CAPÍTULO III

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL PARQUE ECOTURÍSTICO “BOSQUE DE LAS TRUCHAS”, EN HUASCA DE OCAMPO, HIDALGO, MÉXICO

Oscar Bautista Martínez

Maestrante por la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México en el programa educativo de la Maestría en Administración. Licenciado en Gastronomía. Correo electrónico: ba244520@uaeh.edu.mx. <https://orcid.org/0000-0003-4697-3476>

Martín Aubert Hernández Calzada

Doctor en Nuevas Tendencias en Dirección de Empresas. Posgrado en Derecho Comunitario Europeo. Maestro en Finanzas. Licenciado en Administración. Profesor- Investigador de tiempo completo en la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México. Correo electrónico: martinh@uaeh.edu.mx. <https://orcid.org/0000-0001-7225-7831>

Jessica Mendoza Moheno

Doctora en Nuevas Tendencias en Dirección de Empresas. Maestra en Finanzas. Licenciada en Administración. Profesora-Investigadora de tiempo completo en la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México. Correo electrónico: jessica@uaeh.edu.mx. <https://orcid.org/0000-0003-3947-0256>

Resumen

Las empresas en México y el mundo cada día se enfrentan a más problemáticas, que van más allá de la búsqueda por generar utilidades, sino que además, deben enfocarse en cuidar en mayor medida los derechos, el trato y el bienestar de sus colaboradores, proveedores y en general todos los grupos de interés, asimismo el cuidado y protección al medio ambiente. El objetivo del presente documento tiene como finalidad mostrar las pautas o líneas estratégicas pertinentes para que una organización nacida mediante una innovación social como lo es el parque ecoturístico “Bosque de las truchas”, en Huasca de Ocampo, Hidalgo-México sea considerada una Empresa Socialmente Responsable (ESR), mediante el análisis y revisión de sus actividades y procesos; además de adentrarse en las dimensiones de la responsabilidad social, que guiarán los puntos clave de la relación organizacional empresarial, asimismo identificar distintas motivaciones que dirigen a la empresa a consolidarse como una ESR y cuáles son las acciones que le permitirán integrarse a este selecto grupo. El estudio de caso iniciará siendo exploratorio, ya que el tema ha sido poco abordado en lo general y prácticamente nunca

para las empresas de índole local, y luego evoluciona a descriptivo, con enfoque Mixto. Finalmente, se concluyó con algunos puntos a fortalecer en el trabajo organizacional como la búsqueda de igualdad en los mandos más altos y crear relaciones más fuertes con proveedores.

Palabras clave: empresa, innovación, responsabilidad social.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE ECOTOURISM PARK “BOSQUE DE LAS TRUCHAS” IN HUASCA DE OCAMPO, HIDALGO, MÉXICO

Abstract

Companies in Mexico and the world are facing more problems every day, together with the fact that they are only seeking to generate profits, but they must focus on taking greater care of the rights, treatment and well-being of their employees, suppliers and in general all interest groups, also the care and protection of the environment. The objective of this document is to show the relevant guidelines or strategies for an organization born through a social innovation such as the ecotourism park “Bosque de las truchas” in Huasca de Ocampo, Hidalgo-Mexico be considered a Socially Responsible Company (ESR), through the analysis and review of its activities and processes; in addition to delving into the dimensions of social responsibility, which will guide the key points of the corporate organizational relationship, also identify different motivations that lead the company to consolidate as an ESR and what actions will allow it to integrate into this select group. The study will begin as an exploratory study since the topic has been rarely addressed in general and practically never for local companies, and then evolves to descriptive, with a mixed approach. Finally, I conclude with a few points to strengthen organizational work such as the search for equality in the top management and create stronger relationships with suppliers.

Keywords: Innovation, responsibility, enterprise social.

Proyecto de investigación

“Innovación social y tecnológica en emprendimientos turísticos”.Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México. En cuanto a la financiación corresponde al “apoyo otorgado por CONACYT para estudios de posgrado”.

Introducción

Con el paso del tiempo y la evolución de la sociedad ha existido un gran proceso de cambio en las empresas tanto nacionales como internacionales, incluyendo la premisa que una organización solo existía con el fin de generar utilidades y bastantes ingresos para los dueños de las mismas, pero actualmente los organismos van más allá de esta inferencia, ya que se ha buscado la manera de incorporar y adoptar estrategias y procesos de innovación y responsabilidad social, acogiéndola como una parte, forma y estructura integral en la estrategia del negocio.

El turismo en México, y el mundo, forma parte básica y primordial del desarrollo económico del país, representando en el Producto Interno Bruto (PIB) un ingreso bastante considerable. Evidencia de ello es que para el año 2017 el turismo aportó 8.7 de cada 100 pesos que se produjeron en la economía nacional, de cada 100 pesos que se consumen por actividad turística dentro del país el 82.5% son de visitantes nacionales y el restante 17.5% son de personas extranjeras, además dicha actividad marca 2.3 millones de empleos al año, representando 5.9% a nivel nacional, en el año 2019 aportó el 8.7% al PIB y representó el 6% del empleo a nivel nacional, en cuanto al comportamiento anual con respecto al año 2018, se registró una tasa de crecimiento de 2.6%, superando el valor el crecimiento total de la economía nacional (INEGI, 2020). Ante esta realidad aquellas empresas que brindan servicios turísticos alrededor del país tienen una misión de suma importancia, no solo con el desarrollo económico, sino con el cuidado del medio ambiente y de la población o región en donde se desenvuelven, ya que muchas veces o la mayoría del tiempo los recursos naturales representan el mayor atractivo turístico para los diversos desarrollos, formando parte del crecimiento de los habitantes originarios dentro y fuera de cualquier empresa u organización que se dedique a la mencionada actividad, imprimiendo una responsabilidad social en las

actividades que crean, buscando una forma de atraer y fortalecer la evolución turística siendo socialmente responsables en todos los aspectos.

En cuanto a la Responsabilidad Social Empresarial, se refiere a una tendencia de estudios relativamente reciente o que ha cobrado mayor importancia desde el siglo XXI, buscando contrarrestar de alguna manera todos los hechos de catástrofes ecológicas y de contaminación que aquejan al planeta, además de las prácticas de desigualdad social dentro de las organizaciones, con ello se comienza la búsqueda de optar por economías más sustentables que garanticen a la población una sostenibilidad a largo plazo (Pérez et al., 2016), además de que hasta hace poco existía el pensamiento que las empresas solo eran creadas con el fin de generar utilidades, pero para la actualidad esto no basta, también se debe tomar en consideración que cualquier actividad que realice una organización tanto dentro como fuera de ella puede afectar o ayudar su entorno, desde la calidad de vida de empleados y población general, lo que acontece en la comunidad en la que se desarrolla o hasta problemas de contaminación.

A razón de ello, un sin número de organizaciones notan que la responsabilidad social va más allá de lo que se puede pensar, es decir, de los quehaceres sociales y/o medioambientales, sino que trabaja en conjunto con la interacción de todo aquello relacionado con la empresa, buscando la forma de actuar con una perspectiva amplia y sistemática, este proceso se ha vuelto de alguna manera una representación nueva de la gestión y concepción de negocios, ocupándose de ejecutar operaciones que sean sustentables en lo económico, social y ambiental, además de inculcar el respeto a las personas, a la comunidad, con valores éticos y sobre todo con la naturaleza, en el proceso de gestión de la organización desprendido de alguna manera de los servicios y/o productos que realicen y ofrezcan, o de su sector y tamaño (Cajiga, 2019).

Con ello se pretende asumir que esta llamada responsabilidad empresarial no se encuentra distante o difiere a la razón de ser original de la empresa. Al contrario, se busca cumplir de una forma conjunta con ella, incluyendo de alguna manera la conciencia de impacto sobre esto, que puede ser tanto negativo como positivo, directa o indirectamente, interna o externamente, con todo aquello que se encuentra estrechamente relacionado o vinculado, siempre y cuando no perturbe los objetivos en los que se encuentra encaminada la organización (Molero et al., 2019). Además, se requiere responder a dichos desafíos

de una manera que impacte positivamente y disminuya los acontecimientos negativos, mejorando de cierta forma los negocios, cumpliendo con las expectativas marcadas en la organización (Cajiga, 2019).

El objetivo del presente documento tiene como finalidad mostrar las pautas o líneas estrategias pertinentes para que una organización nacida mediante una innovación social como lo es el parque ecoturístico "Bosque de las truchas", en Huasca de Ocampo, Hidalgo, México sea considerada una Empresa Socialmente Responsable, mediante el análisis y revisión de sus actividades y procesos; además de adentrarse en las dimensiones de la responsabilidad social, que guiarán los puntos clave de la relación organizacional empresarial, asimismo identificar distintas motivaciones que dirigen a la empresa a consolidarse como una ESR y cuáles serían las acciones que le permitirán integrarse a este selecto grupo.

Fundamentación teórica

Para hablar de la responsabilidad social no existe algún registro que marque la línea del tiempo sobre el término, no obstante, con el fin de poder extrapolar un antecedente, existen documentos del siglo XIX que consta de alguna manera de acciones que tenían ciertas compañías en pro de los trabajadores (Expok, 2019). Después de lo anterior algunos de los hechos que sirven como referencia sobre el tema en cuestión, fue la creación de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y ulteriormente el nacimiento de los Derechos Humanos en un sentido estricto y con un respaldo teórico, siendo esto un pilar fundamental para la conciencia social actual.

También existieron hechos fundamentales como en el año 1972 la Conferencia de Estocolmo, 1987 el llamado informe de Brundtland y en 1997 el Protocolo de Kioto, además del surgimiento de distintas asociaciones en pro de los derechos civiles como Greenpeace, Amnistía Internacional, Transparencia Internacional, Save the Children, etc. Además de la forma de trabajo de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), el Pacto Mundial y el Instituto Ethos (Cardona et al., 2019), que en conjunto han creado el cimiento en la construcción de pautas para la ayuda y exhibición de hechos sociales y medioambientales que han llevado a la existencia de la llamada Responsabilidad Social Empresarial que como se sabe o dicta la teoría no tiene una fecha exacta de inicio (ExpokNews, 2009).

En este sentido y quizás de la mano con lo anterior, existe el interés de diversas empresas a partir del siglo XXI, tanto en México como en el mundo, de preocuparse por aspectos más allá de lo meramente económico que como se ha mencionado han marcado la pauta de la mayoría de las empresas, sino de lo social, ético, medioambiental, derechos humanos, entre otros, que permiten de alguna manera engrandecer el valor compartido entre todos los grupos que se desarrollan en una sociedad, conjuntamente de garantizar sostenibilidad a largo plazo, de aquí nace la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) o también conocida como Empresa Socialmente Responsable, aunque diversos autores también la llaman Responsabilidad Social Corporativa, pero Hernández et al., (2017) añaden que el uso del último concepto va más dirigido a empresas de un gran tamaño, y el término RSE engloba al total de las empresas, sin importar su tamaño.

Dado lo anterior, es relevante rescatar que la RSE es un fenómeno que involucra la gestión empresarial, que como se ha expuesto no solo debe dirigirse a la rentabilidad de la organización, sino a la búsqueda de la satisfacción de todas las partes interesadas e involucradas tanto interior como exteriormente, además de desarrollarla de una manera voluntaria, lejos de las legislaciones o normas que de alguna manera intenten “obligar”, ya que eso difiere totalmente de la función final del término, asimismo el buscar una conceptualización única del vocablo es casi imposible debido a que es heterogéneo, dicho esto que estriba de cómo es percibida tanto por la organización como por la sociedad (Hernández et al., 2017).

Tabla 1

Definiciones de Responsabilidad Social Empresarial

Autor/ Institución	Definición
Libro verde-Comisión de las Comunidades Europeas, 2001	Integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores.
Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2003	Desarrollo de las actividades de la empresa, asumiendo la responsabilidad de los impactos que genera, creando con ello valor para sus accionistas y la sociedad a través del empleo de buenas prácticas.
Centro Mexicano para la Filantropía, 2019	Es 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.

Fuente: adaptado de Comisión de las Comunidades Europeas, (2001), Comisión Económica para América Latina y el Caribe, (2003), Cajiga, (2019).

Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial

Cuando se habla de la RSE se conoce que no solo está encaminada a la obtención de resultados financieros más viables o de generar valor agregado, sino que se enfoca en el compromiso latente entre todos los actores involucrados tanto interna como externamente de la organización, considerando a su vez la obtención o favorecimiento de rendimientos económicos, transparencia, gestión más eficiente de procesos y sostenibilidad (Pérez et al., 2016), de esta manera la RSE se compone de dos dimensiones, externa e interna, que a su vez según Cajiga, (2019) se desprende en tres partes: la ecológica, económica y social:

Ecológica externa: Labores específicas en pro a la conservación, preservación y mejora de la herencia ecológica, con el fin común, tanto de la humanidad actual como futura.

Ecología interna: Compromiso total con las secuelas ambientales de los productos, procesos y/o subproductos que se realicen, además de la prevención y remedio si es el caso, de las problemáticas que causen.

Económica externa: Generación y comercialización de bienes y servicios que sean tanto rentables como útiles para la comunidad en la que se desarrolla, asimismo el aportar a la sociedad de manera positiva, igualmente de la participación en planes económicos de la región o país.

Económica interna: Producción y distribución de valor agregado entre los accionistas y colaboradores, buscando equidad y justicia en el proceso. Esperando que la organización genere utilidades y se mantenga viva siendo sustentable.

Social externa: Concebir aportaciones y operaciones para la contribución de recursos y tiempo en la reproducción de condiciones que favorezcan y permitan el aumento del espíritu empresarial y el desarrollo de la comunidad.

Social interna: Marcada responsabilidad compartida entre colaboradores, proveedores, inversionistas y directivos en el fomento y cuidado del desarrollo integral, pleno y de calidad en el trabajo y con todos los actores relacionados.

Motivaciones para la Responsabilidad Social Empresarial

Desde este punto es notable recalcar que este compromiso o visión viene desde el propio empresario o las cabezas de la organización. Para esto los diversos autores proponen distintas motivaciones que llevan a optar por estas prácticas responsables, pudiendo ser una de ellas la obtención de beneficios, con la premisa de que serán socialmente responsables cuando se pueden obtener utilidades o cuando estas prácticas sean un requisito legal. Otro punto es, que el o los dueños busquen la satisfacción de la sociedad o como se dice coloquialmente “quedar bien” en términos medioambientales y quizás por intentar hacer actos filantrópicos (Hernández et al., 2017).

Campopiano, et al. (2012) expresan que las motivaciones empresariales pueden ser clasificadas en dos vertientes, las económicas y las éticas, al hablar de las económicas existen las empresas que, como forma para optimizar su imagen y reputación incrementan sus utilidades por medio de acciones como mejoras en las viviendas de los empleados y en la educación de la región, ayudando a perfeccionar los niveles de seguridad y aventajadas condiciones para sus colaboradores, después están las éticas donde los empresarios quieren contribuir de una manera desinteresada hacia el bienestar de la comunidad y además preocupados por el medio ambiente, pero lejos de ser o llamarse filantropía porque la actividad se lleva en armonía con la actividad principal de la organización que de alguna manera busca la creación de utilidades.

Por su parte, Graafland et al. (2010) asientan que existen varias razones o motivaciones que pueden impulsar a los ejecutivos a conducirse de forma socialmente responsable, teniendo las extrínsecas, como lo son motivos financieros y las intrínsecas como la percepción de la RSE como un acto moral. Scavone (2015) entabla que el tema de la sustentabilidad se ha vuelto una forma de competitividad clave para las empresas líderes en el mercado, ya que otorga beneficios en sus bienes o servicios, además reserva situaciones a un plazo largo para las directrices ambientales, económicas y sociales, teniendo buenas prácticas que permiten reducir problemas procedentes de la dirección.

Mencionado lo anterior se puede notar que la mayoría de los autores dividen las razones en dos partes que pueden ser, económicas y éticas o, extrínsecas e intrínsecas, las primeras se resumen a buscar una remuneración a causa de las prácticas socialmente

responsables o hacerlas por obligación a causa de alguna reglamentación o exigencia gubernamental y las siguientes, más en el contexto ético y moral, que buscan ser más conscientes con las actividades hacia las personas, animales y el medio ambiente. La ejecución de las actividades sobre la RSE funge positivamente en los intereses y el posicionamiento de las organizaciones en las que se desarrollen, conjuntamente que existe mayor reputación para estas, asimismo concurren beneficios a largo y corto plazo, aunque se visualizan de una manera más notable en el periodo largo, a pesar de esto el ejecutar estas políticas en la empresa la mayoría del tiempo resultan complicadas al momento de ponerlas en práctica (Pérez et al., 2016).

Líneas estratégicas

Cajiga (2019) establece que la Responsabilidad Social Empresarial debe de entenderse desde el reconocimiento de cuatro puntos esenciales o líneas estratégicas que se exhiben alrededor de las actividades y procesos de la organización. Al igual el autor afirma que cada una de las líneas tiene a su vez subtemas que pueden diferir entre sector, la empresa y el país:

- Ética y gobernabilidad empresarial.
- Calidad de vida en la empresa (dimensión social del trabajo).
- Vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo.
- Cuidado y preservación del medioambiente.

Metodología

La presente investigación es un estudio de caso que inició siendo exploratorio, ya que el tema ha sido poco abordado en lo general y prácticamente nunca para las empresas de índole local, y evolucionó a descriptivo, ya que se pretende encontrar aquellas particularidades y causales más importantes que ayudarán a ahondar a detalle en el fenómeno, describiendo de alguna manera la población en la que se desarrolla (Hernández et al., 2010).

Enfoque

El enfoque utilizado es el cualitativo, ya que las peculiaridades y la razón de ser son propias de este, teniendo en cuenta que la acción investigativa es dinámica entre los hechos y la interpretación, buscando la expansión de la información, asumiendo a la reflexión como el conducto que vinculará al investigador con los participantes (Hernández et al., 2010). El diseño es no experimental, pues no se tiene injerencia en la generación de los resultados, sino sólo el registro (Hernández et al., 2010).

Población

Para el desarrollo del presente se obtuvo el apoyo de los emprendimientos y directivos dentro del parque ecoturístico “Bosque de las truchas”, en la comunidad de San Miguel Regla, del municipio de Huasca de Ocampo en el estado de Hidalgo, México. La población contempla 20 empleados con carácter de fijo, además, los días festivos, fines de semana y temporada vacacional se contrata personal temporal con un aproximado de 30 a 35 personas. Asimismo, en la zona del parían (zona especial designada para establecimientos de ventas de alimentos, bebidas y artesanías) se encuentran 36 locales, los cuales no se encuentran ocupados a un cien por ciento o algunos albergan un solo comercio en dos locales, donde como mínimo se tiene de 1 a 3 trabajadores entre los que casi siempre se encuentra contemplado el dueño o encargado del comercio, con un aproximado de 66 personas en total, pero al igual se contratan más empleados en días feriados y fines de semana, teniendo alrededor de un mínimo de 4 a 7 trabajadores por cada local, siendo un aproximado de 132 personas en total.

Muestra

El papel del investigador es como participante-observador, siendo el método el estudio de campo y la técnica utilizada la entrevista semiestructurada con datos obtenidos dentro de la empresa durante los años 2019 y 2020. La información se recabo

de operadores, socios, directivos y mandos medios, principalmente enfocado en el caso de los emprendimientos y el comité directivo de la organización. La muestra incluyó a los dueños o encargados de los distintos grupos (grupos pesca, caballos, tirolesa, balneario, cuatrimotos y cabañas) en los que se dividen las actividades dentro del parque y de algunos dueños o encargados de los negocios ubicados en el parían, con un total de 21 encuestas.

Instrumento

En el caso del instrumento se utilizó la entrevista semiestructurada, la cual se constituyó en cinco ejes principales que recopilan información más específica de los entrevistados, además enriquecido con la obtención de datos fuera de la pregunta que se está abordando, ya que se permitió que el entrevistado fortaleciera sus respuestas por medio de comentarios y datos extra a los requeridos, dado lo anterior se mantuvo confidencialidad en los datos personales, asimismo se grabó y documentó previo consentimiento de los participantes. El instrumento comprende un total de 32 reactivos basados en el Cuestionario de Autodiagnóstico del Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI, 2016) y el Análisis estratégico para el desarrollo de la MIPYME en el estado de Hidalgo, (Hernández et al., 2015):

Tabla 2

Aspectos de guía de observación

Número de pregunta	Aspecto
1-13	Datos generales
14-19	Ética y gobernabilidad empresarial.
20-25	Calidad de vida en la empresa (dimensión social del trabajo).
26-29	Vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo.
30-32	Cuidado y preservación del medioambiente

Fuente: elaboración propia (2020).

Resultados y discusión

En México existe el llamado distintivo de Empresa Socialmente Responsable que permite certificar el compromiso de una empresa de cualquier tamaño, sector o estado de la República con lo ambiental, ético y social, dicha insignia no te compromete con la responsabilidad social por una vez o un año, sino que se debe reafirmar cada año para valorizar el verdadero compromiso con estas prácticas y mantener vigente de alguna manera toda esta cultura dentro de la organización y se perciba de esta manera fuera de la misma, permitiendo que el público en general o turistas que se preocupan por las buenas prácticas en las organizaciones y con el medio ambiente sean atraídos de otra manera a los desarrollos turísticos buscando una forma de turismo sustentable.

El estado de Hidalgo según la Secretaría de Cultura, cuenta con alrededor de 21 municipios con atractivos turísticos para los viajeros, comprendiendo desde lugares históricos, arquitectónicos de gran valor, gastronomía, antropológicos y bellezas naturales, de los cuales algunos entran a otra división llamada “Pueblos Mágicos” que después de un proceso de selección de distintos criterios son elegidos por su arquitectura, belleza, gastronomía, renombre y algunas veces por los hechos históricos que sucedieron en el mismo, el estado participa con 6 municipios en esta lista Mineral del Monte, Mineral del Chico, Huichapan, Tecozautla, Zimapán y Huasca de Ocampo (Secretaría de Turismo, 2015), este último nombrado como el primer pueblo mágico del país.

Dentro del Municipio de Huasca de Ocampo se encuentran distintos atractivos turísticos que van desde conventos, hasta bellezas naturales como los prismas basálticos o el bosque de las truchas de San Miguel Regla, además de otros parques ecoturísticos de la región, la mayoría de estos fueron creados como iniciativa social para el desarrollo de la comunidad y de los ejidatarios, forma en la que comúnmente se distribuye el territorio en estas regiones del estado.

Figura 1

Ubicación de Hidalgo

Fuente: (México Real, 2017).

Figura 2

Ruta Pachuca- "Bosque de las Truchas"

Fuente: (Google Maps, 2020).

En el contexto del presente, el objeto de estudio es el parque ecoturístico “Bosque de las truchas” ubicado en la comunidad de San Miguel regla del municipio de Huasca de Ocampo del estado de Hidalgo, México. El análisis del estudio de caso se lleva a

cabo por medio de las líneas estratégicas propuestas por Cajiga (2019), que examinan y evidencian cada uno de los siguientes apartados:

- Ética y gobernabilidad empresarial.
- Calidad de vida en la empresa (dimensión social del trabajo).
- Vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo.
- Cuidado y preservación del medioambiente.

Recordando que estos ejes fueron los evaluados mediante el instrumento, para identificar los puntos clave de mejora en el contexto del parque y cómo son atendidos cada uno de estos factores.

Ética y gobernabilidad empresarial

Actualmente las relaciones en la empresa con los accionistas o en este caso los 74 ejidatarios es bastante estable y tranquila, ya que se elige a un comisariado cada 2 años y medio, encargado de la dirección de la empresa y funge como su representante legal, al estar organizados como ejidatarios el tener un cargo mayor o menor no representa la obtención mayoritaria de utilidades, sino que la repartición es totalmente igualitaria entre todos los miembros sin importar el cargo que ocupe (Lugo, 2020). En cuanto a la toma de decisiones, además de elegir a un comisariado, también se selecciona un comité representativo que incluye secretario, jefe de vigilancia, tesorero, coordinador operativo, coordinador administrativo y los encargados de cada una de las áreas o actividades que se realizan dentro de la organización para el disfrute de los turistas, como el manejo de la entrada, renta de cabañas, renta de caballos, lanchas, tirolesa, entre otras más, con los puestos anteriormente mencionados se llega a un consenso en el manejo del parque.

En cuanto a las relaciones con los clientes se desarrolla con bastante tranquilidad y armonía, ya que se cuenta con un complejo bien estructurado y de bastante agrado para todos los visitantes, además que el costo de todas las actividades dentro del parque son muy asequibles para la economía, por ejemplo la entrada con un costo de \$20.00 pesos

mexicanos o la visita por la gran piscícola \$10.00 pesos mexicanos, además de ofrecer alimentos frescos, ya que son productos en el caso del pescado que se crían y cuidan en el mismo lugar, manteniendo un desarrollo sustentable de la trucha arcoíris endémica de la región, gracias al clima y las propiedades del territorio. Al hablar sobre el tema de los proveedores se encontró que no existe una relación tan estrecha con los mismos, ya que no se tiene estipulado una guía o lista de proveedores principales o de confianza, en cambio cada encargado de área se faculta de buscar la mejor oferta en el momento de requerir algún producto o servicio externo al parque, existiendo poca vinculación con proveedores estables o fijos.

Vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo

Actualmente el parque tiene gran vinculación con la sociedad en la que se desarrolla, para ser exactos en la comunidad de San Miguel Regla, ya que los miembros ejidales y trabajadores viven en la misma o en sus cercanías, Lugo (2020) relata que de las actividades propias tanto internas como externas del parque se generan alrededor de 400 empleos tanto de forma directa como indirecta, dado a esto se demuestra la inclusión de la organización para con los pobladores. Los requerimientos acuíferos del parque proceden de pozos subterráneos desde afuera del municipio y un manantial de agua con el que cuenta el parque, propios que abastecen del vital líquido a la región y la llamada "laguna verde", ubicada dentro del parque, donde se desarrollan peces en su habitat natural y la pesca sustentable provista por la granja piscícola del parque, en este sentido la empresa se encarga de la limpieza de fauna nociva para mantener el manto acuífero en las mejores condiciones para todos los seres vivos dentro de la laguna, los habitantes de la comunidad y para los turistas.

Aunado a todo lo anterior, el parque se compromete de una forma indirecta para el apoyo y crecimiento de la comunidad mediante la mercadotecnia y reconocimiento del atractivo turístico que acerca turistas a la región, permitiendo así la creación de negocios pequeños de toda índole, desde misceláneas, tiendas de recuerdos, hasta tiendas de ropa, además que en la oficina ejidal se llegan a atender sugerencias y/o asistencias que necesite algún habitante de la comunidad.

Calidad de vida en la empresa (dimensión social del trabajo)

El parque cuenta con una plantilla laboral fija de 20 empleados para actividades como tirolesa, granja piscícola, estacionamiento, jardinería, balnearios, lanchas, limpieza, cobradores, mantenimiento, renta de lanchas y caballos, además los días festivos, fines de semana y temporada vacacional se contrata personal temporal extra con un aproximado de 30 a 35 personas. Asimismo, en la zona del parían (zona especial designada para establecimientos de ventas de alimentos, bebidas y artesanías) se encuentran 36 locales donde como mínimo se tiene de 1 a 3 trabajadores, pero al igual se contratan más empleados en días feriados y fines de semana, teniendo alrededor de un mínimo de 4 a 7 trabajadores por cada local.

El personal se comprende por un aproximado de 50 por ciento de mujeres y hombres, de los que la mayoría no cuentan con seguridad social o prestaciones ya que son contratados de forma temporal. La Ley Agraria de los Estados Unidos Mexicanos (2018) marca en el artículo 12 que son ejidatarios los hombres y las mujeres titulares de derechos ejidales, aunque exista esta disposición legal, en el reglamento interno del parque las mujeres, a pesar de ser poseedoras de las facultades como ejidatarias por razones de viudez o herencia, no se les otorga el derecho de participar en la asamblea general ejidal, por ende se muestra un proceso de discriminación al exponer que todos los ejidatarios con derecho a participar en las decisiones son exclusivamente del sexo masculino.

Cuidado y preservación del medioambiente

El área total que comprende la comunidad ejidal es un territorio de 600 hectáreas, incluyendo zonas habitacionales, zonas boscosas, lagunas y terreno abierto, en el año de 1985 entre un grupo de los mismo ejidatarios surge la idea de propuesta de crear una granja piscícola con el fin de proporcionar trucha fresca y barata para los alrededores, permitiendo con lo anterior la apertura del bosque al público general para adquirir dicha trucha en ese mismo año, produciendo alrededor de 22 de toneladas de producto en dicho periodo. Para el año 1999 según la modificación al artículo 27 constitucional se delimita el ejido a 74 ejidatarios dando la validez de la propiedad ejidal a dichas personas, con la condición o proyecto de reforestar la parte alta del bosque con entre 20 mil a 25 mil

árboles al año, conformando y delimitando de esa manera el área total del ejido y solo 30 hectáreas correspondientes al parque ecoturístico (Lugo, 2020). De esta manera se marca el mayor compromiso con el cuidado del medio ambiente, preservando el área boscosa de la tala clandestina y reforestando partes afectadas, además que mantiene estricta y habitual limpieza al bosque, la zona comercial y el área donde se ubiquen mantos acuíferos, asimismo la preservación de la fauna endémica como lo es la trucha, atractivo fundamental e imagen del parque "Bosque de las truchas".

Conclusiones

La Responsabilidad Social Empresarial es un tema bastante reciente, ya que el cuidado y protección al medio ambiente es un problema que a pesar de existir desde hace muchos años y que fue creciendo con la etapa de la revolución industrial, la población mundial se ha preocupado más recientemente a causa de las crisis medioambientales que suceden día con día, atenuándose cada vez más y afectando diversas regiones, por eso es muy importante que las empresas sin importar su tamaño o ubicación, y la población en general se preocupe por lo que sucede en el mundo. Asimismo, el incremento de protestas a favor de la no discriminación e igualdad en todos los sentidos han obligado de alguna manera a las empresas a tratar de una forma más justa a sus colaboradores, obteniendo de esta manera considerables beneficios, ya que el motor de cualquier compañía es su elemento humano.

Con la información recabada por medio del instrumento es posible reconocer que para que el parque ecoturístico "Bosque de las truchas" llegue a ser considerado como una Empresa Socialmente Responsable es de suma importancia gestionar todas las líneas estratégicas, especialmente las referentes a gobernabilidad y la dimensión social del trabajo las cuales presentaron en los resultados más puntos de oportunidad para ser atendidas; ya que como manifiesta algunos autores con la correcta atención de las líneas antes mencionadas se acrecentaría el valor social de la organización y el trabajo en conjunto con todos los grupos de interés para exaltar el nivel y reconocimiento de la organización en las buenas prácticas sociales y medioambientales.

Actualmente el parque no es considerado como una Empresa Socialmente Responsable debido a la falta de atención de las líneas estratégicas antes mencionadas, a

pesar de desarrollarse favorablemente en prácticas medioambientales, una característica esencial en este tipo de empresas que lo convierte en un gran aspirante a formar parte de este grupo empresarial que se preocupa más allá de lo estrictamente monetario y se preocupa por el bienestar común. Asimismo aclarar que todo esto es punto de partida, para poder diferenciar con quién se debe trabajar y fortalecer relaciones hacia el beneficio mutuo dentro y fuera de la organización, además de preocuparse en todo momento del desarrollo de la comunidad, ya que de esto depende en gran medida el crecimiento de la organización y si todo se mantiene en equilibrio el desarrollo será mejor y más factible para todos los stakeholders que involucren el correcto funcionamiento organizacional.

Agradecemos especialmente a las autoridades del Bosque de las Truchas y a los responsables del proyecto “Innovación Social y Tecnologías en Emprendimientos Turísticos”, Dra. Jessica Mendoza Moheno, Dra. Carla Carolina Pérez Hernández, Dra. Blanca Cecilia Salazar Hernández y Dr. Martín Aubert Hernández Calzada integrantes del cuerpo académico “Administración de las Organizaciones, Estrategia y Competitividad” y a la Dra. Erika Cruz Coria integrante del Cuerpo Académico Estudios Turísticos y Desarrollo.

Referencias bibliográficas

- Cajiga, J. F. (2019). *El Concepto de responsabilidad Social Empresarial*. Recuperado el 2020, de Centro Mexicano para la Filantropía: https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (25 de junio de 2018). *LEY AGRARIA*. Recuperado el 2020, de Diario Oficial de la Federación: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/13_250618.pdf
- Campopiano, G., De Massis, A., y Cassia, L. (2012). *The relationship between motivations and actions in corporate social responsibility: An exploratory study*. International Journal of Business and Society, 13(3), 391-425.
- Cardona, J., Correa, J., Galviz, D., y García, J. (2019). *Encadenamiento productivo: una nueva estrategia de Responsabilidad Social Empresarial de O-I PELDAR*

S.A. En *Tendencias en la Investigación Universitaria: Una visión desde Latinoamérica* (Vol. VIII, págs. 94-106). Santa Ana de Coro: Fondo Editorial Universitario Servando Garcés.

CEMEFI. (2016). *Guía de participación para el proceso de obtención del Distintivo ESR® y Manual de uso de la aplicación para responder el cuestionario diagnóstico*. Recuperado el 2020, de Centro Mexicano para la Filantropía A.C.: https://www.cemefi.org/Descargas/Manual_de_Usuario_Plataforma_ESR.pdf

Comisión de las Comunidades Europeas. (7 de junio de 2001). *Libro Verde*. Recuperado el 2020, de [https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com\(2001\)366_es.pdf](https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com(2001)366_es.pdf)

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (diciembre de 2003). *La responsabilidad social corporativa en un marco de desarrollo sostenible*. Recuperado el 2020, de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/5779-la-responsabilidad-social-corporativa-un-marco-desarrollo-sostenible#:~:text=La%20definici%C3%B3n%20de%20responsabilidad%20social,del%20empleo%20de%20buenas%20pr%C3%A1cticas%22>.

Expok. (2019). *Distintivo ESR*. Obtenido de Expok comunicación de sustentabilidad y RSE : <https://www.distintivoesr.com/>

ExpokNews. (01 de diciembre de 2009). *Historia de la Responsabilidad Social*. Recuperado el 2020, de <https://www.expoknews.com/historia-de-la-responsabilidad-social/>

Google Maps. (julio de 2020). *Ruta Pachuca de Soto, hacia el "Bosque de las truchas"*. Recuperado el 2020, de Google maps: <https://www.google.com.mx/maps/dir/>

- Graafland, J., Kaptein, M., y Mazereeuw, C. (2010). *Motives of socially responsible business conduct*. Tilburg University, CentERdiscussion(74), 1-23. Recuperado el 2020, de https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1649987
- Hernández, M., Mendoza, J., y Salazar, B. (2017). *La Responsabilidad Social en la Empresa Familiar*. Holos, 5, 174-185. Recuperado el 2020, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=4815/481554850015>
- Hernández, M., Salazar, B., Mendoza, J., y Estrada, R. (2013). *Análisis estratégico para el desarrollo de la MiPyme en el estado de Hidalgo*. Pachuca, Hidalgo, México: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Recuperado el 2020
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. D.F, México: McGraw-Hill.
- INEGI. (15 de mayo de 2020). *Indicadores de la Actividad Turística*. Recuperado el 2020, de <https://www.inegi.org.mx/temas/itat/#>
- Lugo, J. (2020 de enero de 2020). *Historia del Bosque de las Truchas*. (O. Bautista, & B. Elizalde, Entrevistadores)
- México Real. (2017). *Estado de Hidalgo en la República Mexicana*. Recuperado el 2020, de Travel by México: <https://mr.travelbymexico.com/692-estado-de-hidalgo/>
- Molero, L., Villarraga, M., Inciarte, V., Molero, L., y Rodríguez, D. (2019). *Dimensiones de la Responsabilidad Social como estrategia de compromiso corporativo en la educación superior*. En Tendencias en la Investigación Universitaria: Una visión desde Latinoamérica (Vol. VIII, págs. 47-59). Santa Ana de Coro: Fondo Editorial Universitario Servando Garcés.

- Pérez, M. J., Espinoza, C., & Peralta, B. (2016). *La responsabilidad social empresarial y su enfoque ambiental: una visión sostenible a futuro*. Universidad y Sociedad, 8(3), 169-178. Obtenido de <http://rus.ucf.edu.cu/>
- Scavone, G. (2012). *La información no tradicional, un nuevo aspecto de la gestión*. Documentos de Trabajo de Contabilidad Social, 5(2), 1-22. Recuperado el 2020, de https://scholar.google.com/citations?user=AhE6cYYAAAAAJ&hl=es#d=gs_md_cita-d&u=%2Fcitations%3Fview_op%3Dview_citation%26hl%3Des%26user%3DAhE6cYYAAAAAJ%26citation_for_view%3DAhE6cYYAAAAAJ%3AWp0gIr-vW9MC%26tzm%3D300
- Secretaría de Turismo. (febrero de 2015). *HIDALGO: CENTRO DE MÉXICO*. Recuperado el 2020, de https://patrimonioculturalyturismo.cultura.gob.mx/publi/Guias_conaculta_raices/Espanol/hidalgo.pdf