

# *Oikos Polis*

Revista Latinoamericana de Ciencias Económicas  
y Sociales

VOL. 4. N° 1

ENERO-JUNIO 2019

ARTÍCULOS / ARTICLES

ISSN 2415-2250 (impresa)

ISSN 2521-960X (en línea)

**Las casas de seguridad de las redes de tráfico sexual en América del Norte**

*Karla Lorena Andrade Rubio & Simón Pedro Izçara Palacios*

**Análisis de las prácticas de responsabilidad social empresarial en la MiPymes del sur de Quintana Roo a través de las técnicas multivariantes**

*Ma. de Jesús Pérez Hervert & José Luis Zapata Sánchez*

**Ventas directas o de marketing multi nivel: ¿Explotación de mujeres o camino hacia el empoderamiento económico?**

*Victoria Elizabeth Villagómez Morales*





**IIESJOM**  
UAGRM-FCEAF INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS  
Y SOCIALES 'JOSE ORTIZ MERCADO'

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA GABRIEL RENÉ MORENO**

*Saúl Rosas Ferrufino*, Rector  
*Oswaldo Ulloa Peña*, Vicerrector  
*Roberto Quevedo Sopepi*, Dirección Universitaria de Investigación

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y FINANCIERAS**

*Juana Borja Saavedra*, Decana  
*Kenjiro Sakaguchi Yamamoto*, Vicedecano  
*Jhonny David Atila Lijerón*, Director del IIES-JOM

**EDITOR:**

*Jhonny David Atila Lijerón*  
**COMITÉ EXTERNO**  
*Roger Alejandro Banegas Rivero*  
*Jorge Salas Vargas*

**COMITÉ EXTERNO**

Dra. Gabriela Bard Wigdor	Universidad Nacional de Córdoba, ARG
Dra. Daniela Cerva Cerna	Universidad Autónoma Metropolitana, MEX
Dr. Francisco Entrena Durán	Universidad de Granada, ESP
Dr. Ricardo Santes	El Colegio de la Frontera Norte, MEX
Dra. Bibiana Lanzilotta Mernies	Universidad ORT Uruguay
Dr. José María Burbano Cerón	Universidad Libre Seccional, COL
Dr. Libardo Carlos Vargas Taborda	Universidad la Gran Colombia

**DISEÑO DE TAPA**

*Carla Andrea Claros Vargas*

**DISEÑO GRÁFICO**

*Richard Solíz Q.*

**DISEÑO, IMPRESIÓN Y ENCUADERNACIÓN:**

Editorial e Imprenta Universitaria  
Telf. (00-591-3) 359-8979  
Av. Busch, s/n, ciudad Universitaria  
Universidad Autónoma Gabriel René Moreno  
Volumen 4, Número 1, enero-junio (2019)  
Junio, 2019

**DEPÓSITO LEGAL: 8-3-18-16**

Derechos reservados. Para hacer referencia de la información adjunta, se deberá hacer la cita correspondiente. Queda estrictamente prohibida la reproducción de contenidos e imágenes de la publicación—completa o parcial—sin previa autorización de la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno. ISSN 2415-2250. Las opiniones expresadas en los documentos son posturas del (los) autor(es) y no de la universidad.

*Oikos Polis, Revista Latinoamericana de Ciencias Económicas y Sociales (RLCES)*

Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales 'José Ortiz Mercado' (IIES-JOM). Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Financieras. Universidad Autónoma Gabriel René Moreno (U.A.G.R.M.).

**ÍNDICES Y BASES DE DATOS (EN LÍNEA):**

*Ideas-Repec-Edirc-Econpapers-Revistas Bolivianas*

Contacto electrónico y página web:

[iiesjom@uagrm.edu.bo](mailto:iiesjom@uagrm.edu.bo) ; <https://www.iies.uagrm.edu.bo/oipo/>

# OIKOS POLIS

---

## Revista Latinoamericana de Ciencias Económicas y Sociales (RLCES)

---

### CONTENIDO

*VOL. 4, NÚM. 1, ENE-JUN, 2019*

LAS CASAS DE SEGURIDAD DE LAS REDES DE TRÁFICO SEXUAL EN AMÉRICA  
DEL NORTE ..... 1

*Karla Lorena Andrade Rubio & Simón Pedro Izçara Palacios*

ANÁLISIS DE LAS PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL  
EN LAS MIPYMES DEL SUR DE QUINTANA ROO A TRAVÉS DE TÉCNICAS  
MULTIVARIANTES ..... 33

*Ma. de Jesús Pérez Hervert & José Luis Zapata Sánchez*

VENTAS DIRECTAS O DE MARKETING MULTI NIVEL: ¿EXPLOTACIÓN DE  
MUJERES O CAMINO HACIA EL EMPODERAMIENTO ECONÓMICO? ..... 77

*Victoria Elizabeth Villagómez Morales*

*Convocatoria de documentos/ Call for papers.... 97*



## PALABRAS INSTITUCIONALES

Las autoridades de la facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Financieras (FCEAF), de la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno (UAGRM), tienen el agrado de presentar la revista institucional: ***‘Oikos Polis, Revista Latinoamericana de Ciencias Económicas y Sociales’***, que es totalmente legítima y perteneciente a nuestra universidad, con un proceso riguroso en la evaluación y dictamen científico de calidad en cada uno de sus artículos presentados.

Dentro de la actual gestión académica-facultativa, se prioriza la asignación de recursos económicos para la investigación, teniendo en cuenta que es el segundo pilar más importante en la universidad, a su vez complementaria con los ejes centrales del rol institucional en docencia y extensión universitaria.

La investigación científica evaluada y validada por pares académicos, es un mecanismo por el cual se construye la ciencia, con la transmisión del verdadero aporte científico, ampliando la frontera del conocimiento en ciencia básica y aplicada.

Estamos convencidos de que un mecanismo exitoso para que las universidades públicas puedan avanzar en su posicionamiento internacional educativo, es el desarrollo de productos de investigación y la incorporación de sus revistas científicas en índices nacionales e internacionales de alto prestigio. Este es nuestro estímulo institucional, lo mismo que el apoyo que brindamos a nuestros académicos-investigadores.

La facultad realiza un reconocimiento especial a los académicos que formaron parte en la colaboración de este número en particular.

MUY ATENTAMENTE,

KENJIRO SAKAGUCHI Y.  
VICEDECANO

JUANA BORJA SAAVEDRA  
DECANA



## PRESENTACIÓN

*OIKOS POLIS* es una revista de publicación semestral, con proceso de arbitraje y dictamen académico, que aborda temas de ciencias económicas en sectores productivos y organizaciones a partir de la revisión de la literatura empírica y diversos instrumentos de medición cuantitativa o cualitativa. De la misma forma, la revista contempla el análisis institucional a escala local, regional, nacional e internacional. En este primer número –volumen 4– se abordan tres temáticas relacionados a la situación de género como problema social de tráfico sexual y problema empresarial de marketing multinivel, incluye también un perfil de las características de las prácticas ambientales en responsabilidad social.

Es así que, en el primer artículo intitulado: *Las casas de seguridad de las redes de tráfico sexual en América del Norte*, perteneciente a Karla Lorena Andrade Rubio y Simón Pedro Izcara Palacios, se describe la situación de las mujeres en las casas de seguridad por donde transitan hasta llegar al punto de destino.

De forma seguida, en el segundo documento: *Análisis de las prácticas de responsabilidad social empresarial en las MiPymes del sur de Quintana Roo a través de técnicas multivariantes*, perteneciente a Ma. De Jesús Pérez Hervert y José Luis Zapata Sánchez, se expone el perfil de las características de las prácticas ambientales y establece la relación entre los factores identificados.

Para el tercer documento: *Ventas directas o de marketing multinivel: ¿Explotación de mujeres o camino hacia el empoderamiento económico?* de Victoria Elizabeth Villagómez Morales, se analiza y sintetiza dos investigaciones sociológicas además de artículos académicos y periodísticos, desde la perspectiva de género sobre empresas que realizan marketing multinivel.

Para finalizar, se expresa un sincero agradecimiento a la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Financieras (FCEAF) de la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno (UAGRM), por el soporte institucional en el financiamiento de esta revista.

De la misma manera, se extiende un agradecimiento especial a los autores y colegas de instituciones externas, que dedicaron tiempo para escribir, evaluar y retroalimentar cada uno de los documentos en colaboración.

JHONNY DAVID ATILA LIJERÓN  
EDITOR



# LAS CASAS DE SEGURIDAD DE LAS REDES DE TRÁFICO SEXUAL EN AMÉRICA DEL NORTE

## SAFE HOUSES OF SEX TRAFFICKING NETWORKS IN NORTH AMERICA

KARLA LORENA ANDRADE RUBIO<sup>κ</sup>

SIMÓN PEDRO IZCARA PALACIOS<sup>ρ</sup>

- **RESUMEN:** Las mujeres conducidas por redes de tráfico sexual a lo largo de la región de América del Norte, desde Centroamérica y México hasta Estados Unidos, transitan generalmente por tres casas de seguridad antes de llegar al lugar de destino. El objetivo de este artículo, fundamentado en una metodología cualitativa que incluye la realización de entrevistas en profundidad a 65 mujeres centroamericanas transportadas por redes de tráfico sexual, es describir la situación de las mujeres en las casas de seguridad por donde transitan hasta llegar al punto de destino en Estados Unidos. Los resultados de esta investigación contradicen el discurso oficial, al concluir que la violencia, el secuestro y el abuso sexual constituían situaciones producidas de modo excepcional.
- **PALABRAS CLAVES:** Mujeres centroamericanas, prostitución, redes de tráfico sexual, casas de seguridad, México, Estados Unidos.
- **ABSTRACT:** Women transported by sex smuggling networks throughout the North American region, from Central America and Mexico to the United States, generally travel through three safe houses before arriving at the destination. The objective of this article, based on a qualitative

---

<sup>κ</sup> Profesora de Sociología de la Unidad Académica de Trabajo Social y Ciencias para el Desarrollo Humano (Universidad Autónoma de Tamaulipas, México). Correo electrónico: [kandrade@uat.edu.mx](mailto:kandrade@uat.edu.mx)

<sup>ρ</sup> Profesor de Sociología en la Unidad Académica Multidisciplinaria de Ciencias, Educación y Humanidades de la Universidad Autónoma de Tamaulipas, (México). Correo electrónico: [sizcara@uat.edu.mx](mailto:sizcara@uat.edu.mx)

*Oikos Polis, Revista latinoamericana de Ciencias Económicas y Sociales, ISSN 2415-2250 (impresa) ISSN 2521-960X (en línea) 4 (1), 1-32.*

methodology that includes carrying out in-depth interviews with 65 Central American women transported by sex smuggling networks, is to describe the situation of women in the safe houses where they stay until they reach the point of destination in the United States. The results of this investigation contradict the official discourse, concluding that violence, kidnappings and sexual abuse were exceptional situations.

- **KEY WORDS:** Central American women, prostitution, sex smuggling networks, safe houses, Mexico, United States.
- **CLASIFICACIÓN JEL:** F22.
- Recepción: 11/12/2018 Aceptación: 29/05/2019

### **Introducción**

El tráfico de mujeres para el comercio sexual y la trata de personas con fines de explotación sexual son conceptos diferentes. El primero implica la facilitación de la entrada ilegal a otro país; mientras que el segundo comporta la captación y transporte con engaños, amenazas o coacción, con el propósito de explotación. Aunque no es infrecuente que un esquema de tráfico derive hacia otro de trata (Izcara Palacios y Yamamoto, 2017). Cuando una mujer mayor de edad es conducida a otro país donde realizará una actividad relacionada con el comercio sexual, sin que medie ningún tipo de amenaza o coacción, la situación producida debe definirse como tráfico y no como trata (Agustín, 2007; Doezema, 2010). Es decir, mientras los traficantes cometen un delito contra el Estado al vulnerar su soberanía nacional facilitando la entrada irregular de personas, los tratantes cometen un delito contra las personas, a quienes someten a una situación de trata.

En el corredor de América del Norte, constituido por Centroamérica, México y Estados Unidos, las redes de tráfico sexual se han fortalecido en las

últimas décadas (Izcara Palacios, 2019). Como contraste, las redes de tráfico de migrantes laborales han languidecido debido al descenso de la migración irregular (Izcara Palacios, 2014, 2017c y 2018). El fortalecimiento del primer tipo de redes y el debilitamiento del segundo grupo obedece a que el comercio sexual ofrece mayores beneficios económicos que otras actividades no cualificadas (Izcara Palacios, 2017a: 35). Por lo tanto, ante un encarecimiento de las tarifas cobradas por las redes de tráfico de migrantes, como consecuencia de controles migratorios más severos, las redes que más han prosperado son las dedicadas al tráfico de mujeres para la prostitución. Según el informe anual elaborado por el Departamento de Estado de Estados Unidos (TIP por sus siglas en inglés) Honduras y Nicaragua son países de origen y tránsito de mujeres conducidas por redes de tráfico sexual; mientras que El Salvador, Guatemala, Belice, México y Estados Unidos son países de origen, tránsito y destino de mujeres, nacionales y foráneas, conducidas por redes que operan para la industria de la prostitución de estos países, principalmente del último (*United States Department of State* [USDS] 2016: 95, 162, 184, 192, 286 y 387).

Uno de los elementos en que se apoyan las redes de tráfico de migrantes para poder operar a lo largo de trayectos de miles de kilómetros son las casas de seguridad. Las casas de seguridad utilizadas por las redes de tráfico sexual en la región de América del Norte no son muy diferentes a las que utilizan las redes de tráfico de migrantes laborales, frecuentemente son las mismas. En muchos casos, las mismas redes que años atrás transportaban migrantes laborales ahora conducen mujeres para la prostitución. Hay redes que tienen sus propias casas; pero en la mayor parte de los casos las casas de seguridad son utilizadas por diferentes redes que transportan a migrantes que buscan empleos en actividades distintas, o tienen propósitos diferentes. Es decir, a

una misma casa de seguridad muchas veces acuden mujeres conducidas por redes de tráfico sexual, y personas (mujeres, varones y niños) transportadas por redes de tráfico de migrantes que serán contratados por empleadores estadounidenses, o que serán recogidos por familiares.

El objetivo de este artículo, fundamentado en una metodología cualitativa que incluye la realización de entrevistas en profundidad a 65 mujeres centroamericanas transportadas por redes de tráfico sexual, es describir la situación de las mujeres en las casas de seguridad por donde transitan hasta llegar a Estados Unidos. En primer lugar, se examina la literatura académica sobre las casas de seguridad utilizadas por las redes de tráfico de migrantes en la región de América del Norte; más adelante, se describe la metodología utilizada; a continuación, se describen las casas de seguridad, y finalmente se analizan las situaciones de riesgo padecidas por las mujeres en estos espacios, así como la compraventa de mujeres en las casas de seguridad situadas en territorio estadounidense.

### **Las casas de seguridad de las redes de tráfico de migrantes**

La teoría feminista ha examinado el tráfico de mujeres para la prostitución a partir de dos paradigmas opuestos, denominados por Weitzer (2009: 214) como “paradigma de la opresión”, que define la prostitución como violencia contra la mujer, y “paradigma del empoderamiento”, que examina el comercio sexual como una opción laboral. El primer paradigma es defendido por el denominado feminismo occidental o feminismo “mainstream” blanco y colonial; mientras que el segundo expresa la perspectiva feminista transnacional, del tercer mundo o post-colonial (Cobo, 2017: 80 y 150). El primer paradigma establece una identificación entre el tráfico de mujeres para la prostitución y la trata de personas con fines de explotación sexual. Como

señala Cobo (2017: 143): “El concepto de trata está restringido al tráfico de personas para la explotación sexual”. Según este paradigma las dicotomías: prostitución infantil/adulta, forzada/voluntaria, ilegal/legal, etc., son distinciones morales ilusorias (Barry, 1979: 80; Mackinnon, 2011: 272; Farley, 2004: 1094). Este paradigma describe a las mujeres como víctimas o supervivientes carentes de agencia (Farley, 2004: 1100), y toda forma de consentimiento se considera invalidada por constricciones estructurales (Cobo, 2017: 146; Pateman, 1995: 67; Mackinnon, 2011: 295). Como contraste, el segundo paradigma establece una diferenciación entre el tráfico de mujeres para el comercio sexual y la trata de personas con fines de explotación sexual (Agustín, 2006: 36; Kempadoo, 2003: 143). La mujer migrante en prostitución es descrita como un sujeto autónomo capaz de tomar decisiones libres (Doezema, 2010; Agustín, 2007; Kempadoo, 2015). El paradigma del empoderamiento presenta el trabajo sexual como la única opción o la más económica para las mujeres migrantes, y describe el tráfico sexual como un conjunto de diferentes situaciones que incluyen diversas condiciones que van desde la decisión individual hasta el engaño y la coacción (Pheterson, 2000: 128). Este paradigma señala que la mayor parte de las mujeres migrantes empleadas en el comercio sexual no fueron engañadas por quienes las transportaron hasta el país de destino (Agustín, 2007: 30); aunque, también subraya que en algunos casos las mujeres son forzadas a prostituirse (Agustín, 2007: 32).

Por otra parte, el paradigma de la opresión define a las redes de tráfico de personas como estructuras mafiosas operadas por grupos criminales (Shannon, 1997; Cobo, 2017: 154; Stafford, 2017: 188). Como contraste, el paradigma del empoderamiento rechaza que estas redes estén operadas por grupos criminales (Agustín, 2007: 28; Doezema, 2010: 138; Da Silva et al.,

2013: 378). Es más, no son los traficantes, sino las autoridades migratorias y policiales, quienes son presentadas como los principales adversarios de las mujeres en prostitución (Chapkis, 2003: 928, Lamas, 2017: 58; Doezema, 2010: 140).

Las casas de seguridad constituyen un elemento importante del funcionamiento de las redes de tráfico de migrantes que conducen a las personas durante periodos que frecuentemente se prolongan por semanas desde que dejan sus hogares hasta que llegan al país de destino. La literatura académica sobre las casas de seguridad que utilizan las redes de tráfico de migrantes es reducida. La mayor parte de las investigaciones sobre esta temática aparecen referidas al análisis de las redes chinas de tráfico de migrantes (Leman y Janssens, 2007). Los estudios monográficos sobre las casas de seguridad en el caso de la región de América del Norte son escasos (Simmons et al., 2015). La mayor parte de las investigaciones examinan esta temática de modo tangencial, y suelen describir las casas de seguridad que utilizan las redes de tráfico de migrantes como lugares lúgubres donde las personas están expuestas a situaciones violentas o donde corren el riesgo de ser violentadas (García, 2008: 140; Kyle y Scarcelli, 2009: 309; Rivas Castillo, 2011: 36; Slack, 2015: 104; Hernández, 2016: 71).

En el discurso académico encontramos tanto descripciones de las casas de seguridad que las presentan como espacios no violentos donde los migrantes recobran fuerzas para continuar su periplo hasta el punto de destino, como narraciones que las dibujan como lugares donde los migrantes sufren incontables penurias. Esto se debe a que mientras algunos migrantes no relatan conductas abusivas otros sí que las describen. Las investigaciones que examinan las casas de seguridad utilizadas por las redes de tráfico de migrantes las describen generalmente como espacios donde los migrantes

están retenidos, en ocasiones en contra de su voluntad, en una situación que no dista mucho del secuestro (Aikin Araluce y González Arias, 2017: 73; Brigden y Mainwaring, 2016: 418; Sladkova, 2016: 90; Slack, 2015: 87), donde los asaltos sexuales son rutinarios (Acharya y Salas Stevanato, 2005: 520; Simmons et al., 2015: 561; Spener, 2004: 300; Slack, 2015: 104) y donde las vidas de los migrantes pueden estar en peligro (Hernández, 2016: 71). Dentro de estos espacios las personas más vulnerables son las mujeres. Algunas investigaciones han constatado que muchas mujeres migrantes son vulnerables a la explotación sexual durante su estancia en las casas de seguridad, debido a que son forzadas a trabajar en la industria del sexo para pagar sus deudas (Finckenauer y Schrock, 2000: 2). Según Simmons et al. (2015: 552) el secuestro y la violencia sexual constituyen un nuevo y reciente fenómeno dentro de las casas de seguridad por las que transitan migrantes de México, Centroamérica y Sudamérica para llegar a Estados Unidos.

La visión maniquea de las casas de seguridad, bien como espacios donde los migrantes descansan, o bien como lugares donde son violentados, obedece a que frecuentemente las casas de seguridad de las redes de tráfico de migrantes, utilizadas para que los migrantes puedan hacer un alto en el camino y recobrar las fuerzas perdidas, no son fácilmente distinguibles de las casas de seguridad utilizadas por el crimen organizado para secuestrar y extorsionar a los migrantes (Martínez et al., 2015: 134). En este sentido, Slack (2015: 104) documentó casos de migrantes retenidos en casas de seguridad que debieron acceder a trabajar como sicarios para obtener la libertad. Finckenauer y Schrock (2000: 3) señalaron que muchos migrantes eran sometidos a un trato horrible durante su estancia en las casas de seguridad, lo que incluía violaciones, amenazas de muerte y golpizas cuando se encontraban al teléfono con sus familiares. Asimismo, Slack et al. (2011: 34) recogieron historias de

migrantes secuestrados en casas de seguridad situadas en Estados Unidos que fueron forzados a traficar con drogas.

Simmons et al. (2015: 560 y 561) distinguen entre las casas de seguridad utilizadas por redes informales de tráfico de migrantes, y aquellas utilizadas por la delincuencia organizada. Las primeras son descritas como lugares donde los migrantes descansan, son alimentados y se asean; mientras que las últimas son presentadas como lugares fortificados para prevenir que los migrantes escapen. Simmons y Téllez (2014) subrayan que a medida que los cárteles de la droga se han ido involucrando en el lucrativo negocio de la migración, las casas de seguridad se han ido transformando en espacios de detención involuntaria donde los migrantes son retenidos en condiciones similares a la esclavitud. Las casas de seguridad descritas por las mujeres centroamericanas entrevistadas se asemejaban más a aquellas utilizadas por redes informales de tráfico de migrantes, que a las usadas por la delincuencia organizada.

Por otra parte, lo que Simmons et al. (2015: 560) definen como redes informales de tráfico de migrantes, Mestries Benquet (2003: 137) lo dividen en dos tipos de redes: las redes de paisanaje con coyotes<sup>1</sup> conocidos y las redes de enganchadores que operan con polleros<sup>2</sup> para reclutar a trabajadores para las fábricas norteamericanas. Las primeras trabajan para las redes sociales de los migrantes y las últimas para empleadores estadounidenses. Las redes de

---

<sup>1</sup> La palabra “coyote”, un concepto traído por los migrantes de la región migratoria tradicional del interior de México (Alonso Meneses, 2010: 28), constituye el vocablo más usado para designar a quienes facilitan la entrada clandestina a los Estados Unidos. También es el más antiguo, ya que su uso puede retrotraerse hasta los años veinte.

<sup>2</sup> El término “pollero” surgió en la frontera décadas más tarde. Según Spener (2014: 84) este concepto es originario de El Paso-Ciudad Juárez; aunque Alonso Meneses (2010: 27) señala que surgió en Tijuana. Este concepto se ha extendido rápidamente hasta el interior y sur de México y es comúnmente utilizado por la prensa (Spener, 2014: 84).

tráfico sexual funcionan de modo similar a como lo hacen las redes de enganchadores que operan con polleros que reclutan a trabajadores para empleadores estadounidenses.

Las mujeres centroamericanas transportadas por redes que transitan por México y las conducen hasta Estados Unidos para ser empleadas en el comercio sexual, pasan al menos por tres casas de seguridad antes de llegar al lugar de destino en los Estados Unidos. Una primera parada para descansar, reposar y recuperar fuerzas suelen realizarla en el interior de México (García Vázquez et al., 2007: 108); una segunda pausa siempre la realizan en una ciudad fronteriza mexicana (Marroni y Meneses, 2006: 16; O'Leary, 2009: 30; Stoll, 2010: 128), y la última parada suelen realizarla en una casa de seguridad situada en territorio estadounidense, en un espacio no muy distante de la frontera (Mestries Benquet, 2006: 275; Brigden y Mainwaring, 2016: 420). La casa de seguridad donde permanecen más tiempo es la última, que se encuentra en Estados Unidos. Muchas de las mujeres transportadas por redes de tráfico sexual permanecen allí hasta que su patrón envía a un encargado para que las recojan. Generalmente, este último debe realizar un pago a la red que transportó a la mujer hasta Estados Unidos.

### **Metodología.**

Esta investigación está fundamentada en un enfoque metodológico cualitativo. Este estudio analiza una población oculta de difícil accesibilidad; por lo tanto, el único procedimiento viable para seleccionar la muestra fue el muestreo intencional. El procedimiento utilizado para seleccionar a las entrevistadas fue el muestreo en cadena, y la técnica utilizada para el acopio del material discursivo fue la entrevista cualitativa. Las entrevistas fueron realizadas con una guía cuyo contenido fue acomodándose a la especificidad

de las experiencias de las entrevistadas. Esta guía tuvo un formato flexible y abierto, de modo que el contenido de la misma fue acoplándose a los nuevos datos que emergieron del contacto con la realidad empírica.

Entre los años 2015 y 2017 fueron entrevistadas 65 mujeres centroamericanas que habían sido transportadas por redes de tráfico sexual en una o más ocasiones desde sus países de origen hasta México o Estados Unidos. Las entrevistas se realizaron en cuatro estados mexicanos situados en la ruta del golfo (Coahuila, Nuevo León, Tamaulipas, Veracruz y Tabasco), ya que este espacio constituye el principal pasaje de transmigrantes centroamericanos que se dirigen a Estados Unidos (Casillas, 2008: 167; Martínez, 2010: 106; Izcará Palacios, 2015; Andrade Rubio, 2016).

La recopilación de información se extendió hasta haber saturado todo el campo de hablas en torno al objeto de estudio. Más de un tercio de las entrevistas se realizaron en Nuevo León, una cuarta parte se realizaron en Tamaulipas, una quinta parte en Veracruz, y en Coahuila y Tabasco fueron realizadas diez y dos entrevistas respectivamente (véase la tabla 1). Por otra parte, el 40 % de las entrevistadas procedían de Guatemala, el 29.2 % de Honduras, el 20 % del Salvador, el 9.2 % de Nicaragua y una procedía de Belice (véase la tabla 2).

**Tabla 1.**  
Lugar donde fue realizado el trabajo de campo

	Nuevo León	Tamaulipas	Veracruz	Coahuila	Tabasco	Total
n	24	16	13	10	2	65
%	36.9	24.6	20.0	15.4	3.1	100

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recopilados en las entrevistas.

**Tabla 2.**  
País de procedencia de las entrevistadas

	Guatemala	Honduras	El Salvador	Nicaragua	Belice	Total
n	26	19	13	6	1	65
%	40.0	29.2	20.0	9.2	1.6	100

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recopilados en las entrevistas.

El trabajo de campo se realizó de acuerdo con los lineamientos propuestos por la Organización Mundial de la salud para investigar este tipo de población (Zimmerman y Watts, 2003). A las entrevistadas se les explicaron las precauciones que serían tomadas para proteger su identidad y la confidencialidad de sus datos personales. Asimismo, fueron informadas de que no tenían que dar sus nombres ni el de su lugar de nacimiento, y las entrevistas fueron identificadas a través del uso de códigos (Zimmerman y Watts, 2003: 18). Se explicó a las entrevistadas el contenido, el propósito y el uso de las entrevistas; así como su derecho a no responder a ciertas preguntas o a concluir la entrevista (Zimmerman y Watts, 2003: 4 y 19). Las entrevistadas no recibieron ningún pago, ya que esto podría afectar la veracidad de los relatos recogidos; ni se realizó ningún pago para acceder a las entrevistadas (Zimmerman y Watts, 2003: 20). En las entrevistas no se expresaron juicios negativos sobre las decisiones o acciones de las entrevistadas, ni se plantearon cuestiones que provocasen una fuerte reacción emocional (Zimmerman y Watts, 2003: 23). Por otra parte, el Comité de ética de la investigación del Cuerpo Académico “Migración, desarrollo y derechos humanos” de la Universidad Autónoma de Tamaulipas aprobó el diseño metodológico de esta investigación (Universidad Autónoma de Tamaulipas [UAT], 2009).

### **Descripción de las casas de seguridad.**

Las casas de seguridad utilizadas por las redes de tráfico de migrantes son descritas en la literatura académica como lugares decrepitos (Ray, 2018: 12) cerrados, inconfortables y poco espaciosos, caracterizados por el hacinamiento (Brigden y Mainwaring, 2016: 418; Sladkova, 2016: 90). Como contraste, muchas de las entrevistadas describían las casas de seguridad en términos ligeramente positivos. Ellas afirmaban que las casas de seguridad eran casas normales, similares a las del resto del vecindario donde estaban situadas. Los adjetivos calificativos utilizados con más frecuencia por las entrevistadas hacían referencia a la limpieza o amplitud de las casas y a la idoneidad de estas viviendas para descansar. Frecuentemente las entrevistadas utilizaban adjetivos como: limpias, bonitas, grandes o buenas, para describir y calificar estos espacios. A lo largo del relato de las entrevistadas abundaban expresiones como: “Estaban solas, pero limpias; para cuando se llegaba a descansar” (Migrante hondureña de 26 años de edad); “Era una casa muy bonita, grande y limpia. Ahí pudimos descansar bien antes de pasar” (Migrante guatemalteca de 26 años de edad); “Eran lugares seguros, limpios, buenos para descansar. Estaba bien el lugar de allá, del norte, y de aquí, de México, también estaba bien, no tuve problemas ahí en esos lugares” (Migrante hondureña de 20 años de edad) o “Eran casas buenas, limpias, había quién las habitaba y cuidaba de ellas, ahí descansé” (Migrante salvadoreña de 26 años de edad).

Muchas de las entrevistadas tenían una imagen relativamente favorable de las casas de seguridad utilizadas por las redes de tráfico sexual. Algunos estudios han señalado que la comida que los traficantes dan a los migrantes reclusos en casas de seguridad es horrible (Brigden y Mainwaring, 2016: 420) o han subrayado la escasez o falta de alimentos recibidos por los migrantes durante el tiempo que permanecen en las casas de seguridad (Slack, 2015: 104).

Por el contrario, otras investigaciones han constatado la provisión regular de agua y alimentos en estas casas de seguridad (Sánchez, 2016: 13). El elemento que primero llegaba a la memoria de las entrevistadas cuando describían las casas de seguridad era la comida. Durante el trayecto las mujeres sufren enormes penalidades. Frecuentemente viajan por horas escondidas en vehículos donde apenas tienen movilidad y el aire que respiran es sofocante. Los traficantes las conducen por caminos y terrenos poco transitados donde casi siempre pasan hambre y sed; pero no pueden hacer un alto para reponer fuerzas. Por lo tanto, las mujeres ansían llegar a las casas de seguridad para saciar su hambre. Algunas se quejaban de la escasez de la comida. Como decía una mujer salvadoreña de 21 años de edad: “Me daban mi comida completa; pero si no completaba, que me quedara hambre, ya no me daban más”. Pero, la mayor parte de las entrevistadas mostraban cierta satisfacción. Esto aparecía reflejado en expresiones como: “Ahí llegué a comer, y fue donde llegué a comer bien, porque antes no comía bien; nada más para estar pasando el día” (Migrante guatemalteca de 25 años de edad); “Era donde comía bien, porque antes cuando viajaba no lo hacía bien” (Migrante salvadoreña de 26 años de edad) o “Ahí sí me dieron bien de comer” (Migrante guatemalteca de 24 años de edad).

Durante el trayecto a las mujeres les resulta difícil alimentarse porque deben esconderse de las autoridades y esquivar a la delincuencia organizada. Aunque la escasez de ingesta de alimentos durante el tránsito hasta el norte no obedece únicamente a la necesidad de pasar desapercibidas; sino también a la falta de recursos económicos. Algunas de las entrevistadas no pudieron comprar comida durante el trayecto porque no tenían dinero. Como señalaba una mujer guatemalteca de 22 años de edad: “no llegaba a comer porque era

gastar y no tenía para gastar, más que para pagar al pollero, iba bien recortada de dinero”.

Frente a la dureza de caminar durante días, o de viajar escondidas en remolques, camiones u otro tipo de vehículos, las casas de seguridad eran descritas como un oasis donde las mujeres podían relajarse durante uno o más días. Algunos estudios describen las casas de seguridad como lugares tan hacinados que a los migrantes les es difícil descansar, ya que carecen de espacios donde poder recostarse debido al elevado número de personas que son retenidas en lugares tan reducidos (Sladkova, 2016: 90 y 91). Como contraste, muchas de las entrevistadas resaltaban la idea de que las casas de seguridad eran espacios donde pudieron recuperarse del cansancio experimentado durante el trayecto. Esto aparecía reflejado en expresiones como: “Me trataban bien; ahí me atendieron bien, no tuve problemas. Ahí estuvo todo bien porque ahí llegué a descansar mucho muy bien” (Migrante salvadoreña de 26 años de edad); “Eran casas acondicionadas para descansar, había camas donde descansar, y donde hacer de comer (...) Me fue bien; ahí nos trataron bien” (Migrante guatemalteca de 19 años de edad) o “Me fue bien porque descansé y comí, porque antes no lo había hecho, estaba nada más viajando” (Migrante salvadoreña de 25 años de edad).

Algunas de las entrevistadas se encontraban tan satisfechas con el trato recibido en las casas de seguridad, que comparaban esta experiencia con la de estar en sus propias casas. Como decía una mujer nicaragüense de 27 años de edad: “Me fue muy bien; ahí no tenía problemas, ahí descansaba como en mi casa. Todo era bueno y tranquilo, había confianza”. Algunas de las entrevistadas señalaban que en las casas de seguridad no solo comieron y durmieron; sino que también pudieron bañarse. Una mujer salvadoreña de 26 años de edad señalaba: “Ahí me dieron que comiera, me dejaron descansar y

hasta bañarme. Ya tenía días que no me bañaba, y ahí lo hice con confianza”, o como decía una mujer nicaragüense de 24 años de edad: “Ahí llegamos a comer, a dormir, descansar, y me bañé, era como estar en casa”. La idea de que pudieron bañarse sin temor a ser espiadas o agredidas por los traficantes u otras personas que administraban las casas, generaba en algunas de las entrevistadas un sentimiento de seguridad similar al que experimentaban cuando se encontraban en el propio hogar.

No todas las entrevistadas describían en términos positivos su estancia en las casas de seguridad. Algunas se quejaban de la falta de higiene y del mal olor. Otras describían las casas de seguridad como lugares austeros, frugales e incómodos, donde no había muebles, y por lo tanto tenían que dormir en el suelo. Otras se quejaban de la situación de hacinamiento que padecían en las casas de seguridad. El amontonamiento de personas y el sofocamiento generado por las elevadas temperaturas que se alcanzaban en el interior de estas viviendas constituía la principal incomodidad. Como señalaba una mujer hondureña de 25 años de edad: “Hacía calor, no se aguantaba el calor que ahí se sentía, y más se llegaba a sentir por el montón de personas que ahí estábamos”, o como afirmaba una mujer hondureña de 21 años de edad: “Eran casas muy chicas donde llegamos; apenas y no había espacio. Ahí estuvimos amontonados”. Aunque, incluso en estas circunstancias, las entrevistadas tendían a valorar de forma ligeramente positiva el trato que recibieron en estos espacios.

### **Las situaciones de riesgo padecidas en las casas de seguridad.**

Las casas de seguridad eran descritas por muchas de las entrevistadas como lugares de refugio. Frente al temor experimentado durante el trayecto, las casas de seguridad frecuentemente eran descritas como lugares donde se

encontraban resguardadas. Como decía una mujer hondureña de 20 años de edad: “El miedo ya lo había sentido antes, y se siente gacho. Ahí en las casas, estaban tranquilas”. Sin embargo, no todas las entrevistadas sintieron sosiego y tranquilidad en estos lugares. Algunas manifestaron sentimientos de temor cuando estuvieron recluidas en las diferentes casas de seguridad por las cuales transitaron antes de llegar al norte. La presencia de desconocidos, de personas que no hablaban su mismo idioma, o encontrarse en viviendas deshabitadas, generaba en algunas de las entrevistadas ciertos sentimientos de temor e inquietud. Algunas, a pesar del cansancio, no podían conciliar el sueño. En las entrevistas aparecían expresiones como: “un poco siempre se tiene miedo, porque no se sabe qué venga, qué pase en esos lugares, sí tenía miedo, un poco” (migrante guatemalteca de 26 años de edad); “sí tenía miedo, un poco, porque eran casas solas, que no había más familia, sentía así miedo, no dormía muy confiada” (migrante hondureña de 21 años de edad); “era desconocido para mi ese lugar, tenía miedo porque ya iba a pasar al norte y me daban nervios de miedo” (migrante guatemalteca de 19 años de edad); “(sentía) un poco de miedo porque no conocía a la gente que ahí estaba” (migrante guatemalteca de 23 años de edad) o “todo el tiempo tenía miedo ahí en ese lugar y en los demás que pasaba, porque no sabía qué iba a pasar conmigo, porque me estaban llevando lejos de mi país” (migrante nicaragüense de 20 años de edad).

En muchos casos el temor que sentían las entrevistadas no obedecía a la presencia de conductas violentas, al trasiego de drogas, o a la presencia de hombres armados; sino a la posibilidad de que estas casas pudiesen ser descubiertas por las autoridades policiales o por la delincuencia organizada (Izcara Palacios, 2017b). Cuando las autoridades policiales o migratorias descubren una casa de seguridad y detienen a los traficantes que operan en

estos espacios, estas actuaciones suelen ser calificadas como operativos de rescate de víctimas. Sin embargo, el principal temor de las entrevistadas no eran los traficantes, sino las autoridades migratorias o policiales, que terminarían deportándolas a sus países. Una mujer salvadoreña de 28 años de edad, que en noviembre de 2002 fue transportada por una red de tráfico sexual hasta Nevada y permaneció allí hasta que fue deportada en abril de 2012, después de pasar medio año con su familia volvió a contratar a una red de tráfico sexual para retornar a Nevada. Su patrón desde Nevada había financiado su traslado; pero en noviembre de 2012 el grupo de mujeres transportado por la red fue descubierto en Sonora, y ellas fueron rescatadas y deportadas a sus países. La entrevistada calificaba de la siguiente forma la experiencia de haber sido rescatada por las autoridades migratorias mexicanas:

“La migra de México me deportó de Sonora, fuimos según ellos rescatadas (...) Nos deportaron estando en la frontera, fueron mierdas, porque nos podían haber dejado allá que pasáramos y no fue así, nos regresaron”.

Una amenaza más seria que las autoridades eran los cárteles de la droga, ya que cuando estas organizaciones se llevan a una mujer, muchas veces se pierde su paradero (Estévez, 2012: 37; Calleros Alarcón, 2013: 324; Willers, 2016: 177). Muchas de las entrevistadas describían a los traficantes como sus protectores; mientras que las autoridades y los cárteles de la droga eran presentados como el enemigo a quien temían y de quien se escondían.

Los traficantes son presentados en el discurso oficial (*House Committee on Homeland Security* [HCHS], 2006: 18; Comisión Nacional de Derechos Humanos [CNDH], 2009: 15), en los medios de comunicación (Hernández, 2016: 71; Sanford et al., 2016: 148), y también en una parte importante del discurso académico (Woo Morales, 2004: 74; Mestries Benquet, 2003: 137;

Asakura y Torres Falcón, 2013: 82; Terrón Caro et al., 2014: 146) como la mayor amenaza para las mujeres migrantes. Como contraste, para las entrevistadas las autoridades migratorias y policiales constituían el adversario de quien buscaban escapar. Paradójicamente, algunas de las entrevistadas señalaban que sentían sosiego en las casas de seguridad porque a su lado se encontraban los traficantes. Las mujeres centroamericanas asociaban el término seguridad con la idea de estar protegidas tanto de las autoridades policiales y migratorias como de los grupos delictivos. Los traficantes no eran descritos como una amenaza; sino como alguien que les infundía seguridad. Esta idea aparecía reflejada en expresiones como: “no tenía miedo porque sabía que estaba con el pollero” (migrante guatemalteca de 21 años de edad); “no tenía miedo porque confiaba en el pollero” (migrante guatemalteca de 22 años de edad); “estaba con el pollero que me llevaba, por eso estaba bien, sin miedo” (migrante hondureña de 19 años de edad) o “me fue bien porque el pollero estaba presente en todo momento, no se marchó para dejarnos solas” (migrante salvadoreña de 24 años de edad).

Algunas investigaciones han documentado la presencia de drogas y armas en las casas de seguridad utilizadas por las redes de tráfico de migrantes (Slack y Whiteford, 2010: 92; Slack, 2015: 104 y 2016: 276; Hernández, 2016: 71; Simmons et al., 2015: 561), lo que implica que los mismos grupos que trafican con drogas lo hacen con personas (Malarek, 2005: 47; Shelley, 2012: 242). Como contraste, en esta investigación no se encontraron indicios de la presencia de armas o drogas en estos espacios. Las mujeres centroamericanas insistían que en las casas de seguridad únicamente había migrantes que deseaban llegar al norte. En los relatos de las entrevistadas abundaban expresiones como: “no llegué a saber si había armamento; pero creo que no, porque ahí eran los lugares donde llegaba el pollero y él no trabajaba con

drogas ni con nada más que no fueran personas” (migrante guatemalteca de 21 años de edad); “no llegué a ver nada de drogas o armas” (migrante guatemalteca de 22 años de edad); “no (había armas o drogas) nada más estaban más personas que igual, iban al norte” (migrante guatemalteca de 19 años de edad), o “lo que había era más personas que iban al norte, sí había más de cien personas; era lo que había, gente que iba al norte, pero drogas, armas, no vi” (migrante guatemalteca de 24 años de edad).

Las entrevistadas describían el tráfico sexual como una actividad diferente al narcotráfico, menos riesgosa. Una mujer guatemalteca de 26 años de edad señalaba: “los polleros y los que pasan drogas no son iguales”. Las mujeres centroamericanas desconocían si en las casas de seguridad donde descansaron podría haber escondidas armas o drogas; pero, pensaban que no. El razonamiento de las entrevistadas era el siguiente: el tráfico sexual no es un negocio violento como el narcotráfico, y esconder armas o drogas en las casas de seguridad utilizadas por estas redes podría llamar la atención de las autoridades policiales, que desalojarían estos lugares. Esto dificultaría que las redes de tráfico sexual pudiesen operar. Como señalaba una mujer hondureña de 19 años de edad: “No llegué a ver si había (armas o drogas); creo que no, porque tener drogas o armas es más peligroso y la policía se puede dar cuenta y entonces sí, que llegue la policía”.

Aunque dos de las entrevistadas señalaron que en una de las casas de seguridad donde estuvieron alojadas presenciaron situaciones que las hicieron sospechar de la existencia de narcóticos. Una mujer guatemalteca de 20 años de edad, cuando se encontraba en una casa de seguridad cercana al territorio fronterizo con Estados Unidos pudo ver paquetes que parecía que contuviesen drogas. Ella señalaba: “Llegué a ver cosas sospechosas, como paquetes; pero no sé si serían drogas, no lo supe”. Asimismo, una mujer

hondureña de 21 años de edad presenció un comportamiento extraño en algunas de las personas que se encontraban con ella en la casa de seguridad. Señalaba que estas personas no tenían el perfil de migrantes laborales que buscaban llegar a los Estados Unidos. Ella decía: “Las personas que ahí estaban eran raras, sospechosas, como que llegaban a cuidarse de alguien”.

La literatura académica ha alertado sobre el riesgo de las mujeres recluidas en casas de seguridad a padecer asaltos sexuales (Acharya y Salas Stevanato, 2005: 520; Spener, 2004: 300; Slack, 2015: 104) o a ser explotadas sexualmente (Simmons et al., 2015: 552; Finckenauer y Schrock, 2000: 2). Dos de las entrevistadas reportaron este tipo de incidentes, lo que implica que en algunas casas de seguridad las mujeres son víctimas de trata con fines de explotación sexual. Es decir, un esquema inicialmente de tráfico se transforma más adelante en otro de trata. Este tipo de casas de seguridad, manejadas por organizaciones criminales, se caracterizan por estar férreamente vigiladas por hombres armados que impiden que las mujeres puedan salir.

Como señalaba una mujer guatemalteca de 20 años de edad: “Ahí había hombres o mujeres que cuidaban de que no escapara nadie del lugar. En esos lugares había más personas que las tenían aseguradas para que estuvieran ahí mismo, todo estaba cuidado para no escapar del lugar”. A este tipo de casas llegan mujeres transportadas por un tratante a quién pagaron una alta tarifa para ser conducidas a Estados Unidos. Por el contrario, son retenidas a la fuerza, violentadas y explotadas sexualmente hasta que terminan de pagar una deuda ficticia que ellas no contrajeron.

“Llegué con el pollero, era una casa; ahí llegaban polleros con personas. Yo había pagado hasta aquí a xxx, me dejó y me quedé. De ahí me iba a ir. Cuando me quise ir, a los dos días

de que el pollero se fue, me dijeron que no me podía ir porque tenía deuda que el pollero no había pagado, y que tenía que trabajar, que me iban a llevar a trabajar, y fue cuando me llevaron a la prostitución. Es algo feo que cuando no se quiere es feo. Así como yo, había más mujeres que les cobraban lo que ya habían pagado” (migrante salvadoreña de 21 años de edad).

### **La compraventa de mujeres en las casas de seguridad.**

Muchas de las mujeres conducidas por las redes de tráfico sexual tienen experiencia en el comercio sexual y buscan trabajar en esta actividad en Estados Unidos, debido a los elevados salarios (Izcara Palacios et al., 2017: 77). Pero otras, sobre todo las que son conducidas por primera vez hasta el país del norte, desconocen que serán prostitutas (véase la tabla 3). La últimas generalmente no descubren que fueron engañadas hasta que un patrón estadounidense las adquiere en una casa de seguridad situada en Estados Unidos, y las conduce hasta el establecimiento donde serán prostitutas (Izcara Palacios y Andrade Rubio, 2018: 87).

**Tabla 3.**

Modo como las redes de tráfico sexual condujeron a las mujeres entrevistadas

		n	%
Primer trayecto de las entrevistadas	La mujeres sabían que trabajarían en la prostitución y buscaban trabajar en el comercio sexual.	23	35.4
	Fueron conducidas mediante alguna forma de engaño. Deseaban emigrar a Estados Unidos; pero pensaban que trabajarían en otra actividad.	24	36.9

	No deseaban emigrar a Estados Unidos, pero fueron conducidas de modo violento.	3	4.6
	No fueron transportadas por redes de tráfico sexual.	15	23.1
	Total	65	100
Trayectos posteriores de las entrevistadas	Buscaban trabajar en el comercio sexual.	74	86.1
	Fueron abandonadas por los traficantes.	8	9.3
	No viajaron conducidas por traficantes.	4	4.6
	Total	86	100

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recopilados en las entrevistas.

El punto de destino de las mujeres centroamericanas conducidas por las redes de tráfico sexual es generalmente una casa de seguridad situada en una población fronteriza estadounidense. Aunque algunas redes conducen a las mujeres directamente hasta el lugar de destino (un bar, hotel, casino, etc.), donde son inducidas a la prostitución, sin realizar ninguna parada en una casa de seguridad dentro del territorio estadounidense.

Usualmente los migrantes son retenidos en las casas de seguridad situadas en territorio estadounidense hasta que alguien paga por ellos (Simmons et al., 2015: 553). Cuando el migrante es depositado en la última casa de seguridad, que está localizada en Estados Unidos, éste no podrá abandonarla hasta que haya terminado de pagar la tarifa correspondiente. Estas tarifas son pagadas en ocasiones por familiares; pero es más frecuente que sean abonadas por empleadores, que después descontarán a los migrantes del pago semanal recibido.

La literatura académica tiende a señalar que la situación de los migrantes en esta última casa de seguridad es la de rehenes que están privados de libertad hasta que alguien paga su rescate, de modo que muchas veces el importe de este pago es superior a lo que inicialmente se acordó (Slack, 2015: 87; Sladkova, 2016: 93). Las mujeres deben esperar algunos días hasta que un

patrón las adquiere. Las entrevistadas hacían referencia al trasiego de traficantes que conducían migrantes hasta las casas de seguridad situadas en territorio estadounidense, y al arribo de patronos que buscaban contratar a quienes llegaban. Esto aparecía reflejado en expresiones como: “ahí llegaban polleros con gente; pero llegaban los patronos, o quienes les iban a dar trabajo, y se las llevaban” (migrante guatemalteca de 23 años de edad) o “llegaban polleros y dejaban a quienes llevaban, de ahí las acomodaban en los trabajos según quisieran llevarlas a trabajar” (migrante hondureña de 20 años de edad).

Algunas mujeres van destinadas a un patrón determinado, y su estancia en las casas de seguridad tiene el único propósito de descansar y reponer fuerzas para continuar el recorrido hasta el lugar de destino. Esto aparecía reflejado en expresiones como: “yo ya iba tratada desde México, ya sabía en donde iba a trabajar, ya lo habíamos hablado tiempo antes” (migrante hondureña de 20 años de edad); “por mí no llegaron a ir porque cuando yo iba, pues, gracias a Dios que ya tenía donde iba a trabajar” (migrante nicaragüense de 24 años de edad); “cuando llegué ya fueron por mí porque ya me habían conseguido el trabajo” (migrante guatemalteca de 26 años de edad) o “no fue nadie a buscarme porque me llevaban para un lugar a trabajar, ya me había dicho el patrón de México en qué iba a trabajar” (migrante de Belice de 23 años de edad).

En otros casos las mujeres esperan hasta que un patrón estadounidense las escoge y se las lleva. Algunas de las entrevistadas describían la llegada a las casas de seguridad de patronos que tenían negocios de prostitución como una compra-venta, ya que debían pagar a las redes de tráfico sexual un monto por llevárselas. Esto aparecía reflejado en expresiones como: “llegué a escuchar que había patronos que ofrecían más por las mujeres que llevaban; es como si las quisieran comprar” (migrante guatemalteca de 20 años de edad) o “sí miré

que llegaron patrones hombres que buscaban a personas que, como yo, habíamos llegado; se llevaron nada más a una que ahí compraron, porque pagaron por ella, querían a más, pero no les permitieron más, yo escuchaba cuando hablaban de querer más chicas de las que habíamos llegado” (migrante nicaragüense de 20 años de edad).

Los pagos que realizan los patrones son adicionales a las tarifas pagadas por las mujeres a los traficantes por conducirlos desde Centroamérica hasta Estados Unidos. Muchas de las mujeres conducidas por redes de tráfico sexual, sobre todo las de más edad, deben realizar un pago “ex ante” a los traficantes; pero esto no significa que cuando ellas lleguen al lugar de destino se encuentren libres de deudas (Izcara Palacios, 2015: 56). Todas las mujeres adquieren algún tipo de deuda con los patrones estadounidenses. Las mujeres más atractivas y de menos edad adquieren deudas más elevadas porque los traficantes no suelen cobrarles ninguna tarifa por ser transportadas hasta Estados Unidos (Izcara Palacios y Andrade Rubio, 2016: 191). En algunos casos los traficantes adelantan a los padres de las menores una parte de lo que ganarán en Estados Unidos, por lo que la deuda de las últimas se ensancha.

Como contraste, las mujeres de mayor edad y menor atractivo físico adquieren deudas inferiores, ya que los traficantes no las conducen a Estados Unidos si no pagan de antemano una elevada tarifa. Esta deuda finalmente será descontada de los primeros salarios cobrados por las mujeres. En muchos casos estos descuentos concluyen después de unas semanas o meses de trabajo, pero en otros pueden prolongarse durante años. Como señalaba una mujer salvadoreña de 26 años de edad: “Enseguida que estaba trabajando el patrón me dice: te vamos a pagar menos de lo acordado por los gastos que se hicieron del viaje, y así pagué por mucho tiempo. Unos dos años me pagaban menos de lo que me estaban pagando”.

Las transacciones económicas realizadas por los patrones estadounidenses en las casas de seguridad donde son conducidas las mujeres generalmente se realizan fuera de la vista de estas últimas. Por lo tanto, aunque las últimas saben que los primeros realizaron un pago por ellas, éstas desconocen a cuánto asciende dicho desembolso. Como decía una mujer guatemalteca de 20 años de edad: “Me llevó un patrón a que trabajara, me ofreció el trabajo y yo fui con él. Era amigo del pollero, el pollero lo conocía; por lo menos fue lo que me dijo el pollero, que iba a estar bien todo lo que hiciera con ese patrón, porque era buen hombre (...) No llegué a saber a qué arreglo llegaron entre el patrón y el pollero y el encargado de donde estaba”. Sin embargo, algunas de las entrevistadas sí que presenciaron las transacciones económicas que realizaron sus patrones para adquirirlas en la última casa de seguridad donde se encontraban. Ellas desconocían el monto exacto de la transacción; pero sí que presenciaron la entrega de dinero por parte de los patrones para la compra de las primeras.

“Cuando yo me fui con el patrón, el patrón que me llevó sí pagó por llevarme con él. El patrón llegó a pagar. No sé si los demás patrones llegaban a pagar (...) pero sí estoy segura que cuando me fui con el patrón, pagó por llevarme. Eso aparte de lo que había pagado yo porque me llevaran. Todo es negocio” (migrante guatemalteca de 21 años de edad).

“No supe cuánto pagaría. Lo que sí sé fue que pagó; pero no sé de cuánto sería el pago porque no había la confianza de platicar” (migrante salvadoreña de 26 años de edad).

## Conclusión

Durante el tránsito desde Centroamérica hasta Estados Unidos las redes de tráfico sexual utilizan diferentes casas de seguridad donde las mujeres descansan y reponen fuerzas hasta llegar al lugar de destino. Algunas de las entrevistadas vieron que en estas casas había paquetes que podrían contener narcóticos, mientras que otras sufrieron abusos de carácter sexual y fueron prostituidas para pagar una deuda que ya habían saldado. Sin embargo, estos casos eran excepcionales. La mayor parte de las mujeres entrevistadas no sufrieron agresiones sexuales, y describieron su experiencia en estos lugares en términos relativamente positivos. Esto podría obedecer a las bajas expectativas que tenían cuando se embarcaron en un trayecto tan peligroso. En comparación con el sufrimiento que estaban dispuestas a tolerar para llegar a Estados Unidos su experiencia en las casas de seguridad no les pareció tan angustiada como esperaban.

Muchas de las entrevistadas manifestaron haber sentido temor dentro de las casas de seguridad. Pero este temor usualmente no emanaba de la presencia amenazante de traficantes, sino de la posibilidad de que estos lugares pudiesen ser descubiertos por las autoridades migratorias o policiales, o por los cárteles de la droga. Paradójicamente algunas de las entrevistadas solían valorar de modo positivo que los traficantes se encontrasen con ellas dentro de las casas de seguridad, ya que más que infundirles temor, su presencia les inducía seguridad.

En conclusión, los resultados de esta investigación son más cercanos al paradigma del empoderamiento, que diferencia el tráfico de mujeres para el comercio sexual de la trata de personas con fines de explotación sexual, y describe el trabajo sexual como la opción más atractiva desde el punto de vista

económico para algunas mujeres migrantes; aunque muchas mujeres, sobre todo aquellas que son conducidas por primera vez a Estados Unidos, son engañadas y forzadas a prostituirse.

## Referencias

- Acharya, A. K. y Salas Stevanato, A. (2005). Violencia y tráfico de mujeres en México: una perspectiva de género. *Estudios Feministas*, 13(3), 507-524.
- Agustín, L. (2006). The disappearing of a migration category: Migrants who sell sex. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 32 (1): 29-47.
- Agustín, L. (2007). *Sex at the margins. Migration, labour markets and the rescue industry*. New York: Zed Books.
- Aikin Araluce, O. y González Arias, A. (2017). La condición de vulnerabilidad de los migrantes en tránsito por la ruta del Occidente de México. Una propuesta de categorización. *Carta Económica Regional*, 29(120), 67-81.
- Alonso Meneses, G. (2010). De migras, coyotes y polleros. El argot de la migración clandestina en la región de Tijuana-San Diego. *OGIGLA*, 8: 15-31.
- Andrade Rubio, K. L. (2016). Víctimas de trata: mujeres migrantes, trabajo agrario y acoso sexual en Tamaulipas. *CienciaUAT*, 11(1), 22-36.
- Asakura, H. y Torres Falcón, M. (2013). Migración femenina centroamericana y violencia de género: pesadilla sin límites. *Zona Franca. Revista del Centro de Estudios Interdisciplinario sobre Mujeres*, 22, 75-86.
- Barry, K. (1979). *Female sexual slavery*. New York: New York University Press.
- Brigden, N. y Mainwaring, C. 2016. Matryoshka Journeys: Im/mobility during Migration. *Geopolitics* 21(2), 407-434.
- Calleros Alarcón, J.C. (2013). Seguridad pública y seguridad humana en la migración indocumentada de tránsito por México. *Foro Internacional*, 53(2), 317-336.
- Casillas, R. (2008). Las rutas de los centroamericanos por México: un ejercicio de caracterización, actores principales y complejidades. *Migración y Desarrollo*, 10, 157-174.

- Chapkis, W. (2003). Trafficking, migration and the Law. Protecting innocents, punishing migrants. *Gender & Society*, 17(6), 923-937.
- CNDH (2009). Informe especial sobre los casos de secuestro en contra de migrantes. México, DF, 15 de junio. <http://www.cndh.org.mx/INFORMES/Especiales/infEspSecMigra.pdf>.
- Da Silva, A.P., Blanchette, T.G. y Bento, A.R. (2013). Cinderella deceived. Analyzing a Brazilian myth regarding trafficking in persons. *Vibrant*, 10(2), 377-419.
- Doezema, J. (2010). *Sex slaves and discourse masters. The construction of trafficking*. New York: Zed Books.
- Estévez, A. (2012). La violencia en México como crisis de derechos humanos: las dinámicas violatorias de un conflicto inédito. *Contemporánea. Revista de Sociología UFScar*, 2(1), 21-44.
- Farley, M. (2004). Bad for the body, bad for the heart: prostitution harms women even if legalized or decriminalized. *Violence against women*, 10(10): 1087-1125.
- Finckenauer, J. O. y Schrock, J. (2000). Human trafficking: A growing criminal market in the US. *Human Trafficking: Data and Documents*, 14. Disponible en: <https://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://scholar.google.es&httpsredir=1&article=1013&context=humtraffdata>
- García, M. (2008). Dimensiones simbólicas de la inmigración indocumentada. Rituales de paso de “norteños” y “norteñas” nahuas del sur de México hacia Estados Unidos. *Norteamérica*, 3(1), 121-151.
- García Vázquez, N.J., Gaxiola Baqueiro, E.G. y Guajardo Díaz, A. (2007). Movimientos transfronterizos México-Estados Unidos: Los polleros como agentes de movilidad. *CONjines* 3/5, 101-113.
- HCHS. (2006). A Line in the Sand: Confronting the Threat at the Southwest Border. Subcommittee on Investigations. <http://www.house.gov/sites/members/tx10mccaull/pdf/Investigaions-Border-Report.pdf>.
- Hernández, O. M. (2016). Riesgos en la migración irregular de menores mexicanos a Estados Unidos. *Norteamérica* 11(2), 63-83.

- Izcara Palacios, S.P. (2014). La contracción de las redes de contrabando de migrantes en México. *Revista de Estudios Sociales*, (48), 84-99.
- Izcara Palacios, S.P. (2015). Los transmigrantes centroamericanos en México. *Latin American Research Review*, 50(4), 49-68.
- Izcara Palacios, S.P. (2017a). Prostitution and Migrant Smuggling Networks Operating between Central America, Mexico, and the United States. *Latin American Perspectives*, 44(6), 31-49.
- Izcara Palacios, S.P. (2017b). El coyotaje visto desde la mirada de mujeres migrantes centroamericanas. *Perfiles latinoamericanos*, 25(49), 77-95.
- Izcara Palacios, S.P. (2017c). Contrabando de migrantes y demanda laboral. *Andamios*, 14(35), 359-378.
- Izcara Palacios, S.P. (2018). Los empleadores estadounidenses y la migración irregular. *CienciaUAT*, 12(2), 90-103.
- Izcara Palacios, S.P. (2019). Migración y trata en América del Norte. *Revista de Estudios Sociales*, (67), 87-100.
- Izcara Palacios, S.P. y Andrade Rubio, K.L. (2016). La deportación de mujeres centroamericanas víctimas de trata. *Papeles de Población*, 22(90), 173-196.
- Izcara Palacios, S.P. y Andrade Rubio, K.L. (2018). Centroamericanas menores de edad prostituidas en California. *Nóesis: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 27(53), 77-97.
- Izcara Palacios, S.P., Moral de la Rubia, J. y Andrade-Rubio, K.L. (2017). País de origen y edad de inicio en la prostitución de mujeres de Centroamérica traficadas en México y Estados Unidos. *CienciaUAT*, 12(1), 70-83.
- Izcara Palacios, S.P. y Yamamoto, Y. (2017). Trafficking in US agriculture. *Antipode*, 49(5), 1306-1328.
- Kempadoo, K. (2003). Globalizing sex workers' rights. *Canadian Woman Studies*, 22(3/4): 143-150.
- Kempadoo, K. (2015). The Modern-Day White (Wo) Man's Burden: Trends in anti-trafficking and anti-slavery campaigns. *Journal of Human Trafficking*, 1(1): 8-20.

- Kyle, D. y Scarcelli, M. (2009). Migrant smuggling and the violence question: Evolving illicit migration markets for Cuban and Haitian refugees. *Crime Law Soc. Change*, 52, 297-311.
- Lamas, M. (2017). *El fulgor de la noche. El comercio sexual en las calles de la Ciudad de México*. Ciudad de México: Océano.
- Leman, J. y Janssens, S. (2007). The various 'safe'-house profiles in East-European human smuggling and trafficking. *Journal of ethnic and migration studies*, 33(8): 1377-1388.
- MacKinnon, C. (2011). Trafficking, prostitution, and inequality. *Harvard Civil Rights Civil Liberties Law Review*, 46(2): 271-309.
- Malarek, Victor. (2005). *Las Natasbas tristes. Esclavas sexuales del siglo XXI*. Madrid: Kailas Editorial.
- Marroni, M.G. y Alonso Meneses, G. (2006). El fin del sueño americano. Mujeres migrantes muertas en la frontera México-Estados Unidos. *Migraciones Internacionales*, 3(3), 5-30.
- Martínez, O. (2010). *Los migrantes que no importan*. Barcelona: Icaria Editorial.
- Martínez, G., Cobo, S. D. y Narváez, J. C. (2015). Trazando rutas de la migración de tránsito irregular o no documentada por México. *Perfiles Latinoamericanos*, 23(45), 127-155.
- Mestries Benquet, F. (2003). Crisis cafetalera y migración internacional en Veracruz. *Migraciones internacionales*, 2(2), 121-148.
- Mestries Benquet, F. (2006). Migración internacional y campesinado cafetalero en México: fases, circuitos y trayectorias migratorias. *Análisis Económico*, 21(46), 263-289.
- O'Leary, A.O. (2009). The ABS's of migration costs: Assembling, bajadores and coyotes. *Migration Letters*, 6 (1), 27-35.
- Pateman, C. (1995). *El contrato sexual*. Barcelona: Anthropos.
- Pheterson, G. 2000. *El prisma de la prostitución*. Madrid: TALASA Ediciones, S.L.

- Ray, M. (2018). Crossing borders: family migration strategies and routes from Burma to the US. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 44(5), 773-791.
- Sánchez, G. (2016). Women's Participation in the Facilitation of Human Smuggling: The Case of the US Southwest. *Geopolitics*, 21(2), 387-406.
- Sanford, R., Martínez, D. E. y Weitzer, R. (2016). Framing human trafficking: a content analysis of recent US newspaper articles. *Journal of Human Trafficking*, 2(2), 139-155.
- Shannon, S. (1997). Prostitution and the mafia: The involvement of organized crime in the global sex trade. *Transnational Organized Crime*, 3(4), 119-144.
- Shelley, L. (2012). The relationship of drug and human trafficking: A global perspective. *European journal on criminal policy and research*, 18(3), 241-253.
- Simmons, W. P., Menjívar, C. y Téllez, M. (2015). Violence and Vulnerability of Female Migrants in Drop Houses in Arizona: The Predictable Outcome of a Chain Reaction of Violence. *Violence Against Women*, 21(5), 551-570.
- Simmons, W. P. y Téllez, M. (2014). Sexual violence against migrant women and children. En W.P. Simmons y C. Mueller (Eds.), *Binational Human Rights: The US–Mexico Experience*. New York, University of Pennsylvania Press.
- Slack, J. y Whiteford, S. (2010). Viajes violentos: la transformación de la migración clandestina hacia Sonora y Arizona. *Norteamérica*, 5(2), 79-107.
- Slack, J., Martínez, D. y Vandervoet, P. (2011). Methods of violence: researcher safety and adaptability in times of conflict. *Practicing Anthropology*, 33(1), 33-37.
- Slack, J. (2015). *Drugs and deportation on the border: Post-deportation geographies of enforcement and conflict*. Tesis doctoral leída en la Universidad de Arizona. [https://repository.arizona.edu/bitstream/handle/10150/556876/azu\\_etd\\_13923\\_sip1\\_m.pdf;jsessionid=1546C10133A3BAD5BF3878F1AE84D55D?sequence=1](https://repository.arizona.edu/bitstream/handle/10150/556876/azu_etd_13923_sip1_m.pdf;jsessionid=1546C10133A3BAD5BF3878F1AE84D55D?sequence=1)

- Slack, J. (2016). Captive bodies: migrant kidnapping and deportation in Mexico. *Area*, 48(3), 271-277.
- Sladkova, J. (2016). Stratification of undocumented migrant journeys: Honduran case. *International Migration*, 54(1), 84-99.
- Spener, D. (2004). Mexican migrant-smuggling: A cross-border cottage industry. *Journal of International Migration and Integration/Revue de l'integration et de la migration internationale*, 5(3), 295-320.
- Spener, D. (2014). The Lexicon of Clandestine Migration on the Mexico-US Border. *Aztlán: A Journal of Chicano Studies*, 39(1): 71-104.
- Stafford, J. (2017). Japan's battle against human trafficking: a victim-oriented solution. *The George Washington International Law Review*, 50, 181-207.
- Terrón Caro, T., Cueva, T E., Cárdenas Rodríguez, R. y Vázquez, B. D. (2014). Riesgos, recursos socioeducativos y apoyo institucional para las mujeres migrantes en tránsito por Tamaulipas (México). *Revista Española de Educación Comparada*, 23, 135-159.
- UAT. (2009). Protocolo del Comité de ética de la investigación. [https://www.researchgate.net/publication/316554261\\_Protocolo\\_del\\_Comite\\_de\\_etica\\_de\\_la\\_investigacion\\_del\\_CAC\\_UAT-CA-73](https://www.researchgate.net/publication/316554261_Protocolo_del_Comite_de_etica_de_la_investigacion_del_CAC_UAT-CA-73).
- USDS. (2016). *Trafficking in Persons Report*. <https://www.state.gov/j/tip/rls/tiprpt/2016/index.htm>.
- Weitzer, R. (2009). Sociology of sex work. *Annual Review of Sociology*, 35, 213-234.
- Willers, S. (2016). Migración y violencia: las experiencias de mujeres migrantes centroamericanas en tránsito por México. *Sociológica*, 31(89), 163-195.
- Woo Morales, O. (2004). Abuso y violencia a las mujeres migrantes. En T. Fernández de Juan (Ed.), *Violencia contra la mujer en México*. México DF, Comisión Nacional de Derechos Humanos.

# ANÁLISIS DE LAS PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS MIPYMES DEL SUR DE QUINTANA ROO A TRAVÉS DE TÉCNICAS MULTIVARIANTES

ANALYSIS OF THE CORPORATE PRACTICES OF SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE MICRO-SMALL AND MEDIUM SIZED ENTERPRISES OF SOUTHERN QUINTANA ROO THROUGH MULTIVARIATE TECHNIQUES

MA. DE JESÚS PÉREZ HERVERT<sup>π</sup>  
JOSÉ LUIS ZAPATA SÁNCHEZ<sup>£</sup>

- **RESUMEN:** Este trabajo analiza el desempeño de los hoteles del sur del estado de Quintana Roo a través de constructos de responsabilidad social ambiental, mediante un estudio empírico de una muestra de 90 hoteles. El objetivo fue determinar el perfil de las características de las prácticas ambientales y establecer la relación entre los factores identificados. La metodología utilizada fue descriptivo transversal, se empleó el análisis de conglomerados y el de correspondencia múltiple. Los datos analizados dieron como resultado una relación de dependencia entre las variables analizadas, derivando que las empresas que asignan recursos económicos en su planeación anual para realizar acciones sustentables, son las que más tienden a efectuar programas ambientales, campañas permanentes sobre concientización del medio ambiente y a establecer controles de los residuos generados.
- **PALABRAS CLAVE:** Responsabilidad social empresarial, turismo, hoteles, prácticas ambientales.

---

<sup>π</sup> Profesora investigadora, Universidad de Quintana Roo, México, Departamento de Ciencias Económico Administrativas, [hervert@uqroo.edu.mx](mailto:hervert@uqroo.edu.mx).

<sup>£</sup> Profesor investigador, Universidad de Quintana Roo, México, Departamento de Ciencias Económico Administrativas, [jzapata@uqroo.edu.mx](mailto:jzapata@uqroo.edu.mx)

*Oikos Polis, Revista latinoamericana de Ciencias Políticas y Sociales*, ISSN 2415-2250 (impresa) ISSN 2521-960X (en línea), 4 (1), 33-75.

- **ABSTRACT:** The present paper assesses the performance of hotels across the south of Quintana Roo by using environmental social responsibility constructs. The empirical study was conducted using a sample of 90 hotels. The aim of this work was to determine the profile of the characteristics of the environmental practices as well as to establish a relationship among identified variables. A cross-sectional descriptive methodology was performed using a cluster analysis and a multiple correspondence analysis. Results showed that there is a dependence relationship among analyzed variables. And thus, companies who allocate economical resources to carry out sustainable actions in their annual planning are the ones that tend to perform more environmental programs. Likewise, they are the ones that implement more permanent campaigns of environmental awareness and more waste generated controls. Furthermore, these companies tend to install more efficient and saving devices such as solar heaters, systems of low water consumption (in showers and toilets) and gas-saving equipment, among others.
- **KEY WORDS:** Corporate social responsibility, tourism, hotels, environmental practices
- **CLASIFICACIÓN JEL:** M100.
- Recepción: 15/08/2018 Aceptación: 18/04/2019

## Introducción

El turismo es hoy en día una de las ramas económicas más trascendentales del sector servicios y una de las de mayor crecimiento a nivel global. El turismo a nivel mundial ha experimentado un continuo crecimiento, de manera que se ha logrado convertir en uno de los sectores económicos con mayor expansión y dinamismo, siendo un factor clave del progreso económico de las naciones.

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2017), el desarrollo del sector turístico ha crecido de manera extraordinaria, que aporta el 10.4% del Producto Interno Bruto (PIB) mundial y crea 1 de cada 11

puestos de empleos. Asimismo, la llegada de turistas internacionales en el mundo ha aumentado en estos dos últimos años a un ritmo de alrededor de un 7.0%, pasando de 1,235 millones de turistas en el 2016 a 1,322 millones en el 2017, con una diferencia de 87 millones de turistas más que el año anterior. El crecimiento fue superior al sostenido y constante desde el 2010. Del mismo modo, los ingresos (OMT, 2018) obtenidos por concepto de turismo internacional por los destinos de todo el mundo pasaron de 1,220,000 millones de dólares en 2016 a 1,332,000 millones en 2017. Estas cifras dan idea del crecimiento que ha tenido el sector del turismo en las últimas décadas.

En México el turismo juega un papel decisivo en cuanto a la generación de riqueza y de creación de empleos. Dicho sector aporta el 8.9% al producto interno bruto (PIB) nacional y genera 9 millones de empleos que representan el 5.9% del total nacional según datos del Banco de México (BM) del 2017. El turismo se constituye como la tercera fuente de divisas más importante del país. En el 2016 ingresaron al país aproximadamente 34,96 millones de turistas internacionales y en el 2017 la cantidad de 39,5 millones respectivamente, cifra que representó un aumento de aproximadamente de 12.7% (BM, 2018). México se ubicó como el octavo país del mundo que más visitantes recibió, así como el segundo país con más visitantes en el continente americano. Debido a este incremento el país se ubicó en la decimocuarta posición en el ranking mundial de la OMT por concepto de ingreso de divisa, obteniendo un monto de 19,000,264 millones de dólares en 2017, monto que representó un 8,9% más que en el 2016.

De la misma manera, en el estado de Quintana Roo el sector económico más importante es el turismo, mismo que aumentó en los últimos años. La afluencia de turistas (SEDETUR, 2017) durante el 2016 fue de 11,186,645 turistas, mientras que en el 2017 fue de 11,448,690, representando un

incremento del 2.3%. Se obtuvo una derrama económica de \$8,602.48 millones de dólares en el 2016 y de 8,810.38 millones en el 2017, lo que representa un incremento del 2.4%. Durante este mismo año, el personal ocupado (INEGI, 2017) dentro de este sector, pero principalmente en el subsector alojamiento y preparación de alimentos, fue 174,767 trabajadores, el cual representó el 4.4% respecto al personal ocupado en dicho sector a nivel nacional.

Asimismo, en el país existían un total de 4,230,745 unidades económicas y laboraban aproximadamente 21,576,358 personas (INEGI, 2015), de las cuales 493,075 unidades económicas pertenecían al sector turismo y 2,747,485 personas se desempeñaron en dicho sector, desarrollando actividades relacionadas con el turismo. El estado de Quintana Roo, cuya base económica es el turismo, concentró un total de 45,488 unidades económicas y laboraban un total de 347,726 personas, de las cuales 10,495 pertenecían al sector turismo y laboraban un total de 155,308 personas en alguna actividad relacionada con el turismo.

El estado de Quintana Roo ha sido una de las entidades del país que ha tenido una mayor participación de unidades económicas turísticas en el país, siguiendo en segundo lugar el estado de Baja California Sur con una contribución de 19.2% de unidades económicas y 30.5% personal ocupado, respectivamente. En cuanto a la participación porcentual del Valor Agregado Bruto por entidad federativa, el estado encabeza la lista con un 44.2% seguida del estado de Nayarit con un 28.8%.

Como se puede observar el turismo juega un papel fundamental en la economía del país y en el estado de Quintana Roo encabeza la lista de las entidades que tienen una mayor participación en las actividades relacionadas

con el turismo. Sin embargo, a pesar de la gran importancia y relevancia económica del sector turístico para México, su contribución al medio ambiente no ha sido muy favorable, ya que se le atribuyen impactos ambientales negativos en el país (SEMARNAT, 2015), entre otros aspectos.

El turismo se caracteriza como una actividad significativa para las economías de los países (OMT, 2009), algunos estudiosos del tema (Nowak, Sahli y Sgro, 2004; Gokovali, 2010) se atreven a mencionar que es una de las actividades que más dinero mueve al año y que menos respeta al medio ambiente, la cultura, entre otros aspectos. Lo anterior es confirmado por Mathieson, S y Wall, G. (1990) que, si bien, por un lado, el turismo genera efectos positivos, como generador de empleo, beneficios a la población con los ingresos generados, el intercambio cultural, pero por el otro lado, produce efectos negativos como son problemas sociales, culturales y ecológicos, específicamente, horarios laborales extensos, falta de protección social, falta de ética en la prestación de servicios, falta de respeto a los usos y costumbres de las comunidades, pérdida de biodiversidad, contaminación de cuerpos de agua y explotación masiva de los recursos, por mencionar solo algunos de ellos. Aunado a esto la falta de una planificación adecuada y la falta de visión a largo plazo para realizar las actividades del turismo, se corre el riesgo de que se generen más efectos negativos que positivos, el gran desafío del turismo es cómo concertar las prácticas de Responsabilidad social con los intereses económicos de los propietarios.

Para que las empresas no solo perciban beneficios en el corto plazo sino también en el largo plazo y aseguren el desarrollo de las actividades económicas, es fundamental que sean sustentables, para lograr esto, es imprescindible que las empresas vinculen sus estrategias de negocio al desarrollo sustentable. Establecer este tipo de estrategias puede generar una

ventaja competitiva y un mejor desempeño de las empresas (Castillo, D. & Sánchez P, 2017). Además de que la sociedad exige a las empresas que reporten resultados sociales y ambientales además de los financieros. Por ello, estudiar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las microempresas del sector hotelero es de gran interés.

Por lo que resulta atrayente plantearse las siguientes preguntas:

¿Cuál es el perfil de las características de las prácticas de responsabilidad social empresarial y ambiental en las microempresas hoteleras en la zona sur del estado de Quintana Roo?

¿Qué relación existe entre los factores identificados y la responsabilidad social empresarial y ambiental en las microempresas hoteleras en la zona sur del estado de Quintana Roo?

¿Qué relación existe entre las categorías de las variables de responsabilidad social empresarial?

Para responder a estas preguntas planteadas se desarrollaron las siguientes hipótesis:

H<sub>1</sub>: Existe relación de dependencia entre las prácticas ambientales de los hoteles

H<sub>0</sub>: No existe relación de dependencia entre las prácticas ambientales de los hoteles

El propósito de este trabajo es caracterizar las prácticas de Responsabilidad Social Ambiental de las microempresas y analizar las relaciones entre ellas.

### **Marco teórico: revisión de estudios previos**

La RSE surge entre el siglo XIX y primera mitad del XX, aunque en este periodo la palabra RSE no existe como tal, las empresas tomaban decisiones acercándose a este concepto. En la segunda mitad del siglo XX, surgen las actividades filantrópicas iniciando así la RSE. En la década de los sesentas surge el concepto de RSE y se interrelaciona en las empresas privadas, públicas y social. En los años 1930 y 1940 inicia el interés por la RSE en los EU. Entre 1960 y 1990, surge en las empresas norteamericanas la idea de la RSE (Correa, 2007). En la década de los 70's la RSE deja de ser discurso filosófico para ser una acción en las instituciones. En los 80's la RSE forma parte de la gestión estratégica de las organizaciones. En 1998 en México se funda el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) el cual es pionero en promover acciones de RSE (Porto y Castromán, 2006). Por estos mismos años, se funda en Sudamérica (Brasil) el Instituto Ethos, el cual ayuda a las empresas a gestionar negocios de manera responsable. El Libro Verde publicado en el 2001, se convirtió en un referente de la RSE en la Unión Europea. De ahí en adelante el concepto se generaliza y adquiere importancia en todos los ámbitos de la sociedad.

A lo largo de todos estos, años el concepto de RSE ha ido cambiando, pasa de ser una filantropía tradicional a una más integradora, donde se establecen relaciones o responsabilidades entre los diversos sectores de la sociedad. Estos cambios tienen un referente, que son principalmente a los cambios de la sociedad, cambios en la relación-organización y a los cambios internos de las organizaciones (Correa, 2007). Todo esto ha contribuido a perfilarse el concepto de RSE.

Anteriormente se consideraba que la única responsabilidad de una organización era generar ganancias a sus propietarios y accionistas y reportar aspectos financieros únicamente a este grupo. Pero hoy en día, la forma de actuar de la empresa ha cambiado, como se mencionó anteriormente, además de reportar aspectos financieros las empresas tienen que informar también aspectos sociales y ecológicos a la sociedad. Los cambios en la sociedad derivado de la globalización, los avances tecnológicos y comunicación, entre otros, han modificado esos esquemas convencionales, convirtiendo a la empresa en un ente interactivo con la sociedad.

De manera que el nuevo modelo organizacional debe de tomar en consideración no tan solo los aspectos económicos y financieros, sino también los aspectos sociales y ambientales derivados de su actuación empresarial. Actualmente el éxito de la empresa (Robbins, 2009) está basado no solo en tener buenos resultados económicos y financieros, sino también, en la inserción de la responsabilidad de la empresa en el desarrollo social y ambiental en donde se desarrolle. Sin embargo, para que este cambio se pueda realizar (Kliksberg, 2002) las empresas tendrán que implementar nuevas estrategias como el de incorporar acciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), como parte de las actividades de la empresa.

En las dos últimas décadas, el tema de la RSE ha adquirido mucha importancia, tanto en el nivel académico como en el empresarial y la sociedad en general. Esto se debe, principalmente, a los cambios de la sociedad en cuanto a los patrones de consumo, estilos de vida y formas de producción de bienes y servicios que se han seguido a través de los años y que ha tenido como resultado el deterioro del medio ambiente. Las empresas igualmente han contribuido en ese deterioro debido a que estas no han realizado acciones suficientes para contrarrestar este problema ambiental.

La responsabilidad social empresarial no es un tema solo de las grandes empresas, sino que incluye a toda la sociedad. Todos contribuimos con nuestro actuar a influir en el medio ambiente. Es responsabilidad de todos actuar de manera responsable, pero sobre todo las empresas deben de ser respetuosas con el medio ambiente. No solo deben de tener presentes los aspectos económicos y financieros de la empresa (Briceño, A., Lavin, J. & García F., 2011), sino también, deben de tomar en consideración la seguridad de sus empleados y el cuidado del medio ambiente. De igual manera deben de considerar a los clientes, a los proveedores y en general a todos los que estén involucrados con la empresa, denominados como stakeholders, las cuales influyen en la empresa a actuar de manera responsable con la sociedad.

Al revisar la literatura relacionada con la Responsabilidad Social Empresarial (Libro Verde, 2001; Comisión Europea, 2011; CEMEFI, 2008) se detectó que la definen como una estrategia que incluye 3 dimensiones, la social, económica y la ambiental. La Unión Europea conceptualiza a la RSE como “la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”, mientras que el Centro Mexicano para la Filantropía (Cajiga, 2008) menciona que la RSE es el “compromiso consciente y congruente para cumplir íntegramente con la finalidad de la empresa tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas de todos los participantes en lo económico, social o humano y ambiental, demostrando el respeto por los valores éticos, la gente, las comunidades, el medio ambiente y para la construcción del bien común”. En estas definiciones sobresalen elementos comunes, como son: acciones voluntarias, actuación responsable, empresas, aspectos económico, social y ambiental, participantes, valores éticos, comunidad, proveedores, clientes, gobierno, empleados.

En cuanto a las dimensiones de la RSE, se tiene que la dimensión económica se enfoca en la generación y distribución de valor agregado entre sus colaboradores de manera justa y equitativa, así como la distribución de bienes y servicios en la comunidad. La dimensión social se centra en la calidad de vida en el trabajo, tal como el desarrollo integral de los trabajadores de la empresa. En cuanto a la dimensión del medio ambiente o ecológica se orienta principalmente en los aspectos de preservación, conservación y mejora del medio ambiente de las empresas. Para efectos de esta investigación únicamente se abordarán aspectos de la tercera dimensión relacionada con el medio ambiente.

Existen numerosos estudios que abordan el estudio de la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas y que destacan la importancia de implementarla como una estrategia competitiva, algunos de esos estudios se mencionan a continuación.

Desde el enfoque de la Responsabilidad Social y las prácticas ambientales utilizadas en hotelería, Fernández y Machado (2013) realizan un análisis sobre el tipo de relación existente entre las prácticas ambientales y el desempeño organizacional, para lo cual aplicaron una encuesta vía electrónica a 88 hoteles de Porto Alegre, Brasil. También aplicaron el método estadístico no paramétrico, en este determinaron que a un aumento del uso de las prácticas ambientales hay una tendencia de aumentar el nivel de desempeño de la organización. Por tanto, demuestran que la gestión ambiental se encuentra asociada con el desempeño organizacional.

Los autores Oreja-Rodríguez, y Armas-Cruz (2012) señalan que el sector turístico tiene procesos productivos que generan un impacto ambiental evidente, y mediante un estudio empírico, a una muestra de 187

establecimientos hoteleros en las Islas Canarias Occidentales (España), confirman la validez de contenido de constructos que miden el desempeño ambiental en la empresa y sugieren la necesidad de ampliar la delimitación de los constructos.

El estudio de Sales et al (2012), tiene como objetivo verificar si los consumidores de servicios turísticos que viajan por placer prefieren o no hospedarse en hoteles cuyos restaurantes adoptan prácticas de sustentabilidad. Estos mencionan que no es muy común en los clientes, al momento de elegir un restaurante, considerar aspectos de sustentabilidad. Contrario a lo que establecen los resultados de Okada y Mais (2010), en donde señalan que los consumidores están dispuestos a pagar más por establecimientos que cumplen mejor con la gestión ambiental.

Los autores Theodoulidis et. al. (2017), también exploran el tema y mediante el uso de la teoría de *stakeholders* estudian la relación entre las actividades de responsabilidad social corporativa y el desempeño financiero de la empresa en las industrias relacionadas con el turismo. También determinan los efectos de interacción de la empresa, la industria, la estrategia y las variables identificadas. Este estudio menciona que el desempeño ambiental y las actividades de diversidad o actividades con la comunidad, los empleados o el medio ambiente se vuelven más significativas en el largo plazo que en el corto, esto es debido a que existen diferentes tipos de intereses de las partes interesadas.

Así mismo, Benavides-Velasco et al (2014), a través de un estudio empírico miden la gestión de calidad total y la responsabilidad social corporativa en la industria hotelera española. Consideran una muestra de 141 hoteles de la región andaluza y señalan que la adopción de dichos enfoques

mejora la capacidad de los hoteles para crear beneficios para sus grupos de interés, y que estos resultados tienen un efecto positivo en el desempeño hotelero. El estudio también proporciona evidencia de la complementariedad de ambas filosofías gerenciales, ya que la gestión de calidad total puede mejorar el desarrollo de la responsabilidad social corporativa.

Por su parte Ruffolo (2015), señala que el dinamismo que se observa por el consumismo ambiental ha forzado a todo tipo de empresas e industrias a promover productos y servicios ecológicos. Analiza el tema ambiental a través de la promoción de los sitios web de hoteles británicos e italianos, identificando las estrategias lingüísticas utilizadas. La autora menciona que el análisis realizado de sitios web, muestra que en ambas culturas hay un claro intento de crear una imagen positiva fuerte como una empresa ecológicamente responsable. Señala que la atención se centra en la protección del medio ambiente tanto en el nombre de los hoteles como de los huéspedes; hay una tendencia a enfatizar la responsabilidad compartida, convirtiendo al invitado en un miembro activo del proceso de toma de decisiones, acentuando su rol fundamental.

Así, Romo, A. (2016), realiza una revisión documental sobre la RSE, argumenta que en México el tema de la (RSE) es incipiente por parte de la alta dirección ejecutiva y por los consumidores en general. La investigadora menciona que es importante observar el desarrollo y evolución a nivel internacional y comparar su implementación en el país. También menciona que en México se han logrado avances importantes en esta materia, y que se desarrolla un ambiente favorable a la expansión de la participación de las empresas en la actividad de inversión social, incrementando la interacción con organizaciones sociales.

Ojeda R. (2011) realiza también un estudio relacionado con la RSE. Él describe el grado de RSE de servicios afiliadas a la Confederación Patronal de la República Mexicana en Mérida, Yucatán, a través de las 4 dimensiones: ética empresarial, preservación del medio ambiente, calidad de vida en el trabajo, económico, social y vinculación empresa-sociedad.

Otro estudio realizado en 40 empresas en Mérida, Yucatán, (Barroso T., 2008), referencia que entienden por Responsabilidad Social Empresarial sus directivos, si creen que son necesarias para el éxito de sus empresas y si éstas son socialmente responsables con el medio que las rodea. Además, analiza cuales son las acciones de RSE que aplican en dichas empresas.

Los estudios anteriores, da una idea de las acciones que se están emprendiendo alrededor de la Responsabilidad Social Empresarial, sin embargo, estas no son suficientes para incentivar que todas las empresas actúen de manera responsable con la sociedad.

## **Objetivo**

El objetivo de esta investigación es analizar el perfil de las características de las prácticas ambientales de los hoteles y establecer la relación que existe entre los principales factores identificados, así como la responsabilidad social ambiental de los hoteles de la zona sur del estado de Quintana Roo, a través de un análisis exploratorio y conglomerado de datos.

## **Método**

### **Participantes**

Se determinó una muestra de 90 microempresas del giro de hospedaje, localizadas en el estado de Quintana Roo, los municipios participantes fueron

Othón P. Blanco, Bacalar, Carrillo Puerto y Mahahual, ubicados en la zona sur del estado.

### **Instrumento**

Se aplicó un cuestionario con preguntas con escala *Likert* de 3 puntos, donde 1 es si aplica y 3 no aplica y no quiere. Para la elaboración del cuestionario se tomó en consideración indicadores del medio ambiente de hoteles sustentables, dividido en dos grupos, el primer grupo estuvo conformado por aspectos generales de la empresa y el segundo por aspectos del medio ambiente.

### **Ficha técnica del estudio**

Población: Microempresas del giro de hospedaje de los municipios de Othón P. Blanco (incluye Mahahual), Bacalar y Carrillo Puerto del estado de Quintana Roo (Zona Sur del Estado).

Instrumento: Cuestionario aplicado directamente a las microempresas.

Tamaño de muestra: 90 microempresas.

Nivel de confianza: 95%

Error: 5%

### **Procedimiento**

Se realizó una encuesta en el que se aplicó un cuestionario directamente a los propietarios y/o gerentes de la empresa en presencia del encuestador. El muestreo fue probabilístico. Antes de realizar la encuesta final, el cuestionario se sometió a una prueba piloto, con el objeto de detectar claridad en las respuestas y evitar errores en la recogida de datos.

## Análisis de datos

El análisis de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial-Ambiental de las microempresas de hospedaje se realizó con el programa SPSS versión 25.

En primer lugar, se realizó un análisis exploratorio de datos (AED) con el propósito determinar las características generales de las empresas.

En segundo lugar, se efectuó el análisis multivariante a través de la técnica de Análisis de Correspondencia Múltiple (ACM) y el de Análisis de Conglomerados. La teoría indica que cuando las variables son cualitativas con más de dos categorías y más de dos variables, como es el caso en cuestión, se puede emplear este tipo de técnicas.

El análisis de Correspondencia es una técnica estadística que se utiliza para analizar desde un punto de vista gráfico, las relaciones de dependencia e independencia de un conjunto de variables categóricas a partir de los datos de una tabla de contingencia.

Se aplica a tablas de contingencias (De la Fuente, 2011) en donde por filas hay (n) individuos y por columnas (s) variables categóricas con ( $p_i = 1, 2, \dots, s$ ) mutuamente excluyentes y exhaustivas.

La tabla de datos tiene la forma:  $Z = [Z_1, Z_2, \dots, Z_s]$ ,

Siendo  $Z_i$  una matriz  $(n, p_i)$ , de forma que:

$\left\{ \begin{array}{l} 1 \text{ Si el individuo } i\text{-ésimo elige la modalidad } j \\ 0 \text{ Si el individuo } i\text{-ésimo elige la modalidad } j \end{array} \right.$
---

El análisis de correspondencias múltiples se basa en realizar un análisis de correspondencias sobre la llamada matriz de Burt:  $B=Z'Z$ .

La matriz de Burt se construye por superposición de cajas. En los bloques diagonales aparecen matrices diagonales conteniendo las frecuencias marginales de cada una de las variables analizadas. Fuera de la diagonal aparecen las tablas de frecuencias cruzadas correspondientes a todas las combinaciones 2 a 2 de las variables analizadas.

Se toman como dimensiones aquellas cuya distribución a la inercia supera  $(1/p)$ . Esta trata de representar en un espacio geométrico de escasas dimensiones las proximidades existentes entre un conjunto de objetos, sujetos o estímulos. Su propósito es transformar semejanzas entre casos, en distancias capaces de ser representadas en un espacio multidimensional.

El análisis de correspondencia múltiple además de evaluar las relaciones entre variables, permite conocer la relación entre las categorías de una misma variable y entre las categorías de distintas variables.

Las etapas para el análisis de Correspondencia múltiple son cuatro: ajuste global del modelo, *eigenvalue*-valor propio, medidas de discriminación y cuantificación de categorías-puntaje objeto.

## **Resultados y discusión**

Teniendo en cuenta que el objetivo de la investigación es tratar de identificar cuáles son las características del perfil y cuál es la relación que existe entre ellas en relación a las prácticas de responsabilidad social y ambiental en los hoteles del sur de Quintana Roo, se seleccionaron solo aquellas variables que tuvieran una mayor contribución en el modelo.

Los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes:

## **Análisis exploratorio de datos**

Antes de proceder con el Análisis multivariado, se realizó un análisis exploratorio de los datos, con el propósito de determinar las características generales de las empresas, por consiguiente, las características de las empresas son las siguientes:

El 51% de los propietarios de las empresas manifestaron que tienen una edad entre 25 y 50 años; el 61% de los propietarios/gerentes son de sexo masculino; el 50% de los encuestados mencionaron que el tipo de propiedad de la empresa es familiar; el 54% de los propietarios manifestaron no tener estudios superiores o universitarios y el 83% de los hoteles manifestaron tener la categoría de micro hotel que tienen entre 1 a 10 trabajadores. Como se puede observar, estas microempresas no están exentas de problemas, que al igual que otras, la falta de recursos humanos especializados, la falta de acceso de financiamiento y la falta de acceso de tecnología son obstáculos para el crecimiento y desarrollo de las MiPymes, (Molina, D. 2016).

### **Análisis del Clúster:**

El análisis clúster es una técnica estadística multivariante que sirve para clasificar o agrupar a un conjunto de individuos en grupos homogéneos, se caracteriza (De la Fuente, 2011) por ser una técnica de carácter meramente descriptiva y exploratoria. Así, antes de determinar el Análisis de Correspondencia Múltiple se realizó un análisis descriptivo y exploratorio a través del análisis Clúster para clasificar a las empresas en grupos homogéneos. A continuación, se presenta una tabla de resumen de procesamiento de los casos, en donde se observa que de los 90 datos ingresados o empresas analizadas, el 100% de ellos fueron casos válidos, no hubo ningún dato perdido (véase la tabla 1).

Tabla 1. Resumen de procesamiento de los casos

<b>Resumen de procesamiento de los casos<sup>a</sup></b>					
<b>Casos</b>					
<b>Válidos</b>		<b>Perdidos</b>		<b>Total</b>	
<b>N</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>N</b>	<b>Porcentajes</b>	<b>N</b>	<b>Porcentajes</b>
<b>90</b>	<b>100.0%</b>	<b>0</b>	<b>0.0%</b>	<b>90</b>	<b>100.0%</b>
<b>a. Distancia euclídea usada</b>					

Fuente: Elaboración propia

El análisis clúster se efectuó con un total de 32 variables para agruparlas en grupos de acuerdo a las características comunes entre ellas y posteriormente precisar el análisis de correspondencia múltiple.

Las variables que se sometieron al análisis en este trabajo están agrupadas en dos rubros. El primer grupo se encuentra conformado por las variables generales de la empresa, estas son: edad del propietario, sexo del propietario y/o dueño, antigüedad de la empresa, integración jurídica de la empresa, tipo de propiedad de la empresa, total de empleados, nivel de estudios del propietario, rango de ingresos mensuales que percibe la empresa y rango de clientes mensuales que percibe su empresa.

El segundo grupo se forma por las variables del medio ambiente, entre ellas se encuentran las siguientes: instalación de equipos de bombeo, elevadores de alta eficiencia, aires acondicionados eficientes, instalación de ventiladores, boiler eficientes, seguridad y salud de los empleados, instalación de dispositivos para el ahorro de gas, uso de lámparas ahorradoras, uso eficiente del agua, instalación de sistemas de bajo consumo de agua en baños (WC), uso de productos químicos no tóxicos, programa de riego de jardines, uso de material orgánico y reciclado, instalación de equipos ahorradores en

regaderas y lavabos, control de residuos generados, programas y campañas a los colaboradores del cuidado del ambiente, reciclaje de desechos generados, uso del buzón para quejas y sugerencias, instalación de calentadores solares, capacitación sobre temas ambientales, asignación de recursos económicos en la planeación de acciones sustentables, realización de programas ambientales y programas de contingencias ambientales.

En el análisis clúster, se generaron 4 grupos (figura 1), los cuales están señalados en la gráfica con las flechas color café, azul, verde y amarillo. La línea horizontal roja determina el número de clúster en que se divide el conjunto de objetos. Para decidir el número de clúster se suele representar los distintos pasos del algoritmo y la distancia a la que se produce la fusión de los clústeres (De la Fuente, 2011). En los primeros pasos el salto en las distancias es pequeño, mientras en los últimos, el salto entre pasos es mayor. El punto de corte será aquel en el que comienzan a producirse saltos bruscos. En este caso, el salto brusco se produce entre las etapas 4 y 5, por lo tanto, son 4 el número de clúster óptimo.

El primer clúster agrupa 6 variables: seguridad y salud de los empleados, uso del agua, integración jurídica, total de empleados, asignación de recursos económicos en la planeación para acciones sustentables y programas ambientales. De acuerdo a las características comunes de las variables contenidas en este clúster se denominaron factores de ‘Características de la empresa’.

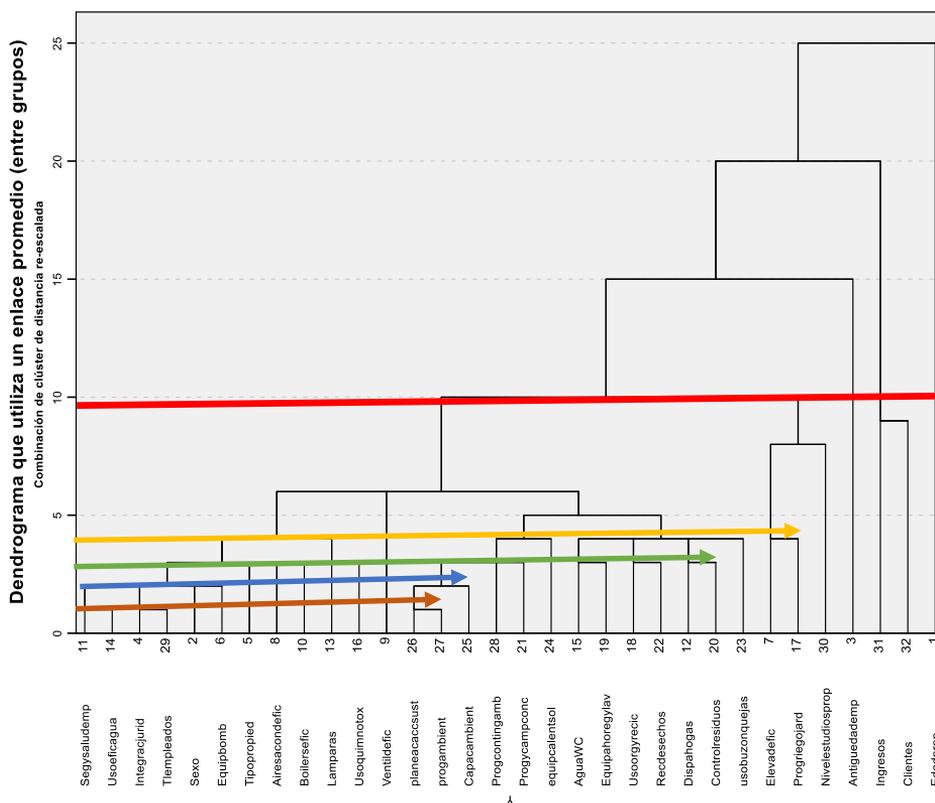
El segundo clúster se conforma también por 6 variables: seguridad y salud de los empleados, integración jurídica, sexo, instalación de equipo de bombeo, asignación de recursos económicos en la planeación para acciones

sustentables y capacitación sobre temas ambientales. A este segundo grupo de variables se le denomina como factores de ‘Recursos humanos’ de los hoteles.

El tercer clúster se constituyó por 15 variables: total de empleados, tipo de propiedad, aires acondicionados eficientes, boiler eficientes, uso de lámparas ahorradoras, uso de productos químicos no tóxicos, programas y campañas a los colaboradores del cuidado del ambiente, instalación de calentadores solares, programas y campañas a los colaboradores del cuidado del ambiente, instalación de sistemas de bajo consumo de agua en baños (WC), instalación de equipos ahorradores en regaderas y lavabos, uso de material orgánico y reciclado, reciclaje de desechos generados, instalación de dispositivos para el ahorro de gas y control de residuos generados. A este grupo se le denominó factores de ‘Dispositivos eficientes o ahorradores’.

El cuarto grupo o clúster 4 se formó por 10 variables: instalación de equipos de bombeo, uso de lámparas ahorradoras, instalación de calentadores solares, programas de contingencia ambientales, instalación de sistemas de bajo consumo de agua en baños (WC), uso de material orgánico y reciclado, instalación de dispositivos para el ahorro de gas, uso del buzón para quejas y sugerencias, elevadores de alta eficiencia y programas de riego de jardines. A este grupo se le denominó como factores de ‘Servicios de atención’.

Figura 1. Dendrograma de variables de prácticas de responsabilidad social ambiental.



Fuente: Elaboración propia

### Análisis de Correspondencia Múltiple

Para efectuar este tipo de análisis se emplearon como variables de análisis los cuatro clúster o grupos que se determinaron anteriormente con el análisis clúster.

#### Clúster 1

El primer análisis determinado con esta técnica se realizó con el clúster 1, denominado como factores ‘Características de la empresa’ de los hoteles, el cual presenta los siguientes resultados:

## a). Ajuste global del modelo

La tabla 1 muestra los pasos para llegar a la solución última. Se observa que en el paso 39 se detuvo, debido que el incremento de la varianza dejó de ser significativa, que en este caso fue de 0.000009.

Tabla 1. Historia de iteraciones

Número de iteraciones	Varianza explicada		Pérdida
	Total	Incremento	
39 <sup>a</sup>	1.786607	.000009	3.213393

- a. Se ha detenido el proceso de iteración debido a que se ha alcanzado el valor de la prueba para la convergencia.

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 2 de resumen del modelo, se puede distinguir que se crearon dos dimensiones. Se observa que la primera es más importante para el modelo que la segunda. Así, la primera explica más inercia (.417) que la segunda (.298). A mayor dependencia entre variables, mayor inercia. Esto quiere decir, que las categorías presentan mayor dispersión de varianza en la dimensión 1.

Así mismo, se puede observar, que la dimensión 1 logra explicar el 41.7% de la variabilidad total del modelo, en tanto, que la dimensión 2 explica solamente el 29.7%, logrando en conjunto un total de 71.5% de la varianza explicada. El modelo posee dos dimensiones y los autovalores muestran una pendiente, esto significa que existe asociatividad entre las variables.

Las dos dimensiones juntas proporcionan una interpretación en términos de distancia., Al tener como resultado una varianza alta es probable que van a discriminar bien los objetos de estudio de la misma categoría que

estarán más cerca uno del otro (resultados similares) y las categorías de las diferentes variables estarán cerca de si pertenecen a los mismos objetos.

Tabla 2. Resumen de modelo clúster 1

Dimensión	Alfa de Cronbach	Varianza explicada		
		Total (Autovalores)	Inercia	% de la varianza
1	.651	2.085	.417	41.705
2	.410	1.488	.298	29.760
Total		3.573	.715	
Media	.550 <sup>a</sup>	1.787	.357	35.732

a. El Alfa de Cronbach Promedio está basado en los autovalores promedio.

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la tabla 3 de medidas de discriminación, se observa que existen dos dimensiones. La primera dimensión esta explicada principalmente por dos variables, “Asigna recursos económicos en su planeación anual para realizar acciones sustentables” y “Realiza programas ambientales”, las cuales están relacionadas y son representativas en el modelo. Así mismo estas dos variables discriminan en las dos dimensiones, los valores son altos, y las demás variables no contribuyen en el modelo ya que sus valores son muy pequeños.

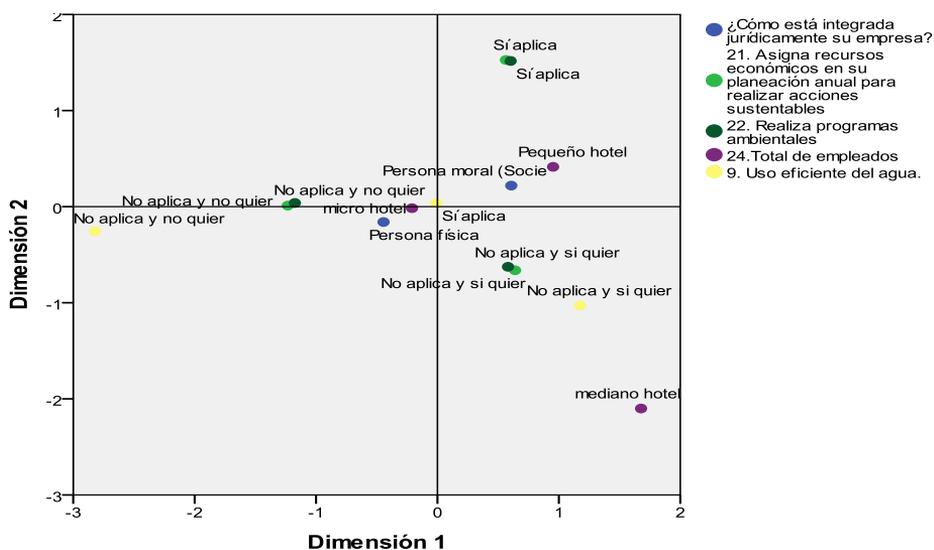
Tabla 3. Medidas de discriminación clúster

	Dimensión		Media
	1	2	
9. Uso eficiente del agua.	.134	.037	.086
¿Cómo está integrada jurídicamente su empresa?	.270	.035	.153
24.Total de empleados	.230	.123	.177
21. Asigna recursos económicos en su planeación anual para realizar acciones sustentables	.761	.671	.716
22. Realiza programas ambientales	.690	.622	.656
Total activo	2.085	1.488	1.787
% de la varianza	41.705	29.760	35.732

Fuente: Elaboración propia

El diagrama conjunto de puntos de categorías, figura 2, muestra el mapa de correspondencia con todas las variables. La interpretación en torno a las dimensiones creadas depende de la capacidad explicativa de cada una. Se puede observar la agrupación de las diferentes respuestas dadas por los propietarios de las empresas acerca de las categorías de todas las variables. De acuerdo al diagrama, se observa la asociación de respuestas de las categorías de las variables si aplico ‘asigna recursos económicos en la planeación’ y ‘realiza programas ambientales’. Esto quiere decir que los empresarios que planean recursos económicos anualmente, tienden a realizar programas ambientales, mientras que los empresarios que no aplican o no quieren, no asignan recursos económicos en su planeación, por lo que no realizan programas ambientales. Todas las demás categorías de las otras variables se muestran alejadas de este grupo de variables, por lo que no se encuentran relacionadas.

Figura 2. Diagrama conjunto de puntos de categorías clúster 1

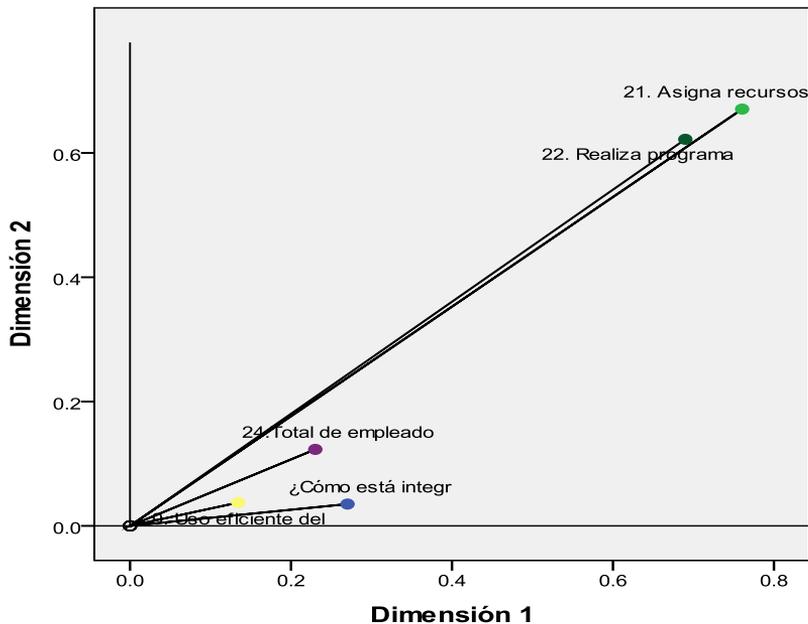


Normalización principal por variable.

Fuente: Elaboración propia

Lo anterior se refuerza con las medidas de discriminación de la figura 3. Las variables que más influyen en la dimensión uno son dos variables: asignación de recursos económicos en su planeación y realizan programas ambientales. Estas dos variables se encuentran más lejos del origen, por tanto, son más explicativas. En la dimensión 2 las dos variables discriminan en las dos dimensiones, como se puede observar en la figura 3. Éstas tienen una pendiente de  $45^\circ$  lo que muestra que están haciendo aportes equitativos en las dos dimensiones.

Figura 3. Medidas de discriminación clúster 1



Normalización principal por variable.

Fuente: Elaboración propia

## Clúster 2

En relación con el clúster 2, referente a los factores de “Recursos humanos” en los hoteles, se tienen los siguientes resultados:

En la tabla 4 resumen del modelo, se tiene que también se generaron dos dimensiones. La primera es más importante para el modelo que la segunda. La primera explica una inercia de .387 y la segunda de .345. Así también, la varianza explicada de la dimensión 1 tuvo un resultado de 38.6% y de la dimensión 2 de 34.5%, que en conjunto representa el 73.2% de variabilidad explicada por el modelo. Los autovalores muestran que existe asociatividad entre las variables.

Tabla 4. Resumen del modelo clúster 2

<b>Resumen del modelo</b>				
Dimensión	Alfa de Cronbach	Varianza explicada		
		Total (Autovalores)	Inercia	% de la varianza
1	.604	1.934	.387	38.678
2	.526	1.726	.345	34.518
Total		3.660	.732	
Media	.567 <sup>a</sup>	1.830	.366	36.598

a. El Alfa de Cronbach Promedio está basado en los autovalores promedio.

Fuente: Elaboración propia

La tabla 5 de medidas de discriminación, señala que se generaron dos dimensiones, la primera se define fundamentalmente por las variables, “Asigna recursos económicos en su planeación anual para realizar acciones sustentables” y “Capacitación y asistencia técnica en cuanto a temas de cuidado ambiental”, mismas que están relacionadas y son representativas en el modelo y muestran que existe una asociación entre ellas. Así mismo, se observa que estas dos variables discriminan en las dos dimensiones, los valores son altos, y las demás variables no contribuyen mucho en el modelo ya que presentan valores muy pequeños.

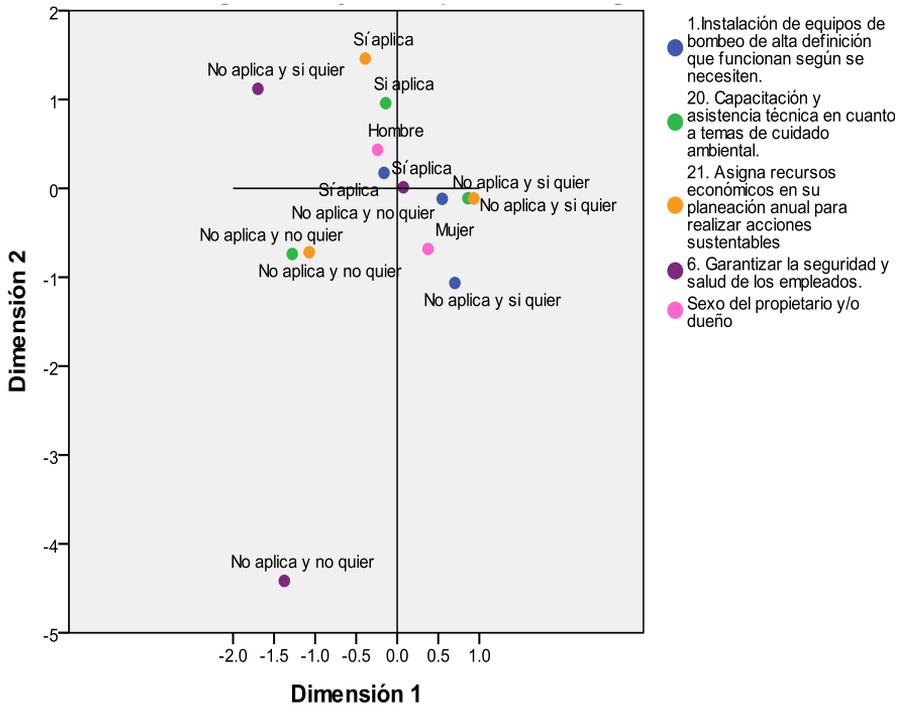
Tabla 5. Medidas de discriminación clúster 2

	Dimensión		Media
	1	2	
6. Garantizar la seguridad y salud de los empleados.	.122	.259	.191
Sexo del propietario y/o dueño	.090	.296	.193
1.Instalación de equipos de bombeo de alta definición que funcionan según se necesiten.	.104	.164	.134
21. Asigna recursos económicos en su planeación anual para realizar acciones sustentables	.819	.605	.712
20. Capacitación y asistencia técnica en cuanto a temas de cuidado ambiental.	.798	.402	.600
Total activo	1.934	1.726	1.830
% de la varianza	38.678	34.518	36.598

Fuente: Elaboración propia

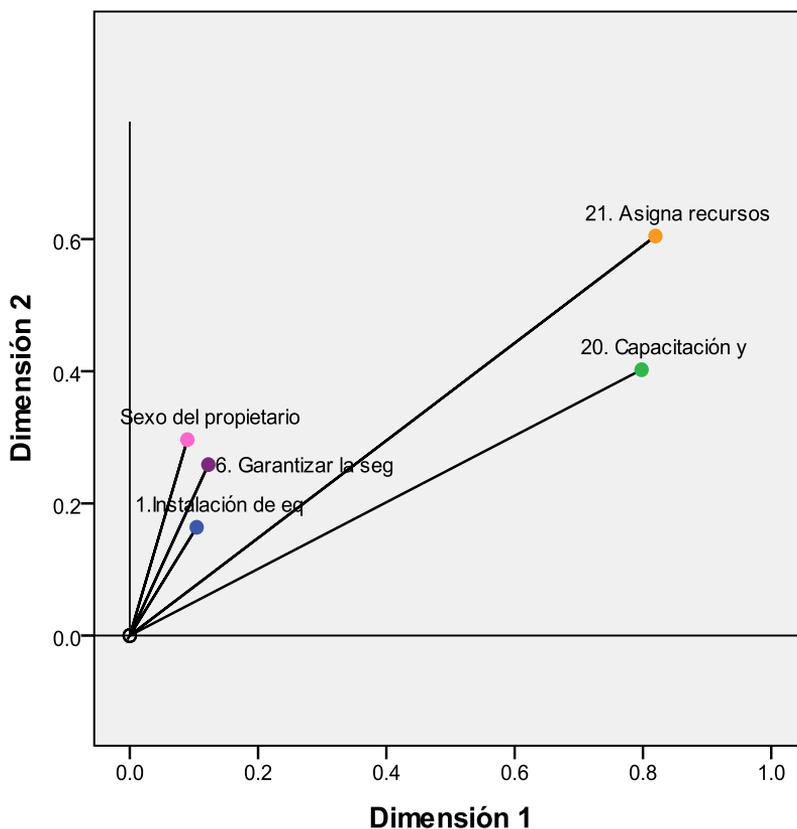
La figura 3 presenta el agrupamiento de las variables obtenidas en el clúster 2, relacionadas con los factores de “recursos humanos” por parte de los hoteles encuestados. Al igual que en el anterior grupo, se observa la asociación de respuestas de las categorías “si aplico” de las variables: “Asigna recursos económicos en su planeación para realizar acciones ambientales” y “Capacitación y asistencia técnica en cuanto a temas de cuidado ambiental”. Esto quiere decir que las empresas que, si asignan recursos económicos en su planeación, tienden a capacitar y dar asistencia técnica a sus trabajadores en cuanto a temas del cuidado del ambiente. Mientras que los empresarios que no aplican o no quieren, no asignan recursos económicos en su planeación, por lo que no capacitan y dan asistencia técnica a sus trabajadores. Las demás variables se encuentran alejadas de estos dos grupos, por lo que son independientes y no tienen ningún peso en el modelo.

Figura 4. Diagrama conjunto de puntos de categorías clúster 2



Lo anterior también se puede observar en la gráfica de medidas de discriminación figura 5, en donde las variables que se encuentran en la dimensión uno, son dos, “Asigna recursos económicos en su planeación para realizar acciones ambientales” y “Capacitación y asistencia técnica en el cuidado del ambiente”. En la gráfica se muestra que estas variables, son las que se encuentran más alejadas del origen y por tanto más contenido de información poseen. En cuanto a la dimensión 2, se ubican las variables, “Sexo del propietario”, “Garantiza la seguridad y salud de los empleados” e “Instalación de equipos de bombeo de alta definición”. Éstas se encuentran más cercanas al origen por lo que tienen menos capacidad explicativa en el modelo.

Figura 5. Medidas de discriminación clúster 2



Normalización principal por variable.

Fuente: Elaboración propia

### Clúster 3

En relación con el clúster 3, relacionado con los factores de “Dispositivos eficientes o ahorradores en los hoteles”, se generaron los siguientes resultados:

En la tabla 6, de resumen del modelo, se evidencia que con las variables del clúster 3, la varianza explicada de la dimensión 1 presentó un resultado de 46.93% y de la dimensión 2 de 35.13%, que en total representa el 82.1% de variabilidad explicada por el modelo, dato muy significativo por lo que las

variables deben de discriminar bien y por lo tanto puede existir alguna relación entre ellas. En consecuencia, la inercia es mayor en la primera dimensión (.469) que la segunda (.351).

Tabla 6. Resumen del modelo clúster 3

Dimensión	Alfa de Cronbach	Varianza explicada		
		Total (Autovalores)	Inercia	% de la varianza
1	.874	4.693	.469	46.930
2	.795	3.513	.351	35.135
Total		8.206	.821	
Media	.840 <sup>a</sup>	4.103	.410	41.032

a. El Alfa de Cronbach Promedio está basado en los autovalores promedio.

Fuente: Elaboración propia

En la siguiente tabla 7, medidas de discriminación, se observa que la dimensión 1 es la que tiene un mayor peso en el modelo ya que existen 5 variables que tienen valores altos. Dichas variables son: “Realiza programas ambientales”, “Programas y campañas permanentes de concientización”, “Instalación de sistemas de equipos ahorradores en regaderas y lavabos”, “Instalación de dispositivos para el ahorro de gas” y “Control de residuos generados”, mismas que mantienen un estatus de relación entre ellas. En cuanto a la dimensión 2, solamente existe una variable con valor alto y que al mismo tiempo discrimina con la otra dimensión, la cual es “Instalación de equipos de calentadores solares”. Esta variable guarda una relación de independencia con respecto a las otras 5 variables.

Tabla 7. Medidas de discriminación clúster 3

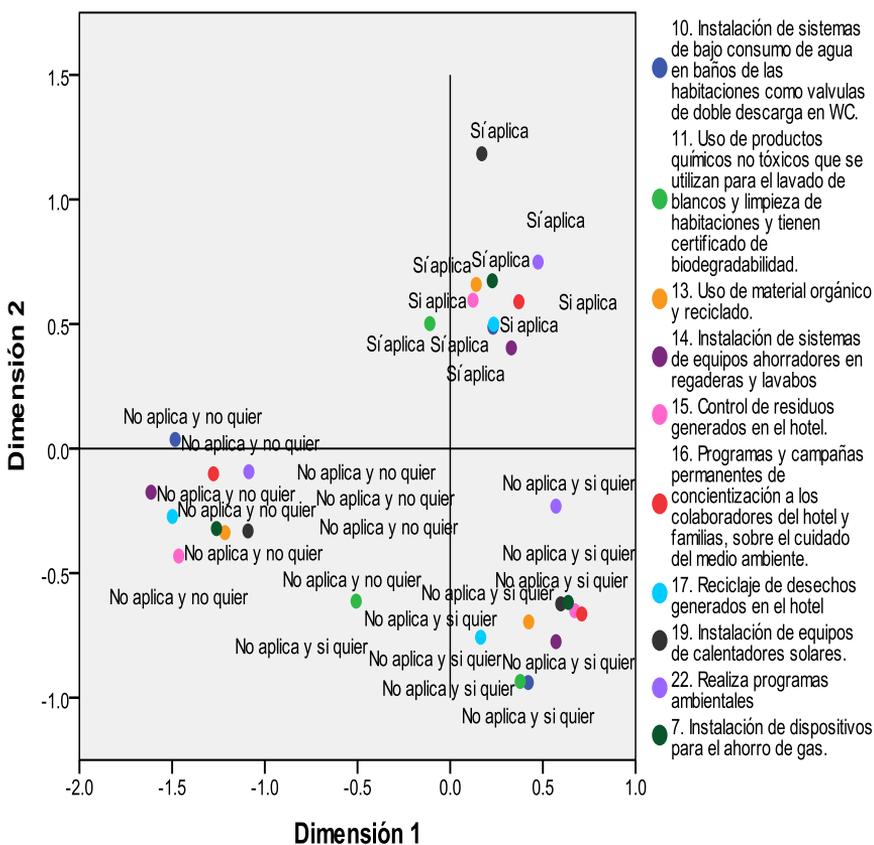
	Dimensión		Media
	1	2	
11. Uso de productos químicos no tóxicos que se utilizan para el lavado de blancos y limpieza de habitaciones y tienen certificado de biodegradabilidad.	.069	.441	.255
22. Realiza programas ambientales	.591	.134	.363
19. Instalación de equipos de calentadores solares.	.490	.615	.552
16. Programas y campañas permanentes de concientización a los colaboradores del hotel y familias, sobre el cuidado del medio ambiente.	.683	.279	.481
10. Instalación de sistemas de bajo consumo de agua en baños de las habitaciones como valvulas de doble descarga en WC.	.447	.384	.416
14. Instalación de sistemas de equipos ahorradores en regaderas y lavabos	.661	.244	.452
13. Uso de material orgánico y reciclado.	.335	.395	.365
17. Reciclaje de desechos generados en el hotel	.314	.332	.323
7. Instalación de dispositivos para el ahorro de gas.	.546	.344	.445
15. Control de residuos generados en el hotel.	.558	.345	.452
Total activo	4.693	3.513	4.103
% de la varianza	46.930	35.135	41.032

Fuente: Elaboración propia

La siguiente figura 6, presenta el agrupamiento de las variables obtenidas en el clúster 3, relacionadas con “Dispositivos eficientes o ahorradores” por parte de los hoteles encuestados. La categoría “si aplica” de las variables: “Realiza programas ambientales”, “Instalación de equipos de calentadores solares”, “Programas y campañas permanentes de concientización”, “Instalación de sistemas de bajo consumo de agua en los WC”, “Instalación de sistemas de equipos ahorradores en regaderas y lavabos”, “Instalación de dispositivos para el ahorro de gas” y “Control de residuos generados” presentan una asociación de respuestas de esta categoría en el diagrama, por lo que existe una relación de dependencia entre ellas. Esto significa que las empresas que sí realizan programas ambientales, programas y campañas permanentes y realizan algún control de los residuos generados en

sus hoteles, también tienden a instalar dispositivos eficientes y/o ahorradores tales como calentadores solares, sistemas de bajo consumo de agua en los WC y en las regaderas y lavabos, dispositivos ahorradores de gas. En contraste con los dos grupos de categorías que “no aplican o no quieren aplicar”, no realizan acciones como programas ambientales ni la instalación de dispositivos eficientes o ahorradores en sus hoteles.

Figura 6. Diagrama conjunto de puntos de categorías clúster 3



- 10. Instalación de sistemas de bajo consumo de agua en baños de las habitaciones como valvulas de doble descarga en WC.
- 11. Uso de productos químicos no tóxicos que se utilizan para el lavado de blancos y limpieza de habitaciones y tienen certificado de biodegradabilidad.
- 13. Uso de material orgánico y reciclado.
- 14. Instalación de sistemas de equipos ahorradores en regaderas y lavabos
- 15. Control de residuos generados en el hotel.
- 16. Programas y campañas permanentes de concientización a los colaboradores del hotel y familias, sobre el cuidado del medio ambiente.
- 17. Reciclaje de desechos generados en el hotel
- 19. Instalación de equipos de calentadores solares.
- 22. Realiza programas ambientales
- 7. Instalación de dispositivos para el ahorro de gas.

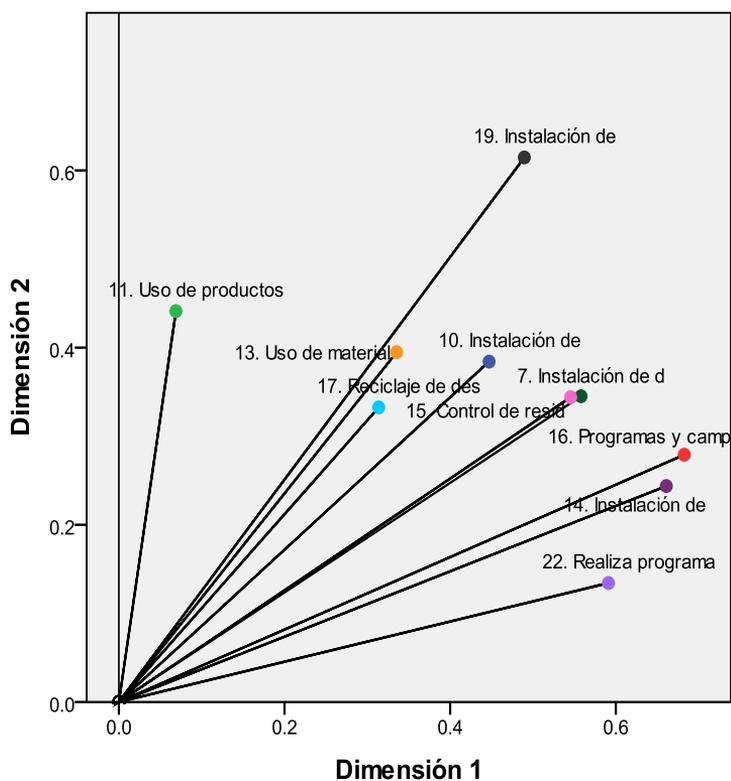
Normalización principal por variable.

Fuente: Elaboración propia

Lo anterior también se puede ver en la figura 7. Las variables que se ubican en la dimensión uno son 6: “programas ambientales”, “programas y

campañas de concientización a los colaboradores sobre el cuidado del medio ambiente”, “instalación de sistemas de bajo consumo de agua en los WC”, “instalación de equipos ahorradores en regaderas y lavabos”, “instalación de dispositivos ahorradores de gas” y “control de residuos generados en el hotel”. En cuanto a la dimensión 2, las variables que se ubican en esta dimensión son 4: “uso de productos no tóxicos en el lavado de blancos”, “instalación de equipos de calentadores solares”, “uso de material orgánico” y “reciclaje de desechos generados en el hotel”. En la figura se observa que las variables muestran una relación entre ellas, excepto la variable “uso de productos químicos no tóxicos”, que se utilizan para el lavado de blancos.

Figura 7. Medidas de discriminación clúster 3



Normalización principal por variable.

Fuente: Elaboración propia

#### Clúster 4

El clúster 4 relacionado con factores de “Servicios de atención” de los hoteles, se encuentra conformado por las siguientes variables, cuyos resultados son los siguientes:

Los resultados de la tabla 8, resumen del modelo, muestra que la varianza explicada de la dimensión 1 desplegó un resultado de 41.98% y de la dimensión 2 de 32.50%, que en total representa el 74.5% de variabilidad explicada por el modelo, dato significativo que señala que podría existir alguna relación entre las variables.

Tabla 8. Resumen modelo clúster 4

Dimensión	Alfa de Cronbach	Varianza explicada		
		Total (Autovalores)	Inercia	% de la varianza
1	.770	2.939	.420	41.980
2	.654	2.275	.325	32.503
Total		5.214	.745	
Media	.719 <sup>a</sup>	2.607	.372	37.241

a. El Alfa de Cronbach Promedio está basado en los autovalores promedio.

Fuente: Elaboración propia

La siguiente tabla 9, medidas de discriminación, presenta las dos dimensiones que se derivaron en el modelo. Se puede observar que la dimensión 1 presenta 3 variables con valores significativos arriba del valor *eigenvalue*, estas son: “Instalaciones de dispositivos para el ahorro de gas”, “instalaciones de sistemas de bajo consumo de agua en WC” y “uso de buzón de quejas y sugerencias”. En cuanto a la dimensión 2, los valores significativos

obtenidos fue uno, “variable instalación de equipos de calentadores solares”. Las demás variables presentan valores no significativos.

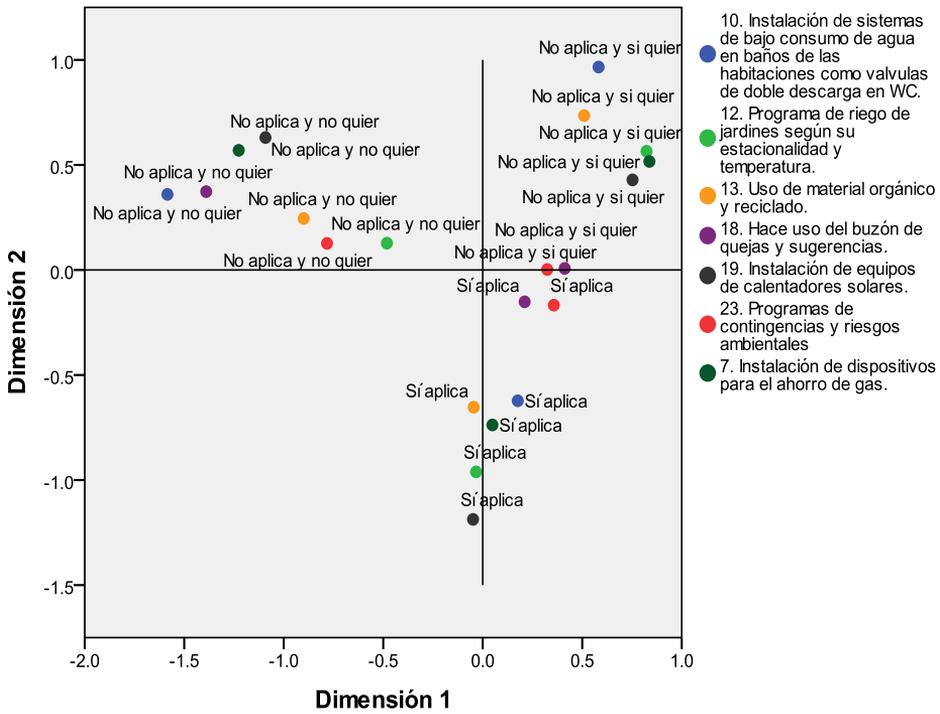
Tabla 9. Medidas de discriminación clúster 4

	Dimensión		Media
	1	2	
19. Instalación de equipos de calentadores solares.	.571	.611	.591
23. Programas de contingencias y riesgos ambientales	.262	.011	.137
10. Instalación de sistemas de bajo consumo de agua en baños de las habitaciones como valvulas de doble descarga en WC.	.533	.502	.518
13. Uso de material orgánico y reciclado.	.237	.402	.320
7. Instalación de dispositivos para el ahorro de gas.	.602	.398	.500
18. Hace uso del buzón de quejas y sugerencias.	.426	.035	.230
12. Programa de riego de jardines según su estacionalidad y temperatura.	.307	.316	.311
Total activo	2.939	2.275	2.607
% de la varianza	41.980	32.503	37.241

Fuente: Elaboración propia

La figura 8, presenta el agrupamiento de las variables obtenidas en este clúster 4, relacionadas con factores de “Servicios de atención” en los hoteles. En esta se puede observar la agrupación de las diferentes respuestas vertidas por los propietarios de los hoteles, relacionada a la categoría “si aplica” de las variables “instalación de sistemas de bajo consumo de agua en los WC”, “instalación de equipos de calentadores solares”, “instalación de dispositivos para el ahorro de gas” y “uso de buzón de quejas y sugerencias”. Los empresarios que utilizan buzón de quejas y sugerencias en sus empresas, también hacen uso de dispositivos eficientes o ahorradores como sistemas de bajo consumo de agua en los WC, en dispositivos de gas y calentadores solares. Los que no aplican o no quieren, en contraste, no utilizan buzón de quejas y sugerencias y no disponen de dispositivos eficientes en el agua de los WC, en el gas y en los calentadores solares.

Figura 8. Diagrama conjunto de puntos de categorías clúster 4

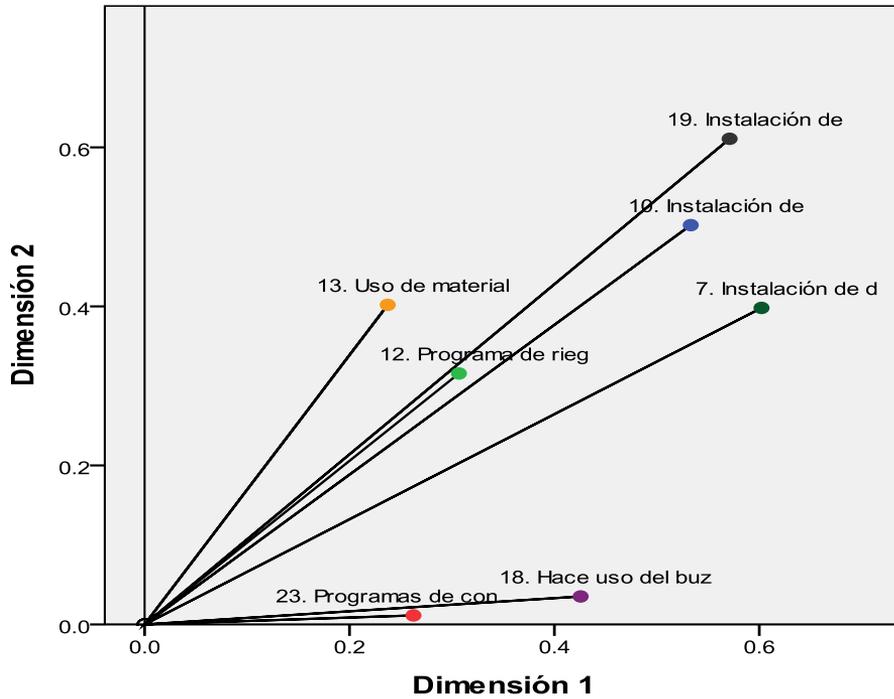


Normalización principal por variable.

Fuente: Elaboración propia

La figura 9, medidas de discriminación, confirma lo mencionado anteriormente. En la dimensión 1 se relacionan 4 variables: “programas de contingencias y riesgos ambientales”, “uso de buzón”, “instalación de dispositivos para el ahorro de gas” e “instalación de bajo consumo de agua en WC”. En la dimensión 2 se encuentran tres variables: “uso de material orgánico y reciclado”, “instalación de equipos de calentadores solares” y “programa de riego de jardines”. También se puede observar que 3 variables se encuentran más alejadas del centro o de cero, por tanto, son las variables que más se relacionan, por lo que hay una dependencia entre ellas y no así con las variables que están cercanas al origen o a cero.

Figura 9. Medidas de discriminación clúster 4



Normalización principal por variable.

Fuente: Elaboración propia

## Conclusiones

Del análisis de correspondencia múltiple entre las variables del clúster 1 denominado factores “Características de la empresa” se puede concluir que la dimensión 1 es la que más aporta en el modelo con un 41.7% de la variabilidad total del modelo, logrando alcanzar un total de 71.5% de la varianza explicada. Se encontró asociación entre dos variables, lo que significa que los empresarios que asignan recursos económicos en su planeación anual para realizar acciones sustentables, tienden a realizar programas ambientales.

En relación con los factores “Recursos humanos” clúster 2, la varianza explicada de la dimensión 1 tuvo un resultado de 38.6% y la dimensión 2 un

34.5%. Al igual que el anterior grupo, este grupo detectó asociación en dos variables, lo que se traduce que las empresas que sí asignan recursos económicos en su planeación anual para realizar acciones sustentables, son las que más tienden a capacitar y dar asistencia técnica a sus trabajadores en cuanto a temas del cuidado del ambiente

De los factores “Dispositivos eficientes o ahorradores”, clúster 3, la varianza explicada presentó un resultado de 46.93% en la dimensión 1 y en la 2 de 35.1%. Se detectó que existe una dependencia entre 6 variables, ya que están relacionadas entre ellas. Esto indica que las empresas que realizan programas ambientales y programas y campañas permanentes también realizan algún control de los residuos generados en sus hoteles. Igualmente tienden a instalar dispositivos eficientes y/o ahorradores tales como calentadores solares, sistemas de bajo consumo de agua en las regaderas y lavabos y ahorradores de gas.

En cuanto a los factores “Servicios de atención” de los hoteles, clúster 4, la varianza explicada desplegó un resultado de 41.98%, en la dimensión 1 y en la 2 fue de 32.50%. Así mismo, se percibió relación o dependencia en 4 variables, lo que revela que los empresarios que utilizan buzón de quejas y sugerencias en sus empresas, también hacen uso de dispositivos eficientes o ahorradores como sistemas de bajo consumo de agua en los WC, en dispositivos de gas y calentadores solares.

En general se puede decir que se cumplió con las hipótesis que se plantearon en las primeras páginas del trabajo, ya que en cada uno de los clústeres que se determinaron se detectó asociación o dependencia entre las variables. Al igual con el análisis que se realizó, se cumplió con los objetivos que se plantearon en el trabajo, que fue caracterizar las prácticas de

responsabilidad social empresarial con enfoque del medio ambiente y la relación entre las variables.

Las empresas que deseen tener éxito en el mercado deberán de contemplar la responsabilidad social empresarial dentro de su gestión. No como un requisito de cumplimiento de ley o simulacro que realizan acciones de responsabilidad social, sino con conocimiento de causa del impacto que cada empresa genera en su actuación hacia el medio ambiente, a los recursos y a la sociedad en general. No importa el tamaño de la empresa, grande o pequeña, lo que importa son las acciones que cada una de ellas realice y que se preocupe por el futuro de las generaciones venideras. Si una empresa pasa por alto a la RSE daña su reputación corporativa ante los diversos grupos con los que interacciona, clientes, proveedores, empleados, comunidad.

Los empresarios no deben ver como un gasto los desembolsos por las acciones de responsabilidad social empresarial sino como una inversión que pueden recuperar en el largo plazo, además de que estas acciones pueden utilizarlas como una estrategia para competir en el mercado.

Los resultados obtenidos en este trabajo han sido apropiados y coherentes con lo planteado en cuanto establecer la relación de dependencia e independencia entre las variables y la relación entre las categorías de las variables para caracterizar las prácticas de medio ambiente. Este tipo de técnicas puede ser utilizado para analizar las prácticas del medio ambiente no solo para las MiPymes de alojamiento sino para todo tipo y tamaño de empresas. Sin embargo, convendría realizar un análisis más profundo y desarrollar más el tema de la responsabilidad social empresarial de los aspectos medioambientales.

## Bibliografía

- Ahmed, A. M.; Yang, J. B. & Dale, B. G. (2003). "Self-assessment methodology. The route to business excellence". *The Quality Management Journal*, 10(1), 43-57.
- Banco de México, 2017. Balanza de Pagos, B.M., México.
- Barroso Tanoira F (2008). "La responsabilidad social empresarial. Un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán". *Contaduría y Administración*, 226 (1), 73-91.
- Benavides, C., Quintana, C. & Marchante, M. (2014). *Total quality management, corporate social responsibility and performance in the hotel industry*. *International Journal of Hospitality Management*. 41 (1), 77-87.
- Botero, L. (2009). "Responsabilidad social empresarial en el sector de la construcción". *Administer*, 14, 106-126.
- Briceño, A., Lavin, J. & García F. (2011). *Análisis exploratorio de la RSE y su dicotomía en las actividades sociales y ambientales*. *Contaduría y Administración*, 233 (1), 73-90.
- Castillo, D. & Sánchez P. (2017). *Estrategias ambientales y desempeño empresarial de hoteles de México*. *Temas de ciencia y tecnología*, 63 (21), 5-21.
- CEMEFI (2011). Centro Mexicano para la Filantropía. Recuperado de <http://www.cemefi.org/proyectos/responsabilidad-social-empresarial.html>
- Comisión Europea, 2011. Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas. UE. Bruselas. [www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009\\_2014/documents](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents)
- Correa, J. (2007). Evolución histórica de los conceptos de Responsabilidad Social Empresarial y balance social. *Semestre económico*, 20 (10), 87-102.
- De la Fuente, S. (2011). *Análisis Correspondencias Simples y Múltiples*. UAM. España.
- De la Fuente, S. (2011). *Análisis Conglomerados*. UAM. España.
- Diario Oficial de la Federación (2013). Decreto por el que se aprueba el *Programa Sectorial de Turismo 2013-2018*. México: Secretaría de

- Gobernación. Recuperado de [http://www.dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5326572&fecha=13/12/2013](http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5326572&fecha=13/12/2013).
- Fernández, R., Machado, L. (2013). *Prácticas ambientales y desempeño organizacional en la hotelería: Un estudio de sus relaciones en la ciudad de Porto Alegre, Brasil*. Estudios y Perspectivas en Turismo, 22 (1), 294-313.
- Gokovali, U. (2010). "Contribution of tourism to economic growth in Turkey". *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research* 21(1): 139-153.
- Hair, Tatham, Anderson & Black, W. (1999). *Análisis Multivariante*. 5. ed. Prentice, España.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía, (2015). *Censos Económicos 2014. Resultados definitivos*, INEGI, México.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2017. *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, al cuarto trimestre*, INEGI, México.
- Kliksberg, B. 2002. *Hacia una Economía con Rostro Humano*. FCE, México.
- López, A. (2013). *Hacia la Responsabilidad Social Empresarial de Pequeñas empresas: Caso México*. *Administración y Finanzas*, 6 (6), 39-54.
- Mayo, C., Guzmán, S. & Luna, L. (2016). *Tabasco en la necesaria convergencia de sus proyectos de inversión en el turismo de negocios y de ocio*. *Management and Tourism*, 2 (1), 355-370.
- Mathieson, S y Wall, G. (1990). *Turismo. Repercusiones económicas, físicas y sociales*. Ciudad de México, México: Trillas.
- Molina, D. y Sánchez A. 2016. *Obstáculos para la micro, pequeña y mediana empresa en América Latina*. *Revista Pymes, Innovación y Desarrollo*, 2 (4), 21-36.
- Nowak, J., M. Sahli y P. Sgro (2004). "Tourism, trade and domestic welfare", Nota di Lavoro 24. Disponible en: <http://www.feem.it/Feem/Pub/Publications/WPapers/default.htm>.
- Okada, E. & Mais, E. (2010). *Framing the "Green" alternative for environmentally conscious consumers*. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 1(2), 222-234.

- Organización Mundial del Turismo, 2016. Panorama OMT del Turismo Internacional. OMT-UNWTO, España. Recuperado de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf>
- Oreja-Rodríguez, J.R. & Armas-Cruz (2012). *Environmental performance in the hotel sector: the case of the Western Canary Islands*. Journal of Cleaner Production, 29 (30), 64-72.
- Pérez, C. (2010). Técnicas Estadísticas con SPSS. Prentice Hall, España.
- Porto, N. y J. Castromán (2006). "Responsabilidad social: un análisis de la situación actual en México y España", Contaduría y Administración, Núm. 220, pp. 67-87.
- Robbins, S. 2009. Comportamiento Organizacional. Ediciones Pearson. México.
- Ruffolo, I. (2015). *The greening of hotels in the UK and Italy: A cross-cultural study of the promotion of environmental sustainability of comparable corpora of hotel websites*. Social and Behavioral Sciences, 198, 397 – 408.
- Sales, Azevedo, Alencar, Reboucas & Oliveira, E. (2012). *¿Prefieren los turistas hospedarse en hoteles cuyos restaurantes adoptan prácticas de sustentabilidad?*. Estudios y Perspectivas en Turismo, 21(5), 1-11.
- Secretaría de Desarrollo de Turismo, 2015. Indicadores turísticos enero-diciembre, Sedetur, Quintana Roo.
- Secretaría de Desarrollo de Turismo, (2017). Reporte anual de turismo Quintana Roo 2017. Gobierno, Quintana Roo. Disponible en [caribemexicano.travel/ARCHIVOS/REPORTE%20TURISMO%2017.pdf](http://caribemexicano.travel/ARCHIVOS/REPORTE%20TURISMO%2017.pdf)
- Secretaria de Turismo, (2018). Resultados de la Actividad Turística Enero 2018. Sectur, México. Disponible en <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/versionesRAT.aspx>
- Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales, 2016. Informe de la situación del medio ambiente en México. Compendio de estadísticas ambientales, indicadores clave y de desempeño ambiental y de crecimiento verde. Semarnat. México.
- Silva, F., João, R. (2012). *Environmental Disclosure Evaluation Hotels (EDEH): Una propuesta de indicadores y un informe de sustentabilidad basada en el Global*

*Reporting Initiative para empresas hoteleras. Estudios y Perspectivas en Turismo.* 21(1), 68-87.

Theodoulidis, Díaz, Crotto, & Rancatti, E. (2017). *Exploring corporate social responsibility and financial performance through stakeholder theory in the tourism industries.* *Tourism Management*, 62 (1), 173-188.

Unión Europea, (2001). Libro Verde: Fomentar un marco Europeo para la Responsabilidad Social de las empresas. Bruselas: Comisión de las comunidades europeas (<https://eur-lex.europa.eu>  
<http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/VisitantesInternacionales.aspx>  
<http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/ce/ce2014/default.aspx>

*Oikos Polis, Revista latinoamericana de Ciencias Económicas y Sociales*, ISSN 2415-2250 (impresa)  
ISSN 2521-960X (en línea), 4 (1), 33-75



# VENTAS DIRECTAS O DE MARKETING MULTI NIVEL: ¿EXPLOTACIÓN DE MUJERES O CAMINO HACIA EL EMPODERAMIENTO ECONÓMICO?

## DIRECT OR MULTI-MARKETING SALES: EXPLOITATION OF WOMEN OR A ROAD TO ECONOMIC EMPOWERMENT?

VICTORIA ELIZABETH VILLAGÓMEZ MORALES<sup>£</sup>

- **RESUMEN:** Las ventas directas o marketing multi nivel se definen como un modelo o estrategia de negocio donde los ingresos de los vendedores, en este caso vendedoras, dependen de sus propias ventas y de las personas que consigan para vender los mismos productos. Son relativamente pocos los análisis académicos en economía sobre este fenómeno, así como de estudios estadísticos y sociológicos. Si bien es Estados Unidos ya comienzan a sancionarse los abusos cometidos por estas empresas y a regular su modelo, sobre todo las que cotizan en el mercado de valores, en América Latina no existe aún ninguna preocupación por los abusos y fraudes cometidos contra personas vulnerables que pueden perder todos sus ahorros en una inversión que no lo es. Citamos las escasas investigaciones sociológicas que se centran en los efectos tanto positivos como negativos que tienen estas empresas en las mujeres en particular, así como en las cifras que muestran cómo estas empresas se enfocan en mujeres y también en otros grupos de la población que pueden ser más vulnerables a los abusos de estas empresas. Dada la lucha contra la informalidad que se lleva a cabo en la región, se recomienda que los cuerpos legislativos, así como ejecutivos legislen y controlen a estas empresas incluyendo la obligación de cotizar seguridad social de los vendedores. Se recomienda también que los organismos internacionales, sobre todo los que protegen derechos laborales y sociales de las mujeres se abstengan de crear alianzas con este tipo de empresas fraudulentas.

---

<sup>£</sup> Consultora e Investigador Independiente, España, correo electrónico: [vevillagomez@gmail.com](mailto:vevillagomez@gmail.com)

*Oikos Polis, Revista latinoamericana de Ciencias Económicas y Sociales, ISSN 2415-2250 (impresa)  
ISSN 2521-960X (en línea) 4 (1), 77-97.*

- **PALABRAS CLAVES:** venta directa, marketing multi nivel, esquemas piramidales, empoderamiento económico de las mujeres.
- **ABSTRACT:** Direct sales or multi-level marketing are defined as a business model or strategy where the income of salesmen, in this case saleswomen, depend on their own sales and the people who they engage in turn to sell the same products. There are relatively few economic academic analyses on this phenomenon as well as few statistical and sociological studies. While in the United States the abuses committed by these companies and regulation to their model is already beginning to be sanctioned, especially those that are listed on the stock market, in Latin America there is still no concern for the abuses and frauds committed against vulnerable people who can lose all their savings in a fraudulent investment. We cite the scarce sociological research that focuses on the positive and negative effects that these companies have on women in particular, as well as on the figures that show how these companies focus on women and also on other groups of the population that can be more vulnerable to the abuses of these companies. Given the fight against informality that takes place in the region, it is recommended that legislative bodies, as well as the executive, legislate and control these companies, including the obligation to pay social security for sellers or their products. It is also recommended that international organizations, especially those that protect women's labor and social rights, refrain from creating alliances with these types of fraudulent enterprises.
- **KEY WORDS:** direct sales, multilevel marketing, pyramidal schemes, women's economic empowerment.
- **CLASIFICACIÓN JEL:** B54, J16.
- Recepción: 30/01/2019 Aceptación: 13/06/2019

## **1. Introducción**

En la última década se ha abierto un debate importante en EEUU sobre algunas empresas de venta directa a través de personas (esto se diferencia de ventas por internet o televisión). Lo que pudiera parecer en un principio simplemente una manera alternativa o no tradicional de comercio tanto de bienes como de servicios se ha revelado como un esquema de ventas piramidal donde las personas vendedoras no son empleadas de las empresas sino que tienen que cubrir sus propios gastos de representación y protección social o seguro médico y dónde sólo unos pocos, a través del reclutamiento de otras personas (y he aquí el porqué de que sean consideradas piramidales) llegan en realidad a tener un “negocio” como tal y del cual puedan vivir y sustentar a sus familias.

Dichas empresas tienen tanto asociaciones nacionales como mundiales, celebran convenciones anuales y curiosamente hacen grandes esfuerzos por defenderse de que se les identifiquen como esquemas piramidales. En EEUU están relacionadas principalmente con senadores y representantes republicanos que han recibido generosas contribuciones a sus campañas. No es baladí que en la actual administración Trump hayan llegado hasta la Casa Blanca.

La relevancia de esto para los Estados latinoamericanos es que estas empresas han salido de sus fronteras, han venido concertando alianzas y otorgando gran publicidad para nutrir su pirámide aún más en otros continentes casi todas con origen en EEUU, o bien supuestos empresarios latinoamericanos que han copiado sus modelos habiendo sido altos ejecutivos de las mismas en EE.UU. Como se demuestra a continuación, la mayoría de

las personas “vendedoras”, “asociadas”, “distribuidoras” y otros eufemismos son mujeres.

Se puede pensar que los esquemas piramidales caen por sí solos a medida que llega un punto de saturación y se descubre el fraude. No olvidemos que uno de los protagonistas de la reciente crisis financiera mundial fue el señor Bernie Maddoff quien pudo engañar por más de 30 años a todo tipo de clientes hasta que el esquema piramidal efectivamente cayó por sí solo, y de aquí la idea de lo longevos que pueden llegar a ser estos esquemas de ventas ya sea de productos financieros, bienes o servicios. En la etapa actual de la globalización, apertura de mercados y tratados de libre comercio, la base de la pirámide son personas desempleadas, sin ingresos y sobre todo mujeres con responsabilidades familiares que no tienen oportunidades en los negocios tradicionales o que se enfrentan a numerosos obstáculos para acceder y mantenerse en un trabajo asalariado. No sorprende entonces que la asociación americana de marketing multinivel tenga como uno de sus valores “la familia primero”.

Empresas como AVON, Tupperware, OMNILIFE-Angelissima, Herbalife, NU-Skin, Amway, MaryKay y otras utilizan exactamente el mismo esquema y algunas llevan mucho tiempo en el mercado, pero ha sido un alto ejecutivo de Wall Street, el Sr. Bill Ackman (Presidente de Pershing LLC) quien les ha desenmascarado y les acusa directamente de enfocarse en la gente pobre y sobre todo en mujeres con necesidades de ingresar recursos adicionales en sus hogares. Las acciones de Herbalife cayeron en más de un 30% cuando el señor Ackman les denunció y fueron investigados por la FTC (*Federal Trade Commission* o Comisión Federal de Comercio) de EEUU. Más recientemente los propios distribuidores de Herbalife demandaron a la empresa en una demanda colectiva (de 1.5 millones de personas) por engaño.

La demanda tuvo un final a favor de los distribuidores que han logrado cobrar en conjunto la suma de 200 millones de dólares. Revistas de prestigio como *The Economist* o el influyente periódico británico *The Guardian* han hecho llamadas reiteradas sobre la explotación de mujeres en el ámbito de estas empresas. Más recientemente, en uno de los blogs de El Espectador en Colombia, también se llamaba a la prohibición o regulación de este tipo de empresas.

Este pequeño artículo analiza y sintetiza las dos investigaciones sociológicas y desde la perspectiva de género sobre este tipo de empresas, así como artículos periodísticos y académicos sobre las mismas. A continuación, se realiza un pequeño análisis económico y de los datos sobre los vendedores y distribuidores basados en los propios datos de dichas empresas o sus asociaciones. Finaliza con unas posibles medidas basadas en el derecho internacional y derechos de las mujeres así como recomendaciones para gobiernos y organismos internacionales que mantienen o están considerando mantener relaciones institucionales con estas empresas orientadas al empoderamiento económico de las mujeres, que como se demostrará, corren el grave peligro de oportunismo por parte de estas empresas que no cumplen con mínimos laborales y de protección social establecidos internacionalmente y cuyo modus operandi es más cercano a un fraude mercantil.

Mujeres y análisis de género en el mundo de la venta directa o multinivel: *Amway* y *Mary Kay*.

El análisis de género de este tipo de empresas no es algo nuevo, si bien escaso. En el famoso libro (Connelly & Rhoton, 1988) *The Worth of women's work: A Qualitative Synthesis* en 1988 las sociólogas Maureen Connelly y Patricia Rhoton en el capítulo 14, "*Women in Direct Sales*", abrieron un interesantísimo

debate sobre la inserción de las mujeres en este tipo de actividades económicas. Con cifras de la entonces Asociación de Venta Directa (*Direct Selling Association*) en EE UU., se indica que el 80% de los 5 millones de vendedores en 1984 eran mujeres trabajando a tiempo parcial para este tipo de empresas. Utilizando una metodología de observación (en las reuniones de grupo y mítines) y entrevistas directas con un cuestionario abierto, se logró obtener información sobre la motivación de las mujeres en este tipo de actividad, su satisfacción y problemas que enfrentaban en este tipo de actividad económica, información detallada sobre la etapa en sus ciclos de vida, así como otros datos socio demográficos. Las entrevistas fueron grabadas, transcritas y posteriormente analizadas.

Este estudio señala el *modus operandi* de este tipo de organizaciones: venta de los productos a través de reclutar a más vendedoras. Si bien en el caso de Amway y Mary Kay se pudieron observar diferencias en los sistemas de recompensas (el primero enfatizando mayores incentivos en efectivo mientras el segundo a través de bienes como abrigos de piel, joyas y automóviles), para ambas empresas en este estudio la distribución de productos en sí es la menor de las preocupaciones: conseguir a más personas para que hagan supuestas inversiones y se conviertan en vendedoras/reclutadoras es lo más importante. Si bien en el caso de Amway se observaba un patrón “patriarcal” en el sentido de que las mujeres sólo entraban introducidas al sistema por sus maridos, Mary Kay seguía un patrón de “cuidados” de las clientas y posibles nuevas vendedoras en un modelo exclusivamente femenino y estereotipado: ‘se ayuda a otras mujeres a ser más bellas’. En Mary Kay las “consultoras” reclutadas son llamadas “crías”, mientras que en Amway se refiere a los grupos formados bajo un distribuidor como “familias” (p. 248-251). En el caso de Amway se llegaba a una “purga”

de productos en los hogares de los nuevos reclutados (para que sólo se consuman productos de Amway) y abiertamente se aceptaba que no se trataba de conseguir clientes que consumieran más, sino que se integrara a familias que consumieran por lo menos 100 dólares al mes (p. 250).

Durante las entrevistas a distribuidoras de Mary Kay, las investigadoras subrayan “Al escuchar a las [mujeres con “crías”] hablar sobre la actividad de reclutar a otras mujeres, percibimos que su vacilación para hablar sobre el tema se relacionaba de manera implícita a temas de explotación, y que de alguna manera al estar reclutando a otras mujeres y lucrarse de su trabajo pareciera antinatural y no del todo bien” (Conelly & Rhoton, 1988, pág. 252).

Las investigadoras subrayan que ambas empresas producen una multitud de materiales que son también vendidos a los distribuidores, las investigadoras identifican esto como un mercado secundario ligado a la actividad de reclutamiento. Aun cuando la mayoría de las entrevistadas trabajaba a tiempo parcial y agradecía la posibilidad de trabajar con total flexibilidad para compatibilizar trabajo con su vida familiar, ambas empresas imponen un cierto código de vestimenta y presentación y promueven “actitudes positivas” (Conelly & Rhoton, 1988, págs. 252-254). En ambos casos la argumentación utilizada en el material para atraer más vendedores se basa en ideas fantasiosas sobre “la casa ideal” o las “vacaciones de su vida”. En una presentación de Amway al final de los 60 minutos concluía: “Lo que venden en realidad es la esperanza de hacerte rico más allá de tus sueños más descabellados”. En ambos casos, y a diferencia de los hombres en el caso de Amway, si bien no siempre se alcanzaban las cotas más altas en términos de las recompensas (ya sea monetarias o en bienes), las mujeres entrevistadas subrayaron sobre todo la flexibilidad del trabajo, así como la posibilidad de socializar más allá de sus tareas domésticas y de cuidados.

Los problemas más citados por las mujeres entrevistadas, incluyendo a una parte de las que ya no realizaban ningún trabajo para estas empresas, se centraban en darse cuenta de que trabajando a tiempo parcial no era posible alcanzar los niveles de ventas requeridos para obtener las recompensas prometidas, sobre todo por medio del reclutamiento de otras personas. Las investigadoras también señalan las reglas y roles que ambas organizaciones imponen a los vendedores/distribuidores e identifican una paradoja: el “trabajador” se concibe como una persona libre, un empresario independiente y trabajando desde su casa. Sin embargo, en ambas organizaciones se imponen una serie de normas que van desde su aspecto físico/presentación, así como rutinas predeterminadas para presentar los productos y reclutar a más personas. Si bien estas estructuras pueden apoyar a alguien sin experiencia en ventas, también limitan la libertad de las trabajadoras (Conelly & Rhoton, 1988, pág. 256). En el caso de Amway, como ya se señaló, se sigue una división del trabajo basada en roles de género, mientras que en el caso de *Mary Kay* se explota el estereotipo de “cuidadora” de las mujeres.

Otro grave problema, y que explica casos más recientes en EE.UU., es la compra forzada por parte de los distribuidores/vendedores para alcanzar los niveles requeridos para obtener ciertas recompensas. Ya en 1985 se llevó a juicio a un distribuidor de Amway por forzar a sus “familias” a comprar más de \$50,000 de productos para llegar al status de distribuidor directo. (Conelly & Rhoton, 1988, pág. 257). Si bien ambas empresas en el momento de la investigación tenían políticas generosas de retorno de productos, la mayoría de vendedoras y ex vendedoras entrevistadas señalaban que, dentro de la cultura y estructura de las empresas, había cierta dificultad “moral” en devolver el producto a sus distribuidores. Las ventajas para las empresas son evidentes: “En primer lugar, la compañía no invierte absolutamente nada de

dinero en el vendedor hasta que ese individuo se haya elevado lo suficiente en la organización como para haber hecho un firme compromiso con la empresa en sí misma. Si el individuo no realiza ninguna venta, la compañía no está obligada a dar dinero al vendedor. La compañía tampoco tiene que preocuparse por elementos tan costosos y que consumen tanto tiempo como los planes de pensiones, los impuestos a la seguridad social, la compensación por desempleo, la indemnización laboral o los planes de salud. Esta es una situación diferente en la que el vendedor trabaja en una especie de sorteo hasta que sus ventas son lo suficientemente altas como para trabajar por comisión directa. Además, el recluta proporciona su propio espacio de almacén, oficina, ayuda de oficina, suministros, máquinas de escribir, teléfonos, archivadores, estanterías y equipos de fotocopiado. Compran los formularios necesarios para realizar la documentación que la empresa requiere, de la propia empresa.” (traducción propia) (Conelly & Rhoton, 1988, pág. 259). Además, como ya se señaló, hay un mercado secundario de material de formación y presentación. *Tupperware, Avon, Mary Kay* y otras empresas como ejemplos.

Más recientemente, las sociólogas L. Susan Williams y Michelle Bemiller (Williams & Bemiller, 2011) han editado una profunda investigación sobre el fenómeno de venta de estas empresas y habla sobre varias empresas en varios países y el alcance global de las mismas. Su aportación teórica y práctica reside en identificar, por un lado, la economía de la planificación de fiestas (o reuniones en los hogares) como modo de venta o modelo de negocio dentro de las ventas directas o de multi nivel como algo típicamente femenino y como una estructura de género determinada, y por otro los mercados de interacción en los cuales se basa el éxito de dichas fiestas o reuniones que también están imbuidos de relaciones de género.

Por un lado, la economía de la planificación de fiestas se identifica directamente con las empresas de venta multinivel o piramidal. Si bien más adelante en este artículo se incluye un análisis económico, baste citar las cifras que estas autoras subrayan para EE.UU.: 30 mil millones de dólares anuales en 2007. La empresa *Mary Kay* por sí sola en 2007 declaraba 1.8 millones de “consultoras independientes” en más de 35 países con un total de ventas de 4,800 millones. Una simple división nos da un total de 2,666 dólares americanos por consultora en promedio anual (7.30 dólares diarios) se los cuales sólo se llevan un porcentaje lo cual claramente es una cantidad insuficiente para “empoderar” a nadie. Esto sin contar todos los gastos en los que incurren las consultoras incluyendo compra del producto para realizar sus “demostraciones”, pago de material de “formación”, pago de los formularios en los que se envían los pedidos, material de oficina, transporte y otros gastos incluyendo asistir a una serie de reuniones. La única manera de poder generar un ingreso o premios es a través del reclutamiento de más personas para que compren y vendan los productos. Si bien esta cantidad anual en países pobres podría considerarse como un buen sueldo, es evidente que en esos países los niveles de ventas y poder adquisitivo sería aún menor.

Por otro lado, estas autoras introducen el concepto de mercados de interacción como “un arreglo organizacional de relaciones, que incluye asociaciones profesionales y personales que guían las transacciones económicas. La economía de la planificación de fiestas proporciona la base estructural para un análisis de género, pero el componente de interacción es el más visible y el más basado en la acción.” (traducción propia (Williams & Bemiller, 2011, pág. 9). Esto quiere decir que mientras que la planificación de fiestas se basa en una cierta manera de relacionarse de las mujeres en sus hogares con familiares y amigas, los mercados de interacción utilizan las

relaciones, reglas y redes para lograr el intercambio de bienes y servicios a cambio de dinero. Aquí el “mercado” va más allá de la mera transacción económica e incluye las estructuras sociales de género dentro de las cuales se llevan a cabo transacciones económicas en varios niveles: las ventas y compras en sí, el reclutamiento de otras personas para alcanzar objetivos monetarios o de premios para la anfitriona y distribuidora/consultora/vendedora y, finalmente, en el contexto de la globalización, el hecho de que la mayoría de los productos que se venden estas empresas están hechos en su mayoría por mujeres en países donde las condiciones laborales distan mucho que desear.

Las investigadoras también analizan el hecho de que, en todas estas empresas, han sido y están dirigidas actualmente por hombres en su gran mayoría. Al igual que las investigadoras previamente citadas, les llama poderosamente la atención el hecho de que en el marketing o mercadotecnia para llegar y convencer a las mujeres se utilicen promesas totalmente inalcanzables puesto que la misma estructura piramidal sólo permite que muy pocas, contadas con los dedos de una mano, puedan efectivamente llegar a lo más alto como analizamos en los siguientes apartados. En el caso de América Latina destacan las empresas *Omnilife* y *Angelissima* con el mismo modelo de Herbalife donde el director ejecutivo tuvo un cargo de dirección.

### **Otras fuentes e investigaciones**

Investigaciones periodísticas y artículos sobre otras empresas de estructura piramidal, así como las que cayeron durante la última crisis financiera de 2008 abundan en medios electrónicos, sin embargo. son pocos los estudios estrictamente académicos, sobre todo desde el punto de vista del propio modelo a excepción de los arriba reseñados y el de una víctima de estos esquemas fraudulentos (Fitzpatrick, 1997). Tan solo en el área de la estadística

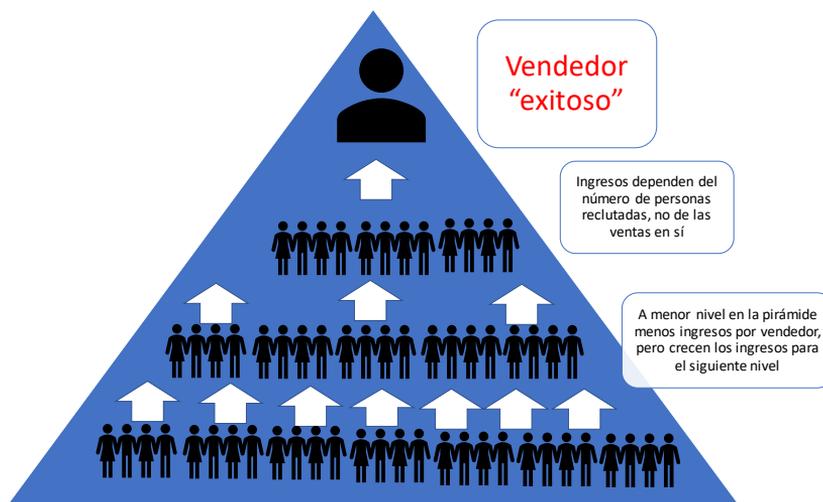
(Smythe, 2019) se han encontrado análisis académicos de cómo funcionan estos supuestos negocios y se han modelado demostrando cómo llegan a un punto de saturación y de cómo sólo un pequeño porcentaje de los participantes puede tener éxito. Es importante señalar que si bien el catálogo del *Journal of Economic Literature* (más conocido como JEL) no existe ninguna clasificación específica de este fenómeno sí se han encontrado algunos análisis como sistema económico bajo la categoría de Otros.

Es importante señalar también que desde el punto de vista macroeconómico el mayor crecimiento de estas empresas tiene lugar sobre todo en momentos de crisis económica, alto desempleo, y en el caso de las mujeres está relacionado a menores oportunidades económicas y falta de políticas de conciliación. Otros estudios desde la perspectiva feminista cercanos a los ya citados son los de Lamoreaux (2013) y de Rohatynskyj (2011) exploran la relación de este tipo de empresas o proyectos patrocinados por estas empresas y el empoderamiento femenino. Ambas concluyen que además del modelo en sí, estas empresas distan mucho de comprender los mecanismos sociales y económicos para superar la pobreza cuando confluyen además otras características (interseccionalidad) y ponen en énfasis en la insistencia de reclutar mujeres y sus redes personales y estructuras de género para favorecer la venta de productos típicamente femeninos (para el hogar o de cuidado personal).

### **Análisis estadístico y económico**

La base económica de las pirámides ha sido estudiada y ampliamente documentada por (Fitzpatrick, 1997) y otros (Sadiraj & Schram, 2018) (Sadiraj & Schram, 2019) (Vander Nat, 2002). Los esquemas pueden variar, pero básicamente se explican por la siguiente ilustración.

Ilustración 1 Esquema de una empresa multinivel piramidal



Fuente: Elaboración propia

Desde un punto de vista microeconómico, este modelo no está basado en las leyes de la oferta y la demanda, sino en el crecimiento exponencial de más y más vendedores y la “inversión” en tiempo, compra de productos, material para las ventas, y asistencia a reuniones que cada uno de los nuevos reclutas está obligado a hacer. Los productos en sí no son ni mejores y a veces sí peores que los que se venden por medios convencionales (sobre todo los suplementos alimenticios que prometen milagros y pueden ser nocivos para la salud). Las empresas prometen ingresos solo a cambio de una cadena interminable de nuevas personas reclutadas y no por la venta de productos. La venta de productos en sí es un medio para poder evadir la legislación que sí es clara en la mayoría de los países sobre las inversiones financieras que siguen un esquema piramidal (donde los pagos o rendimientos a los inversores antiguos se pagan por los inversores nuevos o conocidas como Ponzi en EE.UU.). En realidad, debido a la progresión geométrica de los reclutas (hipotéticos), pocos participantes en un esquema piramidal podrán reclutar a

otros suficientes para recuperar su inversión inicial, y mucho menos obtener un beneficio, porque el conjunto de reclutas potenciales se agota rápidamente (Smythe, 2019). Curiosamente, incluso en la literatura que estudia los esquemas Ponzi clásicos, los esquemas piramidales de venta directa son considerados como “legítimos” en el sentido de que venden un producto o servicios tangible (Sadiraj & Schram, 2018) (Vander Nat, 2002).

Los esquemas piramidales basados en venta de productos se pueden explicar por medio de modelos estadísticos (Smythe, 2019) conocidos como árboles de decisión o algoritmos recursivos, parecido a la Ilustración 1 anterior. Donde el vendedor exitoso es la raíz y donde se puede identificar a través de los nodos (en este caso vendedores) de manera única desde la raíz hacia ese vendedor  $j$ . Sin embargo, en el caso de los esquemas piramidales multinivel, los vendedores no son aleatorios o uniformes, sino que existen una serie de restricciones (cuántas personas conoce el vendedor o miembros de su familia o círculo a quienes puede enganchar y el hecho de que hay un elevado número de vendedores que abandonan la actividad y otros que entran). Esto hace que el análisis se complique de manera importante y explica el porqué del escaso análisis matemático sobre las propiedades de los esquemas piramidales. El breve trabajo de (Smythe, 2019) explica de manera resumida los trabajos existentes y los retos para avanzar en un estudio más profundo de estas empresas. Por otra parte, (Vander Nat, 2002) explica a través de un modelo matemático simple cómo diferenciar entre un esquema piramidal de uno de venta directa que no depende del reclutamiento de más personas. El modelo en sí se puede calcular en una hoja de cálculo y tomando como base los modelos de Amway y de una empresa que fue denunciada y cerrada en los años noventa en EE.UU. (Equinox) entre otras.

### Datos de las empresas de venta directa

A partir de datos públicos de las propias empresas y de sus asociaciones a nivel mundial, la siguiente tabla ha sido elaborada para hacer unos cálculos simples de lo que cada vendedor o representante independiente o como sea que cada empresa llame a sus “colaboradores”. Como se puede observar haciendo una división simple de ventas entre número de vendedores o colaboradores, las ventas son muy pequeñas con la excepción de Herbalife. Pero si aplicamos además los diferentes porcentajes de lo que típicamente se negocia como comisión o premio en efectivo nos damos cuenta de que las cantidades que reciben las personas que se dedican a ello son muy pequeñas, no suficientes como para mantener a toda la fuerza de ventas con un nivel digno de vida, más bien incluso en algunos casos muy cerca del nivel de pobreza definido por los Objetivos de Desarrollo Sostenible (menos de \$1.90 diarios). Es importante destacar que, en el caso de Herbalife, sólo para ser miembro, sin ser distribuidor, el mínimo de compra ronda los \$4,000. Por lo cual no es sorprendente que en este caso las cifras sean mayores.

Todos los datos a Julio de 2018 obtenidos de páginas web oficiales de cada empresa a menos que se indique otra cosa (todo en dólares estadounidenses)					
		ventas por persona anualizadas (no sus ganancias)	Compensación o ganancia para colaboradores anualizada (calculado en base a información de páginas web y blogs de distribuidores/colaboradores)		
Empresa o Asociación			3%	6%	35%
	<b>World Federation Statistical Data (2017)</b>				
Personal de ventas (aproximadamente 73% a nivel mundial son mujeres)	116,737,059				

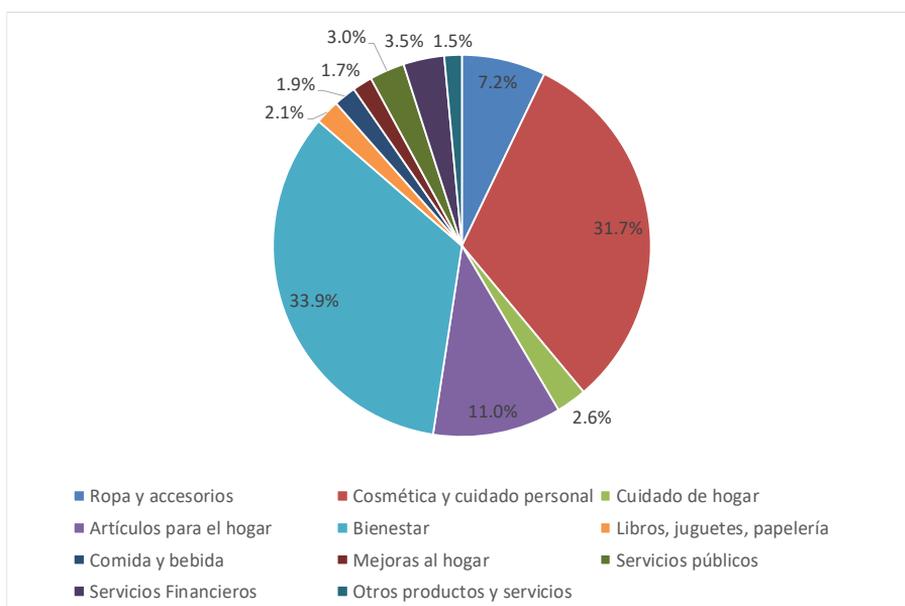
ventas	\$189,641,325,779	\$1,625	\$49	\$97	\$569
	<b><i>Tupperware</i></b>				
Personal de ventas (aproximadamente 80% a nivel mundial son mujeres)	3,195,685				
ventas	\$2,255,800,000	\$706	\$21	\$42	\$247
	<b><i>Herbalife</i></b>				
Personal de ventas (aproximadamente 80% a nivel mundial son mujeres)	482,600				
ventas	\$4,427,570,000.00	\$9,174	\$275	\$550	\$3,211
	<b><i>Avon*</i></b>				
Personal de ventas (aproximadamente 95% a nivel mundial son mujeres)	6,400,000				
ventas	\$5,715,600,000.00	\$893	\$27	\$54	\$313
* Cifra de personal de ventas o representantes como los denomina Avon, tomada de información en su página web. El informe anual no incluye información sobre el número de representantes, sólo sobre el cambio en el número de representantes activas (definidas como representantes que hayan registrado por lo menos una orden de productos).					
Fuentes: World Federation Statistical Database (2014-2017) <a href="http://www.wfdsa.org/about_wfdsa/?fa=globalStats">http://www.wfdsa.org/about_wfdsa/?fa=globalStats</a> Tupperware fact sheet <a href="https://ir.tupperwarebrands.com/~media/Files/T/TupperWare-IR/fact-sheet/2017-fact-sheet-v2.pdf">https://ir.tupperwarebrands.com/~media/Files/T/TupperWare-IR/fact-sheet/2017-fact-sheet-v2.pdf</a> Avon Informe Annual a Inversores <a href="http://investor.avonworldwide.com/Cache/1500109330.PDF?O=PDF&amp;T=&amp;Y=&amp;D=&amp;FID=1500109330&amp;iid=3009091">http://investor.avonworldwide.com/Cache/1500109330.PDF?O=PDF&amp;T=&amp;Y=&amp;D=&amp;FID=1500109330&amp;iid=3009091</a> Herbalife página web con diversos informes a inversores <a href="https://ir.herbalife.com/financial-information">https://ir.herbalife.com/financial-information</a>					

Más aún, dividiendo el total de la población mundial por el que la asociación mundial de ventas directas reporta como fuerza de ventas total llegamos rápidamente a la conclusión de que hay un vendedor de estos productos por cada 64 personas en el planeta, si eliminamos a los menores de 15 años la cifra baja a uno por cada 16 personas. Es imposible matemáticamente que todos esos vendedores salgan de la pobreza. Sólo salen

algunos pocos y es en esto lo que se basa el éxito de estos sistemas, ponen de ejemplo a las vendedoras o que se han enriquecido como si el modelo se pudiera repetir y además utilizando técnicas parecidas a los de los fanáticos religiosos. Como prueba indirecta de la naturaleza piramidal de estas empresas se puede tomar como ejemplo su entrada y desarrollo en China donde han sido obligadas a respetar legislación laboral y comercial, reduciendo notablemente su alcance, así como la aplicación de sanciones si utiliza sus métodos habituales.

En cuanto al tipo de productos que estas empresas producen o venden, el Gráfico 1 muestra que la gran mayoría (65.6% en 2017) se concentra en productos dirigidos sobre todo a mujeres (cosmética, cuidado personal, ropa y accesorios).

Gráfico 1 Distribución mundial por tipo de producto o servicio de las empresas de venta directa



Fuente: World Federation Statistical Database (2014-2017)

## Conclusión

Como se observó en las secciones anteriores, para las mujeres, según la época y el país en el momento de unirse a estas empresas ha representado un antes y un después en las posibilidades de poder salir de sus casas, relacionarse con otras personas (sobre todo mujeres, pero no siempre) y adquirir o desarrollar una serie de habilidades que son necesarias para el desarrollo de un negocio.

Pero, al mismo tiempo, estas empresas han explotado las redes y relaciones sociales de las mujeres para crear una herramienta de mercadotecnia aun cuando los mismos productos se pueden comprar con mejor calidad y precio en comercios normales. Resulta muy relevante el hecho de que lo que las empresas señalan como falta de avaricia o ambición haya evitado que muchas de ellas hayan llegado a las cúspides de las pirámides y desenmascarado más rápidamente su naturaleza. Como informa la Organización Mundial del Trabajo (OIT) el emprendimiento femenino y tanto sus retos como oportunidades son mucho más complejas (Organización Internacional del Trabajo, 2018). Es aquí donde, desde el punto de vista económico, estas empresas han podido perdurar. Es decir, el hecho de que las mujeres sólo vendan a sus familiares y amigos más cercanos y no desarrollen los negocios más allá es lo que mantiene la pirámide viva.

Desde un punto de vista estadístico, los nodos se van renovando de manera discreta, y no aleatoria y el dinero sigue fluyendo hacia arriba sin que se mejoren los indicadores básicos de lo que podemos llamar empoderamiento económico. Incluso existen entidades financieras de microcrédito que han financiado aventuras comerciales de este tipo y no sería extraño observar los mismos niveles de abandono de negocio que las mismas empresas piramidales están siendo obligadas a declarar en EE. UU. Según los

últimos informes a accionistas de *Avon* y *Herbalife*, anualmente hay hasta un 50% o más de los colaboradores (cualquiera que sea su denominación) abandona en el primer año y que año a año (según predice el modelo estadístico) en cada país el nivel de retención vaya cayendo.

Como ya han señalado las autoras citadas en este artículo, las empresas se ahorran todo tipo de impuestos y cotizaciones a la seguridad social por medio de la presentación de su modelo como una oportunidad de negocio. En realidad, se está fomentando un tipo de actividad informal que en países como los Latinoamericanos es más fácil de lograr dada la debilidad de los sistemas recaudatorios y que a nivel social sea una manera de trabajar aceptada. Como mucho se paga el impuesto al valor añadido. El empoderamiento de las mujeres, a quien van dirigidos muchos de los mensajes para participar en estos esquemas piramidales, se ve seriamente cuestionado, si bien el marketing y los esfuerzos de responsabilidad corporativa se vuelcan en causas como la lucha contra el cáncer de mama o la violencia contra las mujeres y se hacen compromisos públicos a favor del empoderamiento económico de las mujeres y la necesidad de que haya más mujeres en puestos de dirección y toma de decisiones. Sin embargo, la sencilla tabla con la división de número de representantes y ventas, así como distintos niveles de ganancia muestran que estas empresas no solo son un fraude comercial, sino también moral.

No se ha encontrado en las páginas web gubernamentales de ningún país de América Latina advertencias al público sobre este tipo de esquemas y empresas, a diferencia de otros países como EE.UU., Singapur o Canadá. Sin embargo, sí se encontraron ejemplos de funcionarios del Estado que no denunciaban la venta directa en sí como un acto criminal (y de hecho nombran a *Herbalife*), pero sí el hecho de que las empresas hagan promesas de obtener grandes ganancias con inversiones mínimas y que dependan de lograr que más

personas participen en la actividad. Es importante que tanto políticos como funcionarios no se confundan por el hecho de que medie un producto para legitimar lo que sigue siendo un esquema piramidal que promete sacar de la pobreza o independizar económicamente tanto a hombres como a mujeres, pero sobre todo a mujeres, y que sigue perpetuando la informalidad a la que tantos recursos están siendo dedicados por justicia social y económica en varios países de la región.

Por otro lado, en las páginas web y noticias de diversas agencias de Naciones Unidas se encuentran alianzas con algunas de estas empresas que pueden parecer parte de las estrategias de marketing de las empresas legitimando sus negocios y en ninguna instancia sobre esfuerzos para normalizar aspectos como la inscripción a la seguridad social de sus vendedoras o programas ajustados a las investigaciones sobre emprendimiento femenino por OIT u otros organismos internacionales o estudios.

## **Bibliografía**

- Conelly, M., & Rhoton, P. (1988). Women in Direct Sales: A comparison of Mary Kay and Amway sales workers. En A. Statham, E. M. Miller, & H. O. Mauksch, *The Worth of Women's Work, A Qualitative Synthesis* (págs. 245-264). Albany, New York: State University of New York Press.
- Fitzpatrick, R. L. (1997). *Seeking Financial and Spiritual Deliverance in Multi-level Marketing and Pyramid Schemes*. Herald Press.
- Lamoreaux, T. (2013). *Home is Where the Work is: Women, Direct Sales, and Technologies of Gender*. Arizona State University: Tesis Doctoral.
- Organización Internacional del Trabajo. (2018). *Entrepreneurship Development Interventions for Women Entrepreneurs: An Update on What Works*. Ginebra: Organización Internacional del Trabajo.

Rohatynskij, M. (2011). Development Discourse and Selling Soap in Madhya Pradesh, India. *Human Organization*, 63-73.

Sadiraj, K., & Schram, A. (2018). Inside information in Ponzi schemes. *Journal of the Economic Science Association*, 29-45.

Sadiraj, K., & Schram, A. (25 de enero de 2019). Informed and Uninformed Investors in an Experimental Ponzi Scheme. Obtenido de ResearchGate: [https://www.researchgate.net/publication/254779404\\_Informed\\_and\\_Uninformed\\_Investors\\_in\\_an\\_Experimental\\_Ponzi\\_Scheme](https://www.researchgate.net/publication/254779404_Informed_and_Uninformed_Investors_in_an_Experimental_Ponzi_Scheme)

Smythe, R. T. (04 de 01 de 2019).

[https://www.encyclopediaofmath.org/index.php/Pyramid\\_schemes](https://www.encyclopediaofmath.org/index.php/Pyramid_schemes).

Obtenido de Encyclopedia of Mathematics: [https://www.encyclopediaofmath.org/index.php/Pyramid\\_schemes](https://www.encyclopediaofmath.org/index.php/Pyramid_schemes)

Vander Nat, P. (2002). Marketing Fraud: An Approach for Differentiating Multilevel Marketing from Pyramid Schemes. *Journal of Public Policy and Marketing*, 139-151.

Williams, S. L., & Bemiller, M. (2011). *Women at Work: Tupperware, Passion, and Beyond*. Boulder, Colorado: Lynne Rienner Publishers.

*Oikos Polis, Revista latinoamericana de Ciencias Económicas y Sociales*, ISSN 2415-2250 (impresa)  
ISSN 2521-960X (en línea), 4 (1), 77-97.



**CONVOCATORIA DE DOCUMENTOS**

**OIKOS POLIS**

REVISTA LATINOAMERICANA DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES  
(RLCES)

**VOLUMEN 4, NÚMERO 2, JULIO-DICIEMBRE, 2019**

El Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales ‘José Ortiz Mercado’ (IIES-JOM) realiza una cordial invitación – a la comunidad de académicos – para enviar sus colaboraciones a fin de ser publicados en el Volumen 4, Número 2, julio-diciembre 2019 en **‘OIKOS POLIS, REVISTA LATINOAMERICANA DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES (RLCES)’**.

Nuestro propósito es promover investigaciones en ciencias económicas, políticas, sociales y de administración – de orden nacional, local o internacional–, con especial énfasis a países latinoamericanos. Las publicaciones de esta revista están indexadas y disponibles en *REPEC-EDIRC*.

**BASES**

Los trabajos deben ser inéditos, es decir, no haberse presentado en otro mecanismo de publicación, ni someterse a otra publicación paralela y podrán presentarse en español o en inglés.

Los documentos deben tener una extensión mínima de cinco páginas y una máxima de treinta y cinco (incluyendo gráficas, tablas, anexos y referencias), Letra TIMES NEW ROMAN N° 12, 1.5 de interlineado, 3.00 cm. de márgenes por todos lados.

Envío de documento por correo electrónico:

[iiesjom@uagrm.edu.bo](mailto:iiesjom@uagrm.edu.bo)

Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales

Teléfono (00-591-3) 355 67 55, Mod. 211(218), sala 3.

Módulos universitarios, entre 2do y 3er anillo, Av. Busch.

## FECHAS

La recepción de documentos está abierta –de forma permanente- durante todo el año; sin embargo, se presentan las siguientes fechas límites para efectos de revisión, dictamen, réplica, edición y publicación:

<b>Fecha límite de recepción</b>	<b>Publicación</b>
31 de enero de 2019	Enero-junio, 2019 [Vol. 4, N° 1]
30 de junio de 2019	Julio-diciembre, 2019 [Vol. 4, N° 2]

## INSTRUCCIONES PARA LOS COLABORADORES

- Se publicarán investigaciones en ciencias económicas, políticas, sociales y de administración – de orden nacional, local o internacional–, con especial énfasis a países latinoamericanos.
- Los trabajos tienen una extensión mínima de cinco páginas y un máximo de treinta y cinco (incluyendo, gráficas, tablas y anexos).
- Se recomienda limitar la utilización de pies de página.
- Interlineado de 1.5, letra TIMES NEW ROMAN, márgenes de 3.00 cm por todos lados.
- Si se contienen tablas o gráficas se deberá enviar en un archivo adjunto (formato Excel).
- Los documentos se someten a una revisión crítica de expertos (par a doble ciego).
- La bibliografía deberá citarse en formato APA (*American Psychological Association*).

*Artículos científicos:*

Gurvich, E., Vakulenko, E., & Krivenko, P. (2009). Cyclicality of Fiscal Policy in Oil-Producing Countries. *Problems of Economic Transition*, 52(1), 24–53.

*Capítulo de libro:*

Hughes, A. (2008). Post-Thatcher Fiscal Strategies in the UK: an Interpretation . En S. J. Neck R (Ed.), *Sustainability of Public Debt*. MIT, Cambridge.

*Informes:*

Manasse, P. (2006). *Procyclical Fiscal Policy: Shocks, Rules, and Institutions—A View from MARS*. IMF Working Paper 06/27 (Washington: International Monetary Fund).

## **ESTRUCTURA RECOMENDADA PARA EL ARTÍCULO**

- Resumen (máximo 150 palabras)
- Introducción
- Secciones:
  - Revisión de la literatura relevante
  - Análisis de los datos/ Resultados (si corresponde)
  - Discusión
  - Conclusiones
  - Referencias bibliográficas
  - Anexos

**CALL FOR PAPERS**

**OIKOS POLIS**

LATIN AMERICAN JOURNAL OF ECONOMICS AND SOCIAL SCIENCES (LAJES)

**VOLUME 4, NUMBER 2, JULY- DECEMBER, 2019**

The Institute of Economic and Social Research 'Jose Ortiz Mercado' (IIES-JOM) with the purpose to promote scientific research in economic, political and social sciences –at national, regional or international level – with special emphasis on Latin American countries, it makes a cordial invitation to the community of scholars for sending their contributions to be published in *Volume 4, Number 2, July-December 2019* on '*OIKOS POLIS, Latin American Journal of Economics and Social Sciences (LAJES)*'. The publications of this journal will be indexed and available at REPEC-EDIRC.

**BASES**

Papers must be original and they must not appear in another publication mechanism or undergo another parallel publication, they also may be submitted in Spanish or English language.

Documents must have a minimum length of five pages and a maximum of thirty-five (including graphs, tables, appendices and references), with Times New Roman No. 12, 1.5 line spacing, 3.00 cm. margins on all sides.

Papers must be sent by email to:

[iiesjom@uagrm.edu.bo](mailto:iiesjom@uagrm.edu.bo)

Institute of Economic and Social Research

Phone (00-591-3) 355 67 55, Mod. 211 (218), Room 3.

Módulos universitarios, entre 2do y 3er anillo, Av. Busch.

Santa Cruz, Bolivia.

## **DATES**

Receipt of documents is open throughout the year; however, the following deadlines are offered for purposes of reviewing, opinion, replication, editing and publishing process:

<b>Deadline for receipt publishing</b>	<b>Publishing in:</b>
January 31 <sup>th</sup>	January-June, 2019 [Vol. 4, No. 1]
June 30 <sup>th</sup>	July-December, 2019 [Vol. 4, N° 2]

## **INSTRUCTIONS FOR CONTRIBUTORS**

- We will publish the studies in economic, political and social sciences –at national, regional or international level – with special emphasis on Latin American countries.
- The Works must have a minimum length of five pages and a maximum of thirty-five (including graphs, tables and attachments).
- It is recommended to limit the use of footnotes.
- Other instructions: 1.5 cm. of spacing, Times New Roman, 3.00 cm. margins on all sides.
- If tables or graphs are contained, they must be sent as an attachment (MS Excel).
- The documents are subjected to a critical review by experts.
- The bibliography should be cited in APA format (American Psychological Association).

*Papers/ articles:*

Gurvich, E., Vakulenko, E., & Krivenko, P. (2009). Cyclicity of Fiscal Policy in Oil-Producing Countries. *Problems of Economic Transition*, 52 (1), 24-53.

*Book chapter:*

Hughes, A. (2008). Fiscal Strategies Post-Thatcher in the UK: an Interpretation. In SJ Neck R (Ed.), *Sustainability of Public Debt*. MIT, Cambridge.

*Working papers:*

Manasse, P. (2006). *Procyclical Fiscal Policy: Shocks, Rules, and Institutions-A View from MARS*. IMF Working Paper 06/27 (Washington: International Monetary Fund).

### **RECOMMENDED STRUCTURE FOR ARTICLES**

- Abstract (maximum 150 words)
- Introduction
- Sections:
  - Review of relevant literature
  - Data analysis/Results
  - Discussion
  - Conclusions
  - References
  - Appendix



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA GABRIEL RENÉ MORENO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y FINANCIERAS

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES  
ECONÓMICAS Y SOCIALES  
'JOSÉ ORTIZ MERCADO' (IIES-JOM)

