso hipotético-deductivo en el cual se realiza una revisión de teorías o información existente, se propone una hipótesis y se realiza una investigación adecuada para obtener resultados que puedan confirmar o rechazar la hipótesis.

El tipo de Investigación realizada fue descriptiva, que “comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre cómo una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente” (Tamayo, 2013 p.46).

Como fuente primaria de información se utilizó la encuesta, y como fuente secundaria los libros de textos físicos y electrónicos, así como paginas oficiales de organismos de Responsabilidad Social Empresarial y sobre el Sector Hotelero en Tabasco, que brindara información suficiente sobre el tema.

Con respecto al presente trabajo se utiliza la técnica observación de campo, donde se anotan las situaciones y hechos observados durante la aplicación de la encuesta apoyada de una guía de observación.

La encuesta se diseñó considerando las dimensiones del CEMEFI, con preguntas elaboradas para saber si la empresa realiza acciones de responsabilidad social y con preguntas tipo escala de Likert, que es una de las herramientas más utilizadas por los investigadores de mercado cuando desean evaluar las opiniones y actitudes de las personas. Esta escala nos permitirá analizar con precisión las respuestas, para poder concluir de forma concreta y más asertiva. La Tabla 1 muestra las variables que se analizan a través de las 35 preguntas tipo escala de Likert que contiene la encuesta.

**Tabla 1**

*La dimensión integral de la Responsabilidad Social Empresarial*

Variable	Indicadores	Escala de medición
Dimensión Económica interna	La responsabilidad se encamina en generar un valor agregado y distribuirlo entre los accionistas y colaboradores, tomando en cuenta las condiciones de mercado, la justicia y la equidad. Cumpliendo con esta dimensión se espera que la empresa genere utilidad y que sea sustentable.	1. Muy frecuentemente 2. Frecuentemente 3. Ocasionalmente 4. Raramente 5. Nunca
Dimensión Económica externa	Busca generar y distribuir bienes y servicios útiles y rentables para la sociedad, y debe aportar a las contribuciones, además la empresa debe participar en los planes económicos de su región y su país.	1. Muy frecuentemente 2. Frecuentemente 3. Ocasionalmente 4. Raramente 5. Nunca
Dimensión Social interna	La responsabilidad compartida y subsidiaria de inversiones, proveedores, colaboradores y directivos para cuidar y fomentar la calidad y el desarrollo de la vida laboral.	1. Muy frecuentemente 2. Frecuentemente 3. Ocasionalmente 4. Raramente 5. Nunca
Dimensión Sociocultural y política externa	La empresa busca realizar acciones y aportaciones propias y colectivas para contribuir con tiempo y recursos que permitan la expansión el espíritu empresarial y el desarrollo de la sociedad.	1. Muy frecuentemente 2. Frecuentemente 3. Ocasionalmente 4. Raramente 5. Nunca
Dimensión Ecológica interna	Implica ser responsable con sus procesos, productos y subproductos que tengan repercusiones ambientales, además de efectuar acciones de prevención y/o terminación de algunos daños que pudieran darse.	1. Muy frecuentemente 2. Frecuentemente 3. Ocasionalmente 4. Raramente 5. Nunca
Dimensión Ecológica externa	Se realizan acciones específicas que ayuden a reservar y mejorar el medio ambiente para generaciones futuras.	1. Muy frecuentemente 2. Frecuentemente 3. Ocasionalmente 4. Raramente 5. Nunca

Fuente: Elaboración propia con datos del Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi)(2019).

La Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles de Tabasco (AMHMT) A.C., se conforma de 62 hoteles y 17 auto hoteles. Para determinar la muestra de 18 hoteles a encuestar, se aplicó un muestreo aleatorio a los hoteles con categoría 3 a 5 estrellas, para una población finita.

Se aplicó de manera virtual y personal la encuesta a los gerentes o empleados de los hoteles de la muestra, con la finalidad de obtener información suficiente que ayude a resolver la problemática planteada y dar resultados finales sobre este proyecto. Los datos están en proceso de cuantificación a través de herramientas estadísticas, por consiguiente, el presente proyecto de investigación presenta un avance de la investigación.

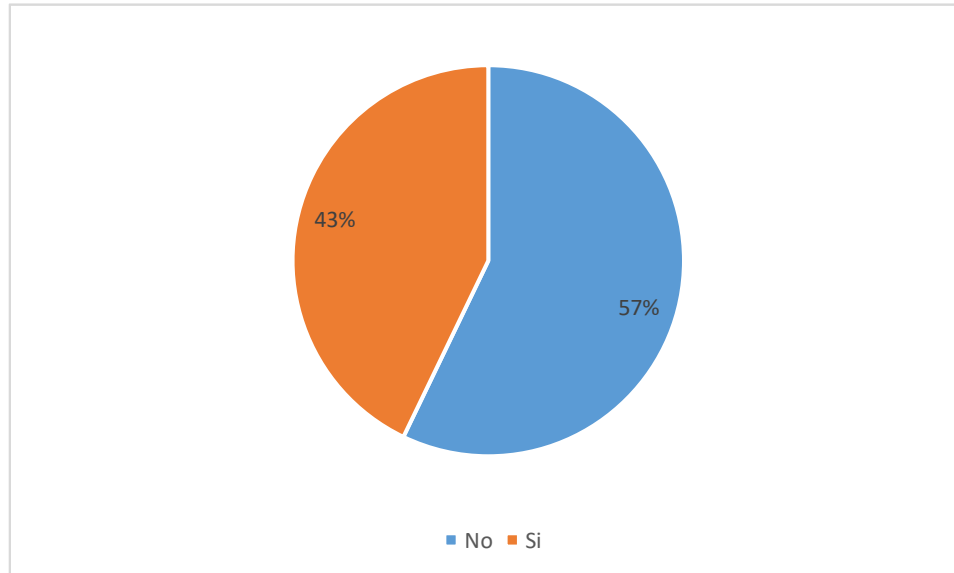
Como medida de la confiabilidad del instrumento se calcula el coeficiente Alpha de Cronbach obteniendo un valor de 0.930 a través del programa estadístico SPSS, siendo un nivel satisfactorio de fiabilidad, por tal motivo, se continúa con el análisis de las variables de estudio. A continuación, se realiza un análisis preliminar de las variables de la Responsabilidad Social considerando los resultados principales obtenidos de la guía de observación.

#### **IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

De la muestra de hoteles encuestados se presenta en la Figura 2 que 57% de estos cuenta con el distintivo de Responsabilidad Social Empresarial y el 43% restante no cuentan con el distintivo, siendo en su mayoría hoteles de categoría 4 y 5 estrellas.

**Figura 2**

*La empresa cuenta con el distintivo ESR*

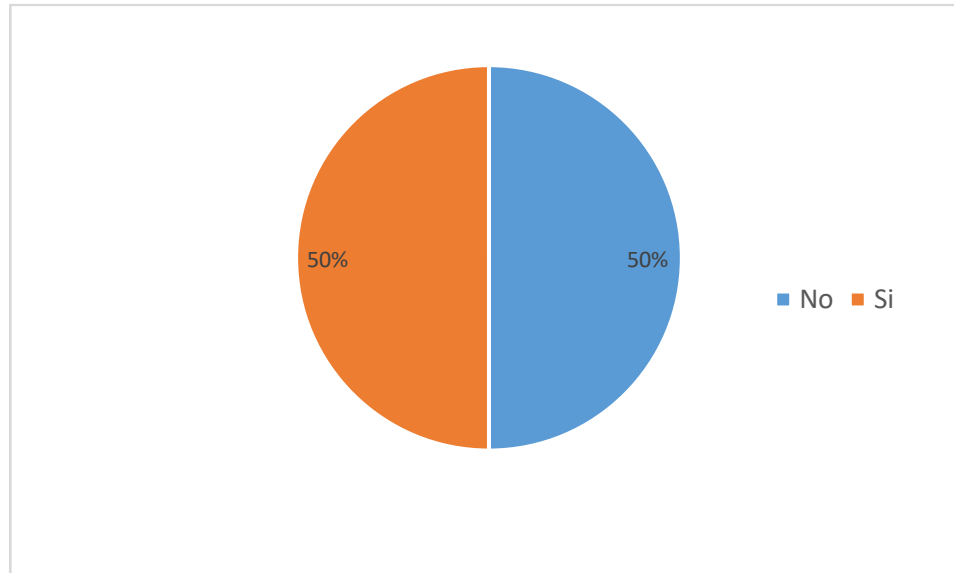


Fuente: Elaboración propia (2020).

Las empresas que obtienen el Distintivo ESR del CEMEFI añaden valor a su marca, mejoran su imagen ante sus empleados, inversionistas, clientes, autoridades y sociedad. El CEMEFI publica en su página oficial la lista de empresas que lo obtienen, y a su vez, las empresas pueden usar el Distintivo en todos sus comunicados, materiales o algún otro producto utilizado por la misma. A pesar de eso, se observó durante la aplicación de la encuesta que algunos hoteles no tenían visible al público dicho distintivo. (Ver figura 3).

**Figura 3**

*El hotel tiene su distintivo ESR visible en las instalaciones o en su página web*

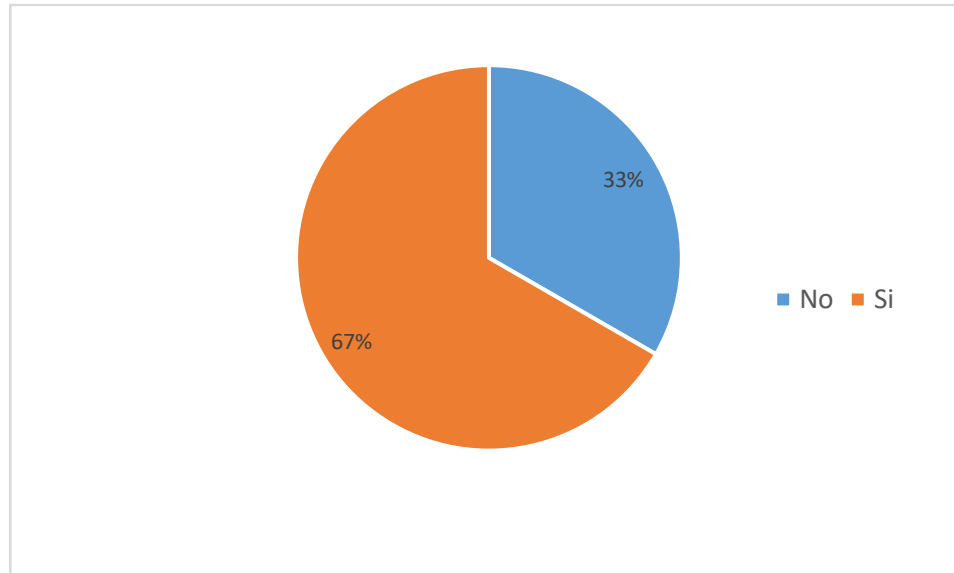


Fuente: Elaboración propia (2020).

Los hoteles que se distinguen por ser RS cuentan con un rango de entre 50 habitaciones el Hotel Don Luis a 220 habitaciones el Hotel Hilton Villahermosa & Conference Center, debido a que la ciudad de Villahermosa es pequeña y su afluencia de visitantes es principalmente por negocios. De los hoteles que tienen el distintivo de Responsabilidad Social, 67% de ellos pertenecen a un grupo corporativo, lo que apoya a establecer adecuadas estrategias de responsabilidad social. Solo 33% de los hoteles con distintivo responden que no pertenecen a un corporativo, ni se observa evidencia de ello. (Ver figura 4).

**Figura 4**

*La empresa pertenece a un grupo corporativo*



Fuente: Elaboración propia (2020).

Entre los hallazgos encontrados en los hoteles que dependen de un grupo corporativo se puede observar que estos hoteles realizan inversiones filantrópicas que le son redituables en proporción al costo-beneficio en ciertas ocasiones. Los hoteles mejoran constantemente sus servicios para brindarles una mejor estancia a sus clientes, así como políticas internas para proteger el ambiente. Así mismo, establecen políticas para mantener un buen ambiente laboral, fomentando los valores lo cual es un requisito para la empresa RSE.

En la Tabla 2 se muestra algunas de los certificados, premios, reconocimientos, entre otros que obtienen como parte de las acciones responsables de los hoteles con Distintivo en Tabasco.

**Tabla 2**

*Diversos certificados, premios y reconocimientos que en la materia ha recibido por parte de diversas instancias:*

Hotel Hilton Villahermosa & Conference Center	Hotel Fiesta Inn Villahermosa Cencali	Hotel City Express	Hotel Hampton Inn by Hilton
Reforestamos México	Premio Nacional de Ahorro de Energía que otorga	EDGE (Excellence in Design for Greater Efficiencies): sistema de certificación	Reforestamos México

	la Comisión Federal de Electricidad	creado por la Corporación Financiera Internacional (IFC) del Banco Mundial.	
Great Place to Work 2018	Certificado de Calidad Ambiental Turística que otorga la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente.	Distintivo Hotel Hidro Sustentable: Reconocimiento otorgado por los miembros de la Alianza por la Sustentabilidad Hídrica en el Turismo	Great Place to Work 2018
"LightStay", sistema de medición de rendimiento, calcula, analiza y reporta el impacto ambiental en cada uno de los hoteles.	Certificado Internacional Green Key que otorga Green Key International. Certificado Internacional Green Globe que otorga Green Globe International.	Adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas: a través de esta adhesión, la Compañía se une a un esfuerzo global de compromiso con diez principios universalmente aceptados en los ámbitos de derechos humanos, estándares laborales, protección del medio ambiente y lucha contra la corrupción.	
	Distintivo Hotel Hidro Sustentable que otorga la Alianza por la Sustentabilidad Hídrica en el Turismo.	Adhesión al Código de Conducta Nacional para la protección de las Niñas, Niños y Adolescentes en el Sector de Viajes y el Turismo. Desarrolla acciones para prevenir la explotación sexual y laboral de niñas, niños y adolescentes en el sector turístico.	
	Distintivo Eco Líder que otorga Tripadvisor.		
	Reconocimiento Liderazgo Ambiental que otorga la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales.		

Fuente: Elaboración propia con datos de las entrevistas y páginas web (2020).

Continuando con el análisis de las acciones empresariales que realizan los hoteles con Distintivo, se observa que el Hotel Don Luis de 3 estrellas tiene 5 años de antigüedad, lo cual

es un hotel relativamente nuevo, y el cuál no pertenece a un grupo corporativo. La administración del hotel considera que la calidad de sus servicios en comparación con otros hoteles de la ciudad es buena de vez en cuando. Cuenta con un programa de lealtad para sus clientes y cumple frecuentemente con el pago de sus impuestos en tiempo y forma, ha sido patrocinador de algún evento de la comunidad en la que se localiza, el personal que trabaja en el hotel es de la localidad, requisito de las empresas RSE.

Asimismo, el Hotel Tabasco Inn, que tampoco pertenece a un grupo corporativo, ocasionalmente cumple con todas las normatividades vigentes para no causar daños a la sociedad (legales, laborales, fiscales, ambientales, entre otros).

Ambas empresas realizan alianzas estratégicas con empresas que ya son RS. Tienen cuidado del consumo de luz, agua y residuos, y revisan frecuentemente que los materiales de limpieza que usa la empresa no dañen el ambiente. Estos hoteles han realizados platicas dentro de la empresa sobre el cuidado del medio ambiente, así, los trabajadores se comprometen con las políticas e ideales de la empresa. Ambos hoteles han realizado acciones para disminuir la contaminación según sus respuestas.

Se analizaron los resultados obtenidos en la guía de observación examinando las dimensiones de la RS, variables de este estudio de investigación, con el fin de conocer la aplicación de ellas en los hoteles de Tabasco. En el estudio preliminar se observa que existen diferencias en las categorías de los hoteles, lo cual está siendo considerado en el procesamiento de los datos.

## V. CONCLUSIONES

El estudio preliminar de la guía de observación arrojó resultados distintos entre las empresas encuestadas, pero se debe tomar en cuenta la categoría de cada una y la cantidad de trabajadores. Los hoteles que pertenecen a un corporativo cumplen con las características de una empresa ESR, tienen políticas de calidad de sus servicios, estrategias para el cuidado del ambiente y además toman acciones para no desperdiciar el agua, luz y manejo de sus desechos. En comparación a los hoteles que no forman parte de un corporativo, se observó que no cuentan con políticas para el cuidado del ambiente, y aun cuando dicen que son ESR,



no cumplen con las características que emiten el CEMEFI y AliaRSE, como son, participar en eventos que beneficien a la sociedad o realizar acciones para el cuidado del ambiente. Se puede decir que, aunque el Hotel Don Luis menciona que son una empresa RSE, no cuentan con los requisitos necesarios para ser una de ella.

Hay quienes confunden la RSE con filantropía o con tener actos de buena voluntad debido a que el concepto de RSE no está muy bien difundido aún en el estado de Tabasco. Por lo tanto, es necesario, fomentar en las empresas los organismos mexicanos que emiten los distintivos ESR. En relación con la revisión bibliográfica, la cual indica que la RS está siendo cada vez más importante en el sector turístico.

Se detecta en los resultados del estudio preliminar que los hoteles que no cuentan con el Distintivo, pueden certificarse si realizan con voluntad el esfuerzo de establecer sus políticas internas en torno a los requerimientos del CEMEFI, es decir, los ámbitos ya analizados en esta investigación.

La RSE debe ser una integración voluntaria por parte de las empresas, no solamente con el afán de cumplir con las normatividades, sino por la preocupación de un mejor ambiente interno y externo de sus operaciones comerciales. Este interés traerá beneficios a largo plazo al desenvolverse en un ambiente sano.

La responsabilidad social empresarial debe ser un elemento importante a incluir en la estrategia de negocio. Ya que a través de la RSE se pretende lograr una gestión de las operaciones del negocio que sean sustentable en lo económico, lo social y lo ambiental reconociendo los intereses de los distintos públicos con lo que se relaciona, considerando la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras.

Esto implica un gran compromiso de los accionistas y administradores para que este cambio en la cultura sea permeado hacia los empleados, proveedores, clientes y autoridades. Se concluye que la base de esta nueva forma de hacer negocios son la misión, la visión, los valores, códigos de ética y políticas, deben todas estar alineadas con la responsabilidad social, y es necesario continuar con la investigación planteada, para tener elementos suficientes que

ayuden a las empresas del sector turístico a mejorar la competitividad y sostenibilidad en sus empresas.

## VI. REFERENCIAS

- Aguilar, A (2013). *Panorama de la Responsabilidad Social en México*. Obtenido de: [https://www.responsable.net/estudios/mexico/Panorama\\_Responsabilidad\\_Social\\_Mexico\\_2013\\_ResponSable.pdf](https://www.responsable.net/estudios/mexico/Panorama_Responsabilidad_Social_Mexico_2013_ResponSable.pdf)
- Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial por México AliaRSE. Obtenido de: <http://www.aliarse.org.mx/ventajasybeneficiosrse.html>
- Cajjga, J. F. (2019). *El concepto de Responsabilidad Social Empresarial RSE*. Recuperado en: <https://www.cemefi.org/archivos/sitios.pdf>
- Centro Mexicano para la Filantropía, A.C. (2013). Directorio de Miembros 2012 / Centro Mexicano para la Filantropía. México: CEMEFI
- Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI). (S.f). Obtenido de: <https://www.cemefi.org/archivos/sitios.pdf>
- City Express Blog (s.f) <https://www.cityexpress.com/blog/ya-somos-una-empresa-socialmente-responsable>
- ExpokNews (29 de noviembre de 2016) *Las empresas mexicanas más responsables en 2016*. Obtenido de: <https://www.expoknews.com/empresas-responsables-2016-plan-integral>
- Fernández, M.T. y Cuadrado, R. (2011). “La responsabilidad social empresarial en el sector hotelero: revisión de la literatura científica”. *Cuadernos de Turismo*. n° 28, pp. 47-57
- Fernández, L. (24 de junio de 2020). ODS12. “La RSE es un factor estratégico que logra productividad y rentabilidad”. <http://www.observarse.com/2020/06/24/ods12-la-rse-factor-estrategico-logra-productividad-rentabilidad/>
- Flores, D., Bino, R.E., y Barroso, M. d. I. O. (2016). “Responsabilidad social en el sector hotelero. Análisis de caso en córdoba (argentina)”. *Revista De Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, 10(3), 116-135.
- Hernández, P (2017). Actividad hotelera de Tabasco cayó 70% en dos años. El Financiero. Obtenido de: <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/actividad-hotelera-de-tabasco-cayo-70-en-dos-anos>
- Hernández, A, Vargas, E.E., Castillo, M. y Zizumbo, L. (2018). “Responsabilidad Social Empresarial en la Hotelería. Un Enfoque Ético”. *Gestão e Regionalidade*, 34 (102).
- Katzman, R. y Arnoldi, L. (2017). “Evolución histórica del mercado hotelero en México”. Obtenido de: <https://realestatemarket.com.mx/articulos/mercado-inmobiliario/21418-evolucion-historica-del-mercado-hotelero-en-mexico>
- Meza, A (2007). *La responsabilidad social empresarial como factor de competitividad*. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas carrera de Administración de empresas. Bogotá. Obtenido de: <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis27.pdf>
- Martos, M. (2011). “La responsabilidad social corporativa en la gestión hotelera.” *Turismo y Sociedad*, 12, pp. 169-184

- Pineda, P (26 de enero de 2015). *Los avances y beneficios de la RSE en México*. El economista. Obtenido de: <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Los-avances-y-beneficios-de-la-RSE-en-Mexico-20150126-0195.html>
- Rodríguez, D. y Valdeoriola, J. (2014) *Metodología de la investigación*. Obtenido de: <http://fournier.facmed.unam.mx/deptos/seciss/images/investigacion/21.pdf>
- Tamayo, M. (2013) *Investigación científica: incluye evaluación y administración de proyectos de inversión*. 4ta.edición. México: Editorial LIMUSA
- Vargas, Martínez, E.E. (2015). *Responsabilidad social empresarial y gestión ambiental en el sector hotelero*. México: UAEM.