

Situación actual de la RSE en el sector turístico Mexicano

(Present situation of CSR in the Mexican touristic sector)

Abreu, José Luis*

Resumen. Este estudio identifica los retos claves que el turismo mexicano enfrenta actualmente y propone algunas recomendaciones preliminares para la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Palabras claves. RSE, turismo, Mexico, sustentabilidad, ambiente, sociedad

Abstract. This study identifies the key challenges that Mexican tourism faces at the present time and it proposes several recommendations for the implementation of corporate social responsibility (CSR).

Keywords. CSR, tourism, Mexico, sustainability, environment, society

Introducción

Weyzig (2007) afirma que la RSE muestra todavía estar en una fase temprana en México. Tradicionalmente, los gerentes relacionan a la RSE con la filantropía empresarial, no esta relacionada con el giro principal de la empresa y no busca comprometerse ampliamente con la sociedad civil. La sociedad civil se preocupa más sobre el cumplimiento de los requisitos legales y presenta una actitud hostil hacia el sector privado. Existe una significativa ausencia de cooperación entre los diferentes sectores de la sociedad, lo cual se traduce en un gran obstáculo para el desarrollo de la RSE en México. Sin embargo, actualmente esta ocurriendo un proceso lento de cambio de cultura en las empresas y en otros actores importantes. Es evidente que una nueva perspectiva de RSE, la cual define a la responsabilidad social de una empresa hacia sus stakeholders ha encontrado el camino a México desde Europa.

Este estudio identifica los retos claves que el turismo mexicano enfrenta actualmente y propone algunas recomendaciones preliminares para la implementación de la RSE.

La RSE en México

En una investigación sobre RSE en México, que obtuvo un premio del Banco Mundial en el 2004, Weyzig mostró que la interacción entre la sociedad civil mexicana y las organizaciones empresariales aun permanece muy limitada. Dentro de la sociedad civil, algunas organizaciones han adoptado una nueva perspectiva de RSE, pero en su mayoría aun están explorando las estrategias de RSE. Las empresas están claramente más adelantadas que la sociedad civil en tratar el tema de la RSE. Algunas empresas han formado redes de promoción de la RSE y han alcanzado un grupo común de lineamientos para normas mínimas de RSE. En general, ellos han mostrado muchas características de una nueva perspectiva de RSE y han enfatizado el caso empresarial. La promoción de RSE a través de redes empresariales y el intercambio de experiencias son importantes, debido a que aun cuando las iniciativas de RSE pueden ser inversiones rentables, no todas las empresas lo reconocen de inmediato. Pocas organizaciones mostraron una perspectiva de RSE no tradicional como alternativa, que acentúe la responsabilidad personal de los gerentes en lugar de la responsabilidad de las empresas hacia sus stakeholders. Esta se enfoca en lo ética más que en incentivos de negocios y es caracterizado por estrategias blandas, con un énfasis en crear conciencia. En países como México, donde los mecanismos de regulaciones legales y civiles son débiles y la conciencia social es considerablemente baja, tales estrategias blandas pueden hacerse más importantes, al menos como complemento de otras estrategias.

Porto Serantes y Castromán (2006) investigaron sobre la acogida que ha tenido el término responsabilidad social en México, así como su reciente evolución. En sus conclusiones afirman lo siguiente: (1) Aun no se ha logrado una definición de responsabilidad social comúnmente aceptada, ni existe un consenso en cuanto a sus objetivos y elementos. En México se entiende que la responsabilidad sociales relaciona con la adhesión a las diferentes iniciativas de forma voluntaria en los ámbitos medioambiental, social y ético, corroborando la importancia que está adquiriendo la responsabilidad social en México; (2) En México existen distintivos otorgados por instituciones de carácter

privado que certifican la implantación de la RSE. La iniciativa CEMEFI promueve el distintivo de empresa socialmente responsable (ESR) que han logrado un total de 84 empresas en el 2005. (3) Al atender a las adhesiones a iniciativas internacionales como es el Pacto Mundial de la ONU, México presenta 7 empresas adheridas. (4) El Global Compact refiere que hay 84 empresas en proceso de adhesión al Pacto Mundial, mientras que COMPITE refiere que son cerca de 250 las empresas en proceso de adhesión. (5) Existe una evolución rápida y favorable a la implantación de la RSE, en consecuencia existe un compromiso ético cada vez mayor de las empresas con su entorno social, medioambiental y con los grupos de allegados, a pesar de la visión crítica que algunos autores intentan dar de la RSE.

En una importante investigación, Ramírez y Morales (2008) describen la situación actual y tendencias de RSE en México de la siguiente manera:

- La percepción de la industria, es que los organismos ambientales no han desempeñado todavía un papel suficientemente activo en el desarrollo de programas, pues su estrategia se centra en el control más que en la prevención.
- Existe una gran diferencia en el cumplimiento de la gestión ambiental en las empresas en México, sin embargo podemos considerar que en su mayoría son de bajo cumplimiento o cumplimiento reactivo.
- Los empresarios en México aún no destacan las ventajas que les pueda representar la Responsabilidad Social incluso en el aspecto económico.
- La Política Ambiental mexicana ha tenido poco avance. Se tiene poca experiencia en México en la aplicación de instrumentos económicos para la prevención de la contaminación. Aunado a esto, los asuntos ambientales deben competir por la atención pública con otros intereses políticos, económicos y sociales.
- El gobierno fuerza el cumplimiento de las regulaciones a las industrias, aun cuando no existe una infraestructura adecuada. Por otra parte el nivel de cumplimiento de los reglamentos es criticado por ineficiente.

- La mayoría de los organismos gubernamentales responsables de las diferentes áreas ambientales, son de reciente creación, por lo que la Política Ambiental, está en proceso de definición y requiere de un proceso de evaluación.
- La aplicación de la Ley en México se ha basado principalmente en el cumplimiento de Leyes y sanciones, más que en medidas de prevención de la Contaminación Ambiental.
- En México aplicar y hacer cumplir la ley es una tarea compleja, principalmente por la falta de coherencia y uniformidad en la misma Ley desde la interpretación diferente de un mismo concepto, así como, en el establecimiento de estándares de ejecución, falta de información y planeación a largo plazo.
- La incorporación de la Prevención de la Contaminación a las Leyes y Regulaciones Mexicanas es una actividad de muy lento desarrollo en el gasto Público y privado en este campo es aún muy bajo.
- El cumplimiento de la Ley en México es de naturaleza administrativa, las oficinas administrativas, tienen la autoridad para considerar si la Ley ha sido violada y, si lo fue, también la tiene para decidir sanciones.

Ramírez y Morales (2008) concluyeron que “el desarrollo sostenible a través de la Responsabilidad Social Corporativa incluye problemas sociales, económicos, políticos, jurídicos y morales; en consecuencia su tratamiento exige acciones de, multi e interdisciplinarietà en el abordaje de los mismos. Por lo que la investigación y divulgación de estos problemas deben ser tareas de todos los actores de la Responsabilidad Social Corporativa: Gobierno, Empresarios, ONG’s, Instituciones Educativas entre otras, para garantizar la participación de la sociedad en la búsqueda de soluciones”

De acuerdo a Correa, Flynn y Amit (2004), en México, la RSE se inició como iniciativa filantrópica, pero en la década de los 90 varió sobre la reflexión de que la filantropía no es suficiente para promover avances sociales; es solo una parte de la RSC. El Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) considera que una empresa socialmente responsable es aquella que, además de

ofrecer productos y servicios de calidad, genera utilidades y empleos y paga impuestos, desafía su creatividad para identificar los problemas que aquejan a su comunidad, y propone alternativas para su solución.

Para México Correa, Flynn y Amit (2004) consideran prioritarios los siguientes aspectos:

- Ética empresarial
- Calidad de vida (al interior de las empresas)
- Vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo
- Cuidado y preservación del medio ambiente

El CEMEFI publica anualmente una distinción de las compañías que se comportan de forma socialmente responsable. Esta distinción se logra llenando un cuestionario y cumpliendo con criterios mínimos, y parece existir más interés en comunicar las mejores prácticas que ofrecer realmente un ranking de compañías. Es interesante resaltar que en México existe un esfuerzo por crear un estándar de RSC oficial, que enfoca en temas de integridad y responsabilidad en las relaciones con empleados, y gobernabilidad. Hay alguna resistencia a entender la RSC como una obligación, que se considera crearía más bien un negocio para consultores y certificadores. Otros consideran que esta iniciativa es incompleta, y que se posiciona como una competencia a las iniciativas del sector privado (Correa, Flynn y Amit, 2004)

En México, el crecimiento de una nueva perspectiva de RSE ha influido en el comportamiento empresarial de dos formas. Primero, algunos cambios ocurrieron en el contexto en que las empresas operan. Estos cambios pueden ser subdivididos en cambios de fuerzas de mercado y cambios en las presiones externas sobre las empresas. Las presiones externas no han aumentado en México en los últimos años y permanecen como un incentivo no importante para la RSE en el nivel local. Las fuerzas del mercado regular, por otro lado, fueron incentivos importantes y los requisitos de higiene y seguridad han incrementado recientemente, especialmente en los mercados de exportación. Esto contribuyó a recientes mejoras en el desempeño ambiental. Segundo, una nueva perspectiva de RSE influyó en el

comportamiento empresarial a través de cambios en la perspectiva empresarial. Esto tuvo una mayor influencia en el comportamiento empresarial que en cambios del contexto empresarial. Ellos consisten de la percepción ampliada de las responsabilidades empresariales y de oportunidades rentables para iniciativas de RSE por parte de los gerentes, quienes con frecuencia estuvieron juntos. Como consecuencia, en algunos casos, diferentes tipos de incentivos se integraron progresivamente y la influencia de incentivos individuales no pudieron ser determinados (Weyzig, 2007).

RSE y Turismo Mexicano

En cuanto a la RSE en el sector turístico mexicano, Comunicarse (2005) en un informe sobre el desarrollo turístico sustentable en México reporta que “El Grupo Xcaret, el cual está integrado por los parques Xcaret, Xel-Há, Garrafón; el centro de investigación Vía Delphi y está a cargo de la operación del Parque Ecoturístico Cañón del Sumidero, es un grupo que a nivel mundial fomentan una cultura de sustentabilidad. Su misión es Ser Únicos en Recreación Turística Sustentable. Anualmente recibe a poco más de dos millones de visitantes anuales y cuenta con una plantilla de más de 2 mil 300 colaboradores. El compromiso del Grupo con el desarrollo sustentable es integral pues contempla el conservar la unicidad de las maravillas naturales de las que somos administradores sean aguas subterráneas o superficiales, flora y fauna nativa como asunto estratégico para el sostenimiento de la vida y del negocio. Por eso el Grupo realiza como regla básica una revisión a cada proceso operativo para asegurar que no se dañe el ambiente y cuando alguna actividad llega a tener afectaciones se minimizan y recuperan siempre.

El Desarrollo Turístico Sustentable, según la Organización Mundial del Turismo, cumple con las necesidades de los turistas en el presente y de las regiones receptoras al mismo tiempo que protege y engrandece los recursos para el futuro. Se concibe como la guía para la administración de éstos de manera que las necesidades económicas, sociales y estéticas se pueden satisfacer al mismo tiempo que se mantiene la integridad cultural, los

procesos ecológicos esenciales, la biodiversidad y los sistemas que soportan la vida.

Una visión integral del desarrollo sustentable no puede dejar de lado el factor humano. Xel Há, por ejemplo, ha participado en el reordenamiento urbano de Cd. Chemuyil comunidad en el corazón de la Riviera Maya donde vive un importante número de colaboradores del parque. En ella, además de participar en el mantenimiento diario de las calles, recolección de basura, jardinería y repintado de fachadas, ha creado el Centro de Desarrollo Comunitario La Ceiba. Comenzó como una biblioteca, pero las necesidades la han orientado para satisfacer a las familias. Desde clases de ecotécnicas, manualidades y deportes, consultorio médico itinerante y centro de reunión de Alcohólicos Anónimos. En este 2005 la comunidad y los trabajadores de Xel Há podrán aprender a leer, terminar la primaria, secundaria o preparatoria gracias a un convenio con el Instituto Estatal de la Educación de los Adultos y la red de contenidos educativos vía internet de Edusat.

Vía Delphi tiene un proyecto de investigación de los más importantes en América Latina en lo que a delfines y otros mamíferos marinos se refiere. Su éxito se mide por la sobrevivencia de animales nacidos en ambientes delimitados: 21 de los 45 delfines que componen su población son nacidos en nuestras instalaciones. Son ya tres generaciones las que se logran reproducir en estas condiciones. Está incorporada al Registro Nacional de Empresas Científicas y Tecnológicas y obtuvo fondos de investigación de la Oficina de Investigación Naval dependiente de la Marina de los Estados Unidos.

Por su parte el Parque Ecoturístico Cañón del Sumidero en Chiapas ha impulsado la limpieza y conservación del río Grijalva, como una necesidad imperiosa para salvar a uno de los monumentos naturales y culturales más importantes de México: El Cañón del Sumidero. Antes de su apertura el Fondo Chiapas y Grupo Xcaret gestionaron recursos federales por más de 120 millones de pesos, para una planta de tratamiento de Aguas Residuales de Tuxtla Gutiérrez, Chiapa de Corzo y Acalá, obras fundamentales para resolver, en buena medida, la contaminación

que se genera en el río Grijalva, en la zona centro del estado. Contribuye también en la limpieza permanente del área navegable del Cañón del Sumidero, con personal propio y facilitando equipo, sumado a los esfuerzos que realiza el Gobierno de Chiapas.

Grupo Xcaret no solo fomenta una cultura de sustentabilidad sino que ejerce la Responsabilidad Social Empresarial, RSE, a través de la ética, el cuidado y la preservación del medio ambiente, la calidad de vida de la empresa y de vincularse con la comunidad; estándares propuestos por el CEMEFI (Centro Mexicano para la Filantropía). Xel-Há y Garrafón obtuvieron el Distintivo ESR 2004 por tercera ocasión que los acredita como Empresas Socialmente Responsables. Xcaret, lo obtuvo por primera vez. Adicionalmente han sido clasificadas entre Las Mejores Empresas para Trabajar en México y Xel Há destaca entre las 20 mejores para trabajar en Latinoamérica por el Great Place to Work Institute, después de un proceso de encuestas de clima laboral aplicadas a los colaboradores.

Recientemente el Instituto Nacional de las Mujeres a través de su programa Generosidad, distinguió a Xcaret, Xel Há, Garrafón, Via Delphi y el Corporativo con el distintivo de Modelo de Equidad de Género después de un exhaustivo proceso de auditorías que certificaron el compromiso del Grupo para que los colaboradores tengan las mismas oportunidades de crecimiento, además de emprender acciones concretas a favor del personal como permisos de paternidad y por enfermedad o asuntos escolares de los hijos. Actualmente prepara un Balance Social en el que se reportarán las acciones y políticas de RSE, este informe estará disponible en los sitios electrónicos de los parques”.

La asociación regional de empresas de petróleo y gas natural en Latinoamérica y el caribe (ARPEL), la cual cuenta actualmente con 27 miembros que son empresas e instituciones de petróleo y gas, estatales y privadas, que operan en Latinoamérica y el Caribe, con miembros que representan más del 90 por ciento de las operaciones de upstream y downstream de la región coordina “El Simposio de Responsabilidad Social Empresarial en las Américas”. Este es un evento que ARPEL promueve cada dos años. El primero y el segundo tuvieron lugar en Caracas,

Venezuela, bajo el auspicio de PDVSA, y el tercero en Río de Janeiro, Brasil, bajo el patrocinio de PETROBRAS. Diversas instituciones vinculadas a la Responsabilidad Social Empresarial han apoyado su realización en cada uno de los países, habiendo participado hasta la fecha más de 1500 personas provenientes de todas las Américas. En Julio del 2006 el IV Simposio de Responsabilidad Social Empresarial en Las Américas se llevó a cabo en Cancún y tuvo como objetivos: 1. Promover un espacio de intercambio de experiencias, interacción, y debate de ideas, entre las empresas del sector energía, otros sectores empresariales, el sector académico, organizaciones gubernamentales y organizaciones de la sociedad civil, con el fin de enriquecer conceptos, intercambiar prácticas, fomentar redes y alianzas que promuevan el compromiso de impulsar acciones efectivas de Responsabilidad Social Empresarial en las Américas; y 2. Proveer elementos que permitan desarrollar una agenda que guíe el futuro accionar en torno a esta temática para el sector energía (Europa Press, 2006).

En el simposio se analizaron los Desafíos de la Gestión de la RSE y lo que implica tanto para el sector empresarial como para el Estado y la Sociedad Civil en su conjunto. Se analizó el rol y la responsabilidad que debe asumir cada uno de los actores, cómo llevar a cabo una implantación exitosa de un sistema de gestión de la RSE, cuáles son los modelos disponibles, cómo medir los resultados y los beneficios de la gestión, cómo provocar el cambio necesario para que la implantación de una política de RSE resulte efectiva y logre los objetivos propuestos. Así mismo se planteó la pregunta ¿Cómo promover el compromiso con los grupos de interés? En este sentido, la actividad empresarial se desarrolla en un marco de interacción con diversos grupos de interés, grupos que impactan o reciben algún impacto de ciertas operaciones de la empresa. La consulta y mecanismos de diálogo con esos grupos se han convertido en una parte fundamental de la actividad empresarial de modo de anticipar y gerenciar conflictos, mejorar la toma de decisiones y construir consensos, todos elementos que fortalecen la reputación de la empresa. Se analizaron experiencias destacando sus aspectos positivos y negativos, los avances logrados y los desafíos que depara el futuro así como las

estrategias para continuar promoviendo un diálogo transparente y constructivo.

El IV Simposio de Responsabilidad Social Empresarial en Las Américas concluyó con la decisión de establecer en el continente una “agenda” que “guíe el futuro de este nuevo movimiento”. Entre las conclusiones a las que se llegaron estuvieron que “hay importantes cambios en las expectativas de la sociedad con relación al rol de las empresas en la solución de los problemas sociales”. Se puntualizó que el desafío pendiente de nuestras sociedades para la construcción de una verdadera sostenibilidad “implica un cambio de paradigma hacia una nueva función empresarial, que es producir valor económico y social”. Este desafío supone redefinir los grupos de interés en función de cadenas de valor, de la colaboración con otros actores y de la transformación empresarial. El sector energético tiene una oportunidad única para contribuir al cambio de paradigma gracias a la coyuntura histórica y las oportunidades que brinda el desarrollo del potencial de los recursos de petróleo y gas de la región, especifica el informe final. Por su parte, la secretaria de Desarrollo Social, Ana Teresa Aranda, subrayó la importancia de que el simposio aborde temas fundamentales para impulsar acciones efectivas de responsabilidad social. Puntualizó que éste es el tiempo de la empresa con rostro humano, con responsabilidad social y comportamiento ético, por lo que convocó a los actores sociales a crear modelos que apuesten por la equidad y permitan abatir la desigualdad. Igualmente, el gobernador de Quintana Roo indicó que la responsabilidad social es crucial en el diseño de las políticas públicas y estrategias empresariales, y consideró necesario promover una alianza entre el gobierno y la sociedad civil para enriquecer la calidad de vida de la población, llamado que ante la actual bonanza de la industria petrolera, resulta más oportuno que nunca. La visión es que desarrollo y responsabilidad ambiental son inseparables porque no se quiere de ninguna manera, bajo ninguna circunstancia, cancelar o restringir los espacios y las oportunidades para una vida sana de las futuras generaciones. La responsabilidad social ha sido desde siempre crucial en el diseño tanto de las políticas públicas como de las estrategias empresariales con una comprensión mucho más

inteligente de los beneficios mutuos de las asociaciones (Portal del Gobierno de Quintana Roo, 2009).

Cabe destacar, que en la realización de este estudio se encontró que un grupo de investigadores de la Universidad de Quintana Roo, México y de la Universitat de València, España. Alcañiz *et al* (2009) “proponen un modelo que se centra en los efectos percibidos por el consumidor de la RSE en su dimensión económica en relación con su comportamiento post-compra. La base conceptual recae en estudios previos de la satisfacción del consumidor con la empresa, la lealtad hacia la marca y los modelos de la RSE. Con el fin de contrastar el modelo propuesto se realizó un estudio empírico a 462 turistas y se aplicaron técnicas de análisis de estructuras de covarianzas. Los resultados muestran que la percepción de la dimensión económica de la RSE influye directa y positivamente sobre la satisfacción del consumidor con la empresa tanto cognitiva como afectivamente. Asimismo, se confirman los efectos indirectos de la RSE a través de la satisfacción sobre la lealtad hacia la marca. Tras la discusión de los hallazgos, se discuten implicaciones académicas y de gestión, limitaciones del estudio y posibles líneas de investigación futuras”.

Conclusiones Preliminares

Este reporte coincide con Dodds y Joppe (2005) en hacer un llamado a llevar a cabo una evaluación para la utilización de la RSE en la industria del turismo. En el cas mexicano, hay un grupo de recomendaciones que deben colocarse adelante:

La RSE demanda un grupo consistente de políticas, practicas y programas que impulsen a las operaciones de los negocios. Para que esta agenda sea promovida, cada grupo de stakeholders debe jugar una parte crítica. Se ha determinado que la certificación en RSE, aunque es fundamentalmente un enfoque positivo, no esta teniendo un significativo efecto en difundir las prácticas sustentables turísticas. Las iniciativas que se enfoquen en los grandes actores, tendrán mayor impacto ya que la mayoría de los operadores de tour y de grupos de hoteles tienen control de las operaciones y son los compradores claves de la industria. El

enfoque en las iniciativas de RSE, campañas educativas y de capacitación para la industria así como la educación del consumidor, pueden tener un mayor impacto que intentar mover a la certificación a un estatus más importante.

Existe la necesidad de acordar estándares internacionales que puedan ser tomados paso a paso y ser vistos como adecuados a los operadores locales e internacionales. Es importante vincular a la calidad con el ambiente y con los criterios sociales en los lineamientos y esfuerzos de acreditación. Posteriormente, es necesario presionar a los actores involucrados para integrar e implementar los lineamientos. Cabe destacar la necesidad de adoptar e implementar iniciativas sustentables de cadenas de suministro con efectos multiplicadores y de enfocar un marketing de negocio a negocio más que de negocio a consumidor (ya que la conciencia del consumidor es baja). Sin embargo, deben continuar los esfuerzos de aumentar la conciencia del consumidor mediante esfuerzos de marketing.

El gobierno debe formular estrategias para el desarrollo de un turismo holístico y comprensivo en alianza con la comunidad y con los stakeholders de la industria, que incluya expectativas realistas de los beneficios sociales, culturales y ambientales que pueden ser logrados con el turismo. En adición, debe crear estructuras positivas de inversión para apoyar y motivar desarrollos sustentables con destinos turísticos. En este sentido, debe presionar a las asociaciones turísticas para que reporten como están logrando un turismo más sustentable, y además, legislar por reportes socialmente corporativos. Para esto, debe facilitar espacios para que se compartan mejores prácticas entre sectores (hoteles, operadores turísticos, aerolíneas y cruceros) para que aprendan unos de los otros. A nivel gubernamental, se deben asegurar medidas de desarrollo sustentable que sean vistas como valores centrales en los planes de desarrollo y en las políticas, mas que solamente enfocarse en los beneficios económicos. Es imprescindible, entonces, legislar o proveer incentivos a los negocios para que adopten certificaciones internacionales, esquemas o estándares de RSE.

Finalmente, este estudio debe reportar y reconocer que los temas de RSE dentro de la industria del turismo mexicano esta detrás de otras industrias en todos los aspectos.

Referencias

- Alcañiz, Enrique Bigné; Alvarado Herrera, Alejandro; Andreu Simó, Luisa; Aldás Manzano; Joaquín y Currás Perez, Rafael. Influencia de la percepción de la dimensión económica de la RSE sobre la satisfacción y la lealtad del consumidor. Revista de Responsabilidad Social de la Empresa. Nº. 1, 2009. ISSN 1888-9638
- Arpel. 2009. <http://portal.arpel.org/docs/newweb/eventos/esp/agenda1.pdf>
www.arpel.org
- Comunicarse. 2005. El Desarrollo Turístico Sustentable en México.
<http://www.comunicarseweb.com.ar/biblioteca/tendencias/turistico.html>
- Correa, María Emilia, Sharon Flynn y Alon Amit. 2004. Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial. Serie medio ambiente y desarrollo. División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos. Publicación de las Naciones Unidas (CEPAL). Santiago de Chile. ISSN impreso 1564-4189. ISSN electrónico 1680-8886.
- Dodds, Rachel y Joppe, Marion. 2005. CSR in the Tourism Industry? The Status of and Potential for Certification, Codes of Conduct and Guidelines. Study prepared for the CSR Practice Foreign Investment Advisory Service. Investment Climate Department. June, 2005. <http://www.fias.net/>
- Europa Press. 2006. El IV Simposio de RSE en las Américas concluye con una 'agenda' que 'guíe el futuro'. www.losrecursoshumanos.com
- Panorama Quintana Roo. 2009. Noticias. Publicado el 14-09-2009.
<http://panoramaquintanaroo.com/index.php>
- Portal del Gobierno de Quintana Roo. 2009. Fundamental promover alianza entre el sector privado y la sociedad.
<http://www.quintanaroo.gob.mx/qroo/Gobierno/Gobernador.php>
- Porto Serantes, Nélida y Juan Luis Castromán Diz. 2006. Responsabilidad social: Un análisis de la situación actual en Mexico y España. Contaduría y Administración, septiembre – diciembre, número 220. UNAM. Distrito Federal, México.
- Ramírez Alcántara, Hilda Teresa y Elda Aurora Morales Espinosa. 2008. La Responsabilidad Social Empresarial en México Association for the Development of Education and Research on Corporate Social Responsibility. <http://www.aderse.org>
- Weyzig, Francis. 2007. Corporate social responsibility in Mexico: How changes in the behaviour of multinational enterprises contribute to economic development. Accountancy Business and the Public Interest, Vol. 6, No. 1.

Acerca del autor

El Dr. José Luis Abreu es Profesor e Investigador de la Facultad de Contaduría Pública y Administración de la Universidad Autónoma de Nuevo León.
Email: abreu@spentamexico.org