

**Motivaciones al reciclaje segmentado por sector económico: Implicaciones en la responsabilidad social de la micro y pequeña empresa**

**AGUILAR-RASCÓN, Oscar Cuauhtémoc**

**ECORFAN-México**

*Motivaciones al reciclaje segmentado por sector económico: Implicaciones en la responsabilidad social de la micro y pequeña empresa*

**Autores**

AGUILAR-RASCÓN, Oscar Cuauhtémoc

**Diseñador de Edición**

ESPINOZA-GÓMEZ, Luis

**Producción Tipográfica**

TREJO-RAMOS, Iván

**Producción WEB**

ESCAMILLA-BOUCHAN, Imelda

**Producción Digital**

LUNA-SOTO, Vladimir

**Editor en Jefe**

OLIVES-MALDONADO, Juan Carlos

Ninguna parte de este escrito amparado por la Ley de Derechos de Autor ,podrá ser reproducida, transmitida o utilizada en cualquier forma o medio, ya sea gráfico, electrónico o mecánico, incluyendo, pero sin limitarse a lo siguiente: Citas en artículos y comentarios bibliográficos ,de compilación de datos periodísticos radiofónicos o electrónicos. Visite nuestro sitio WEB en: [www.ecorfan.org/mexico](http://www.ecorfan.org/mexico)

ISBN 978-607-8324-41-5

A los efectos de los artículos 13, 162 163 fracción I, 164 fracción I, 168, 169,209, y otra fracción aplicable III de la Ley del Derecho de Autor.

<b>Contenido</b>	<b>Pág</b>
Dedicatoria	1
Agradecimientos	2
Presentación	3
Resumen	4
Capítulo 1 Revisión de la literatura	6
Logística	6
1.1.1 Logística Inversa	8
1.2 Responsabilidad Social Corporativa	14
Capítulo 2 Método	19
2.1 Preámbulo	19
2.2 Contexto de la Investigación	19
2.3 Método	22
2.3.1 Muestra	22
2.3.2 Hipótesis	26
2.3.3 Exploración de datos	26
2.3.4 Correlaciones de las variables	26
2.3.5 Cálculo de la confiabilidad en la muestra total	27
Capítulo 3 Análisis de resultados	29
3.1 Presentación	29
3.2 Resultados del Estudio	30
3.2.1 Extracción y transformación	30
3.2.1.1 Agricultura	30
3.2.1.2 Cría y explotación de animales	33
3.2.1.3 Aprovechamiento forestal	36

3.2.1.4 Pesca y caza	40
3.2.1.5 Minería	43
3.2.1.6 Construcción	46
3.2.1.7 Industria metalmecánica	49
3.2.1.8 Manufactura de plásticos y resinas	52
3.2.1.9 Industria textil	56
3.2.1.10 Industria de alimentos y bebidas (embotelladoras, tortillerías, panaderías, etc.)	59
3.2.1.11 Fabricación de artesanía	62
3.2.1.12 Carpintería	65
3.2.1.13 Herrería	68
3.2.2 Comercio al menudeo	71
3.2.2.1 Comercio al menudeo de Abarrotes y misceláneos	71
3.2.2.2 Comercio al menudeo de Farmacia	74
3.2.2.3 Comercio al menudeo de Papelería	77
3.2.2.4 Comercio al menudeo de Regalos	80
3.2.2.5 Comercio al menudeo de Artículos para otras empresas	83
3.2.2.6 Comercio al menudeo de Otro comercio al menudeo	86
3.2.3 Comercio al mayoreo	89
3.2.3.1 Comercio al mayoreo de Abarrotes y misceláneos	89
3.2.3.2 Comercio al mayoreo de Farmacia	92
3.2.3.3 Comercio al mayoreo de Papelería	96
3.2.3.4 Comercio al mayoreo de Regalos	99
3.2.3.5 Comercio al mayoreo de Artículos para otras empresas	102
3.2.3.6 Comercio al mayoreo de Otro comercio al mayoreo	105
3.2.4 Servicios	108



3.2.4.1 Transportes, correos y almacenaje	108
3.2.4.2 Servicios financieros y de seguros	111
3.2.4.3 Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles	115
3.2.4.4 Servicios profesionales y técnicos (Salón de belleza, reparación de vehículos, despachos de abogados o contadores)	118
3.2.4.5 Manejo de desechos	121
3.2.4.6 Servicios educativos y capacitación	124
3.2.4.7 Servicios de salud /asistencia social	127
3.2.4.8 Servicios de esparcimiento cultural, deportivo y otros servicios recreativos	130
3.2.4.9 Servicios de alojamiento temporal	133
3.2.4.10 Servicios de Restaurantes	137
3.2.4.11 Otros servicios	140
3.3 Discusiones	143
3.4 Aportes	173
Referencias	178

**Dedicatoria**

A mi esposa, Perla.

Gracias por la paciencia, gracias por acompañarme, este trabajo está dedicado especialmente a ti, amor.

A mi hijo, Jesús.

Eres lo más preciado que me ha dado la vida, gracias por seleccionarnos como padres.

## **Agradecimientos**

Deseo expresar mi gratitud a la Universidad Tecnológica de San Juan del Río en el proceso de preparar esta edición del volumen.

A mis compañeros de trabajo al Dr. Rafael Posada Velázquez y a la M. en C. Nuria B. Peña Ahumada, gracias por el apoyo a la investigación.

A la Red Nacional de Administración y Negocios [REDAyN] por la aplicación y levantamiento del instrumento.

## **Presentación**

El objetivo de este trabajo es determinar las motivaciones que tienen las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las micro y pequeñas empresas a las actividades del reciclaje segmentado por sector económico en el marco de la responsabilidad social corporativa. Diversos investigadores, directivos y funcionarios de gobierno se cuestionan si realmente sus acciones colaboran al desarrollo sostenible de su entorno, si las acciones de la responsabilidad social se encuentran alineadas, y como lograr que todos los involucrados en las cadenas de valor realicen actividades de reciclaje.

Los resultados obtenidos en nuestro estudio permiten identificar las razones por las que se originan los procesos de logística inversa en micro y pequeñas empresas.

El método se enfoca desde una perspectiva cuantitativa con un alcance exploratorio de forma transversal (Hernández Sampieri, Fernández, & Baptista, 2010) Basados en el número de microempresas y pequeñas empresas [N=4,864,210], se aplicaron 27,560 cuestionarios cara a cara en 23 Estados abarcando 95 Municipios.

Se encontró que las micro y pequeñas empresas sin importar el sector económico realizarían las prácticas de la logística inversa por cuestiones ambientales a excepción del sector de herrería ya que lo visualizan como una fuente de ingreso vender sus desechos, al medir el coeficiente de motivación para la logística inversa (CLI) general de 0.409 dentro del marco de la responsabilidad social corporativa, con valores que van desde 0 a 1.

## Resumen

El desarrollo ha sido visualizado en tres ejes [calidad ambiental, equidad social e impulso de los sectores económicos], donde interactúan los diferentes grupos de interés [ciudadanía, gobiernos y sector empresarial], en nuestro estudio nos centramos a determinar cuáles son los motivos que tienen las personas a realizar prácticas de la logística inversa en las micro y pequeña empresa [empresas de 2 a 50 trabajadores], ya que representan más del 90% de unidades económicas en nuestro país [México] y por el porcentaje que representan por el número de unidades registradas en nuestro país es la importancia y riqueza de los estudios. No obstante, existen muchas limitantes que se reflejan en un proceso confuso para poder medir sí las acciones que realizamos realmente nos llevan a un desarrollo sostenible, este abismo que existe entre la teoría y la práctica nos lleva a plantear preguntas como: ¿Las motivaciones a las prácticas de la logística inversa segmentado por sectores económicos son diferentes en la micro y pequeña empresa? y posteriormente ver si las motivaciones se encuentran afectadas por diversos factores como es: el grado de formalización en la micro y pequeña empresa, la ubicación geográfica en la micro y pequeña empresa, la edad del director en la micro y pequeña empresa, el género del director en la micro y pequeña empresa y por nivel de los estudios del director en la micro y pequeña empresa.

A continuación realizaremos un esbozo de la investigación:

Capítulo uno revisión de la literatura, se examina el estado del arte en dos bloques:

a) La logística tiene tres subsistemas que constituye el enfoque dinámico de esta área que son el subsistema de control, el subsistema operacional y el subsistema organizacional, la administración busca el desarrollo de estrategias de planeación que son fundamentales para la optimización de costos de negocios y el cumplimiento de necesidades por partes de los consumidores, la optimización de las operaciones busca incrementar las soluciones, así como la implementación de nuevas tecnologías con soluciones más integrales, durante los últimos años la logística en el mundo industrial se ha convertido en un tema estratégico por las posibilidades de eficientar y crear ventajas competitivas, ya que coordina la cadena de valor desde los sistemas de abastecimiento (detonan la extracción de las materias primas a utilizar, una mala planeación traerá como consecuencia un desabasto o un sobre inventario generando pérdidas) hasta los sistemas de distribución manejando estándares de costos, servicio y tiempos, entre los principales investigadores tenemos a D. Ballesteros y Ballesteros (2004), Sanz y Pastor (2008) Duarte, Becerra, y Niño (2008), Novoa y Sepúlveda (2009). Logística inversa la generación de desechos es parte de la evolución del ser humano, por tal motivo, la necesidad de crear capacidades de distribución inversa para crear ventajas, porque los productos fuera de uso puede ser recuperado, esta recuperación puede resultar más económica que la adquisición de productos nuevos, ya que se reduce el costo del producto creando una ventaja económica como elemento principal, cada vez es más importante para las organizaciones y para la sociedad los procesos de reciclado, reutilización y reducción. El desarrollo de la economía circular son un nuevo paradigma del desarrollo, por muchos años se ha visto a la logística en un solo sentido, por lo cual, es importante verlo como mencionamos como un círculo donde se debe de recuperar los productos al fin de su ciclo para incorporarlos nuevamente a la cadena de valor en alguna de sus etapas, entre los principales investigadores tenemos a Kopicki (1993), Fleischmann (2001), Xu, Wang, y Shi (2004).

b) Responsabilidad Social Corporativa: que es vista como un instrumento de vinculación empresarial en respuesta a tres fuerzas: Las demandas sociales, los deseos de los grupos de interés (internos y externos) y el aprovechamiento de los recursos naturales y cuidado del medio ambiente, entre los principales investigadores tenemos a Bigné, Chumpitaz, Andreu, y Swaen (2005), R. Fernández (2009) y O'Connor y Shumate (2010).

Capítulo dos método, se enfoca desde una perspectiva cuantitativa con un alcance exploratorio de forma transversal (Hernández Sampieri et al., 2010). Iniciamos planteando el siguiente objetivo O<sub>1</sub>. Identificar si las motivaciones al reciclaje segmentado por sector económico son diferentes en la micro y pequeña empresa. La pregunta de investigación Pr<sub>1</sub> ¿Determinar si las motivaciones a las prácticas de la logística inversa segmentado por sectores económicos son diferentes en la micro y pequeña empresa? al igual se presentan los análisis de confiabilidad y de validación del instrumento, la muestra es de 27,560 unidades encuestadas cara a cara y segmentadas por el sector económico.

Capítulo tres análisis de resultados, se presentan los análisis divididos por cada sector económico mostrando gráficas de que motiva a las personas que toman la mayor parte de las decisiones en la organización dividido en el grado de formalización en la micro y pequeña empresa, la ubicación geográfica en la micro y pequeña empresa, la edad del director en la micro y pequeña empresa, el género del director en la micro y pequeña empresa y por nivel de los estudios del director en la micro y pequeña empresa, al igual se desarrolla una formula a la que denominamos Coeficiente de la Responsabilidad Social Corporativa [CRSC] para medir el impacto en las empresas y ver la posición que ocupa el medio ambiente. Discusión, se contestan las hipótesis de la investigación encontrando que solamente las actividades de herrería encuentran un motivo diferente a las prácticas del reciclaje con respecto a las demás, al igual se presentan los aportes de la investigación donde se muestran los CRSC de cada sector y como se vinculan con las actividades de la logística inversa.

## Capítulo 1 Revisión de la literatura

### 1.1 Logística

La palabra logística ha sufrido transformaciones en el pasar de la historia, el término “logística” tiene varias acepciones etimológicas:

- Proviene del griego *logistikos* (cálculo).
- Del latín *logisticus*, (palabra que en la Roma Antigua identificaba al administrador o intendente de los ejércitos del Imperio).
- Del francés *loger*, (que significa habitar o alojar).

Generalmente el termino logística se inició a utilizar en el lenguaje militar, donde se asignaba a un encargado a quien se le llamaba Mayor General des Logis, quien era encargado de la ubicación y aprovisionamiento de las tropas en campaña (Secretaria de la Defensa Nacional, 1999), en el ámbito militar se considero que existian los denominados servicios técnicos [el abastecimiento, la evacuación y hospitalización del personal; la construcción de obras] y el empleo de servicios diversos en actividades conexas [servicio de ingenieros, servicio de transmisiones, servicio de transporte, servicio de materiales de guerra, servicio de intendencia, servicio de sanidad, servicio de veterinaria y remota, servicio de aeronáutica], estos servicios eran considerados como indispensables para las operaciones ya que influían directamente en el resultado de las mismas. Después de la Segunda Guerra Mundial la logística, al igual que otras ciencias fueron adaptadas de los ámbitos militares a los industriales y la logística tiene una particularidad administrativas como operativas muy dinámica (Ballesteros & Ballesteros, 2004), de los cuales se forman tres subsistemas: El subsistema de control [es administrar eficientemente los recursos materiales, financieros, humanos de una unidad productiva], el subsistema operacional [se limita a la ejecución de trabajos, procesamiento, facilita el flujo y almacenamiento] y el subsistema organizacional [tiene como función implementar una estructura administrativa y operacional que garantice el buen funcionamiento del sistema logístico en la empresa a través de subsistemas de información].

De acuerdo al Council of Supply Chain Management Professional (2010) quienes define a la logística como el “proceso del planeamiento, ejecución, y procedimientos que controlan el transporte y el almacenaje, eficientes y eficaces de mercancías incluyendo servicios, y la información relacionada del punto del origen al punto del consumo conforme a los requisitos de cliente”. Esta definición incluye los movimientos de entrada, de salida, internos, y externos, integrando así la coordinación de actividades para la ejecución estratégica, operacional, y táctica de la cadena de valor.

**Tabla 1** Actividades logísticas<sup>1</sup>

Autor	Actividades de la logística a través de la cadena de valor
Eduardo Arbonés	Gestión de almacenes Manejo de materiales Gestión de inventarios Previsión de demanda Organización de transportes Localización y dimensionamiento de instalaciones de producción y almacenaje Administración de las esperas

<sup>1</sup> Basados en Cárdenas y Urquiaga (2010)

Ronald Ballou	Definición de estándares de servicio Transporte Manejo de inventarios Procesamiento de pedidos Almacenamiento Manejo de materiales Compras Cooperación con producción y operaciones Mantenimiento de información
D. Bowersox y D. Cross	Transportes Inventarios Soportes de manufactura Distribución
Consejo de Profesionales en Administración de la Cadena de Suministros	Administración de transporte interno y externo Administración de fletes Manejo de materiales Almacenamiento Completamiento de órdenes Diseño de redes logísticas Manejo de inventarios Planeación oferta/demanda Administración de proveedores de servicios logísticos
Pau i Cos, Jordi	Previsiones Gestión de órdenes Expedición de productos de los depósitos al consumidor Gestión de stocks de productos acabados Manutención de los depósitos de distribución Transporte de fábrica a los depósitos Acondicionamiento y embalaje Programación de fabricación Almacenes de fábrica Control de obra en curso Suministro a línea y transporte inter-fábrica Almacenes de materias primas Transporte de materias primas Gestión de stock de materias primas Cálculo de necesidades

Cuando hablamos de la cadena de valor (Chirinos, Rodríguez, & Bonomie, 2008) se visualiza y descompone a la empresa en sus actividades estratégicas para comprender los costos y con la obtener una ventaja competitiva, y la divide en actividades primarias y de apoyo:

Las actividades primarias están clasificadas en cinco partes:

- Logística interna (recepción, almacenamiento).
- Operaciones (transformación).
- Logística externa (recopilación, almacenamiento, distribución).
- Mercadotecnia y ventas (proporcionar un medio).
- Servicio (prestación del servicio).

Las actividades de apoyo que son:

- Abastecimiento.
- Desarrollo de tecnología.
- Administración de recursos.
- Infraestructura de la empresa.



Con estas actividades la visión de la cadena de valor era que “se ocupa de determinar el valor añadido en cada uno de los diferentes pasos de la vida de un producto, desde la extracción de la materia prima, hasta su fabricación y distribución” (Goleman, 2009, p. 43). Pero esa visión no toma en cuenta el ciclo de vida de los productos (Cuatrecasas, 2010), ya el objeto clave de los procesos, es generar el máximo valor añadido posible para los clientes dejando a un lado la posibilidad de impactos negativos en la cadena.

Capuz et al. (2002) argumenta que el término ciclo de vida es de un uso común, las etapas que se involucran son:

- Extracción de materias primas.
- Procesado de materiales.
- Producción.
- Montaje.
- Distribución.
- Las cuestiones ambientales a lo largo de todo el ciclo de vida de un producto (reciclado, disposición final).

Con esta nueva visión donde la cadena de valor involucra el ciclo de vida de los productos la definición de la logística ha vuelto a evolucionar y se ha transformado de seguir un solo sentido que era de forma lineal dentro de la cadena [desde el proveedor hasta llegar al consumidor final], a las nuevas tendencias de visualizarlo como un ciclo en donde se recuperan los elementos de los productos fuera de uso [devoluciones, obsolescencia, maltrato, fin de su vida útil, etcétera] para incorporarlos en alguna fase en su ciclo de vida del producto a lo cual se le ha denominado como logística inversa (O. Aguilar & Posada, 2012; Hernández, 2009).

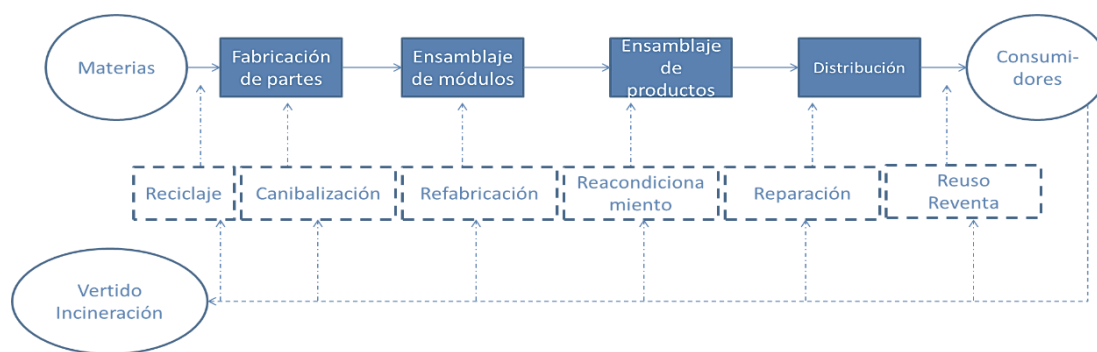
### **1.1.1 Logística Inversa**

La gestión de los productos que finalizan su vida útil es un problema que acapara cada vez mayor atención por parte de investigadores, empresas, consumidores y administraciones públicas. La legislación actual señala a los fabricantes como responsables últimos de los residuos generados por el consumo de sus productos y les requiere la puesta en práctica de mecanismos capaces de recuperar y gestionar adecuadamente estos productos fuera de uso (Bañegil & Rubio, 2010, p. 108).

Desde los orígenes el ser humano ha generado desechos y es parte de la evolución misma del ser (Kopicki, Berg, & Legg, 1993), pero también es cierto que el ser humano ha realizado las prácticas de la logística inversa [recuperación de los productos fuera de uso] de forma empírica desde sus orígenes, como ejemplos podemos mencionar cuando conquistaban un reinado y recuperaban las monedas y las fundían para cambiar las imágenes, cuando en las guerras se recuperaban las armas para volverlas a usar, etcétera.

Rogers y Tibben-Lembken (1999) definieron a la logística inversa como el proceso de planear, implementar y controlar de forma eficiente los costos de la materia prima con un menor precio, con normas de calidad, costos de almacenaje, producto terminado desde el punto de origen al punto del consumidor con sus exigencias, incluyendo posteriormente el retorno para recapturar el valor o tener su disposición.

**Figura 1** Actividades consideradas dentro de la logística inversa



Pero las actividades de la logística inversa generan pensamientos encontrados ya que existen posturas a favor y en contra, algunos ejemplos:

a) Bras y Mcintosh (1999) observan las ventajas de realizar estas prácticas para las empresas, ya que al recibir los productos viejos, los fabricantes pueden obtener observaciones, comentarios e información sobre sus productos, como son la duración y si presentan alguna falla, al igual pueden tener un precio de rescate de los productos, ya que los productos se pueden vender en otros mercados.

b) Fleischmann (2001) comenta las ventajas de la logística inversa:

- Representan un recurso más barato y del cual el valor puede ser recuperado, esta recuperación puede resultar más económica que la adquisición de productos nuevos, por lo cual se reduce el costo del producto creando una ventaja económica como elemento principal.
- La posición dentro del mercado, ya que son empresas líderes las que buscan nuevas tendencias.
- Poder obtener la ventaja con productos ecológicos, es por eso, que tienen la necesidad de buscar este proceso dentro de la cadena.
- Protección para los activos de la empresa, ya que de esta manera las empresas evitan que su tecnología, sus componentes y sus recursos caigan en manos de la competencia.

c) La Supply Chain Management Institute (2011) a través de sus investigadores, argumentan que la logística inversa proporciona una ventaja competitiva de forma sostenible, ya que además de permitir el control de los estándares de calidad, busca identificar oportunidades de como reutilizar productos y disminuir costos, el equipo de desarrollo de productos y comercialización debe de identificar las necesidades y crear un proceso de una relación con el sistema de distribución, que permita diseñar el sistema de extensión de la responsabilidad del producto. La gerencia debe de facilitar las herramientas para mover, obtener y ejecutar la fabricación de las piezas al menor costo posible, el proceso de cumplimiento se encarga de diseñar una red con los clientes al mínimo costo posible, las gerencias buscan balancear los requisitos de los clientes con las capacidades de la cadena, creando los informes de funcionamiento que se diseñan para medir los beneficios así como los impactos financieros.

Algunas desventajas:

a) Thierry, Salomon, Nunen, & Wassenhove (1995) mencionan que las desventajas es que las empresas generalmente creen que los costos de incorporar actividades de logística inversa están fuera de los beneficios que se pueden obtener, y los consumidores no están dispuestos a pagar un precio adicional por un producto ecológico para cerrar el ciclo.

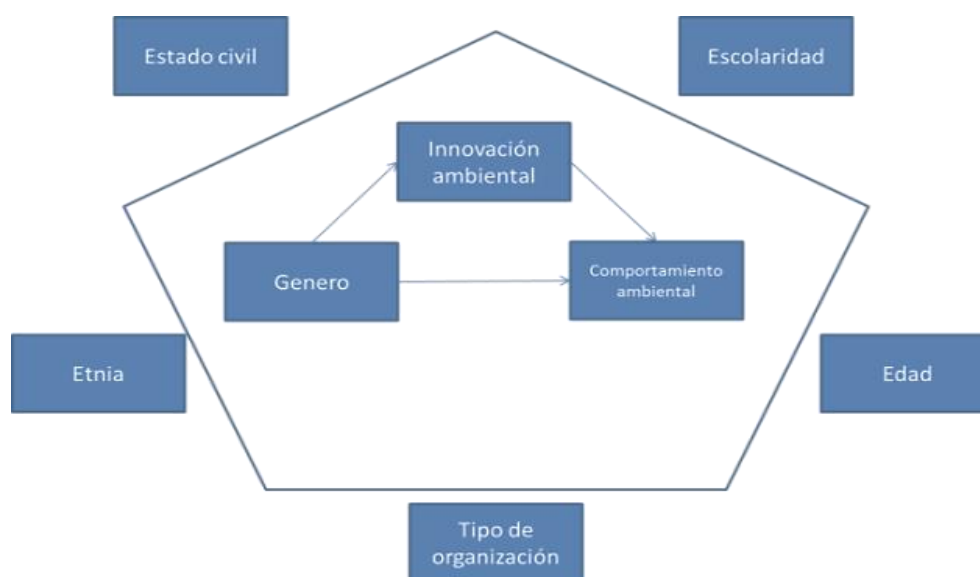
b) Diniz & Chicarelli (2006) mencionan que la falta de visión sobre estos temas se traduce en poca cooperación para la generación de información y participación de las personas.

Estas posturas conllevan a analizar las diferentes percepciones que se han generado por parte de las personas a realizar actividades de la logística inversa.

Percepciones de las Actividades de Logística Inversa.

Diferentes autores han abordado los pensamientos de las personas para conocer que los motiva a realizar las actividades de la logística inversa generando variables dependientes e independientes y buscando sus posibles correlaciones.

**Figura 2** Variables de las percepciones de las actividades de la logística inversa<sup>2</sup>



La percepción radica en la forma como las personas perciben las cosas para determinar su comportamiento de preservación o de destrucción, analizar las creencias de los individuos permite una mayor comprensión (Touguinha & Pato, 2011), “a través de las percepciones se forma un marco de referencia organizado que se va construyendo de manera constante, por medio de las experiencias de vida” (Calixto & Herrera, 2010, p. 229), por lo cual presentaremos una tabla con las diferentes percepciones que han realizado investigadores y variables con las que se han correlacionado.

**Tabla 2** Pilares de las investigaciones de la percepción de la Logística Inversa<sup>3</sup>

Fishbein (1963)	Análisis referente a las creencias de las personas.
Ramsey y Rickson (1976)	Creencia generalizada de la reducción de la contaminación a través de la educación.
Dispoto (1977)	Análisis de modificaciones a los comportamientos relacionados con la conservación humanos.
Humphrey, Bord, Hammond, y Mann (1977)	Estudios de la receptividad hacia el reciclaje en relación con la exactitud de la gente con la separación entre los desperdicios.

<sup>2</sup> Basados en Sánchez & Domínguez (2010)

<sup>3</sup> Basados en Aguilar (2013)

Coffin y Lipsey (1981)	Análisis de estilo de vida, sobre todo en lo que respecta a su responsabilidad ecológica.
Black, Stern, y Elworth (1985)	Desarrollo de un modelo causal, asume que las variables contextuales (es decir, económica demográfica y estructural) puede afectar el comportamiento indirectamente a través de las variables personales (por ejemplo, las actitudes, creencias, normas) y que entre las variables personales.
Sia, Hungerford, y Tomera (1986)	Desarrollo de un modelo que examina la contribución relativa de ocho variables para predecir el comportamiento ambiental responsable.
De Young (1986)	En su investigación analiza las variables que generan la satisfacción derivadas del reciclaje de desechos sólidos urbanos.
Peattie (1990)	Realizó un análisis crítico de la tendencia a incorporar las cuestiones ecológicas en las estrategias de marketing y explora las implicaciones para la educación de marketing.
Simmons y Widmar (1990)	Realizó un estudio para determinar qué elementos influyen en las personas a reducir su producción de basura y participar en programas de reciclaje.
McCarty y Shrum (1993)	Analiza los vínculos entre los valores, las actitudes y las creencias y comportamientos.
Wu y Dunn (1995)	Proporciona una visión general de las actividades de logística ambientalmente responsables y sus implicaciones para la gestión empresarial. También examina las funciones de logística en el contexto de la cadena de valor de la empresa e identifica varios puntos de toma de decisiones ambientales. Con el impacto ambiental considerado, las decisiones deben ser re-evaluadas. También se analizan dos elementos de todo el sistema de logística, el transporte y la logística inversa, que pueden tener un profundo impacto en el programa de una empresa de protección del medio ambiente. Concluye que los gerentes de logística pueden tomar decisiones ambientalmente responsables que sean coherentes con las metas y objetivos corporativos.
Minton (1997)	Estudio exploratorio de los efectos relativos de la preocupación ambiental (una actitud general) y las normas sociales relativas a la preocupación por el medio ambiente.
Carter y Ellran (1998)	Proyecto de investigación que utiliza una metodología cualitativa para examinar el sistema de logística inversa actual de Sydney para reciclar y/o renovar al final de su vida los equipos que se consideran ya no son útiles por sus dueños. La investigación se en la solución de problemas para el reciclaje de computadoras y busca la preservación del ambiente.
Daugherty, Autry, y Ellinger (2001)	En respuesta a los crecientes volúmenes de los productos devueltos, las empresas están estableciendo programas para orientar a la reversión de los flujos en la cadena de suministro, es decir, la logística inversa. Con los programas de logística inversa las empresas buscan el ahorro de costos y eficiencias relacionadas con la recuperación, la redistribución y la eliminación de los productos devueltos. Además de crear un perfil de las actuales actividades de logística inversa en una industria caracterizada por altos volúmenes de rendimiento, la investigación también examina la relación entre la inversión en logística inversa y el rendimiento de los recursos relacionados con el programa de logística inversa.
Murphy y Poist (2003)	Realizan un trabajo que se suma a la literatura empírica de la participación de logística verde mediante la comparación de las empresas estadounidenses y no estadounidenses con respecto al seleccionar propuestas relativas a cuestiones ambientales, prácticas y estrategias. Para la mayoría de las propuestas evaluadas, los resultados del estudio indican que las empresas estadounidenses y no estadounidenses tienden a compartir las perspectivas y prácticas similares en relación con la gestión de la logística del medio ambiente, a través de las preocupaciones ecológicas.
Fleischmann, Beullens, y Bloemhof-Ruwaard (2009)	La ejecución eficiente de las cadenas de suministro requiere el establecimiento de estructuras apropiadas de logística para los flujos derivados de los productos utilizados y recuperados. En el trabajo se cuenta el diseño logístico de la red en un contexto de logística inversa. Se presenta un modelo de instalación de la ubicación genérica y discute las diferencias con los ajustes logísticos tradicionales. Por otra parte, el modelo analiza el impacto de los flujos de retorno de productos en las redes de logística. Se demuestra que la influencia de la recuperación del producto depende en gran medida el contexto.
Chen y Tung (Chen y Tung, 2009)	Su investigación se centra en un análisis del comportamiento planificado, que incorpora las normas morales y las consecuencias del reciclaje, analiza el comportamiento de los consumidores a reciclar los residuos, generan cinco variables que miden la actitud, las normas, las normas morales, las consecuencias del reciclado y el control del comportamiento.

P. Sánchez, Domínguez, y de la Paz (P. Sánchez y Domínguez, 2010)	En sus investigaciones correlacionan diferentes variables como la etnia, edad, escolaridad y estado civil de las personas para determinar el comportamiento ambiental de las empresas, en su esquema hace referencia al ahorro que existe por parte de las empresas en realizar procesos de reciclaje y recuperación de sus desperdicios como una ventaja.
Vasi y King (2012)	En su investigación analiza la percepción de los riesgos ambientales influidos por el activismo ambiental de las sociedades, mostrando que a través del activismo de los stakeholders (gobierno, ciudadanía) las empresas realizan cambios en sus operaciones.
Lee, Choi, Youn, y Lee (2012)	Su investigación se basa en la percepción de los productos verdes tiene una influencia positiva en el comportamiento de los consumidores minoristas que provocan estrategias y cambios de paradigmas sostenibles para los stakeholders.

Wilson et al. (2012) mencionan que el comportamiento de las actividades de la logística inversa considera tres niveles:

1. Individual: La influencia de las actitudes y el comportamiento de los individuos tiene un impacto en la forma que opera una entidad.
2. Organizacional: La empresa como un conjunto de individuos.
3. Institucional: Contactos directos e indirectos tales como clientes, proveedores, entorno social que crean una influencia en el comportamiento.

Por lo que podemos englobar las percepciones a las prácticas en cinco motivos que generan su práctica:

a) Ambiente: “La preocupación por cuestiones medioambientales ha crecido a nivel global, es uno de los principales temas a abordar por todas las naciones y para ello es necesario el diseño de políticas apropiadas. Dentro de los principales problemas medioambientales se destacan: el cambio climático, la pérdida de biodiversidad y recursos naturales no renovables, la contaminación del agua y del aire y el deshecho de residuos y productos químicos” (Clark, Melgar, Milans, & Rossi, 2011, p. 1) desde la década de los setenta hasta 2010 podemos distinguir dos periodos claramente diferenciados. El primero comprende desde 1970 a 1980 y se caracteriza por el avance de la conciencia ecologista en paralelo a la toma de conciencia de los límites al crecimiento. El segundo abarca desde 1980 hasta la actualidad, su característica más relevante radica en el nuevo desarrollismo ecológico; la centralidad del concepto multiuso de desarrollo sostenible y la conciencia amplia del crecimiento de los límites (Bohlen, Schlegelmilch, & Diamantopoulos, 1993; Carter & Ellram, 1998; Grendstad, 1999; Gupta & Aksoy, 1999; Liere & Dunlap, 1980; Pam, 1994; Wu & Dunn, 1995).

b) Responsabilidad Social Corporativa: Los códigos y estándares de responsabilidad han creado una serie de códigos que recogen las condiciones o valores que una empresa debe cumplir para ser considerada como socialmente responsable. Dentro de estos códigos se puede diferenciar (Cure, Meza, & Amaya, 2006; M. de Brito & Dekker, 2003; González, 2006)

- Los códigos se refieren a una sola empresa, son establecidos por la propia empresa y no existe una auditoría externa.
- Los estándares se aplican a uno o más sectores, son establecidos por un tercero y llevan implícita auditoría externa.

c) **Imagen Corporativa:** Se puede definir como una “evocación o representación mental que forma cada individuo, formada por un cúmulo de atributos referentes a la compañía; cada uno de esos atributos pueden variar, y puede coincidir o no con la combinación de atributos ideal de dicho individuo” (J. Sánchez & Pintado, 2009, p. 18). La imagen que genera el reciclaje puede ser desde los espacios para almacenar los productos, la visualización de las áreas ya sean verdes (Alcarraz & Inche, 2010; Illia, Rodríguez, González, & Romenti, 2010; Lee, Choi, Youn, & Lee, 2012; Martínez, 2011).

d) **Económica:** La percepción del reciclaje desde el punto de vista económico menciona que el individuo reciclará si la utilidad que obtiene al hacerlo es superior a la que obtendrá, en caso contrario, la cual depende de un conjunto de variables compuestas por distancia entre el lugar de origen, el espacio y el lugar de disposición (Benedito & Corominas, 2009; Bloch, 2007; Cure et al., 2006; Daugherty, Autry, & Ellinger, 2001; M. P. de Brito & van der Laan, 2009; Fleischmann, Beullens, & Bloemhof-Ruwaard, 2009; Franco & Huerta, 1996; López & Miranda, 1997; Villalón, Alanís, Méndez, & Cantú, 2010; Xu, Wang, & Shi, 2004).

e) **Norma:** La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en su artículo 115 indica que los servicios públicos municipales deben ser prestados por los ayuntamientos, la Ley General de Salud establece el derecho a la protección de la salud a través del mejoramiento de las condiciones sanitarias del medio ambiente que propicien el desarrollo satisfactorio de la vida, impulsando un sistema de racionalidad de administración y desarrollo de recursos humanos, la Ley General para la Previsión y Gestión de los Residuos menciona que el objetivo es garantizar el derecho de toda persona al medio ambiente adecuado y propiciar el desarrollo sustentable a través de la prevención de la generación, la valorización y la gestión de los residuos a través de la responsabilidad compartida de los productores, comercializadores, autoridades y sociedad, la Norma Oficial Mexicana NOM-083-SEMARNAT-2003 establece las especificaciones para el manejo de los desechos sólidos, la cual es obligatoria para las entidades públicas y privadas (Diario Oficial, 2004). Las normas mencionan que si existen sanciones las personas ven de forma obligatoria realizar las prácticas de la logística inversa (Chen & Tung, 2009; Fernández, Priore, & Gómez, 2006; Murphy & Poist, 2003; Olvera & Méndez, 2010; Ramos & Van, 2008).

Xu, Wang, y Shi (2004) sostienen que cada vez es más importante para las organizaciones y para la sociedad los procesos de reciclado, reutilización y reducción, el desarrollo de la economía circular son un nuevo paradigma del desarrollo y se han convertido en estrategias fundamentales en países como china, para esto se necesitan cinco elementos:

1. La creación de eco-agentes, es decir, empresas que se integran a desarrollar modelos de recuperación de los productos al finalizar su proceso.
2. La fórmula cuantitativa de valorar los impactos económicos al realizar las actividades en búsqueda de una ventaja.
3. La identificación y control de las barreras (técnico, económico, socio-psicológico, y de organización).
4. Encontrar la solución de las barreras y convertirlas en ventajas (reducción de materiales, sustituto de materiales, materiales reciclados, productos sustituto, producto reciclado, eliminación de procesos, procesos improvisados).
5. El desarrollo de la cadena.

La logística en el ámbito del desarrollo sostenible y la responsabilidad social corporativa (RSE) se ocupa de la producción, la distribución y recuperación teniendo en cuenta los factores sociales y ambientales, así como los objetivos no sólo se centran con el impacto económico sino en efectos más amplios, buscando mejorar a nuevos modelos de trabajo de optimizaciones en las operaciones (Sbihi & Eglese, 2009).

## 1.2 Responsabilidad Social Corporativa

Nunca antes en la historia han coincidido tanto los objetivos de la comunidad internacional y los del mundo empresarial. Los objetivos comunes, como la creación de mercados, la lucha contra la corrupción, la salvaguarda del medio ambiente y la inclusión social, han dado lugar a un contexto sin precedentes de alianzas y de apertura entre las empresas, los gobiernos, la sociedad civil, el mundo laboral y las Naciones Unidas (Pacto Mundial, 2009, p. 2).

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es vista como un instrumento que crea un valor adicional a la empresa, la cual debe ser diseñada y para atender un carácter estratégico, debe de desarrollar capacidades únicas dando un impacto positivo a la rentabilidad de la empresa (Toro, 2006), ya que la gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales buscan reducir sus gastos energéticos y de eliminación de residuos y a su vez disminuir los insumos y los gastos de descontaminación.

La RSC se rige bajo ciertos principios, mismos que se muestran a continuación (R. Fernández, 2009):

- Cumplimiento de la legislación. Éste rubro comprende la legislación y normatividad vigente a nivel nacional e internacional, como: OIT, institución responsable de la elaboración y supervisión de las Normas Internacionales de Trabajo; Declaración Universal de los Derechos Humanos, Normas de Naciones Unidas sobre Responsabilidades de las Empresas Transnacionales y otras Empresas Comerciales en la esfera de los Derechos Humanos que enmarca la finalidad de promover y proteger los derechos enunciados en la Declaración Universal de Derechos Humanos por medio del apoyo de tales organizaciones en su calidad de órganos de la sociedad; líneas directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) para Empresas Multinacionales enuncian principios y normas voluntarias para una conducta empresarial responsable compatible con las legislaciones aplicables con la finalidad de garantizar que las actividades de esas empresas se desarrollen en armonía con las políticas públicas, fortalecer la base de confianza mutua entre las empresas y las sociedades en las que se desarrolla su actividad, para la contribución de mejorar el ambiente para la inversión extranjera y potenciar la contribución de las empresas multinacionales al desarrollo sostenible.
- Carácter global. Consiste en la afectación de las áreas de negocio de la empresa, así como todas las áreas geográficas en donde se desarrollen las actividades, en tanto se afecta al igual, la cadena de valor necesaria para el desarrollo de las actividades dentro de la organización.
- Compromisos éticos objetivos. Corresponde al vínculo de obligación responsabilidad que se genera mediante las actividades realizadas para el desarrollo de la organización; sea con proveedores, transporte, empleados, mercado y sociedad.
- Impactos de la actividad comercial. Es el resultado que se ha obtenido mediante la generación o creación de las actividades comerciales; afectando el ámbito social, medioambiental y económico.

- Satisfacción e información. Enfocado tal rubro a las expectativas y necesidades palpables de los grupos de interés, siendo éstos los componentes internos o externos a los que se sujeta la actividad comercial de la organización.

Tales principios marcan la pauta para situar una organización dentro de una RSC, por tanto, se habla del cambio de mentalidad, técnicas, principios que permitirán el uso de herramientas de gestión aplicables a las actividades básicas de la organización, con vocación de permanencia y compromiso por la alta dirección, comenzando por el cambio o transformación del pensamiento de cada integrante de la corporación. En tanto, algunos aspectos que propone el Pacto Mundial de las Naciones Unidas (2009) marcados como principios contenidos en los informes sobre sostenibilidad

**Figura 3** Pacto Mundial de las Naciones Unidas<sup>4</sup>



La RSC es una forma de gestionar la empresa; ya que se fomenta una visión estratégica, objetivos comerciales y competitivos, aspectos sociales y medioambientales, donde se tiene en especial relevancia la gestión de los activos intangibles como: El capital intelectual, la reputación y la transparencia, por lo cual “se identifica en la responsabilidad social de las empresas en la medida que puede contribuir a reorientar la economía basada en el conocimiento; más competitiva y dinámica, que sea capaz de crecer económicamente de manera sostenible con más y mejores empleos y con mayor cohesión social” (Rodríguez, 2009, p. 107), partiendo de esta premisa socialmente responsables contribuyen activamente al desarrollo social a través de la eficiencia y la competitividad en la gestión de los medios, por lo cual las empresas contribuyen de manera espontánea a este desarrollo social que gira en las siguientes dimensiones:

- La satisfacción de las necesidades de los consumidores.
- La generación de beneficios.
- La creación y desarrollo del empleo.

<sup>4</sup> United Nations Global Compact (2009, p. 6)



**Tabla 3** Definiciones de RSC

El libro verde de la Unión Europea (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001).	La responsabilidad social de las empresas es, esencialmente, un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio. En un momento en el que la Unión Europea intenta determinar sus valores comunes adoptando una Carta de los Derechos Fundamentales, un número creciente de empresas europeas reconoce cada vez más claramente su responsabilidad social y la considera parte de su identidad. Esta responsabilidad se expresa frente a los trabajadores y, en general, frente a todos los Interlocutores de la empresa, que pueden a su vez influir en su éxito.
El Consejo Mundial Empresarial para el Desarrollo Sostenible (World Business Council for Sustainable Development, 2002).	El compromiso de la empresa de contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad y en general para mejorar su calidad de vida.

La RSC ha sido explicada como la vinculación empresarial de los comportamientos socialmente responsables en respuesta a tres fuerzas (O'Connor & Shumate, 2010):

- Las demandas sociales.
- los deseos de los grupos de interés.
- la capacidad de las empresas en aumentar la competitividad y el rendimiento.

El concepto de RSC ha enfrentado diversos problemas, como la tarea de los administradores que se encuentran ante la problemática de cómo implementar actividades que cumplan con las visiones de los diferentes grupos de interés y que puedan satisfacer sus necesidades (Briseño, Lavín, & García, 2011), “cuando se buscan las razones por las cuales las empresas asumen sus responsabilidades sociales y de medioambiente es importante reconocer los factores que motivan este comportamiento” (Briseño et al., 2011, p. 76) .

**Tabla 4** Evolución de los estudios de la RSC<sup>5</sup>

Autor	Estudio
Friedman y Dunn (1970).	The Social Responsibility of Business is to Increase Its Profits
Ackoff (1970).	A concept of corporate planning
Freeman y Reed (1986).	Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance
Weiss (2003).	Responsabilidad social de las empresas en una sociedad de "afectados" (stakeholder society)
Garriga y Melé (2004).	Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory.
Bigné, Chumpitaz, Andreu, y Swaen (2005).	Percepción de la responsabilidad social corporativa: un análisis.
D. Toro (2006).	El enfoque estratégico de la responsabilidad social corporativa: revisión de la literatura académica.
Moreno y Chaparro (2009).	Las Leyes generales del ambiente y los códigos de minería de los países andinos. Instrumentos de gestión ambiental y minero ambiental.
Rodríguez (2009).	La responsabilidad social nuevo paradigma para las empresas y para los sindicatos.
Fernández (2009).	Responsabilidad social corporativa.
Pless y Thomas (2010).	Desarrollando líderes globales responsables.
Calderón, Álvarez, y Naranjo (2011).	Papel de gestión humana en el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial.

<sup>5</sup> Basados en Aguilar (2013).

Briseño, Lavín, y García (2011).	Análisis exploratorio de la responsabilidad social empresarial y su dicotomía en las actividades sociales y ambientales de la empresa
Aguinis y Glavas (Aguinis y Glavas, 2012).	What We Know and Don't Know About Corporate Social Responsibility: A Review and Research Agenda

Dichos estudios parten en tres ejes:

- Social.
- Ambiental.
- Económico.

Los enfoques de los diferentes grupos de interés, juegan un papel fundamental sobre las estructuras socioeconómicas de la región (Vázquez, 2006), esta relación que existe entre los diferentes grupos de interés ha sido objeto de estudio, ya que por la complejidad del tema ha creado una barrera por la falta de la claridad conceptual, por lo que el termino RSC es un tema de fuertes debates y reflexiones a los planteamientos y preguntas de que nos llevara a la sostenibilidad (J. S. Aguilar, 2008; O. Aguilar, Posada, Contreras, & Soto, 2012).

Cuadros de Mando Específicos de RSC.

El libro Verde de la Comisión Europea, reconoce una serie de factores clave sobre lo que las empresas deben actuar en esta materia de RSC distinguiendo, dos dimensiones (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001):

Dimensión Interna:

- Gestión de recursos humanos.
- Salud y seguridad en el trabajo.
- Adaptación al cambio.
- Gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales.

Dimensión Externa:

- Comunidades locales.
- Socios comerciales, proveedores y consumidores.
- Derechos humanos.
- Problemas ecológicos mundiales.

Con estos factores se puede diseñar un plan estratégico, que integra elementos determinantes de la excelencia en RSC como comenta (Núñez & Alonso, 2006, p. 93 [quien cita a Nelson])

- Integración de la RSC en la estrategia y estructuras de la empresa, comenzando por la definición de valores y principios corporativos en todos los niveles de la compañía.
- Innovación; entendida la RSC como una oportunidad de creación de valor a través de su incorporación en los planes de desarrollo y estudio.
- Rendición de cuentas, que es el modo en el que las corporaciones adquieren un compromiso público de su propósito, principios y objetivos. Utilizar indicadores cuantitativos para enfocar las cuestiones críticas, con lo que pretenden medir su rendimiento y hacerlo público de forma coherente y transparente.

- Compromiso de las corporaciones a colaborar, consultar y mantenerse en contacto continuo con sus interlocutores sociales.
- De acuerdo con el ISO 26000, la RSC corresponde con la responsabilidad de una organización por los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y en el medio ambiente, a través de una conducta transparente y ética que sea compatible con el desarrollo sustentable y el bienestar de la sociedad, que tome en cuenta las expectativas de los grupos de interés (en especial la de los grupos vulnerables y hacia las generaciones futuras) y que además cumpla con las normas internacionales y, a su vez, se integre por toda la organización (Gasca & Olvera, 2011, p. 44).

**Figura 4** Responsabilidad Social: 7 materias fundamentales <sup>6</sup>



\*La numeración indica el correspondiente número del capítulo en la Norma ISO 26000.

“Establecer qué objetivos de RSC considerar, la empresa debería clasificar” (García & Rodríguez, 2010, p. 309), en base a su planeación estratégica, Porter y Kramer (2011) proponen, la clasificación de los temas sociales de su entorno en tres categorías para cada una de sus líneas de negocio y zonas geográficas en las que esté presente:

- Temas sociales genéricos, los cuales no afectan competitividad de la empresa a largo plazo ni quedan afectados por las operaciones de la misma.
- Impactos sociales de la cadena de valor; son aquellos temas sociales que son afectados de manera significativa por el desarrollo de la actividad ordinaria de la empresa.
- Dimensiones sociales del contexto competitivo; que englobaría aquellos temas sociales del entorno que afectan significativamente a los puntos clave de la competitividad de una empresa en las localizaciones en las que opera”.

<sup>6</sup> Basado en ISO 26000 (2010) visión general del proyecto.

## Capítulo 2 Método

### 2.1 Preámbulo

La empresa y el medio ambiente están condenados a entenderse, la empresa desempeña un papel protagónico en la búsqueda y aporte de soluciones tecnológicas a los problemas medioambientales, en la relación empresa-medio ambiente, es necesario tener en cuenta el enfoque multidimensional: Ambiental, económico y social, para lograr un desarrollo sostenible, este concepto propugna un crecimiento sostenido (Poveda, Morales, & Rizo, 2009).

El trabajo de la logística es determinante, creciente, continuo, dinámico y además repercute sobre el futuro de los negocios y su sostenibilidad, porque por efectos de la globalización, las cadenas de suministros se tornarán extremadamente complejas pero con grandes oportunidades de desarrollo de ahorrar recursos materiales y económicos a las organizaciones y bajo este concepto trabajar paralelamente con la responsabilidad social corporativa.

### 2.2 Contexto de la Investigación

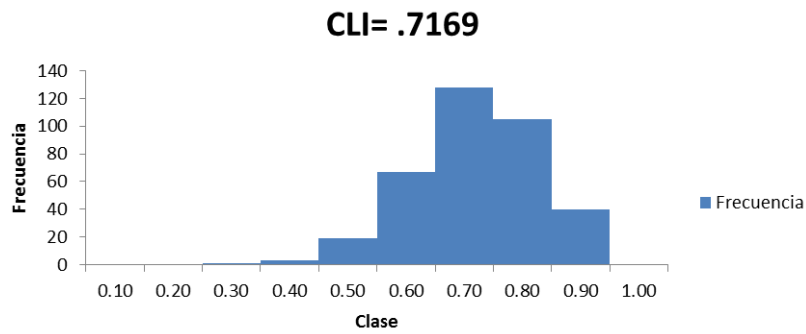
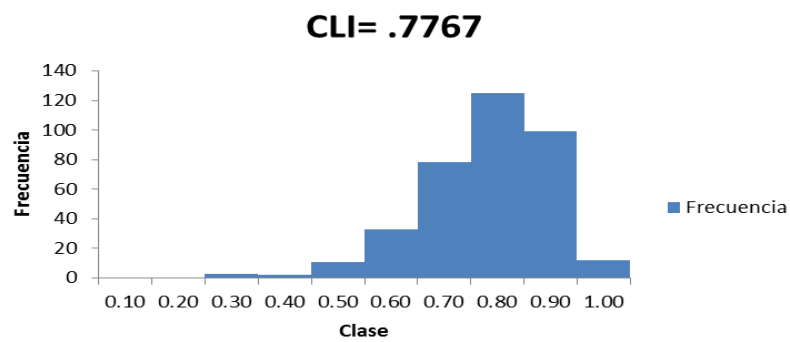
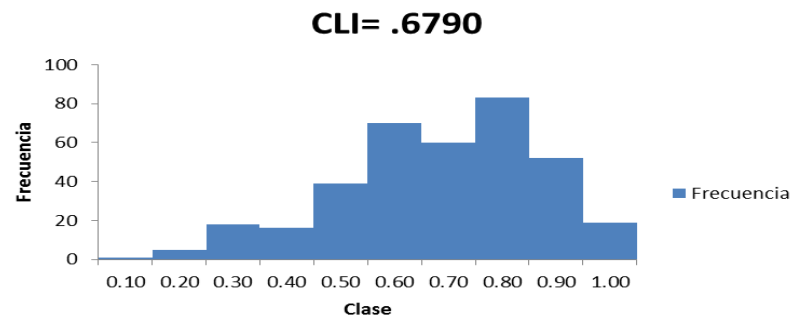
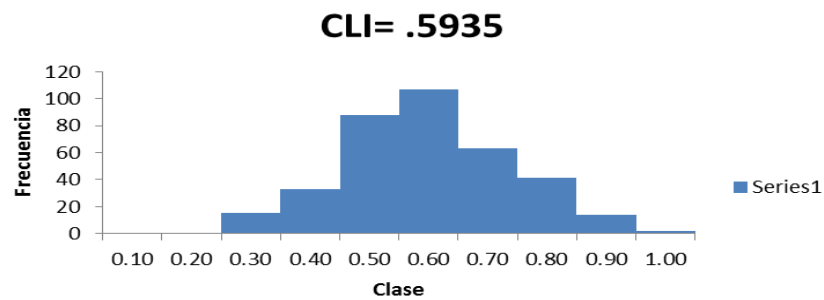
Partimos de la investigación de Aguilar (2013) donde la investigación se basó en un método cuantitativo no experimental con diseño transaccional exploratorio (Hernández Sampieri et al., 2010), se utilizaron técnicas cualitativas para la generación de las variables que ayudaron a construir la base para los cuantitativos, en la cual se crearon tres etapas:

- Etapa I. Técnicas cualitativas para la generación de variables.
- Etapa II. Desarrollo del cuestionario cuantitativo.
- Etapa III. Desarrollo de un modelo que valore la pertinencia de la aplicación de la logística inversa en el marco del desarrollo sostenible.

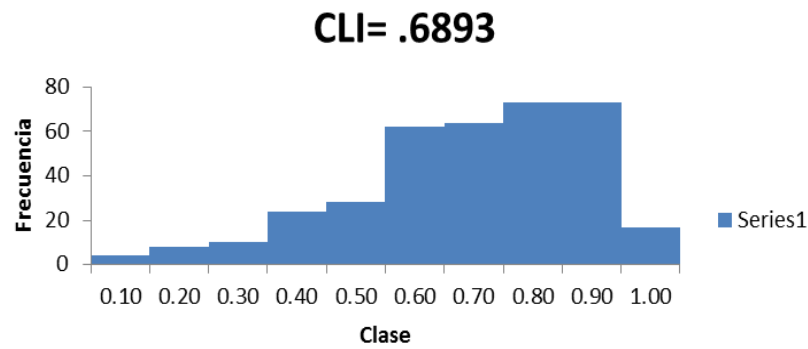
Del estudio cualitativo emergen cinco categorías. A través de las categorías, formamos el constructo del modelo cuantitativo. Con los resultados obtenidos buscamos desarrollar una fórmula para medir el grado por el cual las personas que toman las decisiones en las empresas están motivadas a realizar actividades de logística inversa, observamos la tendencia, podemos analizar cuál variable le dan mayor prioridad. Para ello se diseñó la siguiente expresión matemática.

$$CLI = 1 - \frac{\sum_1^n (x_i - x_1)}{xn - x_1} \quad (1)$$

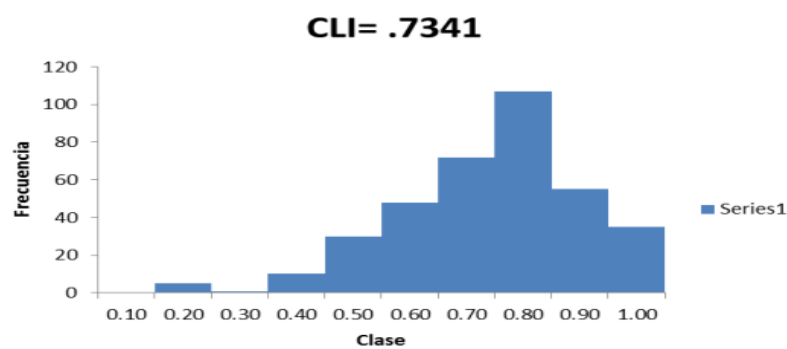
El estudio realizado arrojó el siguiente resultado:

**Gráfico 1** Histograma general CLI microempresas**Gráfico 2** Histograma Ambiente microempresa**Gráfico 3** Histograma RSC microempresa**Gráfico 4** Histograma Imagen Corporativa microempresa

**Gráfico 5** Histograma Económica microempresa

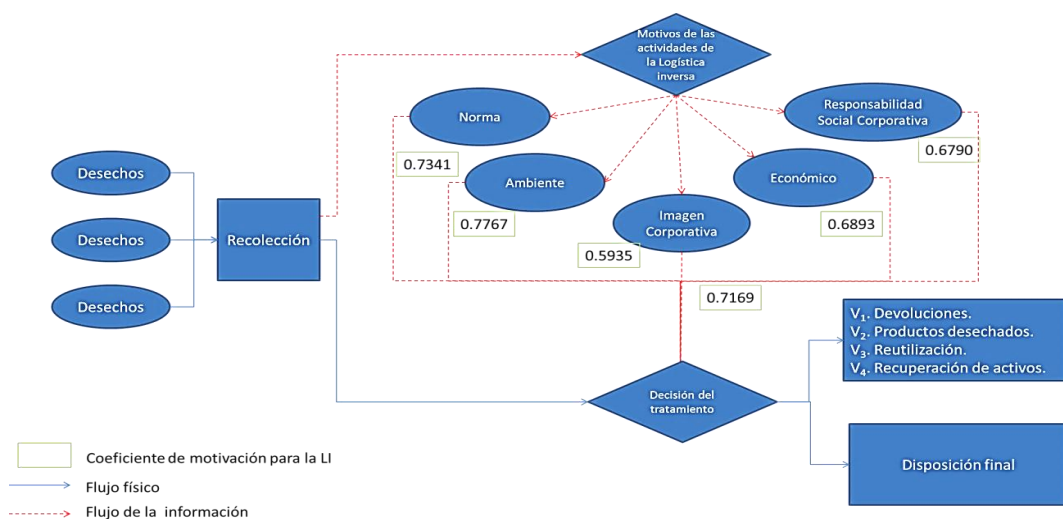


**Gráfico 6** Histograma Norma microempresa



Se tomó el modelo adaptado de Hu, Sheu, y Huang (2002) y agregamos las variables que emergieron de las técnicas cualitativas y fueron medidas posteriormente con el método cuantitativo y se agrega el coeficiente de cada categoría que conlleva a la persona responsable de determinar la acción realizar actividades de logística inversa.

**Figura 5** Grado de motivación en la microempresa



Con la base de que existen pensamientos a las prácticas de la logística inversa y se genera por 5 variables y que existe una correlación entre las variables ambiente y normas sin poder determinar cuál es la causante y en con los antecedentes del marco teórico donde diferentes investigadores han buscado relacionar con temas como niveles educativos, género, edad, decidimos realizar la investigación dividiéndolo por los sectores económicos medidos por el grado de formalización de la empresa [analizando la forma de constitución de la organización], la ubicación geográfica [analizando si está en una zona con alta población o baja], la edad de las personas, el género y por los niveles de estudio.

Para poder realizar la investigación en 23 Estados y 95 Municipios en agosto de 2014 en la reunión nacional de la Red Nacional de Administración y Negocios [REDAyN] se propone por el comité técnico académico [Dr. Oscar C. Aguilar Rascón, M. en C. Nuria B. Peña Ahumada y Dr. Rafael Posada Velázquez] conformar una red temática de nombre “Red temática de estudios de la micro y pequeña empresa” [REMPE] y que abarcara las líneas de investigación de REDAyN. Se desarrolló por el comité técnico académico un instrumento en el mes de octubre de 2014, el cual cuenta con 131 preguntas cerradas, se encuentra estructurado de la siguiente forma:

- Características de la empresa.
- Datos generales del director.
- Infraestructura y TICS de la organización.
- Mercadotecnia, ventas e innovación.
- Finanzas, Dirección y Recursos Humanos.
- Responsabilidad y sustentabilidad.

En dicho instrumento se incluyó la pregunta de los motivos por los cuales la persona realizaría las prácticas de reciclaje, dando las opciones de las cinco variables.

El instrumento se levanta en el mes de febrero y marzo de 2015, se depuran las bases de datos entre los meses de abril, mayo y junio de 2015.

## **2.3 Método**

El método se enfoca desde una perspectiva cuantitativa con un alcance exploratorio de forma transversal (Hernández Sampieri et al., 2010), debido a que diseñamos un instrumento el cual sometemos a prueba.

### **2.3.1 Muestra**

Nuestra población comprende a los directores o propietarios (definiéndolos como aquellas personas que toman la mayor parte de las decisiones en la organización) en la micro y pequeña empresa (definiéndola que cuente entre 2 a 50 personas) en la Tabla 5 muestran los Estados y Municipios abordados.

**Tabla 5** Muestra por Estados y Municipios que se abordaron

Aguascalientes	2792
Aguascalientes	493
Asientos	74
Calvillo	431
Cosío	37
El Llano	168
Jalpa	80
Jesús María	426
Pabellón de Arteaga	150
Rincón de Romos	211
San Francisco de los Romo	450
San José de Gracia	217
Tepezala	55
Baja California	435
Tijuana	435
Baja California Sur	426
La Paz	426
Chiapas	461
Ocosingo	461
Chihuahua	934
Chihuahua	489
Ciudad Juárez	445
Colima	374
Manzanillo	374
Estado de México	1950
Chimalhuacán	401
Lerma	518
Los Reyes La Paz	513
Nezahualcóyotl	516
Tecámac	2
Guanajuato	2793
Acámbaro	383
Dolores Hidalgo C.I.N	413
Guanajuato	424
León	574
Salamanca	463
Valle de Santiago	536
Guerrero	1343
Chialapa de Alvarez	473
Petatlan	439
Zihuatanejo de Azueta	431
Hidalgo	2843
Actopan	539
Atitalaquia	216
Huejutla de Reyes	479
Ixmiquilpan	437
Tepeji del Rio	434
Tlaxcoapan	225
Tula de Allende	513
Jalisco	390
Guadalajara	390
Morelos	507
Cuernavaca	402
Emiliano Zapata	105
Nayarit	1346
San Blas	468



Santiago Ixcuintla	447
Tepic	352
Xalisco	79
Oaxaca	698
Oaxaca de Juárez	468
San Antonio Cañada	2
San Pablo Huixtepec	58
Zimatlan de Alvarez	170
Puebla	2102
Ajalpan	5
Altepexi	5
Domingo Arenas	18
Huejotzingo	372
Nicolás Bravo	1
Puebla	467
San Diego Chalma	14
San Gabriel Chilac	2
San Lorenzo Chiautzingo	16
San Pablo Tepetzingo	11
San Pedro Cholula	361
Santa Cruz Acapa	3
Santiago Miahuatlán	5
Tecamachalco	467
Tehuacán	352
Zinacantepec	3
Querétaro	2367
El Marques	510
Ezequiel Montes	235
Jalpan de Serra	476
Querétaro	308
San Juan del Rio	561
Tequisquiapan	277
Quintana Roo	850
Benito Juárez	443
Solidaridad	407
Sonora	998
Cajeme	516
Hermosillo	482
Tamaulipas	469
Nuevo Laredo	469
Tlaxcala	526
Tlaxcala	526
Veracruz	401
Amatlan de los Reyes	12
Córdoba	224
Fortín de las Flores	39
Maltrata	3
Omealca	3
Orizaba	2
Yanga	118
Yucatán	1171
Celestun	5
Chochola	1
Halacho	64
Kanasin	371
Kopoma	12
Maxcanu	318
Tekax de Álvaro Obregón	400

Zacatecas	1384
Fresnillo	551
Guadalupe	432
Zacatecas	401
Total general	27560

Se utiliza una muestra probabilística estratificada, en la número de empresas analizadas.

Tabla 6 se muestran las unidades por sector, por lo cual algunos sectores se deben de tomar con cautela por el número de empresas analizadas.

**Tabla 6** Muestra por Sector Económico

Giros	Unidades
a) Agricultura.	393
b) Cría y explotación de animales	367
c) Aprovechamiento forestal.	68
d) Pesca y caza.	131
e) Minería.	52
f) Construcción.	437
g) Industria metalmecánica.	210
h) Manufactura de plásticos y resinas.	214
i) Industria textil.	604
j) Industria de alimentos y bebidas (embotelladoras, tortillerías, panaderías, etc.)	2101
k) Fabricación de artesanía.	320
l) Carpintería.	290
m) Herrería.	273
n) Comercio al menudeo de Abarrotes y misceláneos.	6026
o) Comercio al menudeo de Farmacia.	497
p) Comercio al menudeo de Papelería.	1523
q) Comercio al menudeo de Regalos.	604
r) Comercio al menudeo de Artículos para otras empresas.	174
s) Comercio al menudeo de Otro comercio al menudeo.	3966
t) Comercio al mayoreo de Abarrotes y misceláneos.	576
u) Comercio al mayoreo de Farmacia.	90
v) Comercio al mayoreo de Papelería.	226
w) Comercio al mayoreo de Regalos.	114
x) Comercio al mayoreo de Artículos para otras empresas.	102
y) Comercio al mayoreo de Otro comercio al mayoreo.	510
1) Transportes, correos y almacenaje.	219
2) Servicios financieros y de seguros.	65
3) Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles.	170
4) Servicios profesionales y técnicos (Salón de belleza, reparación de vehículos, despachos de abogados o contadores).	1776
5) Manejo de desechos.	467
6) Servicios Educativos y capacitación.	93
7) Servicios de salud /asistencia social.	252
8) Servicios de esparcimiento cultural, deportivo y otros servicios recreativos.	184
9) Servicios de alojamiento temporal.	175
10) Restaurantes.	1639
11) Otros servicios.	2652
Total general	27560

### 2.3.2 Hipótesis

Iniciamos con una hipótesis central que es: H<sub>1</sub> Determinar si las motivaciones a las prácticas de la logística inversa segmentada por sectores económicos son diferentes en la micro y pequeña empresa.

Y desprendemos 6 hipótesis alternativas:

H<sub>2</sub> Las motivaciones a las prácticas de la logística inversa segmentado por sectores económico son diferentes por el grado de formalización en la micro y pequeña empresa.

H<sub>3</sub> Las motivaciones a las prácticas de la logística inversa segmentado por sectores económico son diferentes por la ubicación geográfica en la micro y pequeña empresa.

H<sub>4</sub> Las motivaciones a las prácticas de la logística inversa segmentado por sectores económico son diferentes por edad del director en la micro y pequeña empresa.

H<sub>5</sub> Las motivaciones a las prácticas de la logística inversa segmentado por sectores económico son diferentes por género del director en la micro y pequeña empresa.

H<sub>6</sub> Las motivaciones a las prácticas de la logística inversa segmentado por sectores económico son diferentes por nivel de los estudios del director en la micro y pequeña empresa.

### 2.3.3 Exploración de datos

Se realiza el cálculo de las preguntas que miden las Responsabilidad Social Corporativa la cual está constituida por 8 ítems que miden a la Dirección, 8 que miden los Derechos Humanos, 4 al Medio ambiente, 5 a las Prácticas laborales, 5 a las Prácticas de operaciones justas, 7 a los Asuntos con los consumidores y 7 al Involucramiento con la comunidad.

**Tabla 7** Exploración de los datos

Estadísticos		Dirección	Derechos Humanos	Medio ambiente	Prácticas laborales	Prácticas de operaciones justas	Asuntos con los consumidores	Involucramiento con la comunidad
N	Válidos	27560	27560	27560	27560	27560	27560	27560
	Perdidos	0	0	0	0	0	0	0
Media		3.1951	2.9087	3.4400	3.1318	3.4238	3.7145	2.7200
Mediana		3.5000	3.1200	3.7500	3.4000	3.8000	4.0000	2.7100
Moda		1.00	1.00	4.00	1.00	5.00	5.00	1.00
Desv. tít.		1.23363	1.36301	1.22390	1.25829	1.25175	1.14442	1.25973
Suma		88057.25	80162.47	94806.80	86311.31	94360.47	102372.38	74962.16

### 2.3.4 Correlaciones de las variables

Se analiza si existe una correlación entre las variables que miden el grado de la responsabilidad Social Corporativa y se muestran los resultados en la Tabla 8.

**Tabla 8** Correlaciones entre las variables

			Dirección	Derechos Humanos	Medio ambiente	Prácticas laborales	Prácticas de operaciones justas	Asuntos con los consumidores	Involucramiento con la comunidad
Tau_b de Kendall	Dirección	Coefficiente de correlación	1.000	.580**	.442**	.453**	.428**	.461**	.472**
		Sig. (bilateral)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
		N	27560	27560	27560	27560	27560	27560	27560
	Derechos Humanos	Coefficiente de correlación	.580**	1.000	.433**	.475**	.405**	.419**	.486**
		Sig. (bilateral)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
		N	27560	27560	27560	27560	27560	27560	27560
	Medio ambiente	Coefficiente de correlación	.442**	.433**	1.000	.333**	.351**	.413**	.403**
		Sig. (bilateral)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
		N	27560	27560	27560	27560	27560	27560	27560
Prácticas laborales	Coefficiente de correlación	.453**	.475**	.333**	1.000	.406**	.409**	.411**	
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	
	N	27560	27560	27560	27560	27560	27560	27560	
Prácticas de operaciones justas	Coefficiente de correlación	.428**	.405**	.351**	.406**	1.000	.475**	.389**	
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	
	N	27560	27560	27560	27560	27560	27560	27560	
Asuntos con los consumidores	Coefficiente de correlación	.461**	.419**	.413**	.409**	.475**	1.000	.429**	
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	
	N	27560	27560	27560	27560	27560	27560	27560	
Involucramiento con la comunidad	Coefficiente de correlación	.472**	.486**	.403**	.411**	.389**	.429**	1.000	
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		
	N	27560	27560	27560	27560	27560	27560	27560	

### 2.3.5 Cálculo de la confiabilidad en la muestra total

Se utiliza el programa SPSS para procesar los datos y se calcula el Alfa de Cronbach de forma general como se muestra en la Tabla 9.

**Tabla 9** Alfa de Cronbach

Resumen del procesamiento de los casos			
		N	%
Casos	Válidos	22563	81.9
	Excluidos <sup>a</sup>	4997	18.1
	Total	27560	100.0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
.971	.971	45

ANOVA con la prueba de no aditividad de Tukey							
		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.	
Inter-personas		1032770.175	22562	45.775			
Intra-personas	Inter-elementos		181488.926	44	4124.748	3070.170	.000
	Residual	No aditividad	6494.369 <sup>a</sup>	1	6494.369	4857.596	.000
		Equilibrio	1327227.505	992727	1.337		
		Total	1333721.874	992728	1.343		
Total		1515210.800	992772	1.526			
Total		2547980.975	1015334	2.510			
Media global = 3.1994							
a. Estimación de Tukey de la potencia a la que es necesario elevar las observaciones para conseguir la aditividad = 1.600.							

Posterior pasamos a determinar el Alfa de Cronbach por cada variable, podemos observar en la por el cual baja el resultado.

**Tabla 10** Tabla 10 que la más baja que es el medio ambiente que es la más baja, aunque se encuentra en parámetros medios, pero podemos asumir que es porque solo tiene 4 ítems, motivo por el cual baja el resultado.

**Tabla 10** Alfa de Cronbach por variables

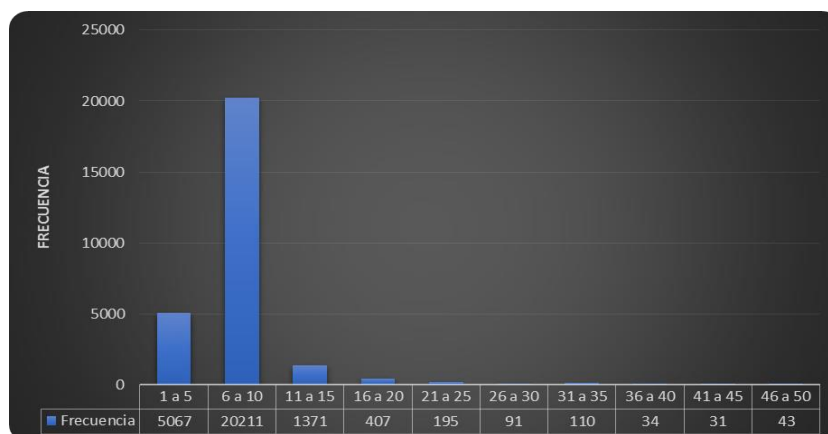
Variables de la Responsabilidad Corporativa	Alfa de Cronbach
Dirección	0.916
Derechos Humanos	0.948
Medio ambiente	0.766
Prácticas laborales	0.806
Prácticas de operaciones justas	0.816
Asuntos con los consumidores	0.887
Involucramiento con la comunidad.	0.900

## Capítulo 3 Análisis de resultados

### 3.1 Presentación

Se realizaron 27,560 encuestas aplicadas cara a cara, en la Gráfico 7 se muestra el número de unidades agrupando el tamaño en bloques de cinco con el objetivo de ejemplificar la muestra a la cual se le aplico el instrumento, dicho instrumento fue aplicado a las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las empresas.

**Gráfico 7** Tamaño de las empresas encuestadas



**Tabla 11** Grado de formalización de la empresa

Empresa con un dueño sin registro en hacienda.	7369
Empresa con varios dueños sin registro en hacienda.	728
Está constituida como empresa (S.A., S.R., etc.)	3221
Pequeño contribuyente.	8899
Persona física con actividad empresarial.	3989
Régimen de incorporación fiscal.	2853
No contesto	501
Total general	27560

**Tabla 12** Ubicación geográfica

Zona comercial	9672
Zona industrial	587
Zona residencial rural	855
Zona residencial urbana	5763
Zona residencial urbana humilde	4782
Zona rural u otros	5552
Total general	27211

**Tabla 13** Edad de los directores

20-29	3330
30-39	7053
40-49	8678
50-59	5244
60 en adelante	2716
Total general	27021

**Tabla 14** Género

Hombre	16149
Mujer	11189
Total general	27338

**Tabla 15** Nivel de estudios de los directores

Primaria	4546
Secundaria	6268
Bachillerato o técnico	7441
Universidad	6743
Maestría o Doctorado	824
Total general	25822

### 3.2 Resultados del Estudio

Iniciamos el trabajo de investigación con la hipótesis central que es  $H_1$  Determinar si las motivaciones a las prácticas de la logística inversa segmentado por sectores económico son diferentes en la micro y pequeña empresa, está hipótesis nace con la interrogante que las motivaciones pueden variar por el giro de las entidades económicas, y se vean afectadas por características propias de las personas que dirigen o toman la mayor parte de las decisiones.

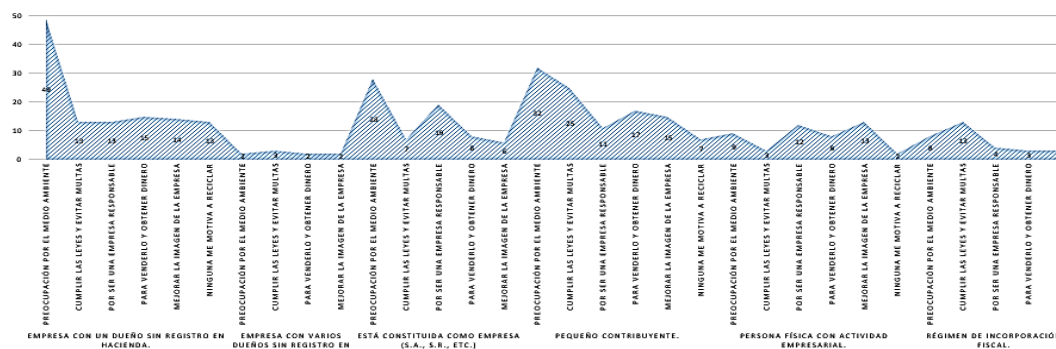
#### 3.2.1 Extracción y transformación

##### 3.2.1.1 Agricultura

Se analizaron 393 unidades económicas, realizando las entrevistas cara a cara con las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las unidades económicas.

##### 3.2.1.1.1 El grado de formalización de la unidad económica

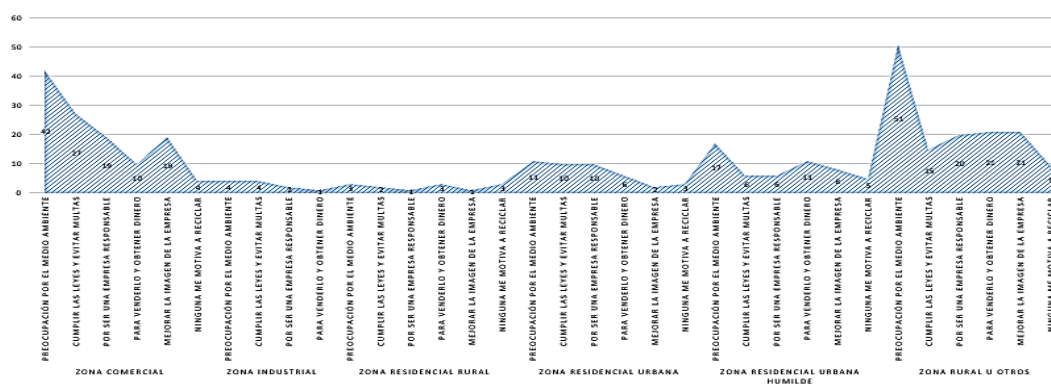
Con respecto al grado de formalización de las unidades económicas que motivan a las personas que toman la mayor parte de las decisiones a reciclar muestran una mayor conciencia a realizarlo por la preocupación por el medio ambiente, en términos generales, los casos de personas físicas en su régimen con actividad empresarial tienen una mayor conciencia a realizarlo por mejorar la imagen de la organización y las personas físicas de incorporación fiscal tienen una mayor conciencia a cumplir por la normatividad de los municipios o estados.

**Gráfico 8** El grado de formalización sector: Agrícola

### 3.2.1.1.2 Ubicación geográfica de la unidad económica

Con respecto a la ubicación geográfica donde se encuentran ubicadas las unidades económicas de dicho sector, observamos que las personas que toman la mayor parte de las decisiones en ellas encuentran motivaciones a reciclar porque existe una mayor preocupación por el medio ambiente sin importar la zona geográfica.

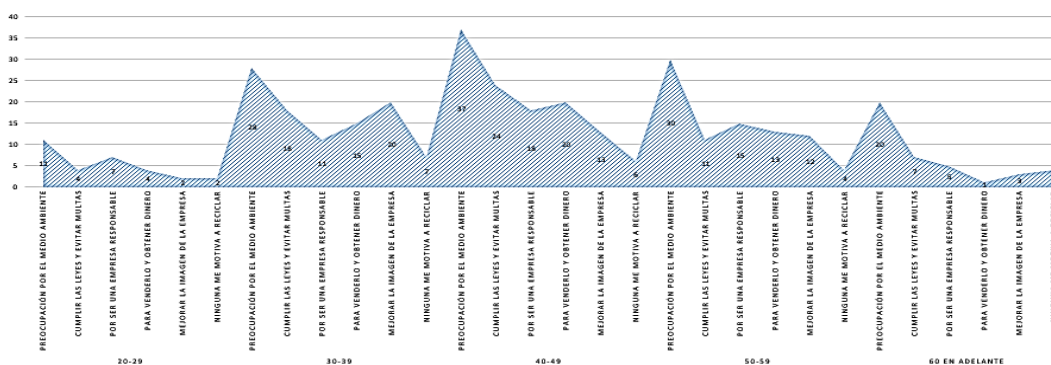
**Gráfico 9** Ubicación geográfica sector Agricultura



### 3.2.1.1.3 Edad de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

En cuanto a la edad de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que sin importar la edad realizarían las prácticas del reciclaje por la preocupación del medio ambiente.

**Gráfico 10** Edad del Director sector agrícola

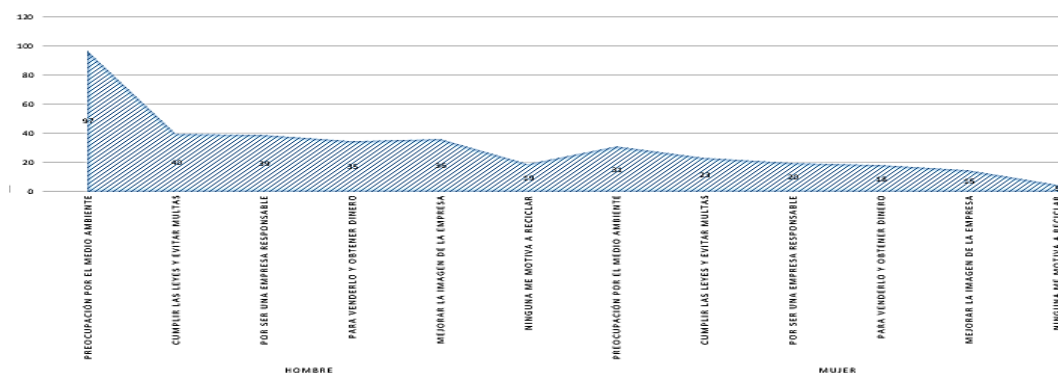


### 3.2.1.1.4 Género de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

En el análisis por género de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que tanto hombres como mujeres realizarían prácticas de la logística inversa debido a una mayor preocupación por el medio ambiente.



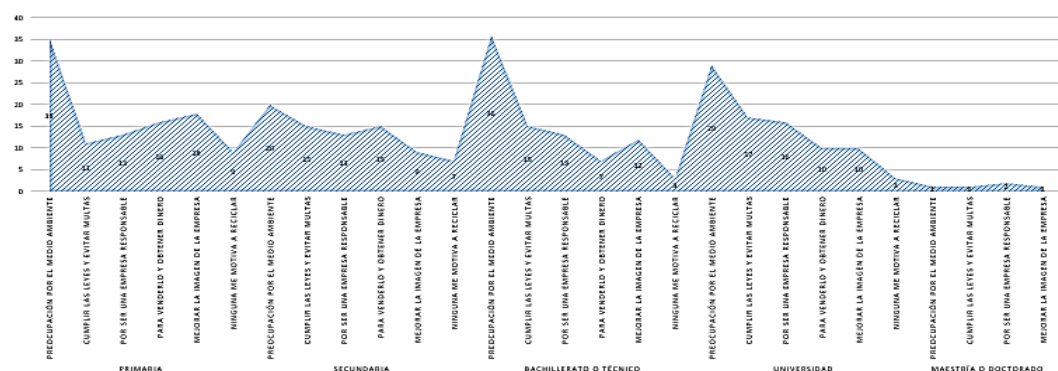
**Gráfico 11** Género sector agrícola



**3.2.1.1.5 Nivel de estudios de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

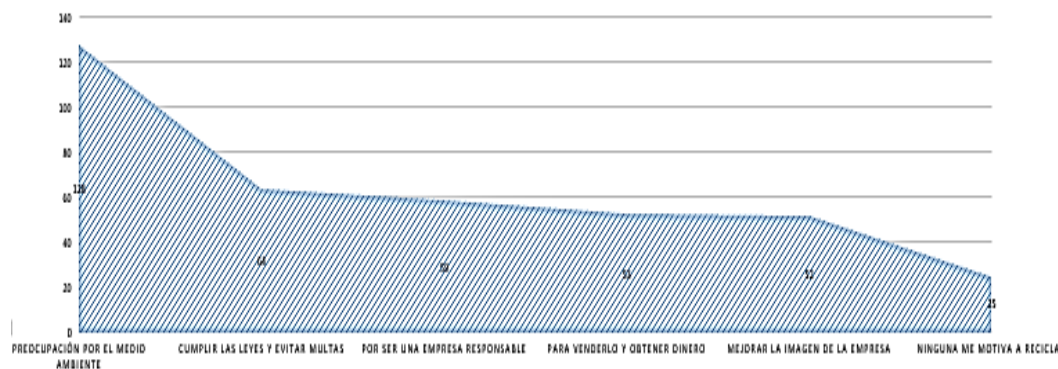
En cuanto al nivel académico de quienes dirigen las unidades económicas observamos que independientemente de los estudios realizados las personas se motivarían a realizar las prácticas de la logística inversa por una mayor preocupación del medio ambiente.

**Gráfico 12** Niveles de estudio sector agrícola



Los resultados que se obtuvieron muestran una descripción del pensamiento de las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las empresas de que los motivaría a realizar acciones de la logística inversa, como es el reciclaje, se observa una clara preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 13** Resultados generales sector agrícola



Dentro del mismo instrumento, aplicamos ítems de la ISO 26000, con los resultados obtenidos desarrollamos una fórmula para medir el grado de responsabilidad social corporativa y en que se focalizan las personas que toman las decisiones de las empresas:

$$CRSC^7 = 1 - \frac{\sum_1^n (xi-x1)}{xn-x1} \quad (2)$$

Dando los siguientes resultados para el sector económico.

**Tabla 16** Coeficiente de Responsabilidad Social Corporativa en el Sector Agrícola

Variable de la RSC de acuerdo a la ISO 26000 en el Sector Agrícola	CRSC
Dirección general	0.435
Derechos humanos	0.507
Medio ambiente	0.362
Prácticas laborales	0.634
Prácticas de operación justas	0.421
Asuntos con los consumidores	0.332
Involucramiento con la comunidad	0.538

Considerando que los valores van de 0 a 1, y la asimetría es a la derecha; donde 1 significa tener una conciencia elevada y 0 significa tener una conciencia baja sobre las prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa basadas en la ISO 26000, podemos observar que la variable que para este estudio es el medio ambiente se encuentra en 0.362, la cual podemos considerar como baja, concluyendo que para las personas que toman las decisiones en las empresas no lo focalizan como un elemento prioritario.

### 3.2.1.2 Cría y explotación de animales

Se analizaron 367 unidades económicas, realizando las entrevistas cara a cara con las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las unidades económicas.

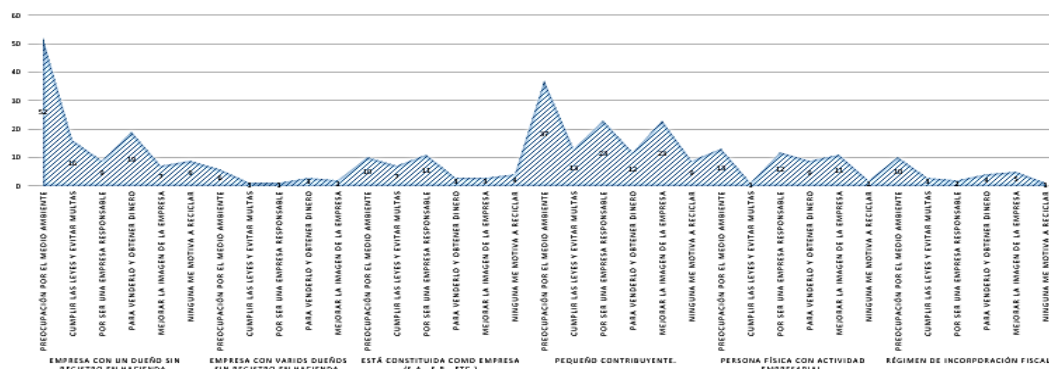
#### 3.2.1.2.1 El grado de formalización de la unidad económica

Con respecto al grado de formalización de las unidades económicas que motivarían a las personas que toman la mayor parte de las decisiones a reciclar muestran una mayor conciencia a realizarlo por la preocupación por el medio ambiente en términos generales, en el caso de empresas constituidas tienen una mayor conciencia a realizarlo por ser una empresa responsable.

---

<sup>7</sup> CRSC Coeficiente de responsabilidad social corporativa  
Xi sumatoria de la variable analizada  
X1 mínima  
Xn máximo

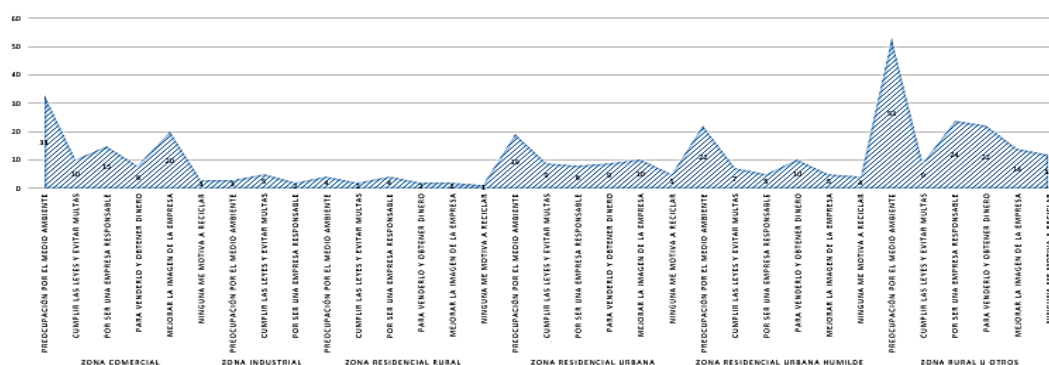
**Gráfico 14** El grado de formalización sector: Cría y explotación de animales



### 3.2.1.2.2 Ubicación geográfica de la unidad económica

Con respecto a la ubicación geográfica donde se encuentran ubicadas las unidades económicas de dicho sector, observamos que las personas que toman la mayor parte de las decisiones en ellas encuentran motivaciones a reciclar porque existe una mayor preocupación por el medio ambiente sin importar la zona geográfica.

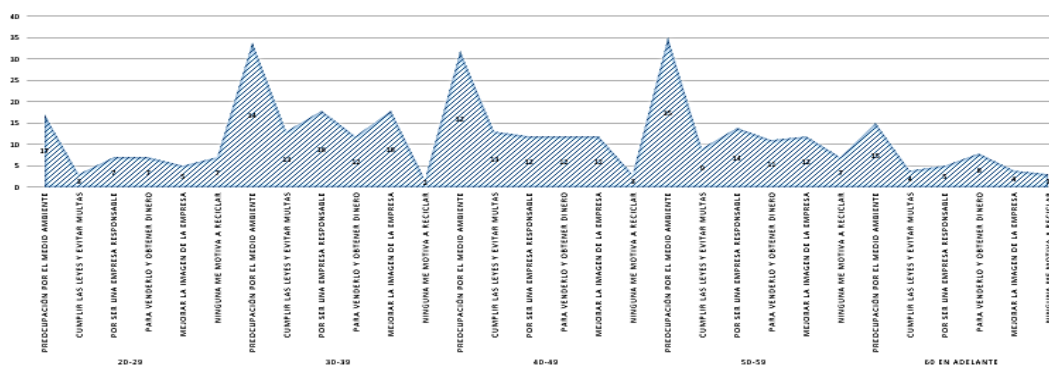
**Gráfico 15** Ubicación geográfica sector: Cría y explotación de animales



### 3.2.1.2.3 Edad de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

En cuanto a la edad de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que sin importar la edad realizarían las prácticas del reciclaje por la preocupación del medio ambiente.

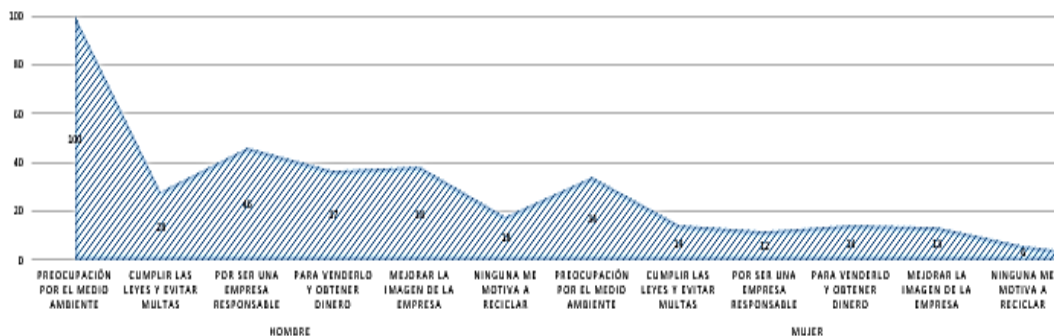
**Gráfico 16** Edad del Director sector: Cría y explotación de animales



### 3.2.1.2.4 Género de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

En el análisis por género de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que tanto hombres como mujeres realizarían prácticas de la logística inversa debido a una mayor preocupación por el medio ambiente.

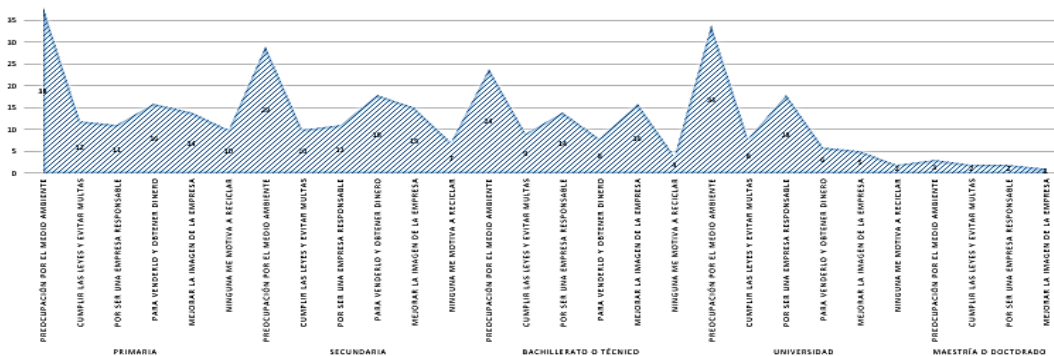
**Gráfico 17** Género sector: Cría y explotación de animales



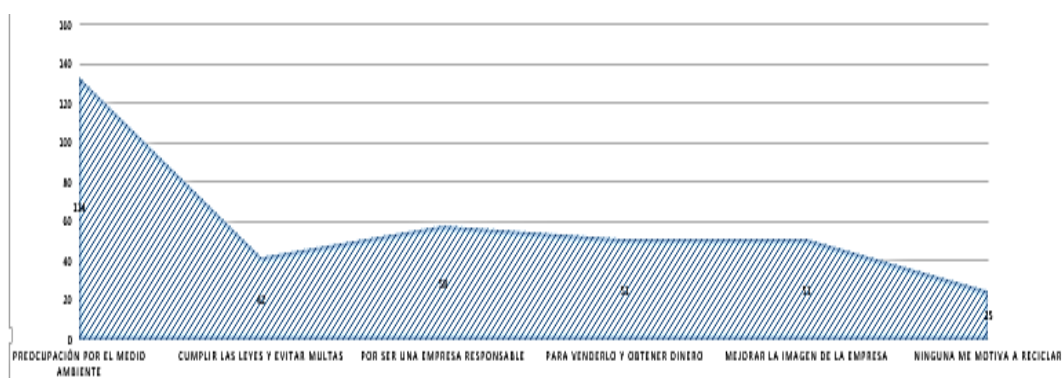
### 3.2.1.2.5 Nivel de estudios de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

En cuanto al nivel académico de quienes dirigen las unidades económicas observamos que independientemente de los estudios realizados las personas se motivarían a realizar las prácticas de la logística inversa por una mayor preocupación del medio ambiente.

**Gráfico 18** Niveles de estudio sector: Cría y explotación de animales



Los resultados que se obtuvieron muestran una descripción del pensamiento de las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las empresas de que los motivaría a realizar acciones de la logística inversa, como es el reciclaje, se observa una clara preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 19** Resultados generales sector: Cría y explotación de animales

Dentro del mismo instrumento, aplicamos ítems de la ISO 26000, con los resultados obtenidos desarrollamos una fórmula para medir el grado de responsabilidad social corporativa y en que se focalizan las personas que toman las decisiones de las empresas:

$$CRSC^8 = 1 - \frac{\sum_1^n (xi - x1)}{xn - x1} \quad (3)$$

Dando los siguientes resultados para el sector económico.

**Tabla 17** Coeficiente de Responsabilidad Social Corporativa en el Sector: Cría y explotación de animales

Variable de la RSC de acuerdo a la ISO 26000 en el Sector Cría y explotación de animales	CRSC
Dirección general	0.488
Derechos humanos	0.510
Medio ambiente	0.511
Prácticas laborales	0.616
Prácticas de operación justas	0.353
Asuntos con los consumidores	0.434
Involucramiento con la comunidad	0.744

Considerando que los valores van de 0 a 1, y la asimetría es a la derecha; donde 1 significa tener una conciencia elevada y 0 significa tener una conciencia baja sobre las prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa basadas en la ISO 26000, podemos observar que la variable que para este estudio es el medio ambiente se encuentra en 0.511, la cual podemos considerar como baja, concluyendo que para las personas que toman las decisiones en las empresas no lo focalizan como un elemento prioritario.

### 3.2.1.3 Aprovechamiento forestal

Se analizaron 66 unidades económicas, realizando las entrevistas cara a cara con las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las unidades económicas.

<sup>8</sup> CRSC Coeficiente de responsabilidad social corporativa

Xi sumatoria de la variable analizada

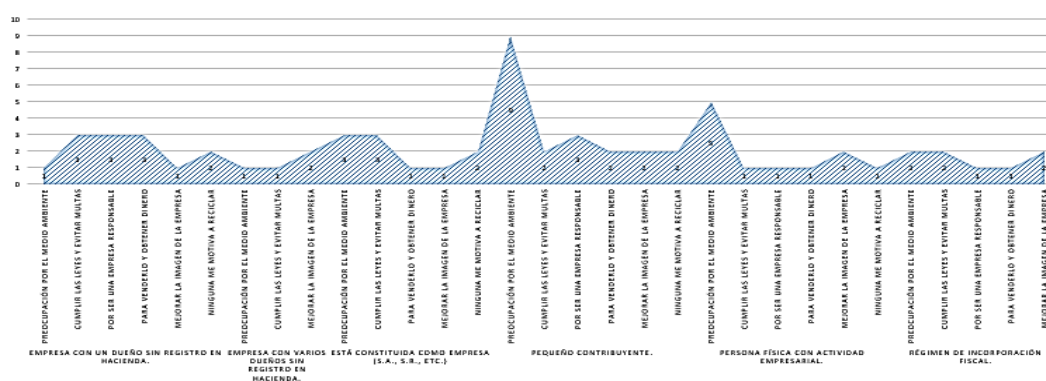
X1 mínima

Xn máximo

### 3.2.1.3.1 El grado de formalización de la unidad económica

Con respecto al grado de formalización de las unidades económicas que motivarían a las personas que toman la mayor parte de las decisiones a reciclar muestran una mayor conciencia a realizarlo por la preocupación por el medio ambiente en términos generales, las empresas que no se encuentran registradas muestran una igualdad en las demás variables.

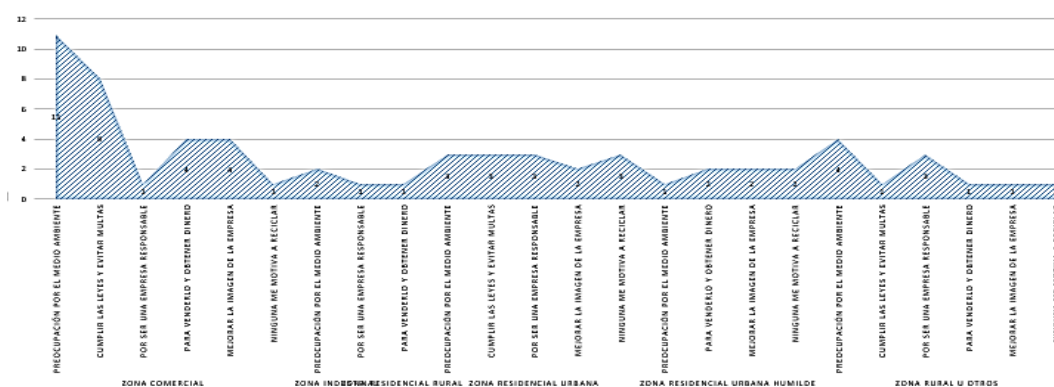
**Gráfico 20** El grado de formalización sector: Aprovechamiento forestal



### 3.2.1.3.2 Ubicación geográfica de la unidad económica

Con respecto a la ubicación geográfica donde se encuentran ubicadas las unidades económicas de dicho sector, observamos que las personas que toman la mayor parte de las decisiones en ellas encuentran motivaciones a reciclar porque existe una mayor preocupación por el medio ambiente sin importar la zona geográfica.

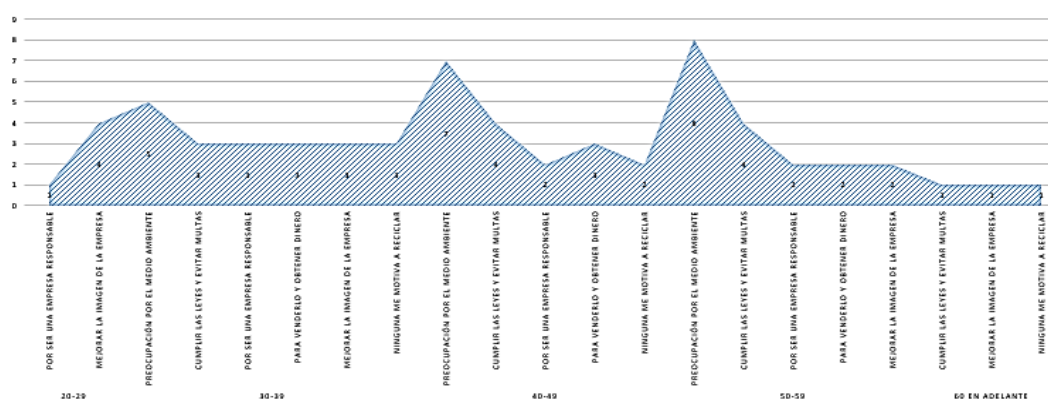
**Gráfico 21** Ubicación geográfica sector: Aprovechamiento forestal



### 3.2.1.3.3 Edad de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

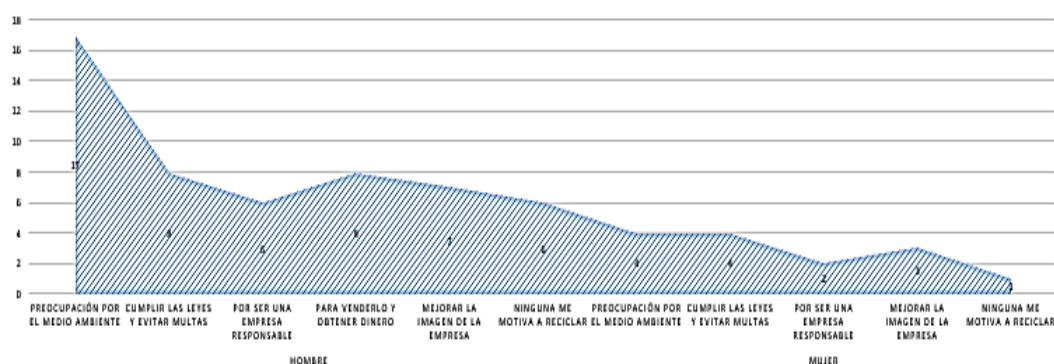
En cuanto a la edad de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que sin importar la edad realizarían las prácticas del reciclaje por la preocupación del medio ambiente.



**Gráfico 22** Edad del Director sector: Aprovechamiento forestal

### 3.2.1.3.4 Género de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

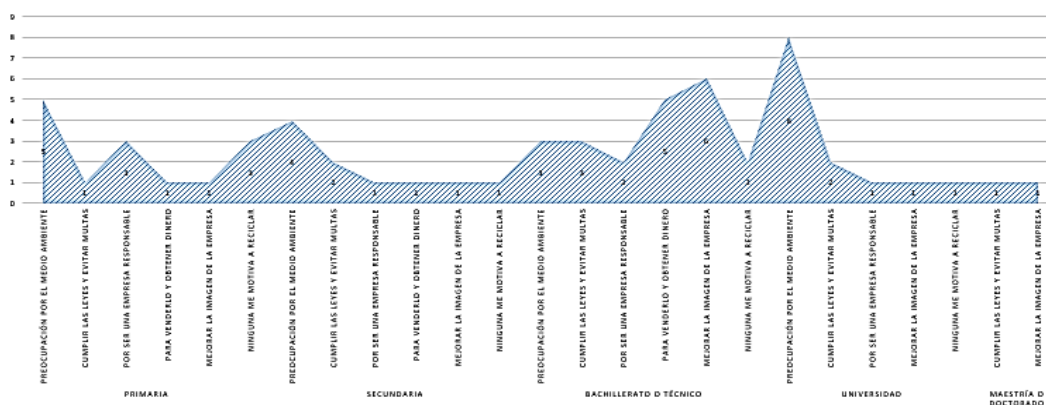
En el análisis por género de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que tanto hombres como mujeres realizarían prácticas de la logística inversa debido a una mayor preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 23** Género sector: Aprovechamiento forestal

### 3.2.1.3.5 Nivel de estudios de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

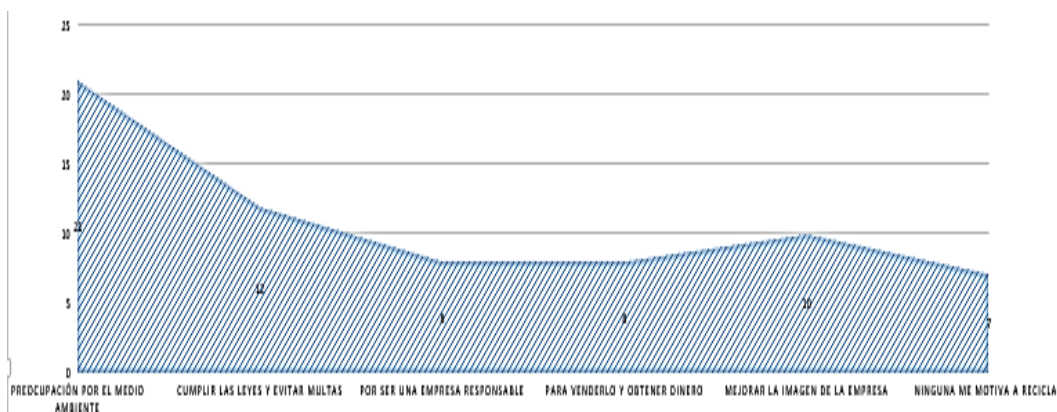
En cuanto al nivel académico de quienes dirigen las unidades económicas observamos que solo las personas con estudio de bachillerato se motivarían a realizar las prácticas de la logística inversa por mejorar la imagen de la empresa el resto lo realizarían por una mayor preocupación del medio ambiente.

**Gráfico 24** Niveles de estudio sector: Aprovechamiento forestal



Los resultados que se obtuvieron muestran una descripción del pensamiento de las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las empresas de que los motivaría a realizar acciones de la logística inversa, como es el reciclaje, se observa una clara preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 25** Resultados generales sector: Aprovechamiento forestal



Dentro del mismo instrumento, aplicamos ítems de la ISO 26000, con los resultados obtenidos desarrollamos una fórmula para medir el grado de responsabilidad social corporativa y en que se focalizan las personas que toman las decisiones de las empresas:

$$CRSC^9 = 1 - \frac{\sum_1^n (xi-x1)}{xn-x1} \tag{4}$$

Dando los siguientes resultados para el sector económico.

<sup>9</sup> CRSC Coeficiente de responsabilidad social corporativa  
 Xi sumatoria de la variable analizada  
 X1 mínima  
 Xn máximo



**Tabla 18** Coeficiente de Responsabilidad Social Corporativa en el Sector: Aprovechamiento forestal

Variable de la RSC de acuerdo a la ISO 26000 en el Sector Aprovechamiento forestal	CRSC
Dirección general	0.465
Derechos humanos	0.463
Medio ambiente	0.473
Prácticas laborales	0.597
Prácticas de operación justas	0.330
Asuntos con los consumidores	0.425
Involucramiento con la comunidad	0.741

Considerando que los valores van de 0 a 1, y la asimetría es a la derecha; donde 1 significa tener una conciencia elevada y 0 significa tener una conciencia baja sobre las prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa basadas en la ISO 26000, podemos observar que la variable que para este estudio es el medio ambiente se encuentra en 0.473, la cual podemos considerar como baja, concluyendo que para las personas que toman las decisiones en las empresas no lo focalizan como un elemento prioritario.

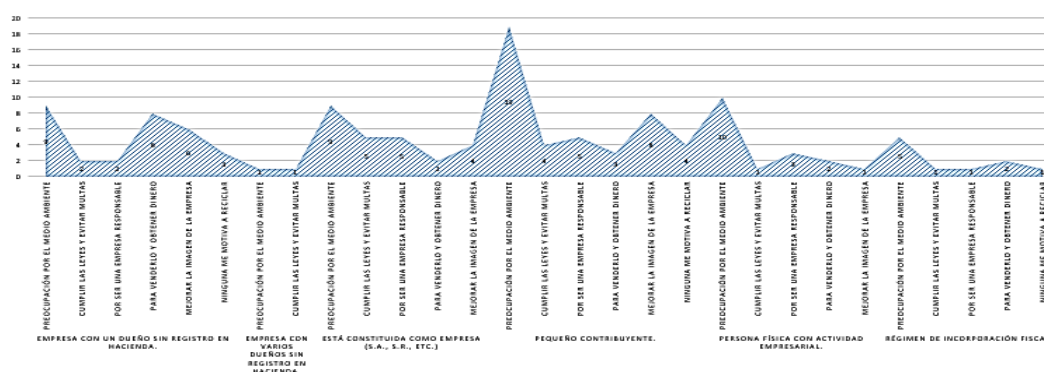
### 3.2.1.4 Pesca y caza

Se analizaron 128 unidades económicas, realizando las entrevistas cara a cara con las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las unidades económicas.

#### 3.2.1.4.1 El grado de formalización de la unidad económica

Con respecto al grado de formalización de las unidades económicas que motivarían a las personas que toman la mayor parte de las decisiones a reciclar muestran una mayor conciencia a realizarlo por la preocupación por el medio ambiente.

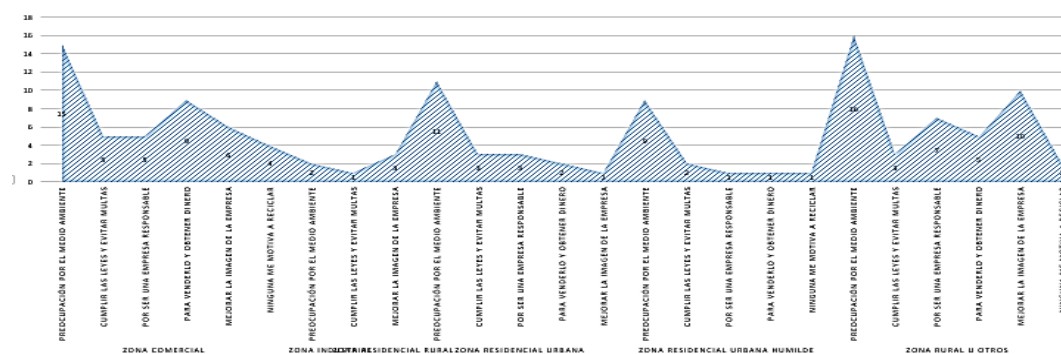
**Gráfico 26** El grado de formalización sector: Pesca y caza



#### 3.2.1.4.2 Ubicación geográfica de la unidad económica

Con respecto a la ubicación geográfica donde se encuentran ubicadas las unidades económicas de dicho sector, observamos que las personas que toman la mayor parte de las decisiones en ellas encuentran motivaciones a reciclar porque existe una mayor preocupación por el medio ambiente sin importar la zona geográfica.

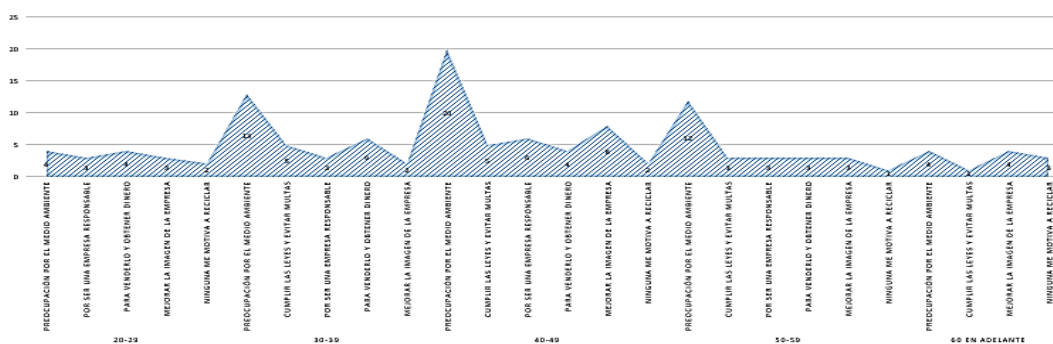
**Gráfico 27** Ubicación geográfica sector: Pesca y caza



**3.2.1.4.3 Edad de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

En cuanto a la edad de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que a las personas realizarían las prácticas del reciclaje por cuestiones de preocupación del medio ambiente.

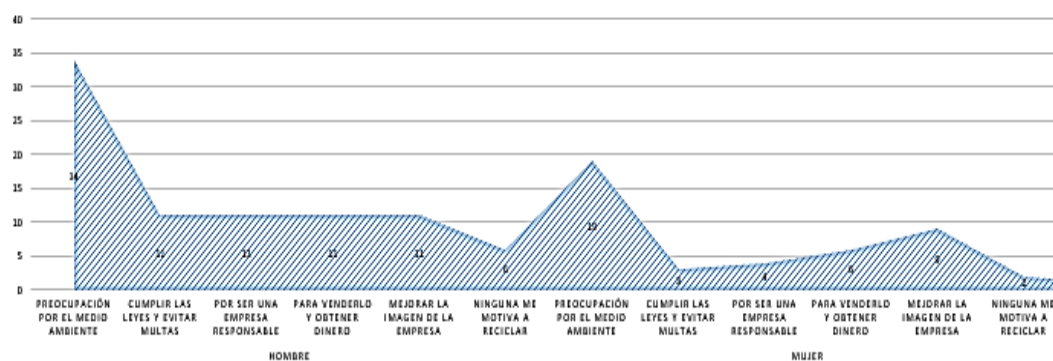
**Gráfico 28** Edad del Director sector: Pesca y caza



**3.2.1.4.4 Género de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

En el análisis por género de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que tanto hombres como mujeres realizarían prácticas de la logística inversa debido a una mayor preocupación por el medio ambiente.

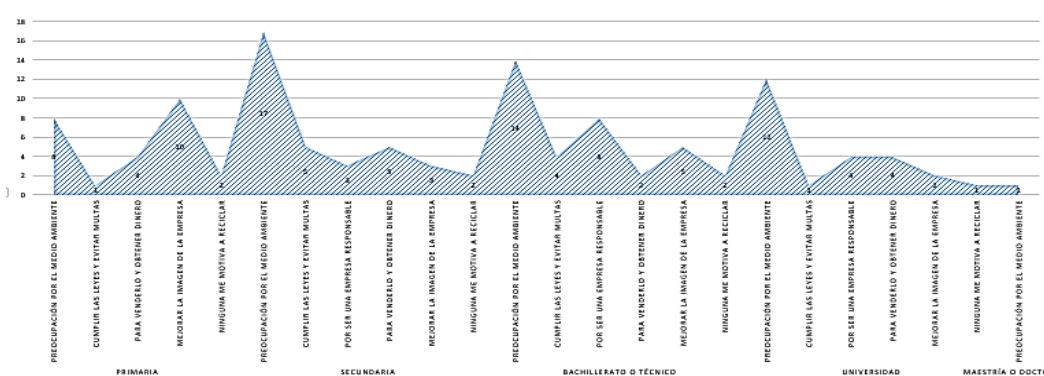
**Gráfico 29** Género sector: Pesca y caza



### 3.2.1.4.5 Nivel de estudios de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

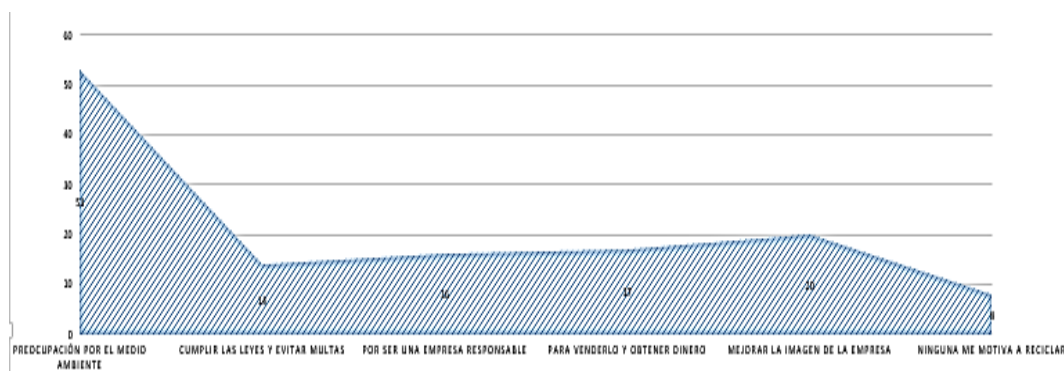
En cuanto al nivel académico de quienes dirigen las unidades económicas observamos que solo las personas con estudio de primaria se motivarían a realizar las prácticas de la logística inversa por mejorar la imagen de la empresa el resto lo realizarían por una mayor preocupación del medio ambiente.

**Gráfico 30** Niveles de estudio sector: Pesca y caza



Los resultados que se obtuvieron muestran una descripción del pensamiento de las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las empresas de que los motivaría a realizar acciones de la logística inversa, como es el reciclaje, se observa una clara preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 31** Resultados generales sector: Pesca y caza



Dentro del mismo instrumento, aplicamos ítems de la ISO 26000, con los resultados obtenidos desarrollamos una fórmula para medir el grado de responsabilidad social corporativa y en que se focalizan las personas que toman las decisiones de las empresas:

$$CRSC^{10} = 1 - \frac{\sum_1^n (x_i - x_1)}{x_n - x_1} \quad (5)$$

<sup>10</sup> CRSC Coeficiente de responsabilidad social corporativa

$X_i$  sumatoria de la variable analizada

$X_1$  mínima

$X_n$  máximo

Dando los siguientes resultados para el sector económico.

**Tabla 19** Coeficiente de Responsabilidad Social Corporativa en el Sector: Pesca y caza

Variable de la RSC de acuerdo a la ISO 26000 en el Sector pesca y caza	CRSC
Dirección general	0.439
Derechos humanos	0.438
Medio ambiente	0.452
Prácticas laborales	0.589
Prácticas de operación justas	0.340
Asuntos con los consumidores	0.414
Involucramiento con la comunidad	0.741

Considerando que los valores van de 0 a 1, y la asimetría es a la derecha; donde 1 significa tener una conciencia elevada y 0 significa tener una conciencia baja sobre las prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa basadas en la ISO 26000, podemos observar que la variable que para este estudio es el medio ambiente se encuentra en 0.452, la cual podemos considerar como baja, concluyendo que para las personas que toman las decisiones en las empresas no lo focalizan como un elemento prioritario.

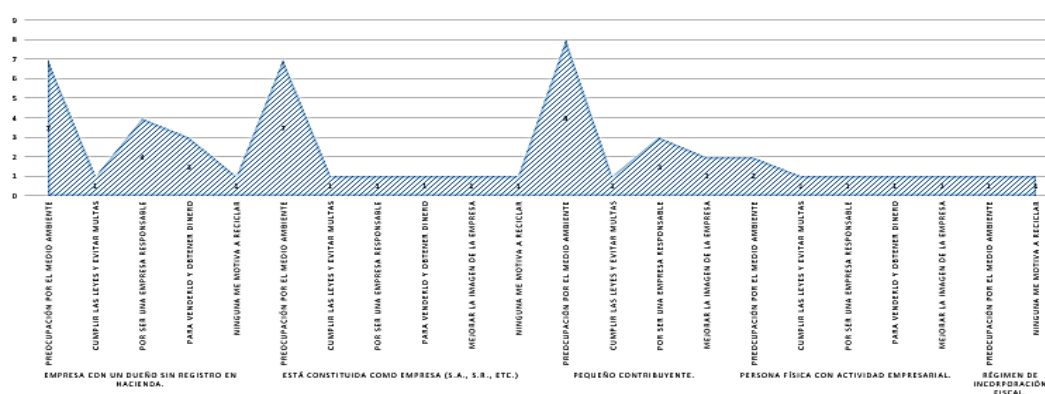
### 3.2.1.5 Minería

Se analizaron 52 unidades económicas, realizando las entrevistas cara a cara con las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las unidades económicas.

#### 3.2.1.5.1 El grado de formalización de la unidad económica

Con respecto al grado de formalización de las unidades económicas lo que motivaría a las personas que toman la mayor parte de las decisiones a reciclar muestran una mayor conciencia a realizarlo por la preocupación por el medio ambiente.

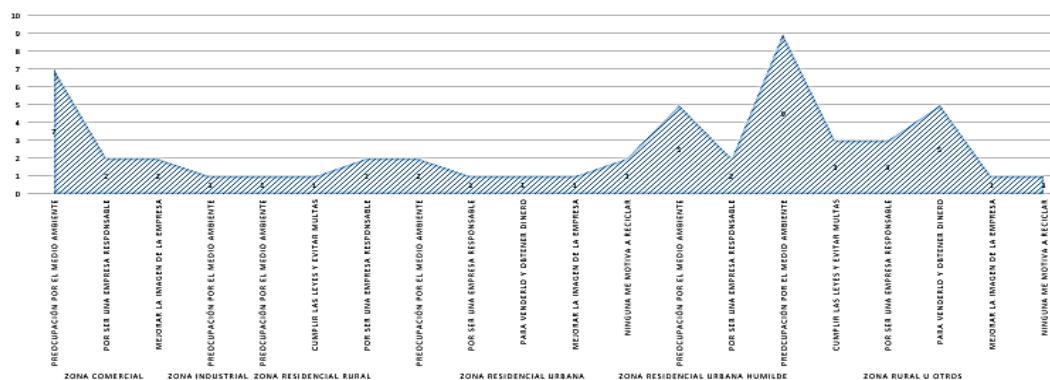
**Gráfico 32** El grado de formalización sector: Minería



#### 3.2.1.5.2 Ubicación geográfica de la unidad económica

Con respecto a la ubicación geográfica donde se encuentran ubicadas las unidades económicas de dicho sector, observamos que las personas que toman la mayor parte de las decisiones en ellas encuentran motivaciones a reciclar porque existe una mayor preocupación por el medio ambiente sin importar la zona geográfica.

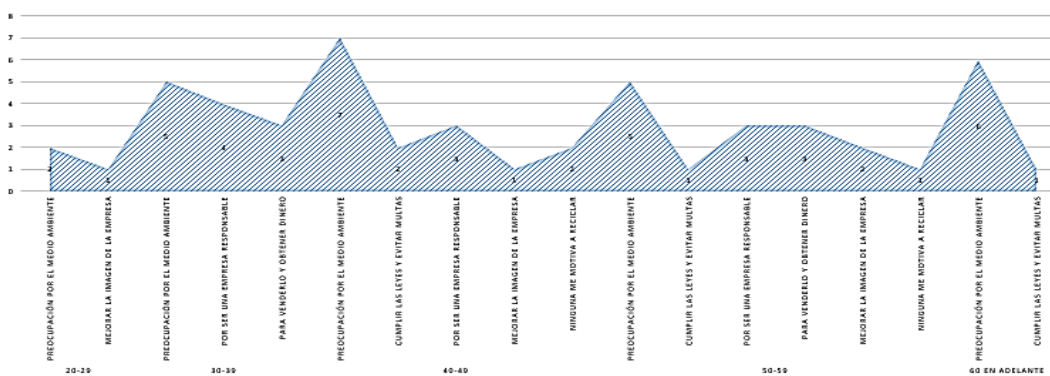
**Gráfico 33** Ubicación geográfica sector: Minería



**3.2.1.5.3 Edad de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

En cuanto a la edad de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que sin importar la edad realizarían las prácticas del reciclaje por la preocupación del medio ambiente

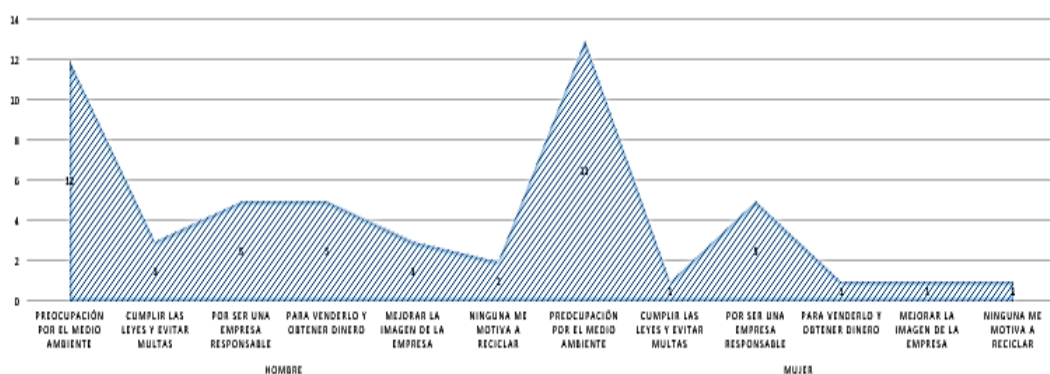
**Gráfico 34** Edad del Director sector: Minería



**3.2.1.5.4 Género de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

En el análisis por género de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que tanto hombres como mujeres realizarían prácticas de la logística inversa debido a una mayor preocupación por el medio ambiente.

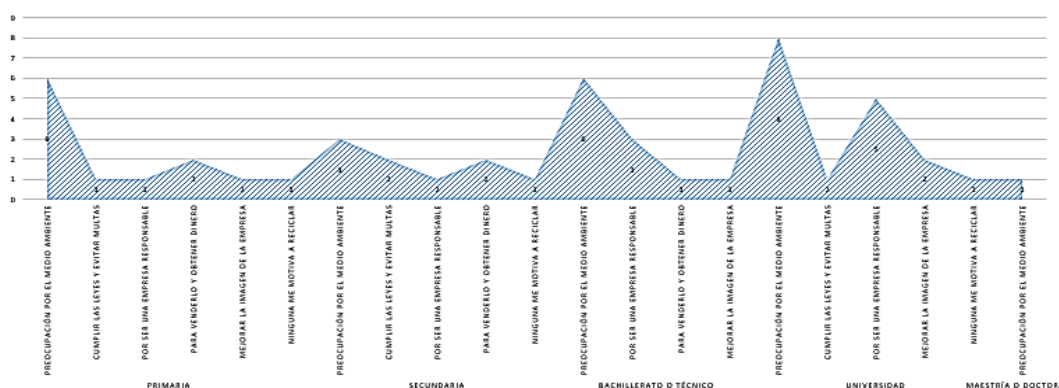
**Gráfico 35** Género sector: Minería



### 3.2.1.5.5 Nivel de estudios de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

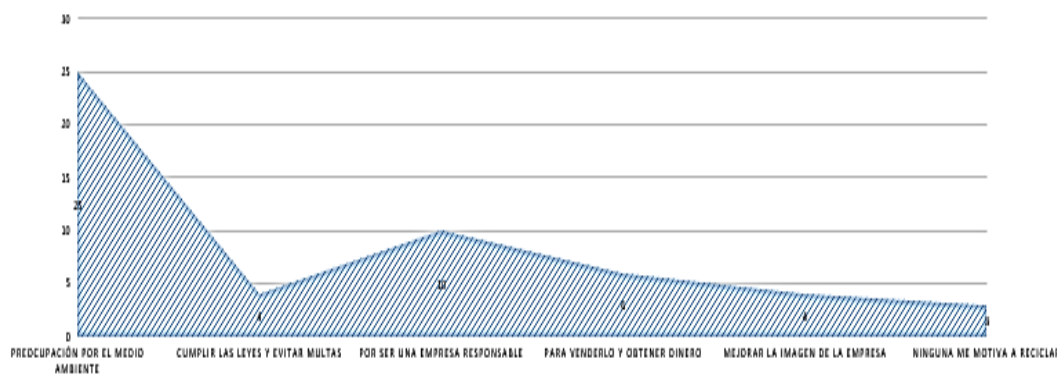
En cuanto al nivel académico de quienes dirigen las unidades económicas observamos que independientemente de los estudios realizados las personas se motivarían a realizar las prácticas de la logística inversa por una mayor preocupación del medio ambiente.

**Gráfico 36** Niveles de estudio sector: Minería



Los resultados que se obtuvieron muestran una descripción del pensamiento de las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las empresas de que los motivaría a realizar acciones de la logística inversa, como es el reciclaje, se observa una clara preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 37** Resultados generales sector: Minería



Dentro del mismo instrumento, aplicamos ítems de la ISO 26000, con los resultados obtenidos desarrollamos una fórmula para medir el grado de responsabilidad social corporativa y en que se focalizan las personas que toman las decisiones de las empresas:

$$CRSC^{11} = 1 - \frac{\sum_1^n (xi-x1)}{xn-x1} \tag{6}$$

<sup>11</sup> CRSC Coeficiente de responsabilidad social corporativa  
 Xi sumatoria de la variable analizada  
 X1 mínima  
 Xn máximo



Dando los siguientes resultados para el sector económico.

**Tabla 20** Coeficiente de Responsabilidad Social Corporativa en el Sector: Minería

Variable de la RSC de acuerdo a la ISO 26000 en el Sector Minería	CRSC
Dirección general	0.460
Derechos humanos	0.466
Medio ambiente	0.474
Prácticas laborales	0.581
Prácticas de operación justas	0.273
Asuntos con los consumidores	0.402
Involucramiento con la comunidad	0.717

Considerando que los valores van de 0 a 1, y la asimetría es a la derecha; donde 1 significa tener una conciencia elevada y 0 significa tener una conciencia baja sobre las prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa basadas en la ISO 26000, podemos observar que la variable que para este estudio es el medio ambiente se encuentra en 0.474, la cual podemos considerar como baja, concluyendo que para las personas que toman las decisiones en las empresas no lo focalizan como un elemento prioritario.

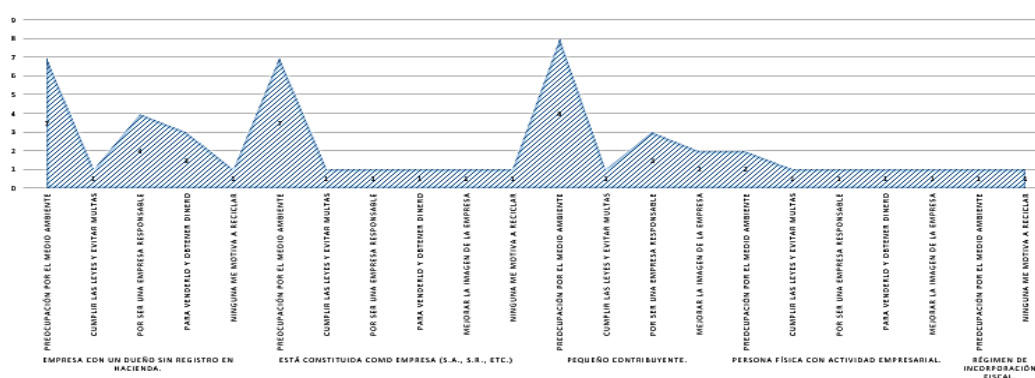
### 3.2.1.6 Construcción

Se analizaron 430 unidades económicas, realizando las entrevistas cara a cara con las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las unidades económicas.

#### 3.2.1.6.1 El grado de formalización de la unidad económica

Con respecto al grado de formalización de las unidades económicas que motivarían a las personas que toman la mayor parte de las decisiones a reciclar muestran una mayor conciencia a realizarlo por la preocupación por el medio ambiente, en los casos de personas físicas ya sea en su régimen con actividad empresarial tienen una mayor conciencia a realizarlo por mejorar la imagen de la organización y las personas físicas de incorporación fiscal tienen una mayor conciencia a cumplir con la normatividad de los municipios o estados.

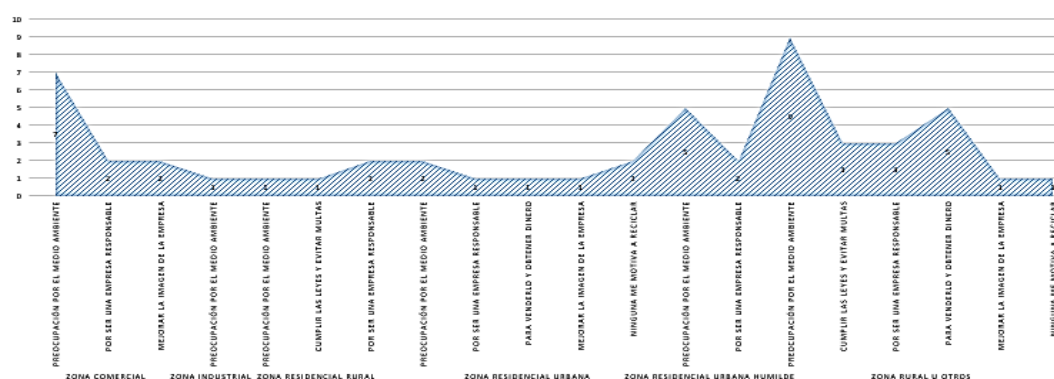
**Gráfico 38** El grado de formalización sector: Construcción



### 3.2.1.6.2 Ubicación geográfica de la unidad económica

Con respecto a la ubicación geográfica donde se encuentran ubicadas las unidades económicas de dicho sector, observamos que las personas que toman la mayor parte de las decisiones en ellas encuentran motivaciones a reciclar porque existe una mayor preocupación por el medio ambiente sin importar la zona geográfica.

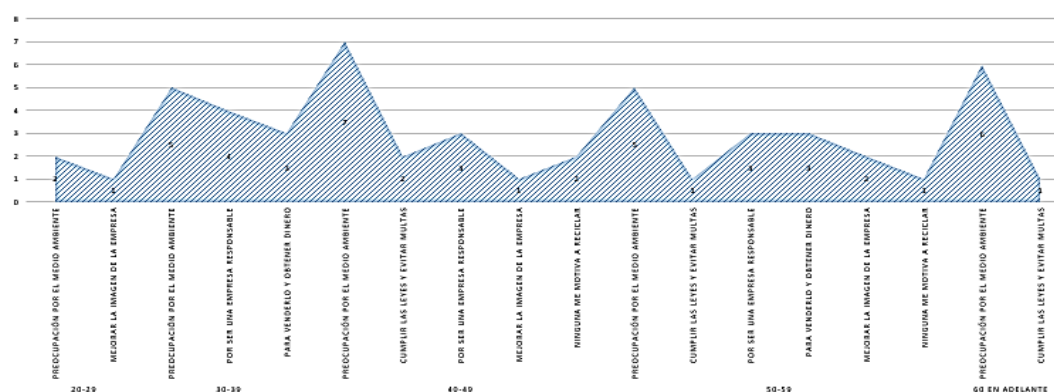
**Gráfico 39** Ubicación geográfica sector: Construcción



### 3.2.1.6.3 Edad de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

En cuanto a la edad de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que sin importar la edad realizarían las prácticas del reciclaje por la preocupación del medio ambiente.

**Gráfico 40** Edad del Director sector: Construcción

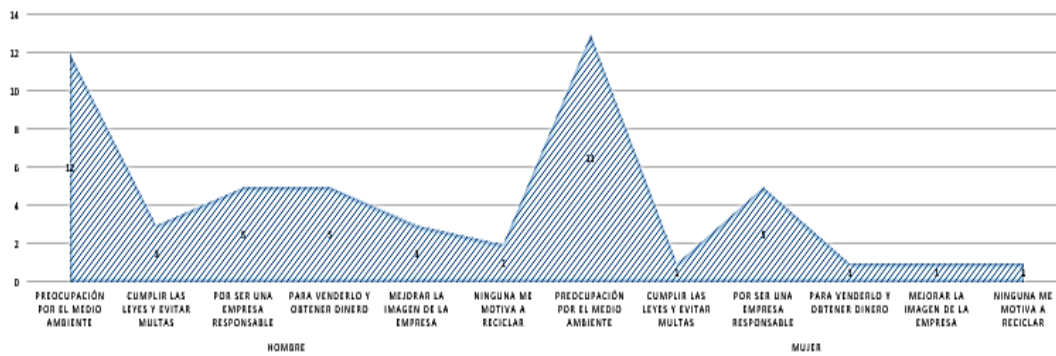


### 3.2.1.6.4 Género de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

En el análisis por género de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que tanto hombres como mujeres realizarían prácticas de la logística inversa debido a una mayor preocupación por el medio ambiente.



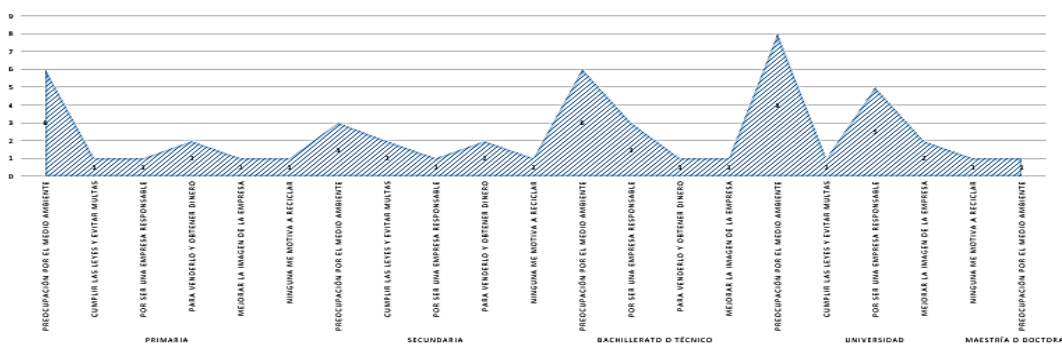
**Gráfico 41** Género sector: Construcción



**3.2.1.6.5 Nivel de estudios de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

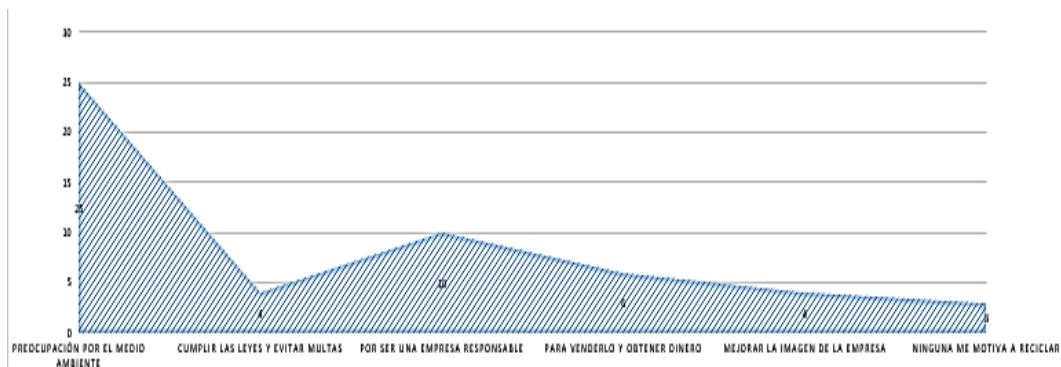
En cuanto al nivel académico de quienes dirigen las unidades económicas observamos que independientemente de los estudios realizados las personas se motivarían a realizar las prácticas de la logística inversa por una mayor preocupación del medio ambiente.

**Gráfico 42** Niveles de estudio sector: Construcción



Los resultados que se obtuvieron muestran una descripción del pensamiento de las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las empresas de que los motivaría a realizar acciones de la logística inversa, como es el reciclaje, se observa una clara preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 43** Resultados generales sector: Construcción



Dentro del mismo instrumento, aplicamos ítems de la ISO 26000, con los resultados obtenidos desarrollamos una fórmula para medir el grado de responsabilidad social corporativa y en que se focalizan las personas que toman las decisiones de las empresas:

$$CRSC^{12} = 1 - \frac{\sum_1^n (x_i - x_1)}{x_n - x_1} \quad (7)$$

Dando los siguientes resultados para el sector económico.

**Tabla 21** Coeficiente de Responsabilidad Social Corporativa en el Sector: Construcción

Variable de la RSC de acuerdo a la ISO 26000 en el Sector Construcción	CRSC
Dirección general	0.378
Derechos humanos	0.381
Medio ambiente	0.397
Prácticas laborales	0.526
Prácticas de operación justas	0.253
Asuntos con los consumidores	0.329
Involucramiento con la comunidad	0.692

Considerando que los valores van de 0 a 1, y la asimetría es a la derecha; donde 1 significa tener una conciencia elevada y 0 significa tener una conciencia baja sobre las prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa basadas en la ISO 26000, podemos observar que la variable que para este estudio es el medio ambiente se encuentra en 0.397, la cual podemos considerar como baja, concluyendo que para las personas que toman las decisiones en las empresas no lo focalizan como un elemento prioritario.

### 3.2.1.7 Industria metalmecánica

Se analizaron 210 unidades económicas, realizando las entrevistas cara a cara con las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las unidades económicas.

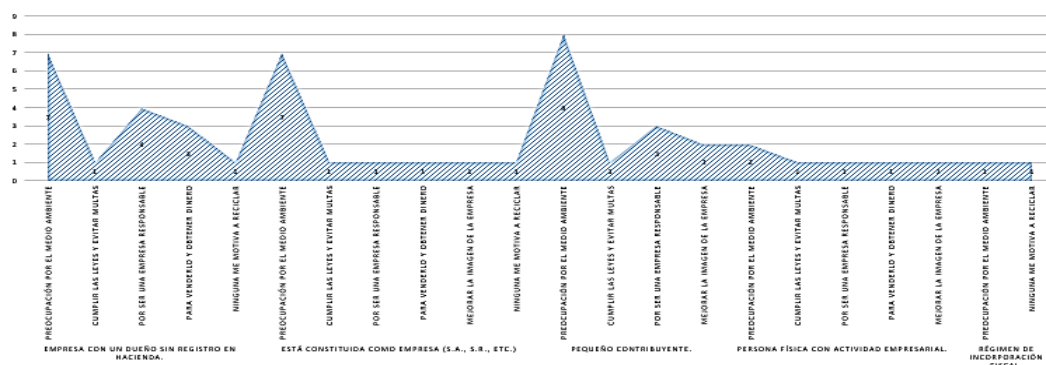
#### 3.5.1.7.1 El grado de formalización de la unidad económica

Con respecto al grado de formalización de las unidades económicas que motivarían a las personas que toman la mayor parte de las decisiones a reciclar muestran una mayor conciencia a realizarlo por la preocupación por el medio ambiente.

---

<sup>12</sup> CRSC Coeficiente de responsabilidad social corporativa  
Xi sumatoria de la variable analizada  
X1 mínima  
Xn máximo

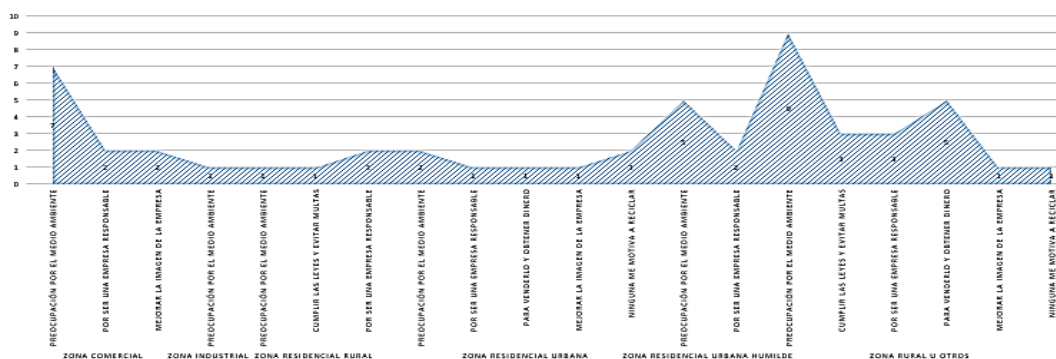
**Gráfico 44** El grado de formalización sector: Industria metalmeccánica



**3.2.1.7.2 Ubicación geográfica de la unidad económica**

Con respecto a la ubicación geográfica donde se encuentran ubicadas las unidades económicas de dicho sector, observamos que las personas que toman la mayor parte de las decisiones en ellas encuentran motivaciones a reciclar porque existe una mayor preocupación por el medio ambiente en términos generales, en las zonas rurales se motivan para venderlo y obtener recursos económicos.

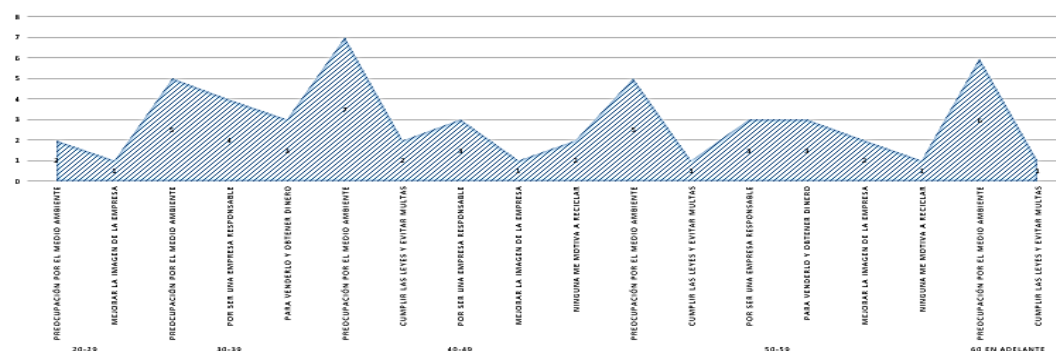
**Gráfico 45** Ubicación geográfica sector Industria metalmeccánica



**3.2.1.7.3 Edad de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

En cuanto a la edad de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que sin importar la edad realizarían las prácticas del reciclaje por la preocupación del medio ambiente.

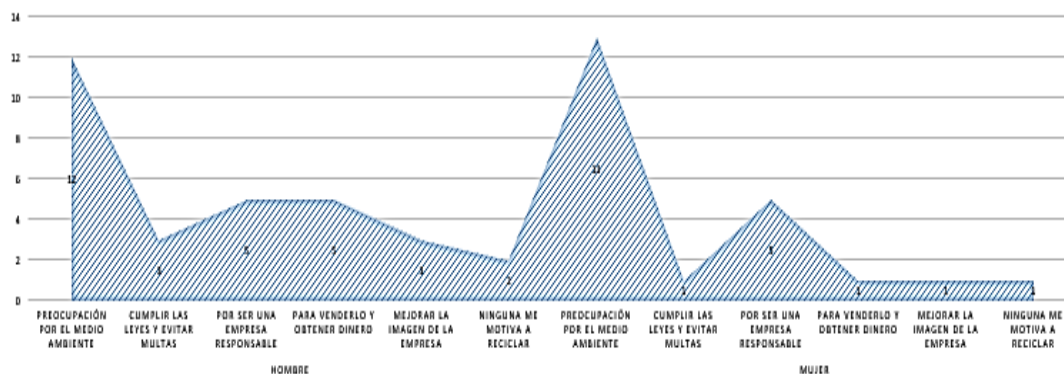
**Gráfico 46** Edad del Director sector Industria metalmeccánica



### 3.2.1.7.4 Género de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

En el análisis por género de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que tanto hombres como mujeres realizarían prácticas de la logística inversa debido a una mayor preocupación por el medio ambiente.

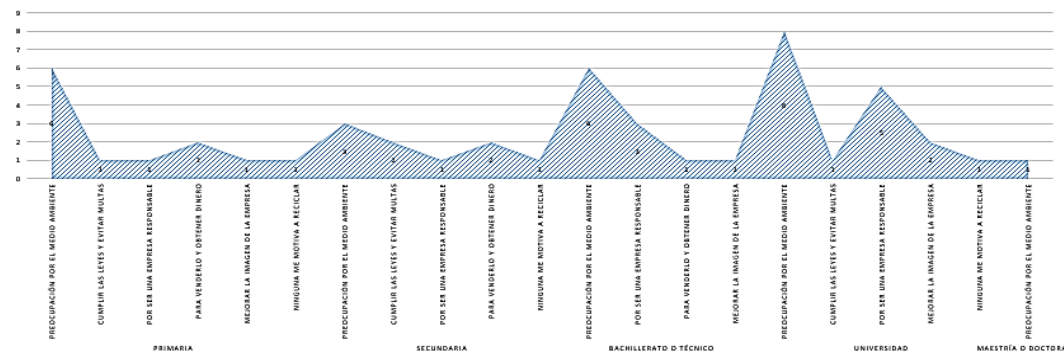
**Gráfico 47** Género sector Industria metalmeccánica



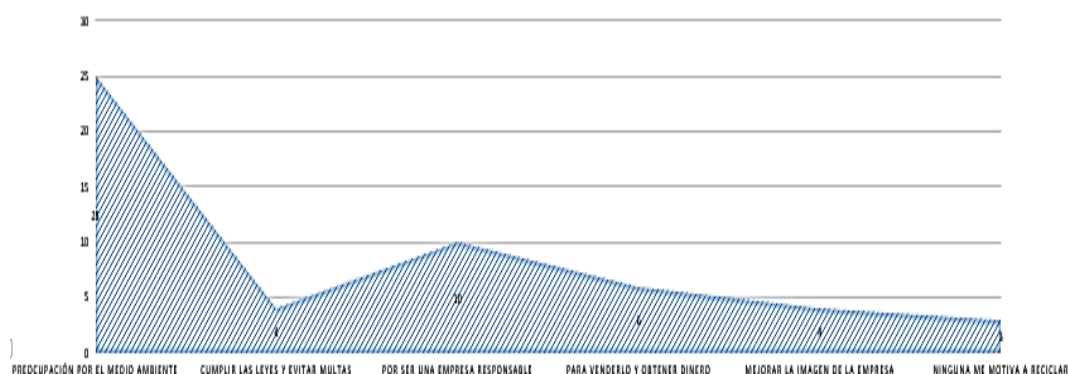
### 3.2.1.7.5 Nivel de estudios de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

En cuanto al nivel académico de quienes dirigen las unidades económicas observamos que independientemente de los estudios realizados las personas se motivarían a realizar las prácticas de la logística inversa por una mayor preocupación del medio ambiente.

**Gráfico 48** Niveles de estudio sector Industria metalmeccánica



Los resultados que se obtuvieron muestran una descripción del pensamiento de las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las empresas de que los motivaría a realizar acciones de la logística inversa, como es el reciclaje, se observa una clara preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 49** Resultados generales sector Industria metalmecánica

Dentro del mismo instrumento, aplicamos ítems de la ISO 26000, con los resultados obtenidos desarrollamos una fórmula para medir el grado de responsabilidad social corporativa y en que se focalizan las personas que toman las decisiones de las empresas:

$$CRSC^{13} = 1 - \frac{\sum_1^n (x_i - x_1)}{xn - x_1} \quad (8)$$

Dando los siguientes resultados para el sector económico.

**Tabla 22** Coeficiente de Responsabilidad Social Corporativa en el Sector: Industria metalmecánica

Variable de la RSC de acuerdo a la ISO 26000 en el Sector Industria metalmecánica	CRSC
Dirección general	0.407
Derechos humanos	0.407
Medio ambiente	0.394
Prácticas laborales	0.522
Prácticas de operación justas	0.257
Asuntos con los consumidores	0.342
Involucramiento con la comunidad	0.687

Considerando que los valores van de 0 a 1, y la asimetría es a la derecha; donde 1 significa tener una conciencia elevada y 0 significa tener una conciencia baja sobre las prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa basadas en la ISO 26000, podemos observar que la variable que para este estudio es el medio ambiente se encuentra en 0.394, la cual podemos considerar como baja, concluyendo que para las personas que toman las decisiones en las empresas no lo focalizan como un elemento prioritario.

### 3.2.1.8 Manufactura de plásticos y resinas

Se analizaron 212 unidades económicas, realizando las entrevistas cara a cara con las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las unidades económicas.

<sup>13</sup> CRSC Coeficiente de responsabilidad social corporativa

$\sum_1^n$  sumatoria de la variable analizada

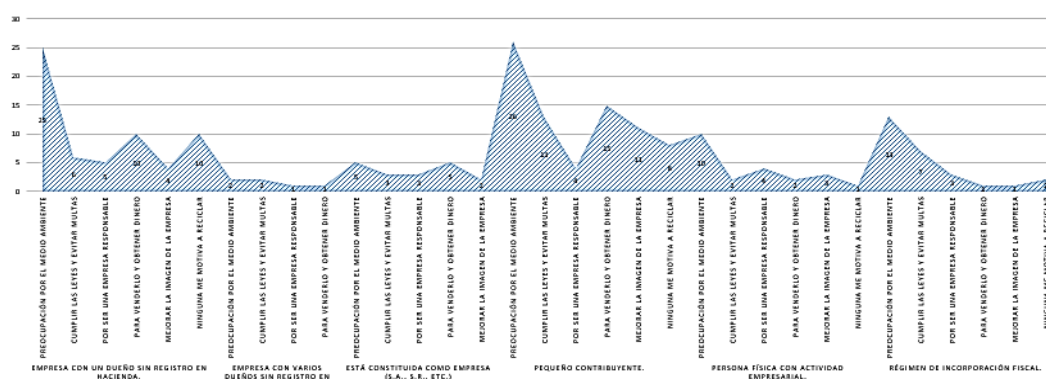
$X_1$  mínima

$X_n$  máximo

### 3.2.1.8.1 El grado de formalización de la unidad económica

Con respecto al grado de formalización de las unidades económicas que motivarían a las personas que toman la mayor parte de las decisiones a reciclar muestran una mayor conciencia a realizarlo por la preocupación por el medio ambiente.

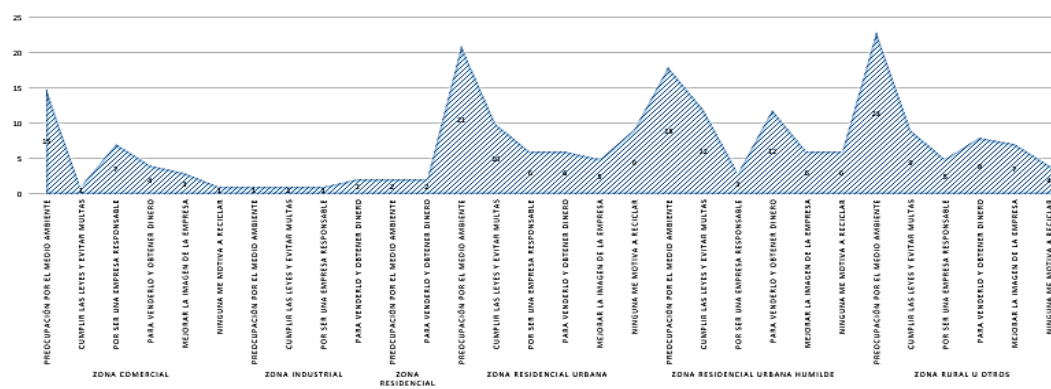
**Gráfico 50** El grado de formalización sector: Manufactura de plásticos y resinas



### 3.2.1.8.2 Ubicación geográfica de la unidad económica

Con respecto a la ubicación geográfica donde se encuentran ubicadas las unidades económicas de dicho sector, observamos que las personas que toman la mayor parte de las decisiones en ellas encuentran motivaciones a reciclar porque existe una mayor preocupación por el medio ambiente sin importar la zona geográfica.

**Gráfico 51** Ubicación geográfica sector: Manufactura de plásticos y resinas

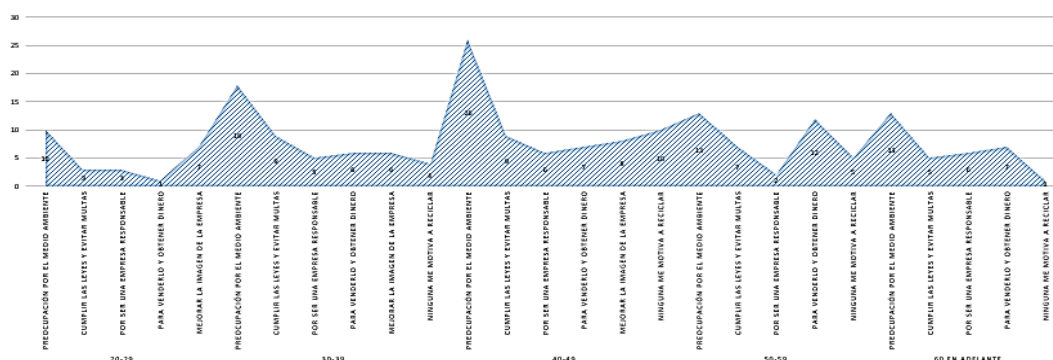


### 3.2.1.8.3 Edad de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

En cuanto a la edad de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que sin importar la edad realizarían las prácticas del reciclaje por la preocupación del medio ambiente.



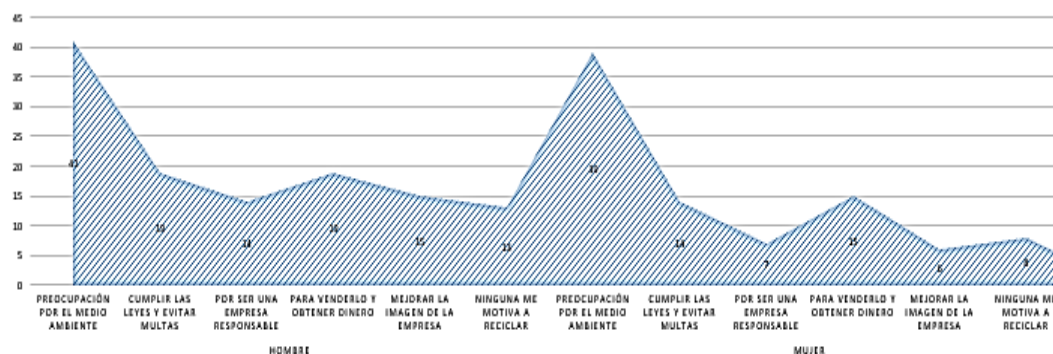
**Gráfico 52** Edad del Director sector: Manufactura de plásticos y resinas



**3.2.1.8.4 Género de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

En el análisis por género de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que tanto hombres como mujeres realizarían prácticas de la logística inversa debido a una mayor preocupación por el medio ambiente.

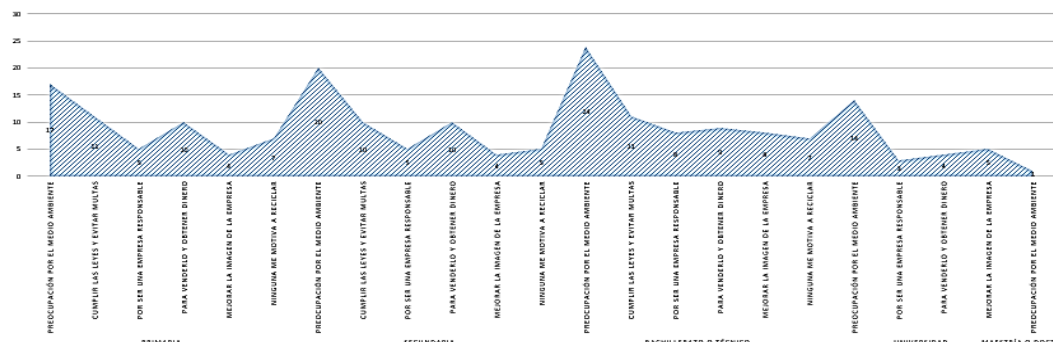
**Gráfico 53** Género sector: Manufactura de plásticos y resinas



**3.2.1.8.5 Nivel de estudios de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

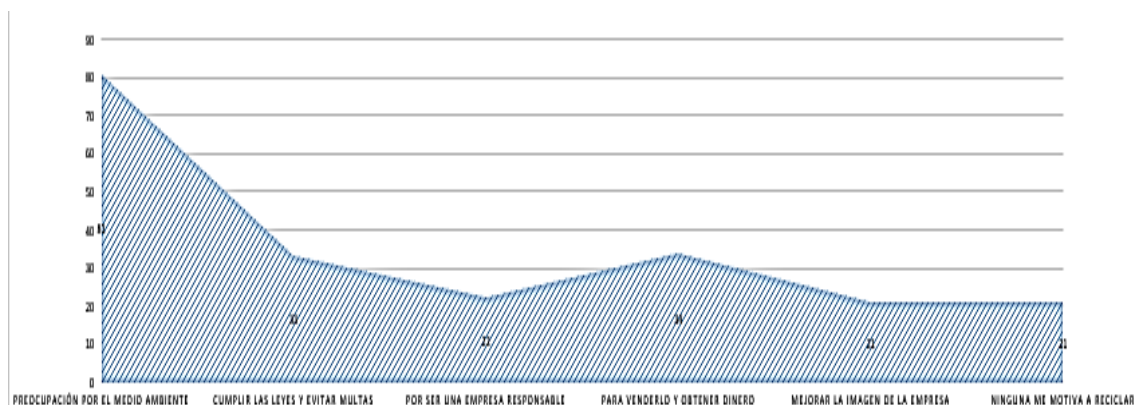
En cuanto al nivel académico de quienes dirigen las unidades económicas observamos que independientemente de los estudios realizados las personas se motivarían a realizar las prácticas de la logística inversa por una mayor preocupación del medio ambiente.

**Gráfico 54** Niveles de estudio sector: Manufactura de plásticos y resinas



Los resultados que se obtuvieron muestran una descripción del pensamiento de las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las empresas de que los motivaría a realizar acciones de la logística inversa, como es el reciclaje, se observa una clara preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 55** Resultados generales sector: Manufactura de plásticos y resinas



Dentro del mismo instrumento, aplicamos ítems de la ISO 26000, con los resultados obtenidos desarrollamos una fórmula para medir el grado de responsabilidad social corporativa y en que se focalizan las personas que toman las decisiones de las empresas:

$$CRSC^{14} = 1 - \frac{\sum_1^n (x_i - x_1)}{x_n - x_1} \quad (9)$$

Dando los siguientes resultados para el sector económico.

**Tabla 23** Coeficiente de Responsabilidad Social Corporativa en el Sector: Manufactura de plásticos y resinas

Variable de la RSC de acuerdo a la ISO 26000 en el Sector Manufactura de plásticos y resinas	CRSC
Dirección general	0.535
Derechos humanos	0.532
Medio ambiente	0.531
Prácticas laborales	0.665
Prácticas de operación justas	0.381
Asuntos con los consumidores	0.495
Involucramiento con la comunidad	0.787

Considerando que los valores van de 0 a 1, y la asimetría es a la derecha; donde 1 significa tener una conciencia elevada y 0 significa tener una conciencia baja sobre las prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa basadas en la ISO 26000, podemos observar que la variable que para este estudio es el medio ambiente se encuentra en 0.531, la cual podemos considerar como baja, concluyendo que para las personas que toman las decisiones en las empresas no lo focalizan como un elemento prioritario.

<sup>14</sup> CRSC Coeficiente de responsabilidad social corporativa

$\sum_1^n$  sumatoria de la variable analizada

$X_1$  mínima

$X_n$  máximo



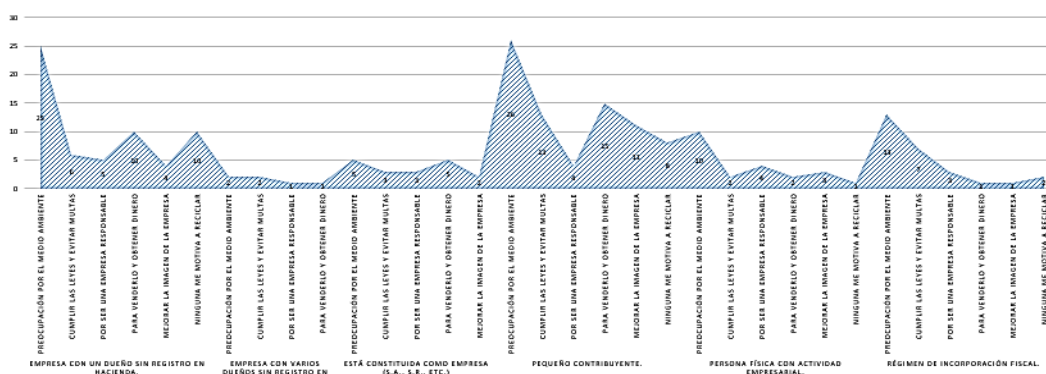
### 3.2.1.9 Industria textil

Se analizaron 598 unidades económicas, realizando las entrevistas cara a cara con las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las unidades económicas.

#### 3.2.1.9.1 El grado de formalización de la unidad económica

Con respecto al grado de formalización de las unidades económicas que motivarían a las personas que toman la mayor parte de las decisiones a reciclar muestran una mayor conciencia a realizarlo por la preocupación por el medio ambiente.

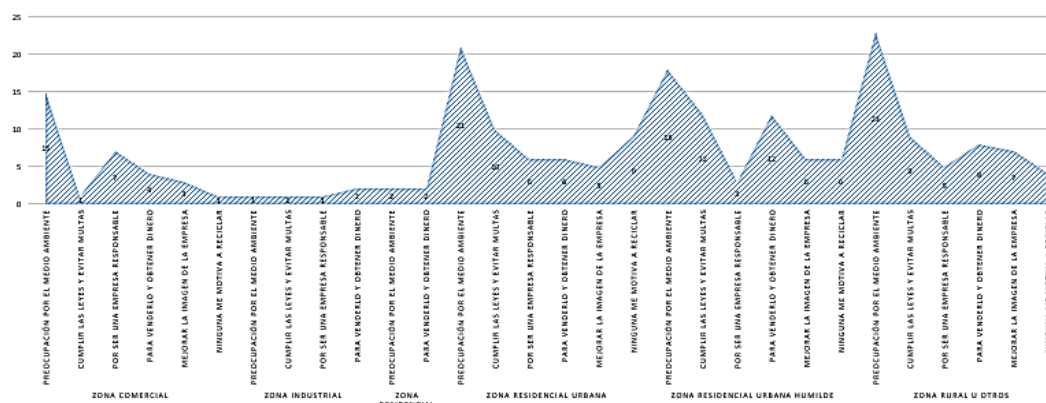
**Gráfico 56** El grado de formalización sector: Industria textil



#### 3.2.1.9.2 Ubicación geográfica de la unidad económica

Con respecto a la ubicación geográfica donde se encuentran ubicadas las unidades económicas de dicho sector, observamos que las personas que toman la mayor parte de las decisiones en ellas encuentran motivaciones a reciclar porque existe una mayor preocupación por el medio ambiente sin importar la zona geográfica.

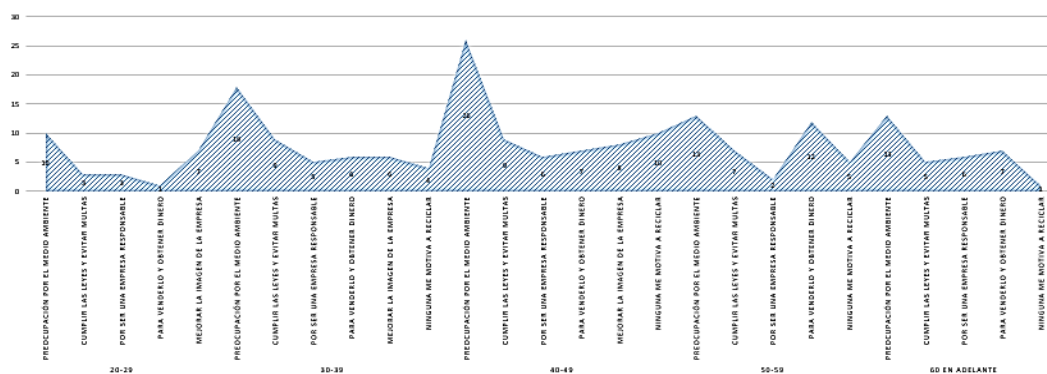
**Gráfico 57** Ubicación geográfica sector: Industria textil



#### 3.2.1.9.3 Edad de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

En cuanto a la edad de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que sin importar la edad realizarían las prácticas del reciclaje por la preocupación del medio ambiente.

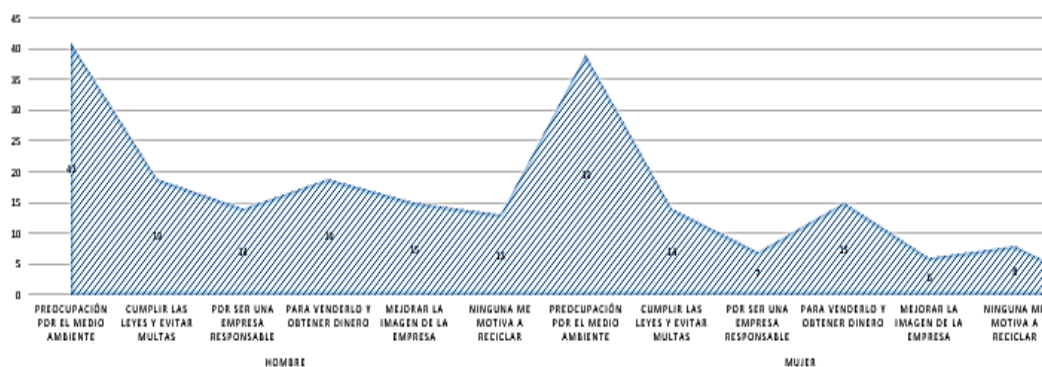
**Gráfico 58** Edad del Director sector: Industria textil



**3.2.1.9.4 Género de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

En el análisis por género de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que tanto hombres como mujeres realizarían prácticas de la logística inversa debido a una mayor preocupación por el medio ambiente.

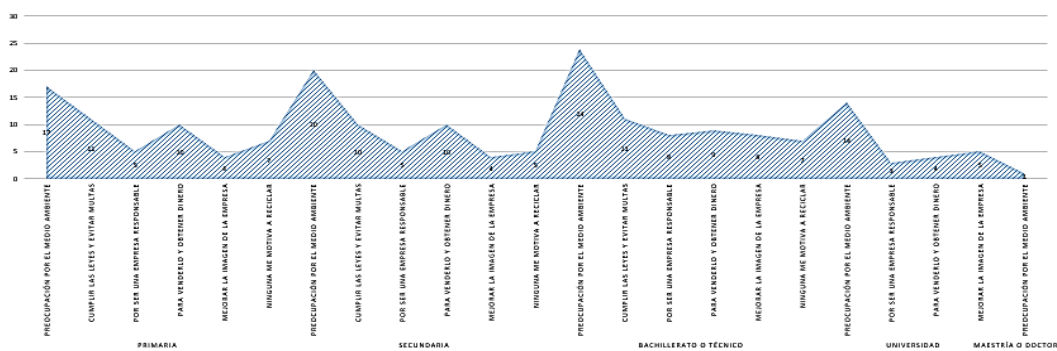
**Gráfico 59** Género sector: Industria textil



**3.2.1.9.5 Nivel de estudios de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

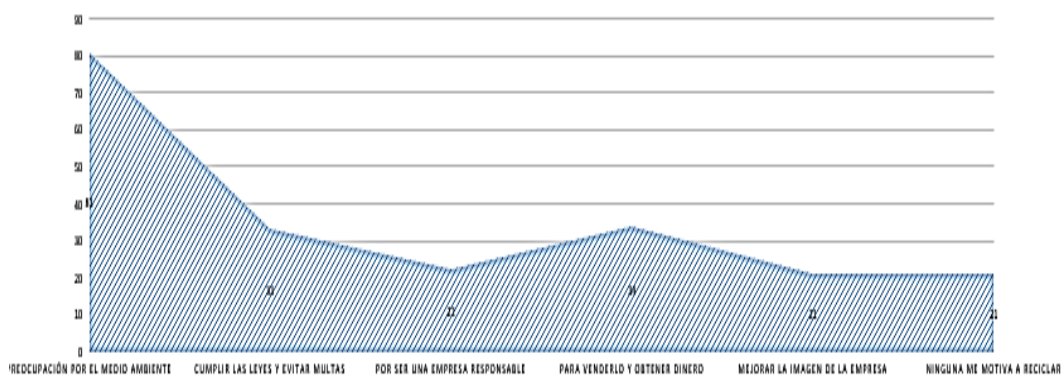
En cuanto al nivel académico de quienes dirigen las unidades económicas observamos que independientemente de los estudios realizados las personas se motivarían a realizar las prácticas de la logística inversa por una mayor preocupación del medio ambiente.

**Gráfico 60** Niveles de estudio sector: Industria textil



Los resultados que se obtuvieron muestran una descripción del pensamiento de las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las empresas de que los motivaría a realizar acciones de la logística inversa, como es el reciclaje, se observa una clara preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 61** Resultados generales sector agrícola



Dentro del mismo instrumento, aplicamos ítems de la ISO 26000, con los resultados obtenidos desarrollamos una fórmula para medir el grado de responsabilidad social corporativa y en que se focalizan las personas que toman las decisiones de las empresas:

$$CRSC^{15} = 1 - \frac{\sum_1^n (x_i - x_1)}{x_n - x_1} \tag{10}$$

Dando los siguientes resultados para el sector económico.

<sup>15</sup> CRSC Coeficiente de responsabilidad social corporativa  
 Xi sumatoria de la variable analizada  
 X1 mínima  
 Xn máximo

**Tabla 24** Coeficiente de Responsabilidad Social Corporativa en el Sector: Industria textil

Variable de la RSC de acuerdo a la ISO 26000 en el Sector Industria textil	CRSC
Dirección general	0.421
Derechos humanos	0.415
Medio ambiente	0.459
Prácticas laborales	0.543
Prácticas de operación justas	0.278
Asuntos con los consumidores	0.374
Involucramiento con la comunidad	0.730

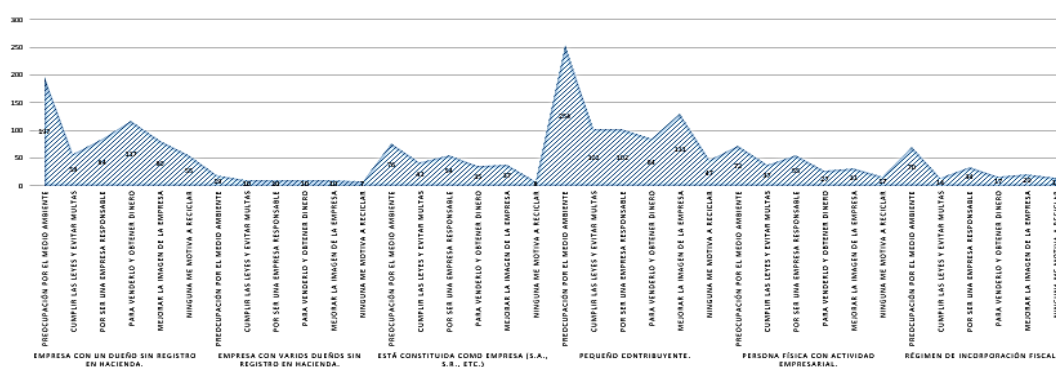
Considerando que los valores van de 0 a 1, y la asimetría es a la derecha; donde 1 significa tener una conciencia elevada y 0 significa tener una conciencia baja sobre las prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa basadas en la ISO 26000, podemos observar que la variable que para este estudio es el medio ambiente se encuentra en 0.459, la cual podemos considerar como baja, concluyendo que para las personas que toman las decisiones en las empresas no lo focalizan como un elemento prioritario.

### 3.2.1.10 Industria de alimentos y bebidas (embotelladoras, tortillerías, panaderías, etc.)

Se analizaron 2068 unidades económicas, realizando las entrevistas cara a cara con las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las unidades económicas.

#### 3.2.1.10.1 El grado de formalización de la unidad económica

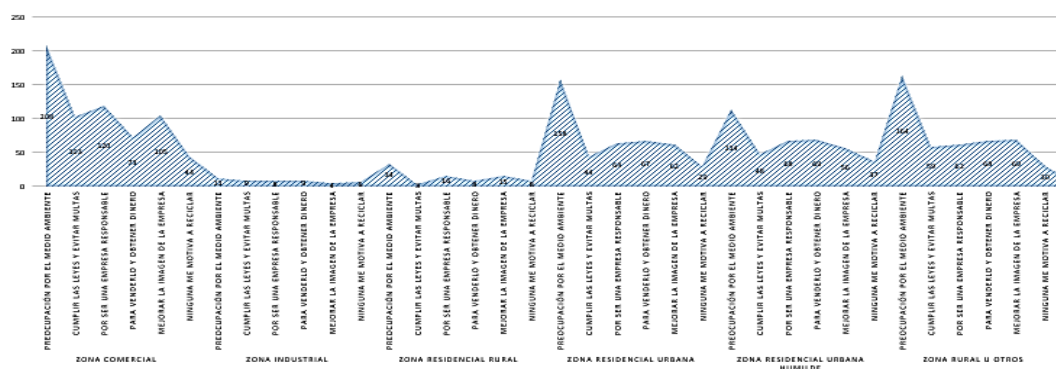
Con respecto al grado de formalización de las unidades económicas que motivarían a las personas que toman la mayor parte de las decisiones a reciclar muestran una mayor conciencia a realizarlo por la preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 62** El grado de formalización sector: Industria de alimentos y bebidas

#### 3.2.1.10.2 Ubicación geográfica de la unidad económica

Con respecto a la ubicación geográfica donde se encuentran ubicadas las unidades económicas de dicho sector, observamos que las personas que toman la mayor parte de las decisiones en ellas encuentran motivaciones a reciclar porque existe una mayor preocupación por el medio ambiente sin importar la zona geográfica.

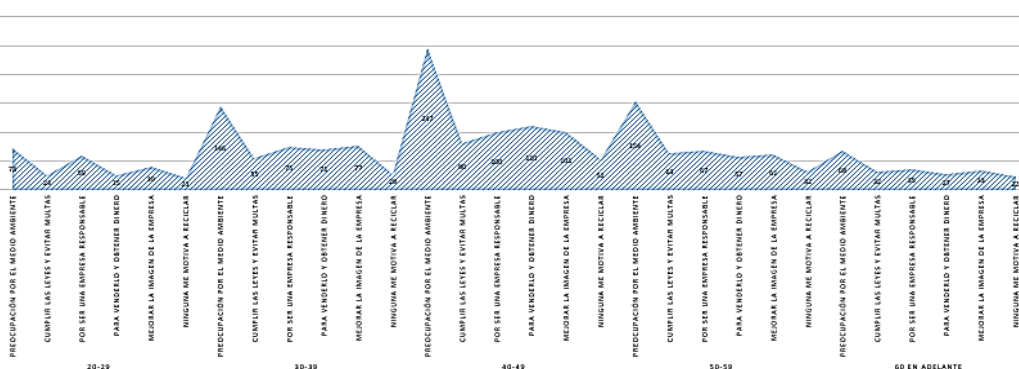
**Gráfico 63** Ubicación geográfica sector: Industria de alimentos y bebidas



**3.2.1.10.3 Edad de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

En cuanto a la edad de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que sin importar la edad realizarían las prácticas del reciclaje por la preocupación del medio ambiente.

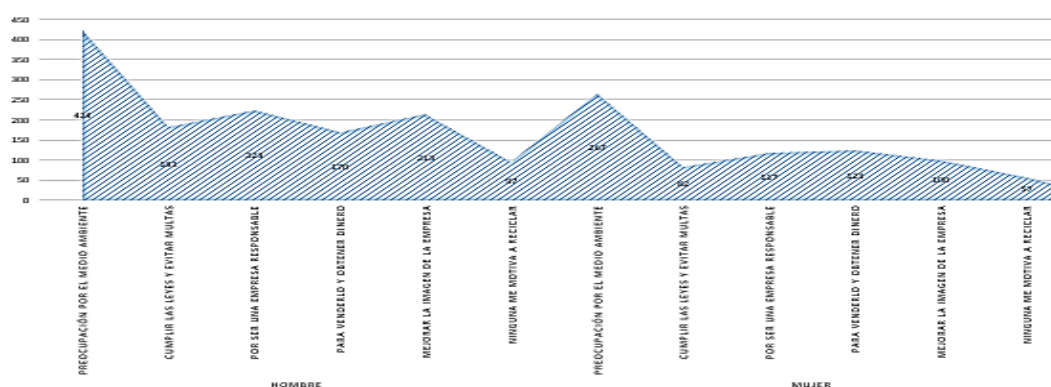
**Gráfico 64** Edad del Director sector: Industria de alimentos y bebidas



**3.2.1.10.4 Género de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

En el análisis por género de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que tanto hombres como mujeres realizarían prácticas de la logística inversa debido a una mayor preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 65** Género sector: Industria de alimentos y bebidas

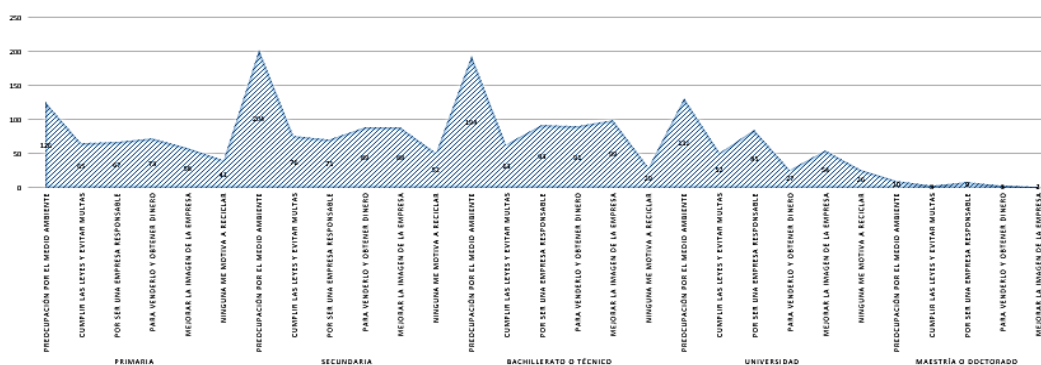




### 3.2.1.10.5 Nivel de estudios de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

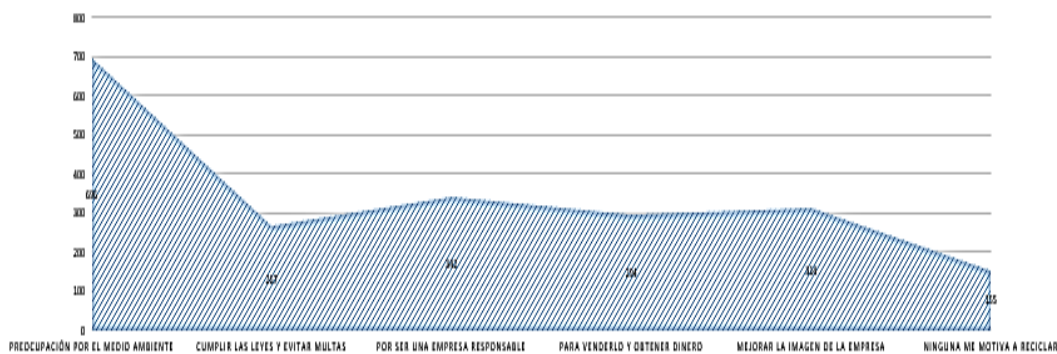
En cuanto al nivel académico de quienes dirigen las unidades económicas observamos que independientemente de los estudios realizados las personas se motivarían a realizar las prácticas de la logística inversa por una mayor preocupación del medio ambiente.

**Gráfico 66** Niveles de estudio sector: Industria de alimentos y bebidas



Los resultados que se obtuvieron muestran una descripción del pensamiento de las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las empresas de que los motivaría a realizar acciones de la logística inversa, como es el reciclaje, se observa una clara preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 67** Resultados generales sector: Industria de alimentos y bebidas



Dentro del mismo instrumento, aplicamos ítems de la ISO 26000, con los resultados obtenidos desarrollamos una fórmula para medir el grado de responsabilidad social corporativa y en que se focalizan las personas que toman las decisiones de las empresas:

$$CRSC^{16} = 1 - \frac{\sum_{i=1}^n (x_i - x_1)}{x_n - x_1} \quad (11)$$

Dando los siguientes resultados para el sector económico.

<sup>16</sup> CRSC Coeficiente de responsabilidad social corporativa

Xi sumatoria de la variable analizada

X1 mínima

Xn máxima

**Tabla 25** Coeficiente de Responsabilidad Social Corporativa en el Sector: Industria de alimentos y bebidas

Variable de la RSC de acuerdo a la ISO 26000 en el Sector : Industria de alimentos y bebidas	CRSC
Dirección general	0.471
Derechos humanos	0.463
Medio ambiente	0.458
Prácticas laborales	0.558
Prácticas de operación justas	0.301
Asuntos con los consumidores	0.438
Involucramiento con la comunidad	0.750

Considerando que los valores van de 0 a 1, y la asimetría es a la derecha; donde 1 significa tener una conciencia elevada y 0 significa tener una conciencia baja sobre las prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa basadas en la ISO 26000, podemos observar que la variable que para este estudio es el medio ambiente se encuentra en 0.458, la cual podemos considerar como baja, concluyendo que para las personas que toman las decisiones en las empresas no lo focalizan como un elemento prioritario.

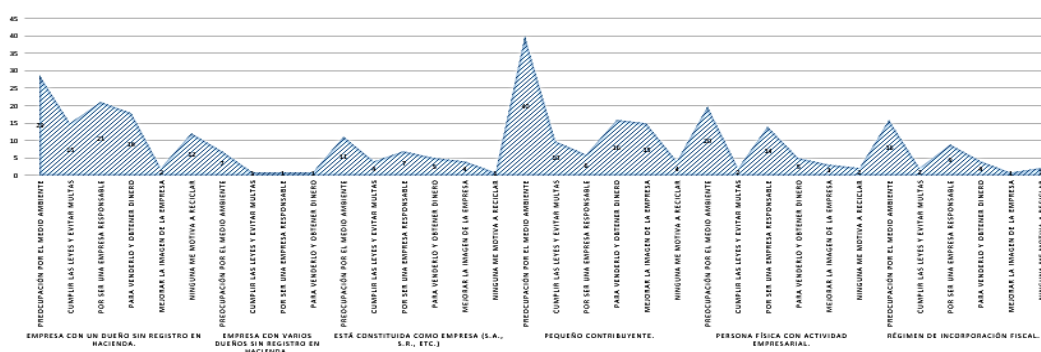
### 3.2.1.11 Fabricación de artesanía

Se analizaron 316 unidades económicas, realizando las entrevistas cara a cara con las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las unidades económicas.

#### 3.2.1.11.1 El grado de formalización de la unidad económica

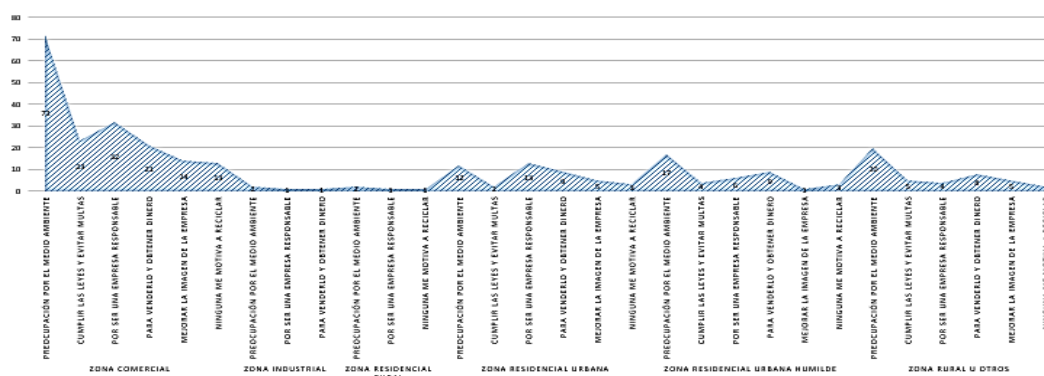
Con respecto al grado de formalización de las unidades económicas que motivarían a las personas que toman la mayor parte de las decisiones a reciclar muestran una mayor conciencia a realizarlo por la preocupación por el medio ambiente, en el caso de empresas constituidas tienen una mayor conciencia a realizarlo por ser una empresa responsable.

**Gráfico 68** El grado de formalización sector: Fabricación de artesanía



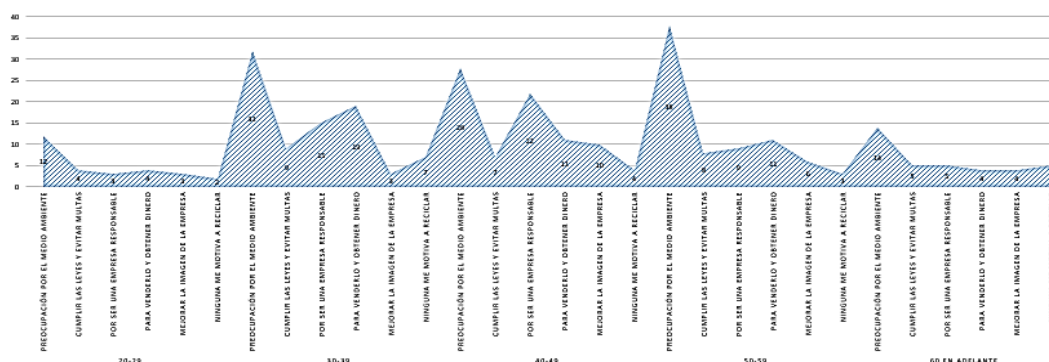
#### 3.2.1.11.2 Ubicación geográfica de la unidad económica

Con respecto a la ubicación geográfica donde se encuentran ubicadas las unidades económicas de dicho sector, observamos que las personas que toman la mayor parte de las decisiones en ellas encuentran motivaciones a reciclar porque existe una mayor preocupación por el medio ambiente sin importar la zona geográfica.

**Gráfico 69** Ubicación geográfica sector: Fabricación de artesanía

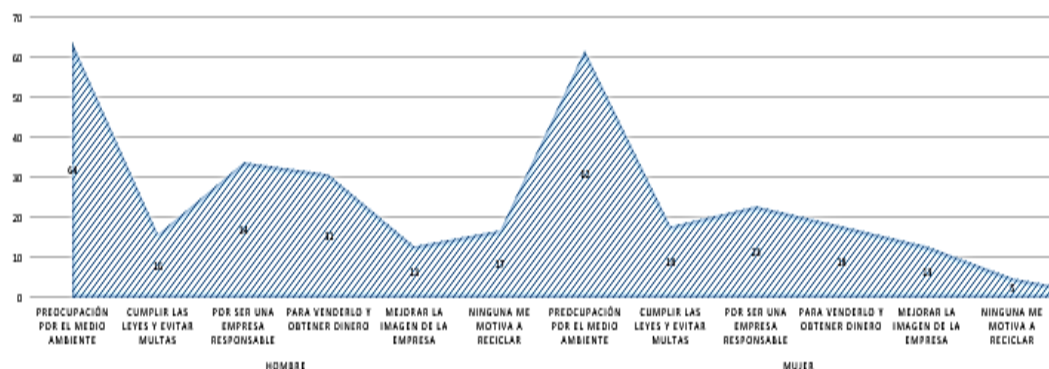
### 3.2.1.11.3 Edad de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

En cuanto a la edad de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que sin importar la edad realizarían las prácticas del reciclaje por la preocupación del medio ambiente.

**Gráfico 70** Edad del Director sector: Fabricación de artesanía

### 3.2.1.11.4 Género de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

En el análisis por género de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que tanto hombres como mujeres realizarían prácticas de la logística inversa debido a una mayor preocupación por el medio ambiente.

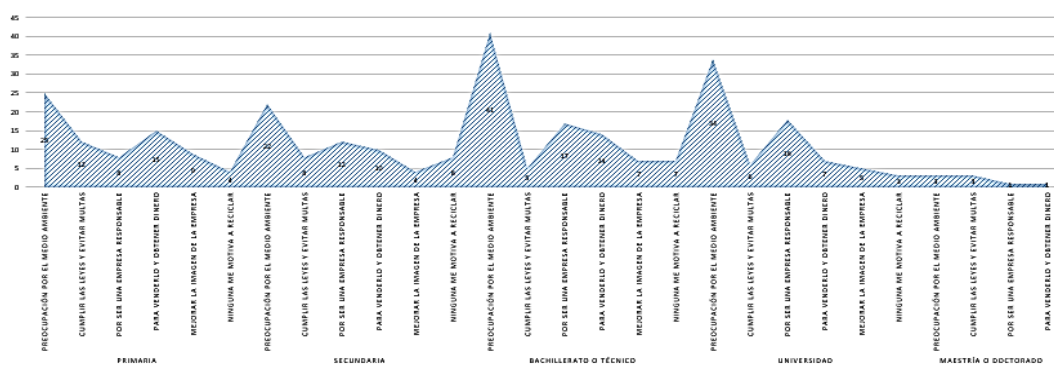
**Gráfico 71** Género sector: Fabricación de artesanía



### 3.2.1.11.5 Nivel de estudios de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

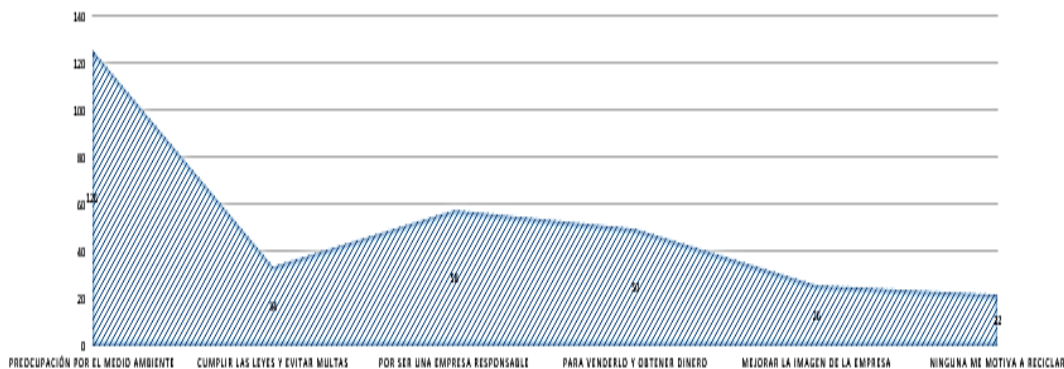
En cuanto al nivel académico de quienes dirigen las unidades económicas observamos que independientemente de los estudios realizados las personas se motivarían a realizar las prácticas de la logística inversa por una mayor preocupación del medio ambiente.

**Gráfico 72** Niveles de estudio sector: Fabricación de artesanía



Los resultados que se obtuvieron muestran una descripción del pensamiento de las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las empresas de que los motivaría a realizar acciones de la logística inversa, como es el reciclaje, se observa una clara preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 73** Resultados generales sector: Fabricación de artesanía



Dentro del mismo instrumento, aplicamos ítems de la ISO 26000, con los resultados obtenidos desarrollamos una fórmula para medir el grado de responsabilidad social corporativa y en que se focalizan las personas que toman las decisiones de las empresas:

$$CRSC^{17} = 1 - \frac{\sum_1^n (xi-x1)}{xn-x1} \tag{12}$$

Dando los siguientes resultados para el sector económico.

<sup>17</sup> CRSC Coeficiente de responsabilidad social corporativa  
 Xi sumatoria de la variable analizada  
 X1 mínima  
 Xn máxima

**Tabla 26** Coeficiente de Responsabilidad Social Corporativa en el Sector: Fabricación de artesanía

Variable de la RSC de acuerdo a la ISO 26000 en el Sector Fabricación de artesanía	CRSC
Dirección general	0.498
Derechos humanos	0.488
Medio ambiente	0.499
Prácticas laborales	0.615
Prácticas de operación justas	0.310
Asuntos con los consumidores	0.410
Involucramiento con la comunidad	0.767

Considerando que los valores van de 0 a 1, y la asimetría es a la derecha; donde 1 significa tener una conciencia elevada y 0 significa tener una conciencia baja sobre las prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa basadas en la ISO 26000, podemos observar que la variable que para este estudio es el medio ambiente se encuentra en 0.499, la cual podemos considerar como baja, concluyendo que para las personas que toman las decisiones en las empresas no lo focalizan como un elemento prioritario.

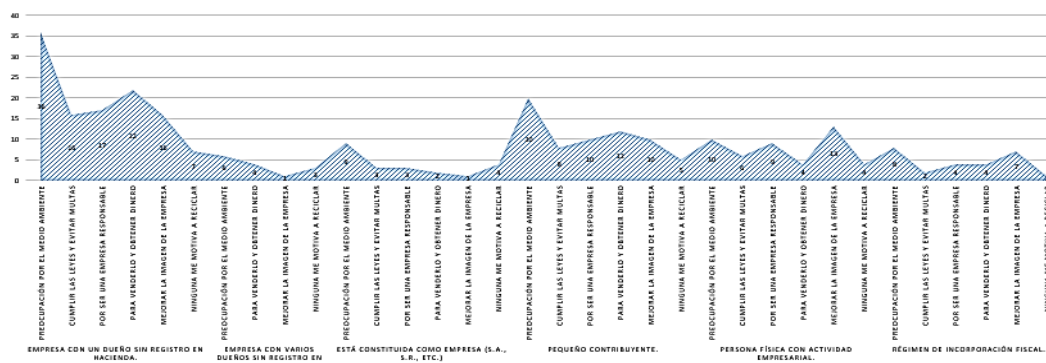
### 3.2.1.12 Carpintería

Se analizaron 289 unidades económicas, realizando las entrevistas cara a cara con las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las unidades económicas.

#### 3.2.1.12.1 El grado de formalización de la unidad económica

Con respecto al grado de formalización de las unidades económicas que motivarían a las personas que toman la mayor parte de las decisiones a reciclar muestran una mayor conciencia a realizarlo por la preocupación por el medio ambiente en la mayoría de los casos, para las personas físicas o de régimen de incorporación fiscal lo realizan para mejorar la imagen de la empresa.

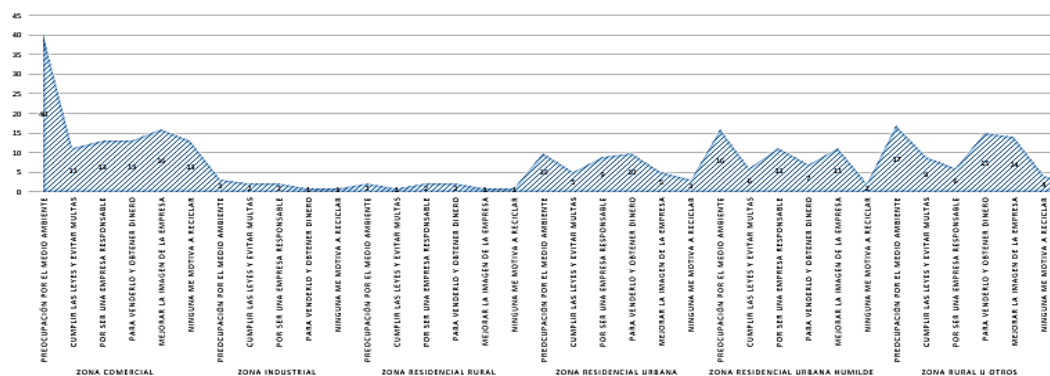
**Gráfico 74** El grado de formalización sector: Carpintería



#### 3.2.1.12.2 Ubicación geográfica de la unidad económica

Con respecto a la ubicación geográfica donde se encuentran ubicadas las unidades económicas de dicho sector, observamos que las personas que toman la mayor parte de las decisiones en ellas encuentran motivaciones a reciclar porque existe una mayor preocupación por el medio ambiente sin importar la zona geográfica.

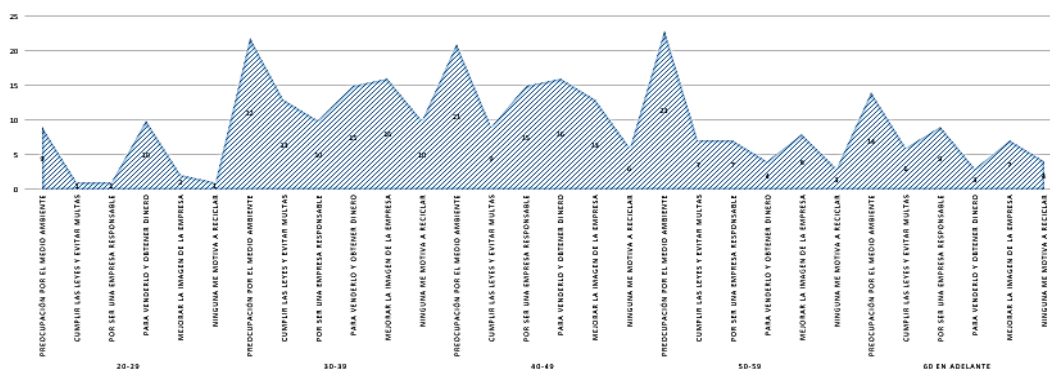
**Gráfico 75** Ubicación geográfica sector: Carpintería



**3.2.1.12.3 Edad de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

En cuanto a la edad de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que sin importar la edad realizarían las prácticas del reciclaje por la preocupación del medio ambiente.

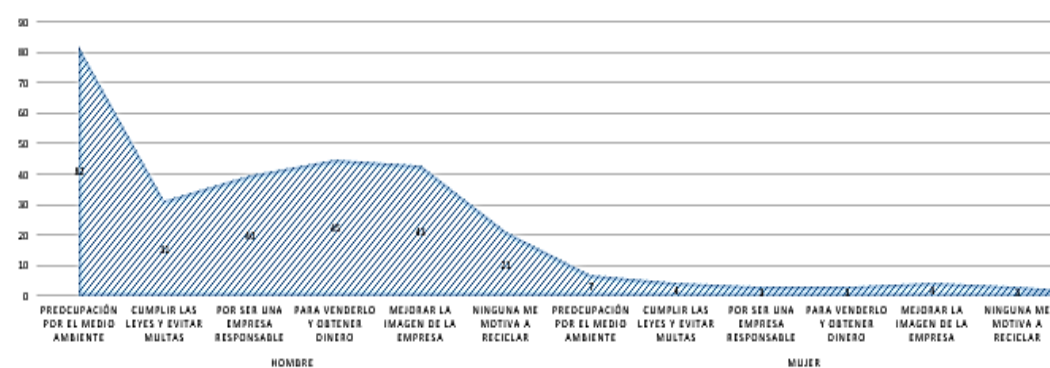
**Gráfico 76** Edad del Director sector: Carpintería



**3.2.1.12.4 Género de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

En el análisis por género de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que tanto hombres como mujeres realizarían prácticas de la logística inversa debido a una mayor preocupación por el medio ambiente.

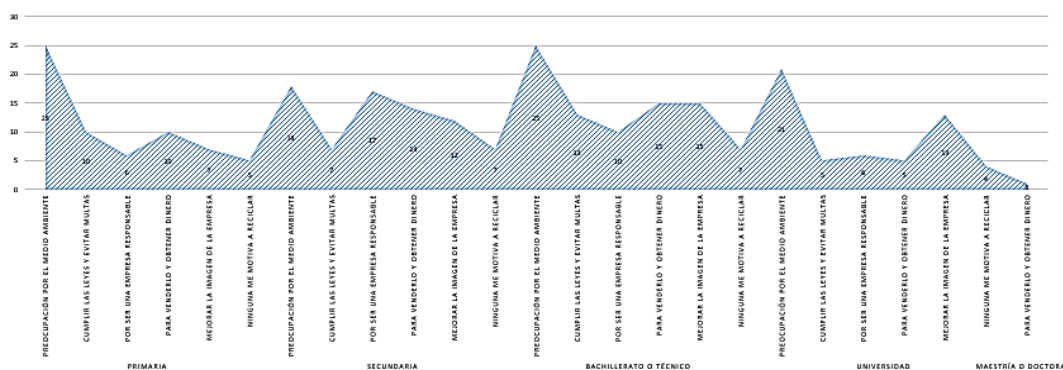
**Gráfico 77** Género sector: Carpintería



### 3.2.1.12.5 Nivel de estudios de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

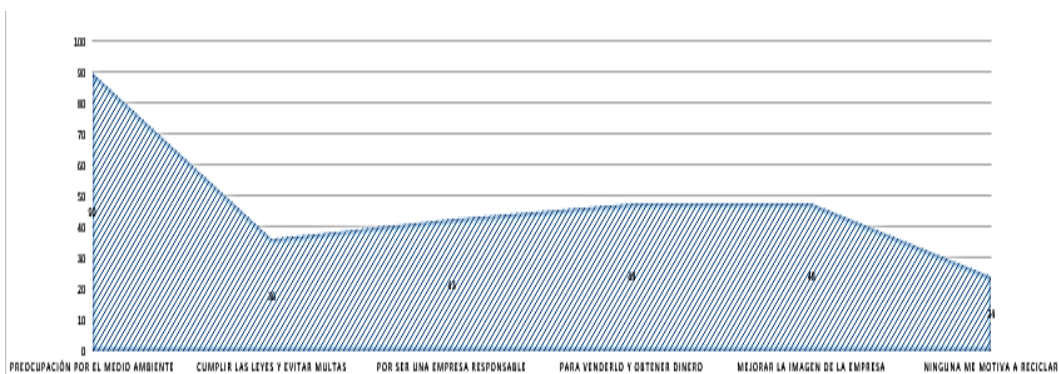
En cuanto al nivel académico de quienes dirigen las unidades económicas observamos que independientemente de los estudios realizados las personas se motivarían a realizar las prácticas de la logística inversa por una mayor preocupación del medio ambiente.

**Gráfico 78** Niveles de estudio sector: Carpintería



Los resultados que se obtuvieron muestran una descripción del pensamiento de las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las empresas de que los motivaría a realizar acciones de la logística inversa, como es el reciclaje, se observa una clara preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 79** Resultados generales sector: Carpintería



Dentro del mismo instrumento, aplicamos ítems de la ISO 26000, con los resultados obtenidos desarrollamos una fórmula para medir el grado de responsabilidad social corporativa y en que se focalizan las personas que toman las decisiones de las empresas:

$$CRSC^{18} = 1 - \frac{\sum_1^n (x_i - x_1)}{x_n - x_1} \quad (13)$$

Dando los siguientes resultados para el sector económico.

<sup>18</sup> CRSC Coeficiente de responsabilidad social corporativa

$X_i$  sumatoria de la variable analizada

$X_1$  mínima

$X_n$  máximo

**Tabla 27** Coeficiente de Responsabilidad Social Corporativa en el Sector: Carpintería

Variable de la RSC de acuerdo a la ISO 26000 en el Sector Carpintería	CRSC
Dirección general	0.529
Derechos humanos	0.503
Medio ambiente	0.506
Prácticas laborales	0.630
Prácticas de operación justas	0.382
Asuntos con los consumidores	0.437
Involucramiento con la comunidad	0.767

Considerando que los valores van de 0 a 1, y la asimetría es a la derecha; donde 1 significa tener una conciencia elevada y 0 significa tener una conciencia baja sobre las prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa basadas en la ISO 26000, podemos observar que la variable que para este estudio es el medio ambiente se encuentra en 0.506, la cual podemos considerar como baja, concluyendo que para las personas que toman las decisiones en las empresas no lo focalizan como un elemento prioritario.

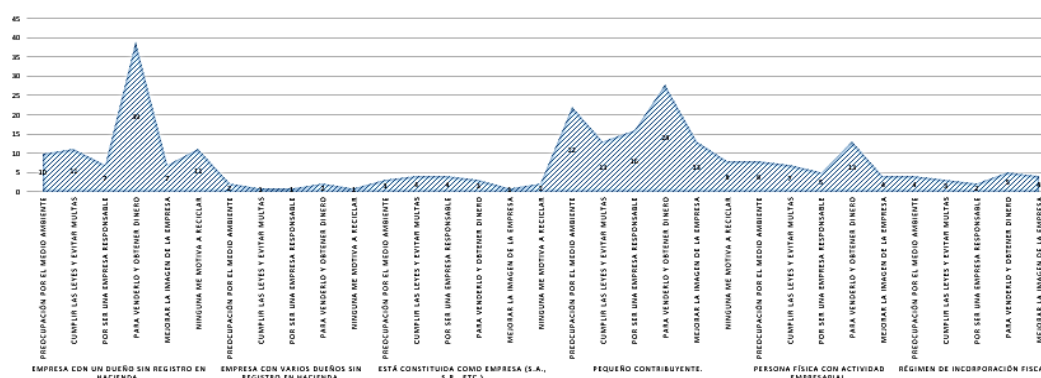
### 3.2.1.13 Herrería

Se analizaron 269 unidades económicas, realizando las entrevistas cara a cara con las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las unidades económicas.

#### 3.2.1.13.1 El grado de formalización de la unidad económica

Con respecto al grado de formalización de las unidades económicas que motivarían a las personas que toman la mayor parte de las decisiones a reciclar muestran una mayor conciencia a realizarlo para venderlo y poder obtener una utilidad económica.

**Gráfico 80** El grado de formalización sector: Herrería

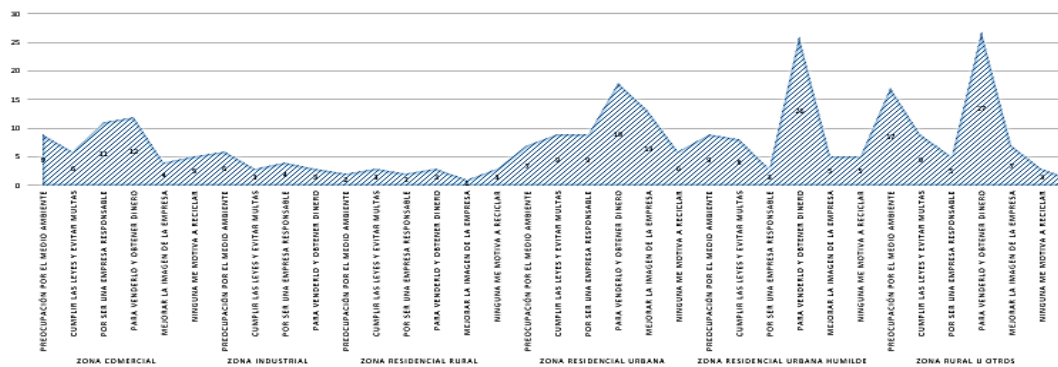


#### 3.2.1.13.2 Ubicación geográfica de la unidad económica

Con respecto a la ubicación geográfica donde se encuentran ubicadas las unidades económicas de dicho sector, observamos que las personas que toman la mayor parte de las decisiones en ellas encuentran motivaciones a reciclar porque existe una mayor preocupación para venderlo y obtener dinero sin importar la zona geográfica.



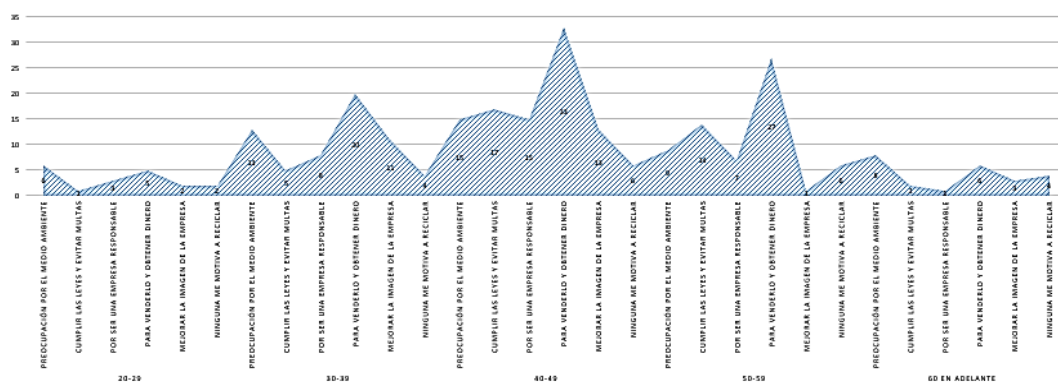
**Gráfico 81** Ubicación geográfica sector: Herrería



**3.2.1.13.3 Edad de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

En cuanto a la edad de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que sin importar la edad realizarían las prácticas del reciclaje para venderlo y obtener dinero.

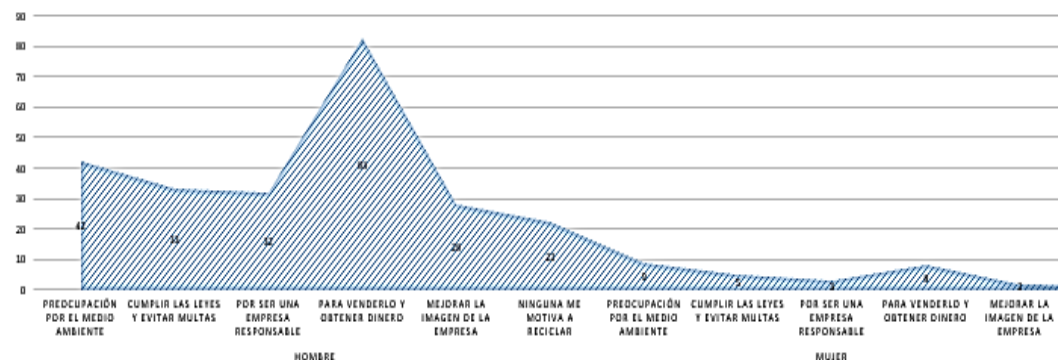
**Gráfico 82** Edad del Director sector: Herrería



**3.2.1.13.4 Género de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

En el análisis por género de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que tanto hombres como mujeres realizarían prácticas de la logística inversa para venderlo y obtener dinero.

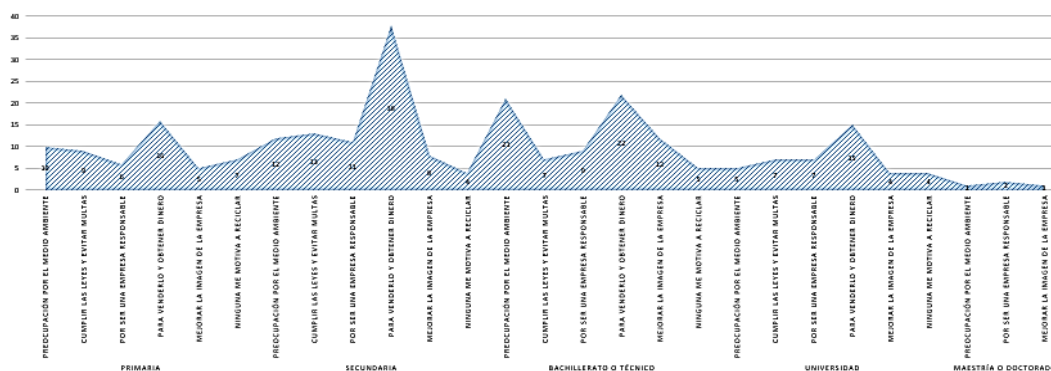
**Gráfico 83** Género sector: Herrería



### 3.2.1.13.5 Nivel de estudios de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

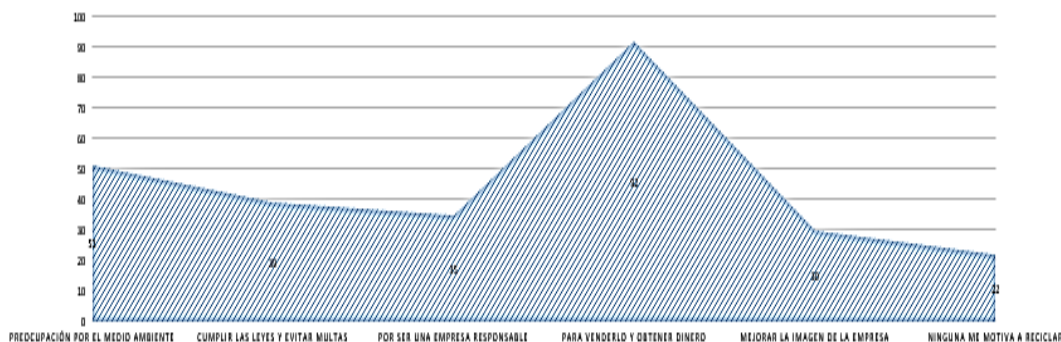
En cuanto al nivel académico de quienes dirigen las unidades económicas observamos que independientemente de los estudios realizados las personas se motivarían a realizar las prácticas de la logística inversa para venderlo y obtener dinero.

**Gráfico 84** Niveles de estudio sector: Herrería



Los resultados que se obtuvieron muestran una descripción del pensamiento de las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las empresas de que los motivaría a realizar acciones de la logística inversa, como es el reciclaje, se observa una clara preocupación para venderlo y obtener dinero.

**Gráfico 85** Resultados generales sector: Herrería



Dentro del mismo instrumento, aplicamos ítems de la ISO 26000, con los resultados obtenidos desarrollamos una fórmula para medir el grado de responsabilidad social corporativa y en que se focalizan las personas que toman las decisiones de las empresas:

$$CRSC^{19} = 1 - \frac{\sum_1^n (xi-x1)}{xn-x1} \tag{14}$$

Dando los siguientes resultados para el sector económico.

<sup>19</sup> CRSC Coeficiente de responsabilidad social corporativa  
 Xi sumatoria de la variable analizada  
 X1 mínima  
 Xn máximo

**Tabla 28** Coeficiente de Responsabilidad Social Corporativa en el Sector: Herrería

Variable de la RSC de acuerdo a la ISO 26000 en el Sector Herrería	CRSC
Dirección general	0.552
Derechos humanos	0.536
Medio ambiente	0.537
Prácticas laborales	0.634
Prácticas de operación justas	0.366
Asuntos con los consumidores	0.443
Involucramiento con la comunidad	0.777

Considerando que los valores van de 0 a 1, y la asimetría es a la derecha; donde 1 significa tener una conciencia elevada y 0 significa tener una conciencia baja sobre las prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa basadas en la ISO 26000, podemos observar que la variable que para este estudio es el medio ambiente se encuentra en 0.537, la cual podemos considerar como baja, concluyendo que para las personas que toman las decisiones en las empresas no lo focalizan como un elemento prioritario.

### 3.2.2 Comercio al menudeo

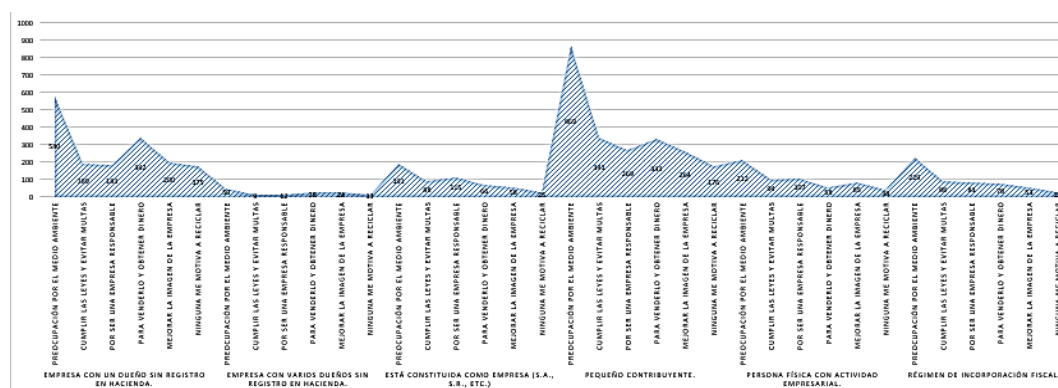
#### 3.2.2.1 Comercio al menudeo de Abarrotes y misceláneos

Se analizaron 5874 unidades económicas, realizando las entrevistas cara a cara con las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las unidades económicas.

##### 3.2.2.1.1 El grado de formalización de la unidad económica

Con respecto al grado de formalización de las unidades económicas que motivarían a las personas que toman la mayor parte de las decisiones a reciclar muestran una mayor conciencia a realizarlo por la preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 86** El grado de formalización sector: Comercio al menudeo de Abarrotes y misceláneos

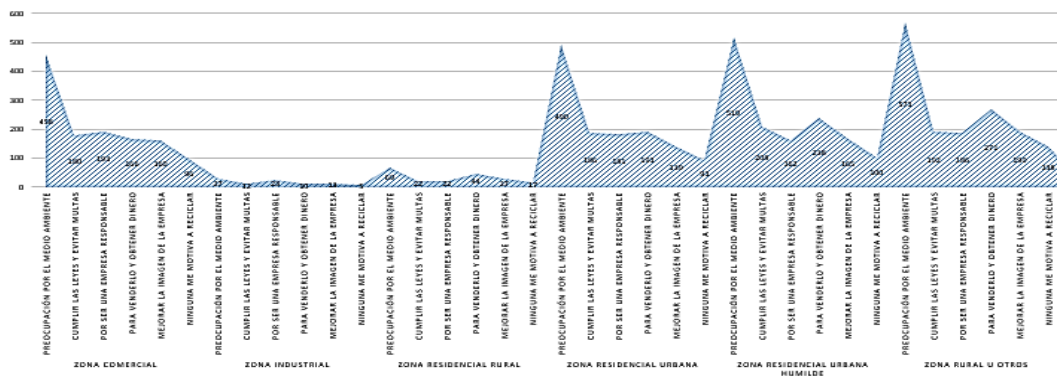


##### 3.2.2.1.2 Ubicación geográfica de la unidad económica

Con respecto a la ubicación geográfica donde se encuentran ubicadas las unidades económicas de dicho sector, observamos que las personas que toman la mayor parte de las decisiones en ellas encuentran motivaciones a reciclar porque existe una mayor preocupación por el medio ambiente sin importar la zona geográfica.



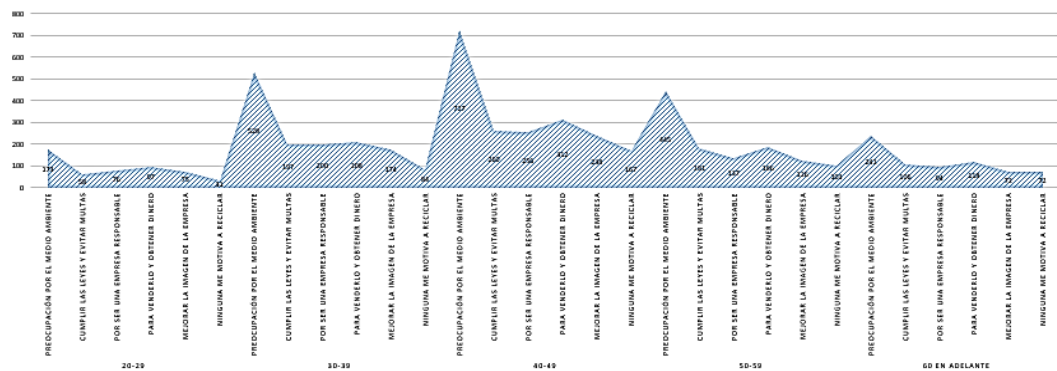
**Gráfico 87** Ubicación geográfica sector: Comercio al menudeo de Abarrotes y misceláneos



**3.2.2.1.3 Edad de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

En cuanto a la edad de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que sin importar la edad realizarían las prácticas del reciclaje por la preocupación del medio ambiente.

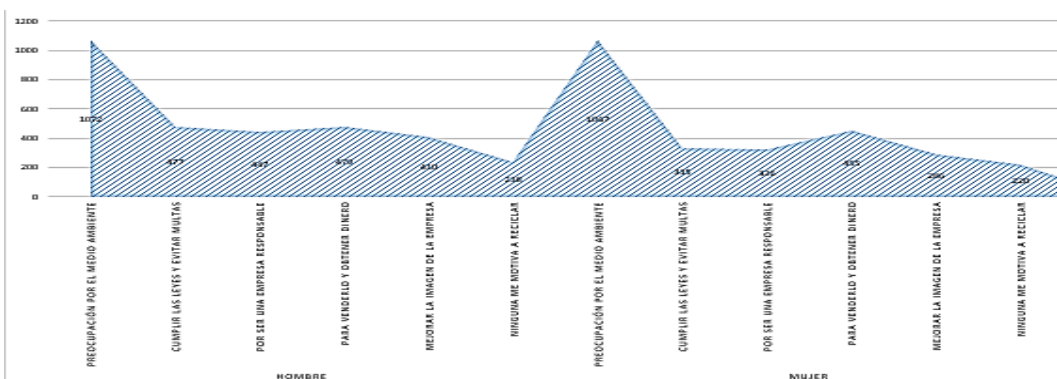
**Gráfico 88** Edad del Director sector: Comercio al menudeo de Abarrotes y misceláneos



**3.2.2.1.4 Género de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

En el análisis por género de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que tanto hombres como mujeres realizarían prácticas de la logística inversa debido a una mayor preocupación por el medio ambiente.

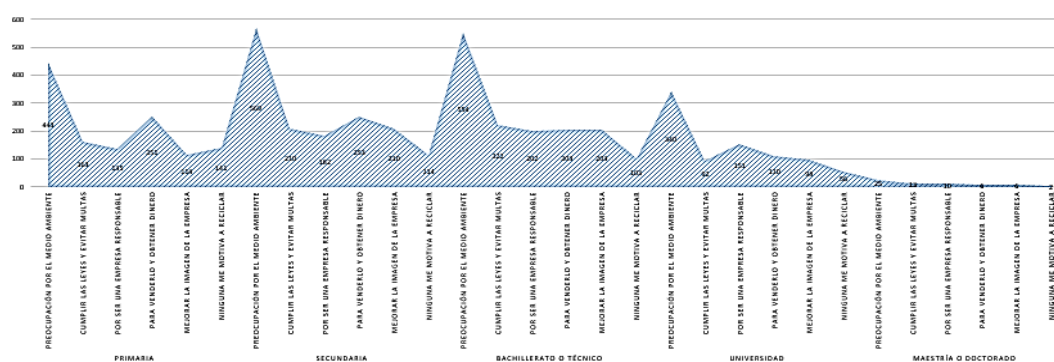
**Gráfico 89** Género sector: Comercio al menudeo de Abarrotes y misceláneos



### 3.2.2.1.5 Nivel de estudios de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

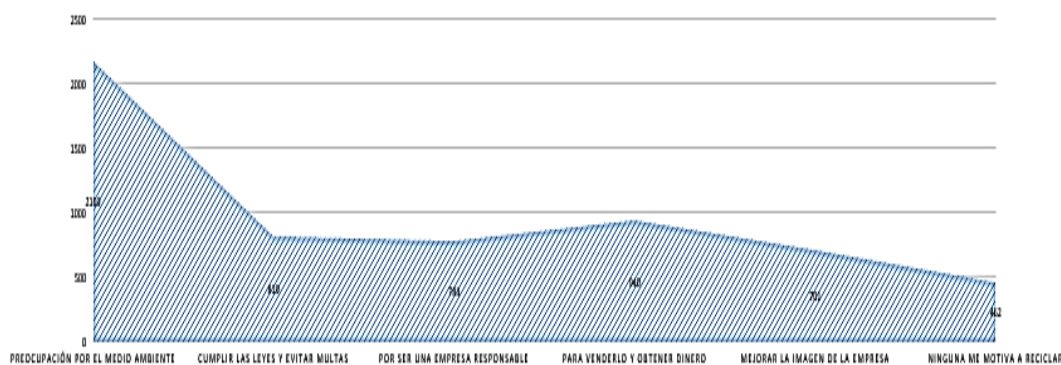
En cuanto al nivel académico de quienes dirigen las unidades económicas observamos que independientemente de los estudios realizados las personas se motivarían a realizar las prácticas de la logística inversa por una mayor preocupación del medio ambiente.

**Gráfico 90** Niveles de estudio sector: Comercio al menudeo de Abarrotes y misceláneos



Los resultados que se obtuvieron muestran una descripción del pensamiento de las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las empresas de que los motivaría a realizar acciones de la logística inversa, como es el reciclaje, se observa una clara preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 91** Resultados generales sector: Comercio al menudeo de Abarrotes y misceláneos



Dentro del mismo instrumento, aplicamos ítems de la ISO 26000, con los resultados obtenidos desarrollamos una fórmula para medir el grado de responsabilidad social corporativa y en que se focalizan las personas que toman las decisiones de las empresas:

$$CRSC^{20} = 1 - \frac{\sum_1^n (x_i - x_1)}{x_n - x_1} \quad (15)$$

Dando los siguientes resultados para el sector económico.

<sup>20</sup> CRSC Coeficiente de responsabilidad social corporativa

$X_i$  sumatoria de la variable analizada

$X_1$  mínima

$X_n$  máximo

**Tabla 29** Coeficiente de Responsabilidad Social Corporativa en el Sector: Comercio al menudeo de Abarrotes y misceláneos

Variable de la RSC de acuerdo a la ISO 26000 en el Sector Comercio al menudeo de Abarrotes y misceláneos	CRSC
Dirección general	0.531
Derechos humanos	0.520
Medio ambiente	0.538
Prácticas laborales	0.641
Prácticas de operación justas	0.345
Asuntos con los consumidores	0.465
Involucramiento con la comunidad	0.771

Considerando que los valores van de 0 a 1, y la asimetría es a la derecha; donde 1 significa tener una conciencia elevada y 0 significa tener una conciencia baja sobre las prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa basadas en la ISO 26000, podemos observar que la variable que para este estudio es el medio ambiente se encuentra en 0.538, la cual podemos considerar como baja, concluyendo que para las personas que toman las decisiones en las empresas no lo focalizan como un elemento prioritario.

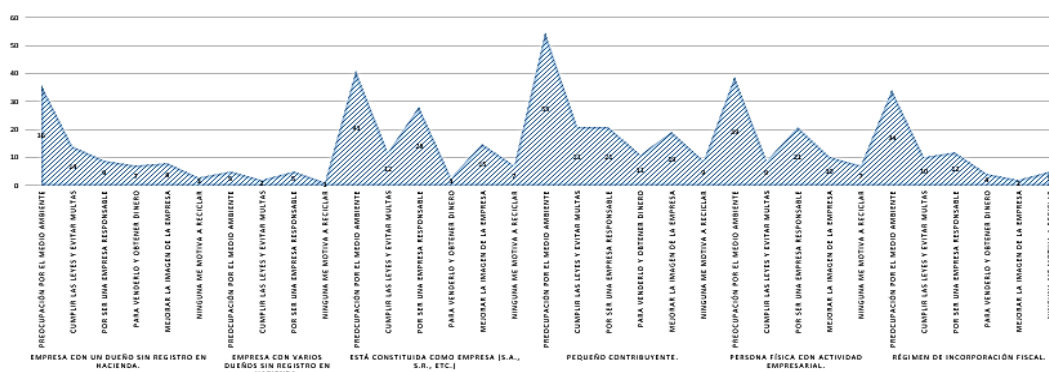
### 3.2.2.2 Comercio al menudeo de Farmacia

Se analizaron 475 unidades económicas, realizando las entrevistas cara a cara con las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las unidades económicas.

#### 3.2.2.2.1 El grado de formalización de la unidad económica

Con respecto al grado de formalización de las unidades económicas que motivarían a las personas que toman la mayor parte de las decisiones a reciclar muestran una mayor conciencia a realizarlo por la preocupación por el medio ambiente.

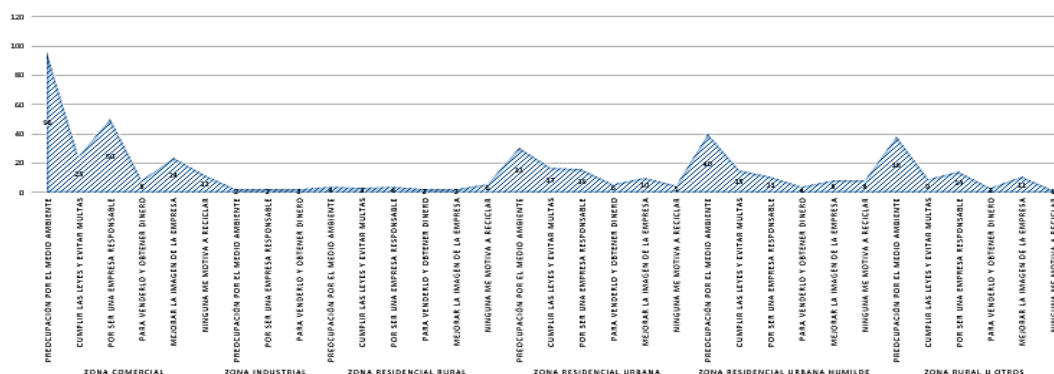
**Gráfico 92** El grado de formalización sector: Comercio al menudeo de Farmacia



#### 3.2.2.2.2 Ubicación geográfica de la unidad económica

Con respecto a la ubicación geográfica donde se encuentran ubicadas las unidades económicas de dicho sector, observamos que las personas que toman la mayor parte de las decisiones en ellas encuentran motivaciones a reciclar porque existe una mayor preocupación por el medio ambiente sin importar la zona geográfica.

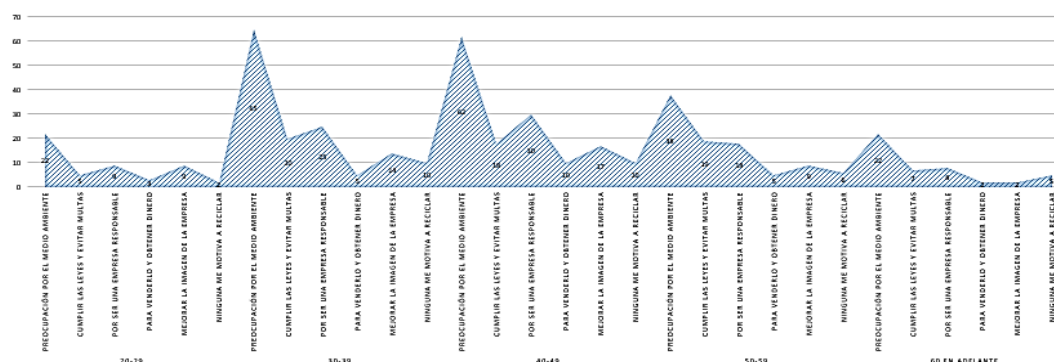
**Gráfico 93** Ubicación geográfica sector: Comercio al menudeo de Farmacia



**3.2.2.2.3 Edad de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

En cuanto a la edad de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que sin importar la edad realizarían las prácticas del reciclaje por la preocupación del medio ambiente.

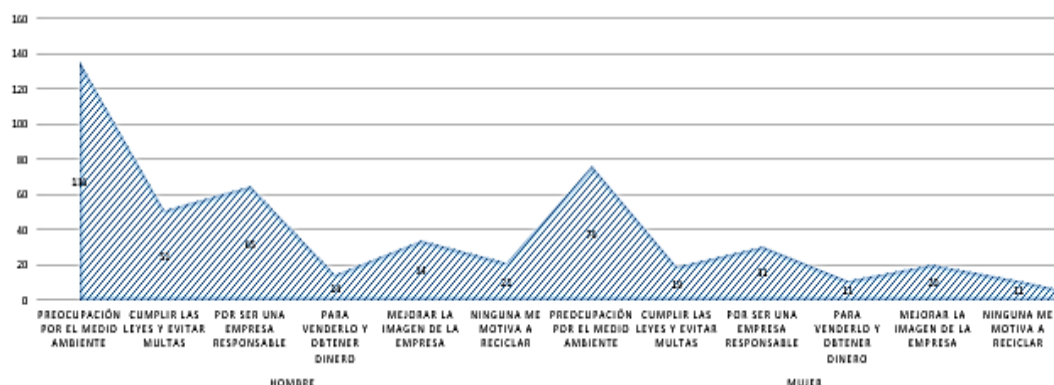
**Gráfico 94** Edad del Director sector: Comercio al menudeo de Farmacia



**3.2.2.2.4 Género de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

En el análisis por género de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que tanto hombres como mujeres realizarían prácticas de la logística inversa debido a una mayor preocupación por el medio ambiente.

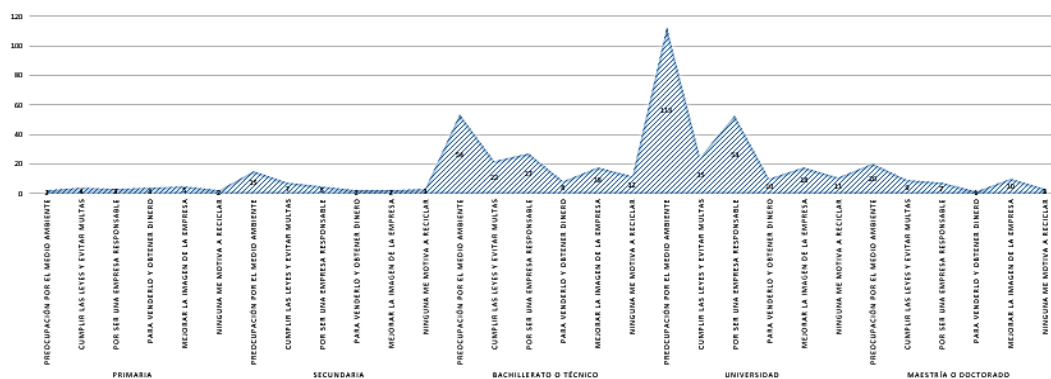
**Gráfico 95** Género sector: Comercio al menudeo de Farmacia



### 3.2.2.5 Nivel de estudios de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

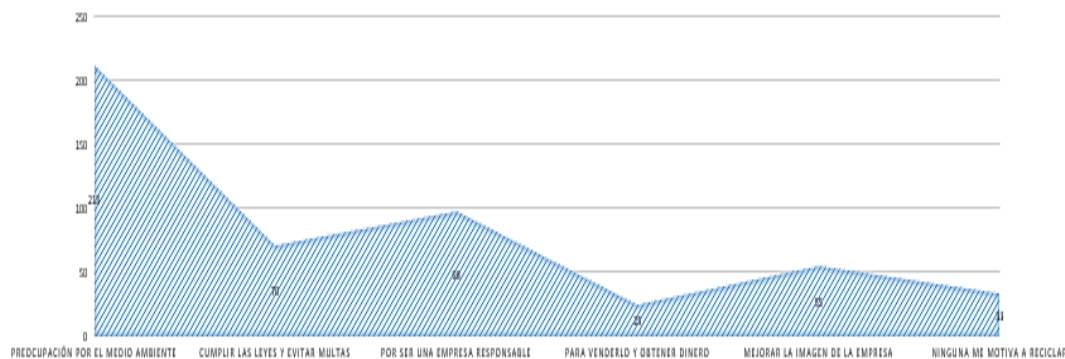
En cuanto al nivel académico de quienes dirigen las unidades económicas observamos que independientemente de los estudios realizados las personas se motivarían a realizar las prácticas de la logística inversa por una mayor preocupación del medio ambiente.

**Gráfico 96** Niveles de estudio sector: Comercio al menudeo de Farmacia



Los resultados que se obtuvieron muestran una descripción del pensamiento de las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las empresas de que los motivaría a realizar acciones de la logística inversa, como es el reciclaje, se observa una clara preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 97** Resultados generales sector: Comercio al menudeo de Farmacia



Dentro del mismo instrumento, aplicamos ítems de la ISO 26000, con los resultados obtenidos desarrollamos una fórmula para medir el grado de responsabilidad social corporativa y en que se focalizan las personas que toman las decisiones de las empresas:

$$CRSC^{21} = 1 - \frac{\sum_1^n (x_i - x_1)}{x_n - x_1} \tag{16}$$

Dando los siguientes resultados para el sector económico.

<sup>21</sup> CRSC Coeficiente de responsabilidad social corporativa

$X_i$  sumatoria de la variable analizada

$X_1$  mínima

$X_n$  máxima

**Tabla 30** Coeficiente de Responsabilidad Social Corporativa en el Sector: Comercio al menudeo de Farmacia

Variable de la RSC de acuerdo a la ISO 26000 en el Sector Comercio al menudeo de Farmacia	CRSC
Dirección general	0.348
Derechos humanos	0.353
Medio ambiente	0.400
Prácticas laborales	0.503
Prácticas de operación justas	0.212
Asuntos con los consumidores	0.309
Involucramiento con la comunidad	0.7032

Considerando que los valores van de 0 a 1, y la asimetría es a la derecha; donde 1 significa tener una conciencia elevada y 0 significa tener una conciencia baja sobre las prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa basadas en la ISO 26000, podemos observar que la variable que para este estudio es el medio ambiente se encuentra en 0.400, la cual podemos considerar como baja, concluyendo que para las personas que toman las decisiones en las empresas no lo focalizan como un elemento prioritario.

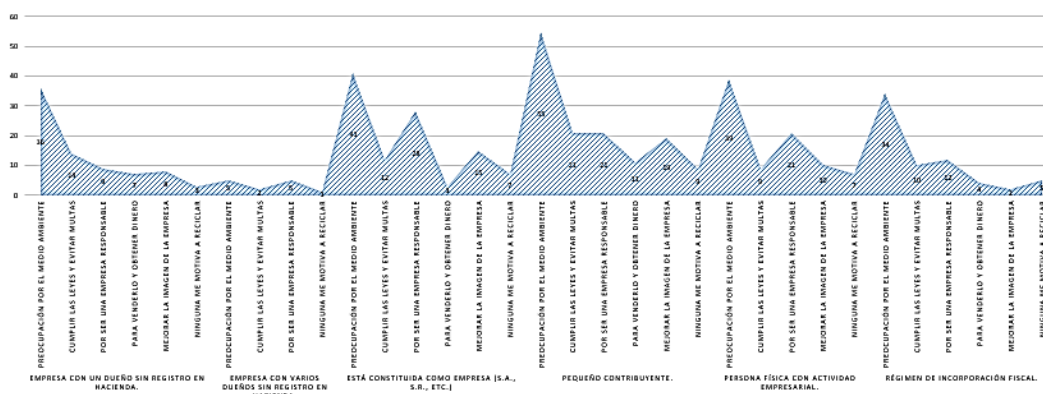
### 3.2.2.3 Comercio al menudeo de Papelería

Se analizaron 223 unidades económicas, realizando las entrevistas cara a cara con las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las unidades económicas.

#### 3.2.2.3.1 El grado de formalización de la unidad económica

Con respecto al grado de formalización de las unidades económicas que motivarían a las personas que toman la mayor parte de las decisiones a reciclar muestran una mayor conciencia a realizarlo por la preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 98** El grado de formalización sector: Comercio al menudeo de Papelería

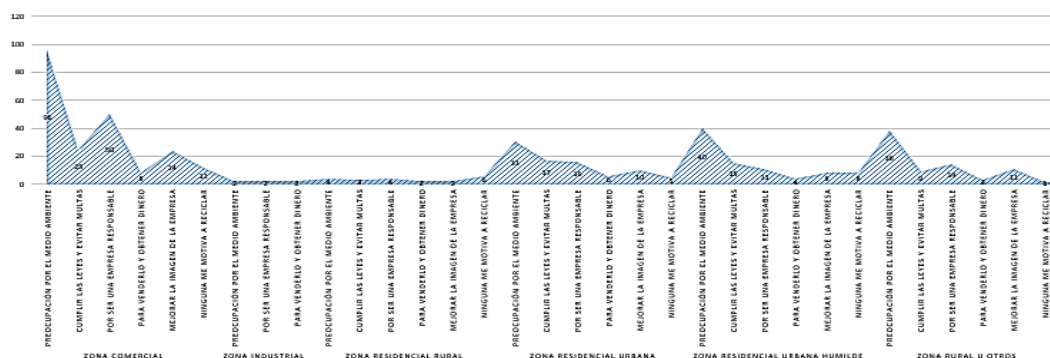


#### 3.2.2.3.2 Ubicación geográfica de la unidad económica

Con respecto a la ubicación geográfica donde se encuentran ubicadas las unidades económicas de dicho sector, observamos que las personas que toman la mayor parte de las decisiones en ellas encuentran motivaciones a reciclar porque existe una mayor preocupación por el medio ambiente sin importar la zona geográfica.



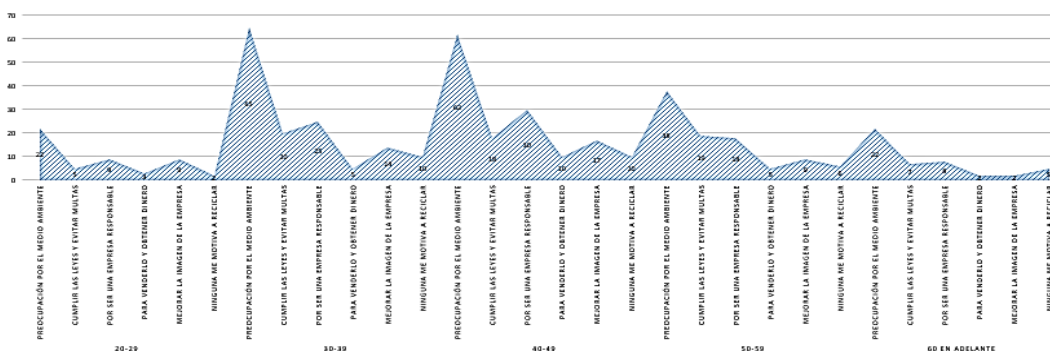
**Gráfico 99** Ubicación geográfica sector: Comercio al menudeo de Papelería



**3.2.2.3.3 Edad de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

En cuanto a la edad de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que sin importar la edad realizarían las prácticas del reciclaje por la preocupación del medio ambiente.

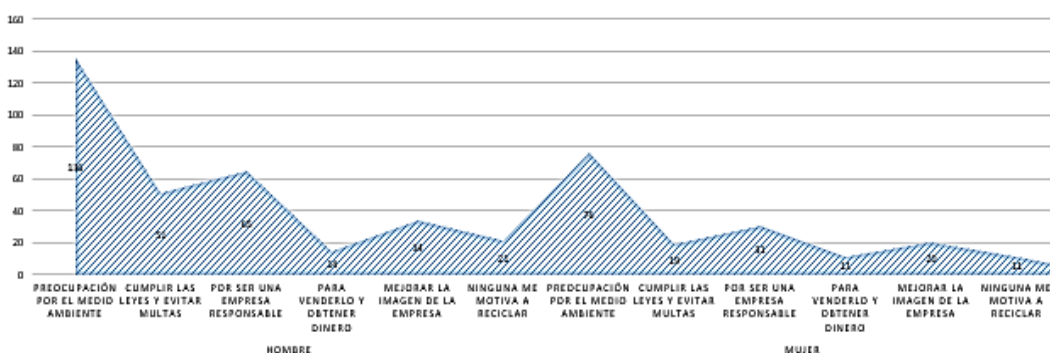
**Gráfico 100** Edad del Director sector: Comercio al menudeo de Papelería



**3.2.2.3.4 Género de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

En el análisis por género de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que tanto hombres como mujeres realizarían prácticas de la logística inversa debido a una mayor preocupación por el medio ambiente.

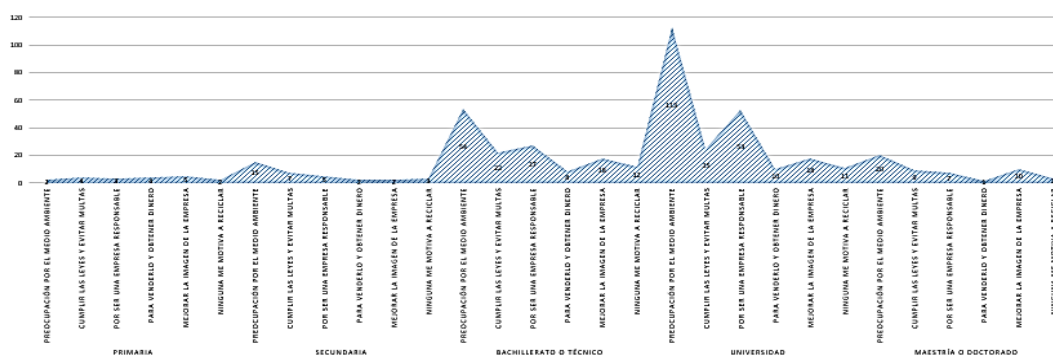
**Gráfico 101** Género sector: Comercio al menudeo de Papelería



### 3.2.2.3.5 Nivel de estudios de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

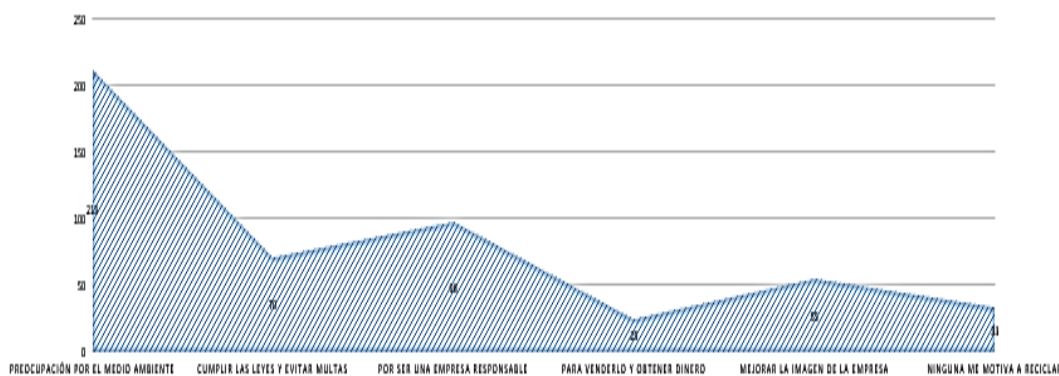
En cuanto al nivel académico de quienes dirigen las unidades económicas observamos que independientemente de los estudios realizados las personas se motivarían a realizar las prácticas de la logística inversa por una mayor preocupación del medio ambiente.

**Gráfico 102** Niveles de estudio sector: Comercio al menudeo de Papelería



Los resultados que se obtuvieron muestran una descripción del pensamiento de las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las empresas de que los motivaría a realizar acciones de la logística inversa, como es el reciclaje, se observa una clara preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 103** Resultados generales sector: Comercio al menudeo de Papelería



Dentro del mismo instrumento, aplicamos ítems de la ISO 26000, con los resultados obtenidos desarrollamos una fórmula para medir el grado de responsabilidad social corporativa y en que se focalizan las personas que toman las decisiones de las empresas:

$$CRSC^{22} = 1 - \frac{\sum_1^n (x_i - x_1)}{x_n - x_1} \tag{17}$$

Dando los siguientes resultados para el sector económico.

<sup>22</sup> CRSC Coeficiente de responsabilidad social corporativa

$X_i$  sumatoria de la variable analizada

$X_1$  mínima

$X_n$  máximo



**Tabla 31** Coeficiente de Responsabilidad Social Corporativa en el Sector: Comercio al menudeo de Papelería

Variable de la RSC de acuerdo a la ISO 26000 en el Sector Comercio al menudeo de Papelería	CRSC
Dirección general	0.518
Derechos humanos	0.506
Medio ambiente	0.526
Prácticas laborales	0.611
Prácticas de operación justas	0.328
Asuntos con los consumidores	0.402
Involucramiento con la comunidad	0.771

Considerando que los valores van de 0 a 1, y la asimetría es a la derecha; donde 1 significa tener una conciencia elevada y 0 significa tener una conciencia baja sobre las prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa basadas en la ISO 26000, podemos observar que la variable que para este estudio es el medio ambiente se encuentra en 0.526, la cual podemos considerar como baja, concluyendo que para las personas que toman las decisiones en las empresas no lo focalizan como un elemento prioritario.

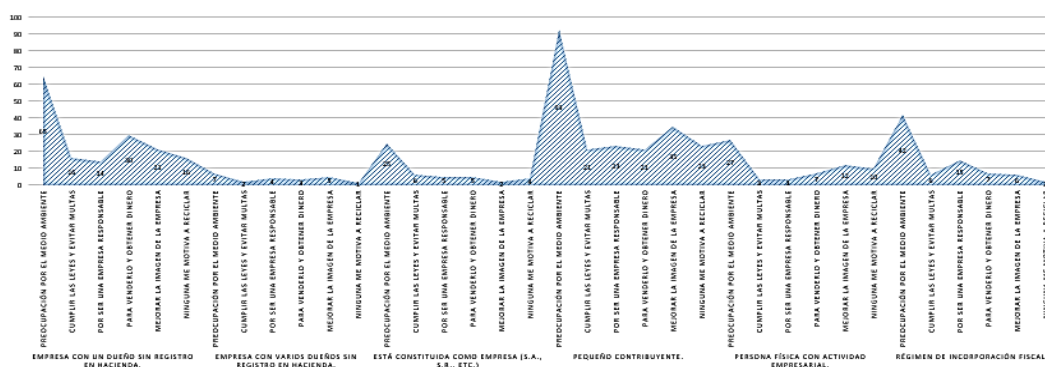
### 3.2.2.4 Comercio al menudeo de Regalos

Se analizaron 596 unidades económicas, realizando las entrevistas cara a cara con las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las unidades económicas.

#### 3.2.2.4.1 El grado de formalización de la unidad económica

Con respecto al grado de formalización de las unidades económicas que motivarían a las personas que toman la mayor parte de las decisiones a reciclar muestran una mayor conciencia a realizarlo por la preocupación por el medio ambiente.

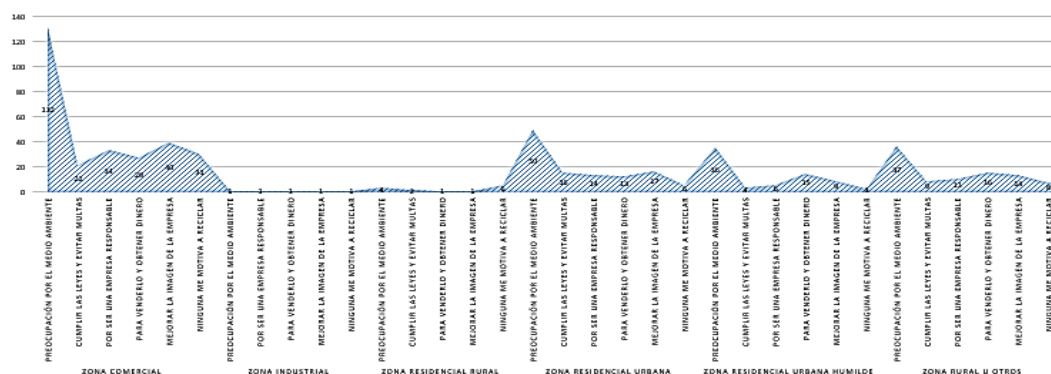
**Gráfico 104** El grado de formalización sector: Comercio al menudeo de Regalos



#### 3.2.2.4.2 Ubicación geográfica de la unidad económica

Con respecto a la ubicación geográfica donde se encuentran ubicadas las unidades económicas de dicho sector, observamos que las personas que toman la mayor parte de las decisiones en ellas encuentran motivaciones a reciclar porque existe una mayor preocupación por el medio ambiente sin importar la zona geográfica.

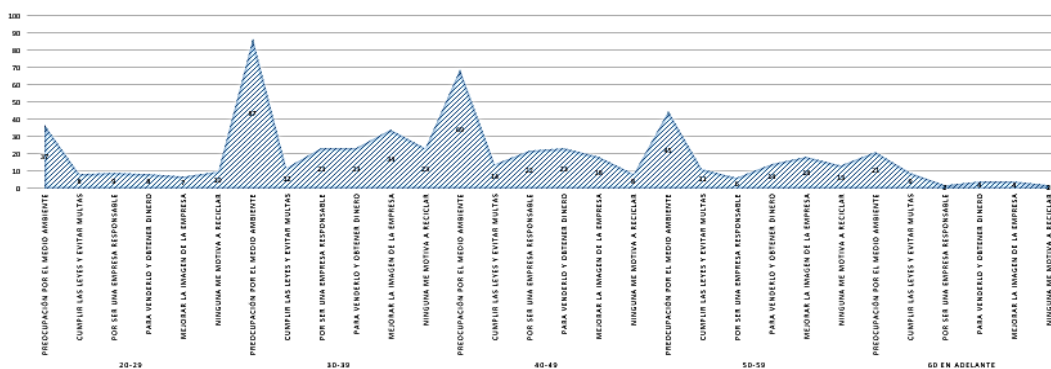
**Gráfico 105** Ubicación geográfica sector: Comercio al menudeo de Regalos



**3.2.2.4.3 Edad de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

En cuanto a la edad de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que sin importar la edad realizarían las prácticas del reciclaje por la preocupación del medio ambiente.

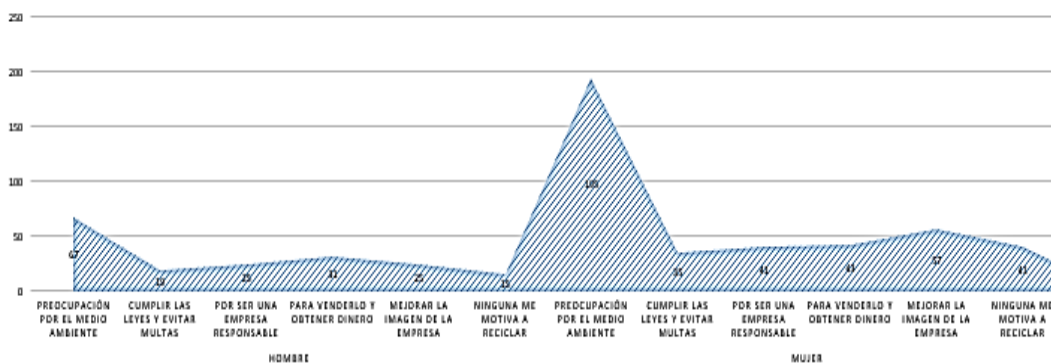
**Gráfico 106** Edad del Director sector: Comercio al menudeo de Regalos



**3.2.2.4.4 Género de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

En el análisis por género de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que tanto hombres como mujeres realizarían prácticas de la logística inversa debido a una mayor preocupación por el medio ambiente.

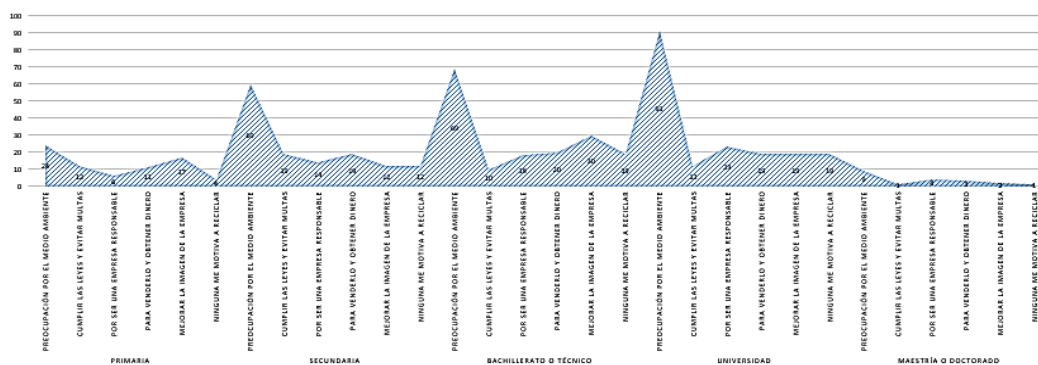
**Gráfico 107** Género sector: Comercio al menudeo de Regalos



### 3.2.2.4.5 Nivel de estudios de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

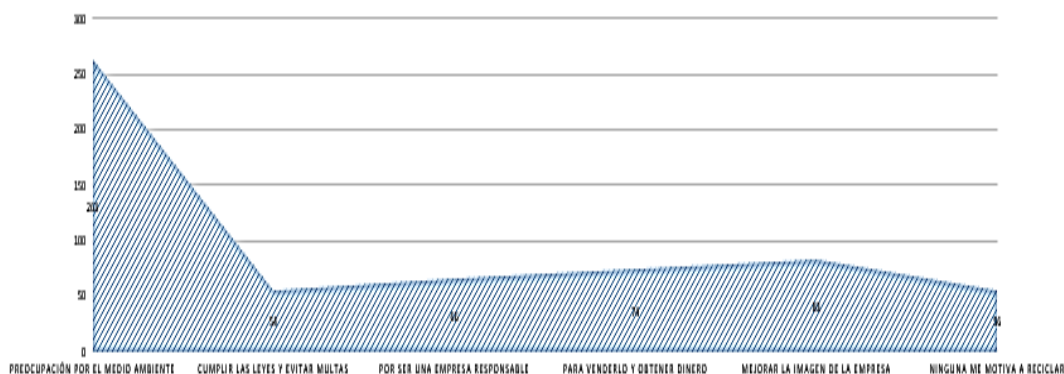
En cuanto al nivel académico de quienes dirigen las unidades económicas observamos que independientemente de los estudios realizados las personas se motivarían a realizar las prácticas de la logística inversa por una mayor preocupación del medio ambiente.

**Gráfico 108** Niveles de estudio sector: Comercio al menudeo de Regalos



Los resultados que se obtuvieron muestran una descripción del pensamiento de las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las empresas de que los motivaría a realizar acciones de la logística inversa, como es el reciclaje, se observa una clara preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 109** Resultados generales sector: Comercio al menudeo de Regalos



Dentro del mismo instrumento, aplicamos ítems de la ISO 26000, con los resultados obtenidos desarrollamos una fórmula para medir el grado de responsabilidad social corporativa y en que se focalizan las personas que toman las decisiones de las empresas:

$$CRSC^{23} = 1 - \frac{\sum_1^n (x_i - x_1)}{x_n - x_1} \tag{18}$$

Dando los siguientes resultados para el sector económico.

<sup>23</sup> CRSC Coeficiente de responsabilidad social corporativa  
 Xi sumatoria de la variable analizada  
 X1 mínima  
 Xn máximo

**Tabla 32** Coeficiente de Responsabilidad Social Corporativa en el Sector: Comercio al menudeo de Regalos

Variable de la RSC de acuerdo a la ISO 26000 en el Sector Comercio al menudeo de Regalos	CRSC
Dirección general	0.495
Derechos humanos	0.485
Medio ambiente	0.516
Prácticas laborales	0.611
Prácticas de operación justas	0.305
Asuntos con los consumidores	0.418
Involucramiento con la comunidad	0.793

Considerando que los valores van de 0 a 1, y la asimetría es a la derecha; donde 1 significa tener una conciencia elevada y 0 significa tener una conciencia baja sobre las prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa basadas en la ISO 26000, podemos observar que la variable que para este estudio es el medio ambiente se encuentra en 0.516, la cual podemos considerar como baja, concluyendo que para las personas que toman las decisiones en las empresas no lo focalizan como un elemento prioritario.

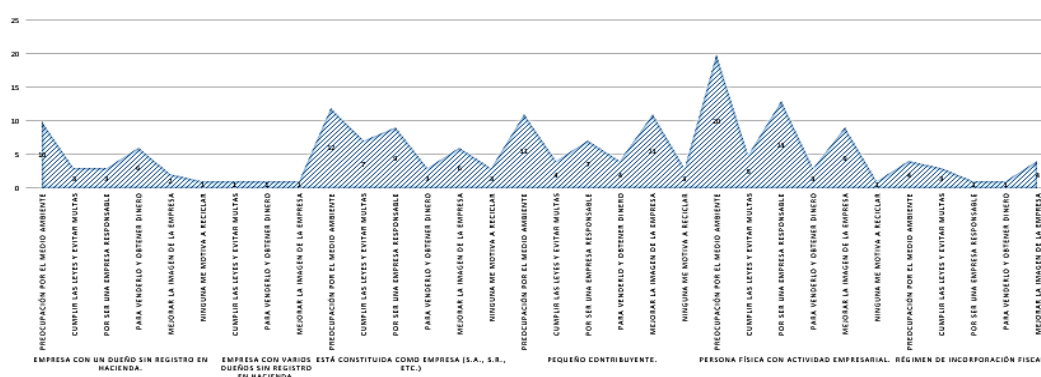
### 3.2.2.5 Comercio al menudeo de Artículos para otras empresas

Se analizaron 174 unidades económicas, realizando las entrevistas cara a cara con las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las unidades económicas.

#### 3.2.2.5.1 El grado de formalización de la unidad económica

Con respecto al grado de formalización de las unidades económicas que motivarían a las personas que toman la mayor parte de las decisiones a reciclar muestran una mayor conciencia a realizarlo por la preocupación por el medio ambiente.

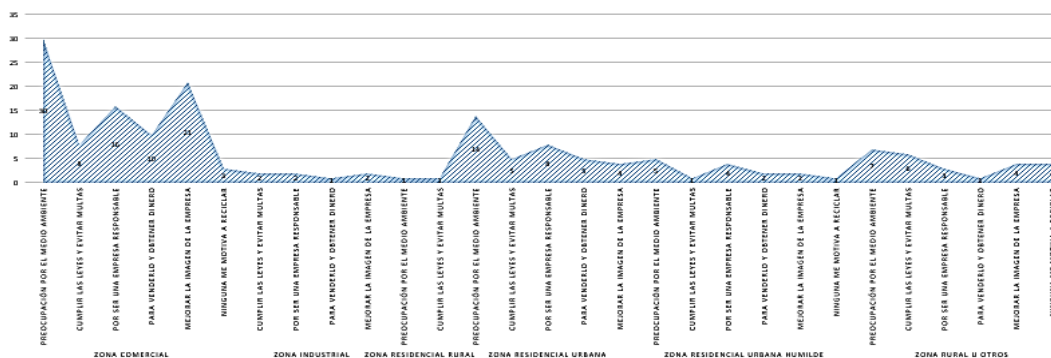
**Gráfico 110** El grado de formalización sector: Comercio al menudeo de Artículos para otras empresas



#### 3.2.2.5.2 Ubicación geográfica de la unidad económica

Con respecto a la ubicación geográfica donde se encuentran ubicadas las unidades económicas de dicho sector, observamos que las personas que toman la mayor parte de las decisiones en ellas encuentran motivaciones a reciclar porque existe una mayor preocupación por el medio ambiente sin importar la zona geográfica.

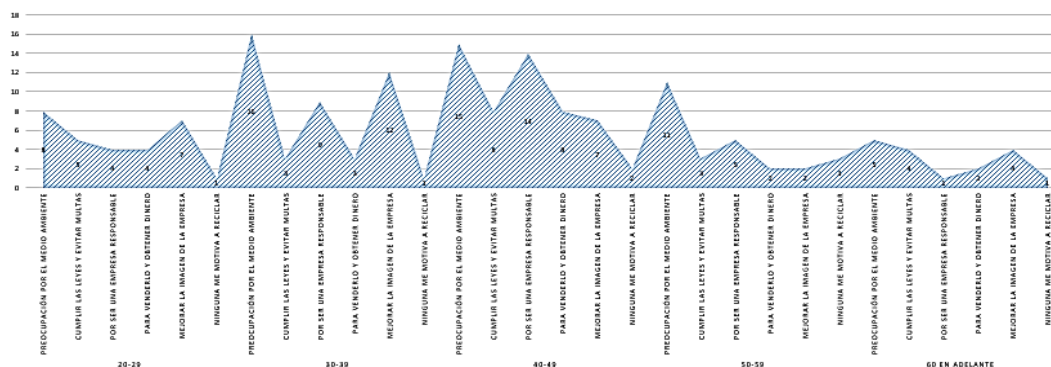
**Gráfico 111** Ubicación geográfica sector: Comercio al menudeo de Artículos para otras empresas



**3.2.2.5.3 Edad de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

En cuanto a la edad de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que sin importar la edad realizarían las prácticas del reciclaje por la preocupación del medio ambiente.

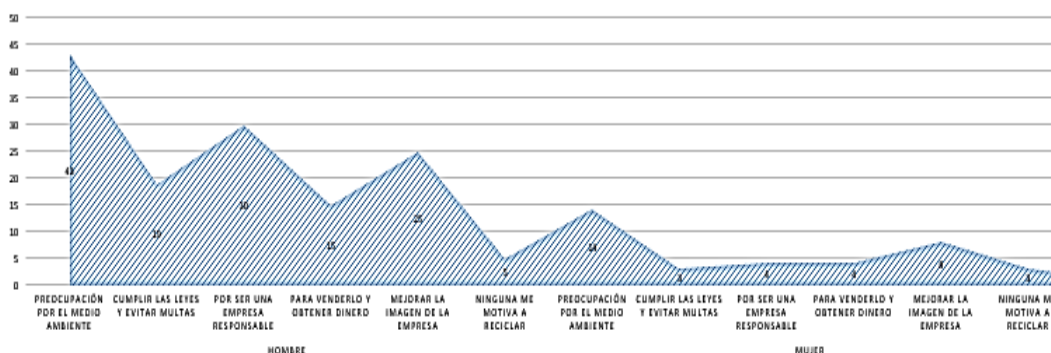
**Gráfico 112** Edad del Director sector: Comercio al menudeo de Artículos para otras empresas



**3.2.2.5.4 Género de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

En el análisis por género de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que tanto hombres como mujeres realizarían prácticas de la logística inversa debido a una mayor preocupación por el medio ambiente.

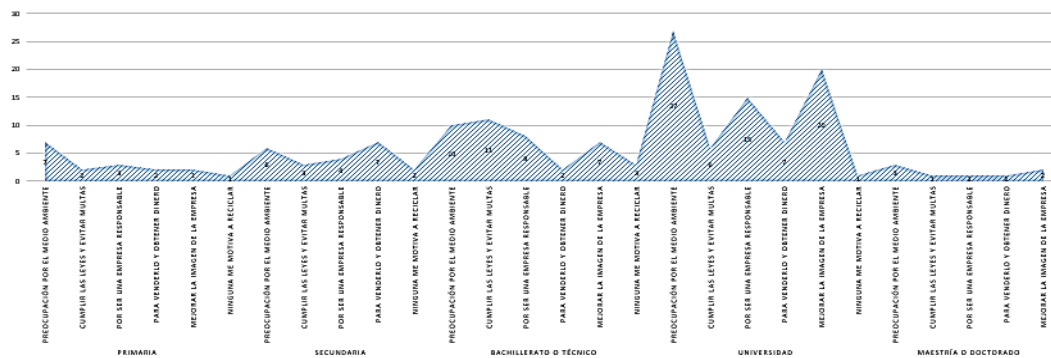
**Gráfico 113** Género sector: Comercio al menudeo de Artículos para otras empresas



### 3.2.2.5.5 Nivel de estudios de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

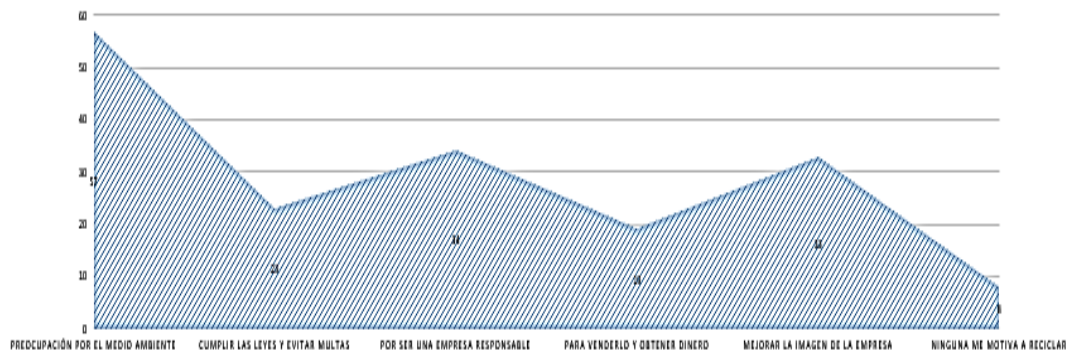
En cuanto al nivel académico de quienes dirigen las unidades económicas observamos que independientemente de los estudios realizados las personas se motivarían a realizar las prácticas de la logística inversa por una mayor preocupación del medio ambiente.

**Gráfico 114** Niveles de estudio sector: Comercio al menudeo de Artículos para otras empresas



Los resultados que se obtuvieron muestran una descripción del pensamiento de las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las empresas de que los motivaría a realizar acciones de la logística inversa, como es el reciclaje, se observa una clara preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 115** Resultados generales sector: Comercio al menudeo de Artículos para otras empresas



Dentro del mismo instrumento, aplicamos ítems de la ISO 26000, con los resultados obtenidos desarrollamos una fórmula para medir el grado de responsabilidad social corporativa y en que se focalizan las personas que toman las decisiones de las empresas:

$$CRSC^{24} = 1 - \frac{\sum_1^n (x_i - x_1)}{x_n - x_1} \quad (19)$$

<sup>24</sup> CRSC Coeficiente de responsabilidad social corporativa

$X_i$  sumatoria de la variable analizada

$X_1$  mínima

$X_n$  máxima



Dando los siguientes resultados para el sector económico.

**Tabla 33** Coeficiente de Responsabilidad Social Corporativa en el Sector: Comercio al menudeo de Artículos para otras empresas

Variable de la RSC de acuerdo a la ISO 26000 en el Sector Comercio al menudeo de Artículos para otras empresas	CRSC
Dirección general	0.801
Derechos humanos	0.811
Medio ambiente	0.810
Prácticas laborales	0.875
Prácticas de operación justas	0.721
Asuntos con los consumidores	0.770
Involucramiento con la comunidad	0.965

Considerando que los valores van de 0 a 1, y la asimetría es a la derecha; donde 1 significa tener una conciencia elevada y 0 significa tener una conciencia baja sobre las prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa basadas en la ISO 26000, podemos observar que la variable que para este estudio es el medio ambiente se encuentra en 0.810, la cual podemos considerar como baja, concluyendo que para las personas que toman las decisiones en las empresas no lo focalizan como un elemento prioritario.

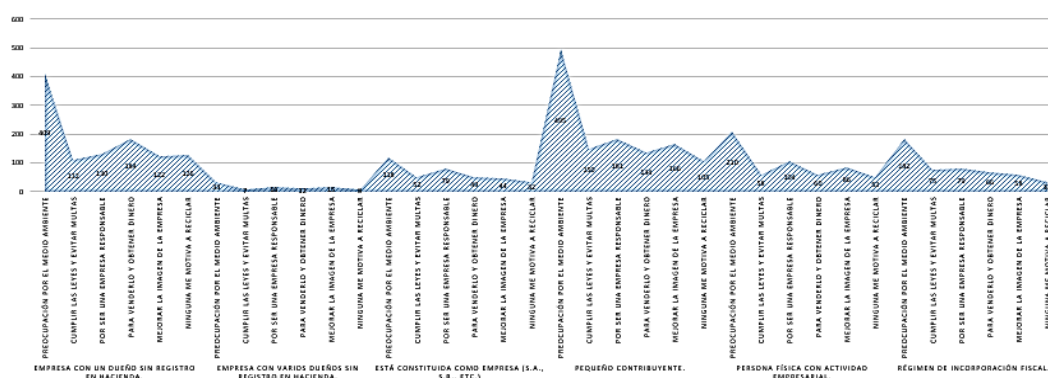
### 3.2.2.6 Comercio al menudeo de otro comercio al menudeo

Se analizaron 3913 unidades económicas, realizando las entrevistas cara a cara con las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las unidades económicas.

#### 3.5.2.6.1 El grado de formalización de la unidad económica

Con respecto al grado de formalización de las unidades económicas que motivarían a las personas que toman la mayor parte de las decisiones a reciclar muestran una mayor conciencia a realizarlo por la preocupación por el medio ambiente.

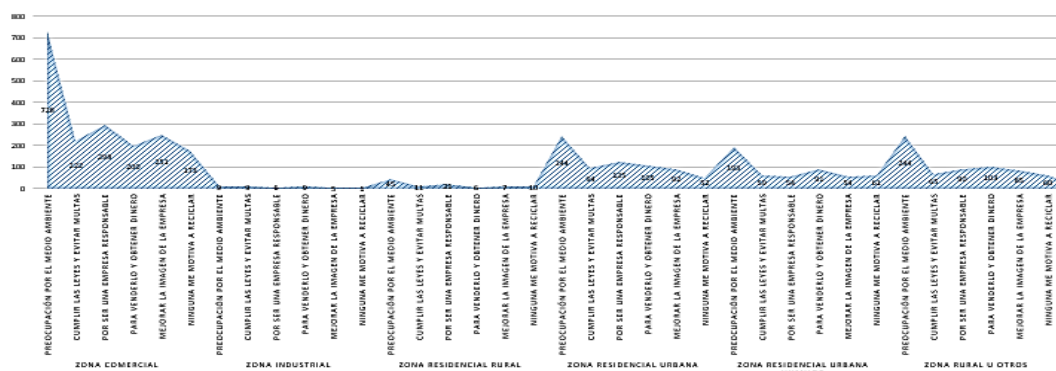
**Gráfico 116** El grado de formalización sector: Comercio al menudeo de Otro comercio al menudeo



### 3.5.2.6.2 Ubicación geográfica de la unidad económica

Con respecto a la ubicación geográfica donde se encuentran ubicadas las unidades económicas de dicho sector, observamos que las personas que toman la mayor parte de las decisiones en ellas encuentran motivaciones a reciclar porque existe una mayor preocupación por el medio ambiente sin importar la zona geográfica.

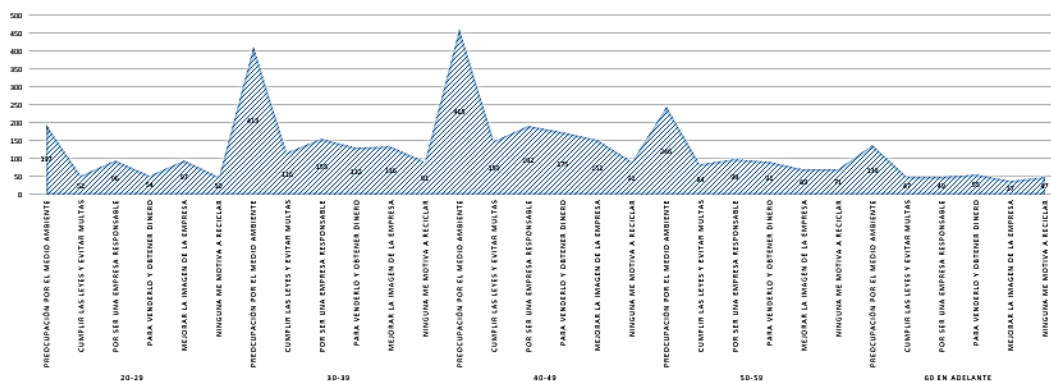
**Gráfico 117** Ubicación geográfica sector: Comercio al menudeo de Otro comercio al menudeo



### 3.2.2.6.3 Edad de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

En cuanto a la edad de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que sin importar la edad realizarían las prácticas del reciclaje por la preocupación del medio ambiente.

**Gráfico 118** Edad del Director sector: Comercio al menudeo de Otro comercio al menudeo

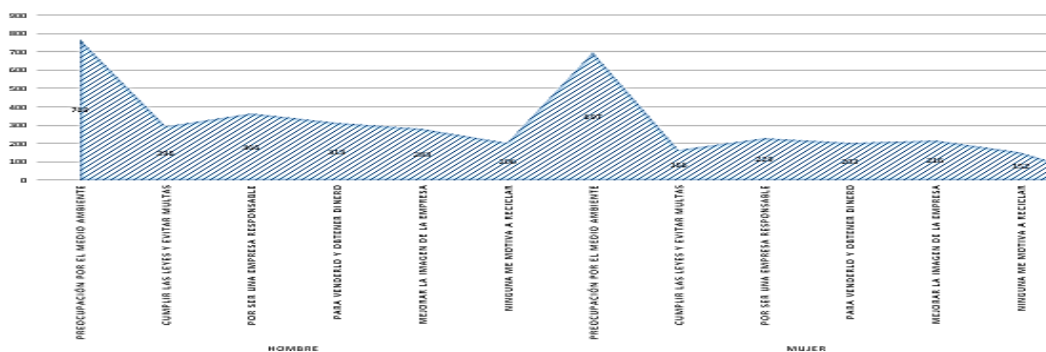


### 3.2.2.6.4 Género de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

En el análisis por género de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que tanto hombres como mujeres realizarían prácticas de la logística inversa debido a una mayor preocupación por el medio ambiente.



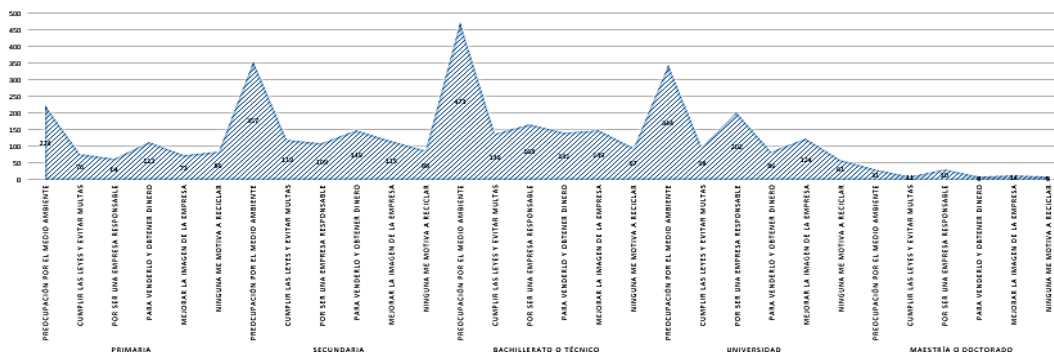
**Gráfico 118** Género sector: Comercio al menudeo de Otro comercio al menudeo



**3.2.2.6.5 Nivel de estudios de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

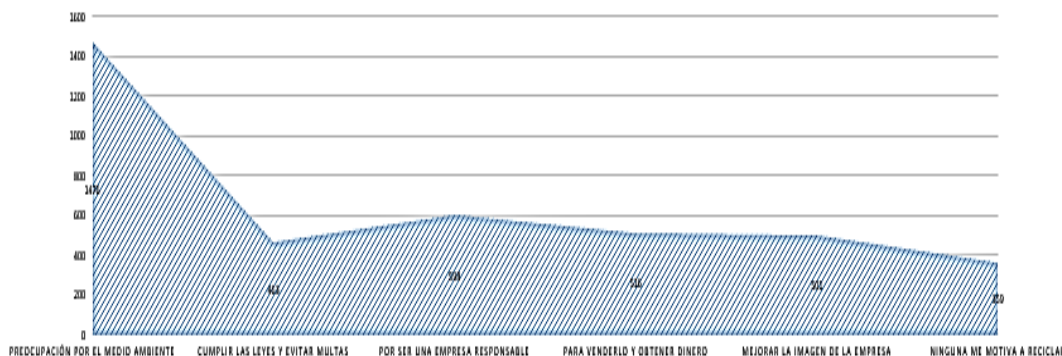
En cuanto al nivel académico de quienes dirigen las unidades económicas observamos que independientemente de los estudios realizados las personas se motivarían a realizar las prácticas de la logística inversa por una mayor preocupación del medio ambiente.

**Gráfico 120** Niveles de estudio sector: Comercio al menudeo de Otro comercio al menudeo



Los resultados que se obtuvieron muestran una descripción del pensamiento de las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las empresas de que los motivaría a realizar acciones de la logística inversa, como es el reciclaje, se observa una clara preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 121** Resultados generales sector: Comercio al menudeo de Otro comercio al menudeo



Dentro del mismo instrumento, aplicamos ítems de la ISO 26000, con los resultados obtenidos desarrollamos una fórmula para medir el grado de responsabilidad social corporativa y en que se focalizan las personas que toman las decisiones de las empresas:

$$CRSC^{25} = 1 - \frac{\sum_1^p (x_i - x_1)}{x_n - x_1} \quad (20)$$

Dando los siguientes resultados para el sector económico.

**Tabla 34** Coeficiente de Responsabilidad Social Corporativa en el Sector: Comercio al menudeo de Otro comercio al menudeo

Variable de la RSC de acuerdo a la ISO 26000 en el Sector Comercio al menudeo de Otro comercio al menudeo	CRSC
Dirección general	0.507
Derechos humanos	0.508
Medio ambiente	0.534
Prácticas laborales	0.607
Prácticas de operación justas	0.320
Asuntos con los consumidores	0.456
Involucramiento con la comunidad	0.796

Considerando que los valores van de 0 a 1, y la asimetría es a la derecha; donde 1 significa tener una conciencia elevada y 0 significa tener una conciencia baja sobre las prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa basadas en la ISO 26000, podemos observar que la variable que para este estudio es el medio ambiente se encuentra en 0.534, la cual podemos considerar como baja, concluyendo que para las personas que toman las decisiones en las empresas no lo focalizan como un elemento prioritario.

### 3.2.3 Comercio al mayoreo

#### 3.2.3.1 Comercio al mayoreo de Abarrotes y misceláneos

Se analizaron 567 unidades económicas, realizando las entrevistas cara a cara con las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las unidades económicas.

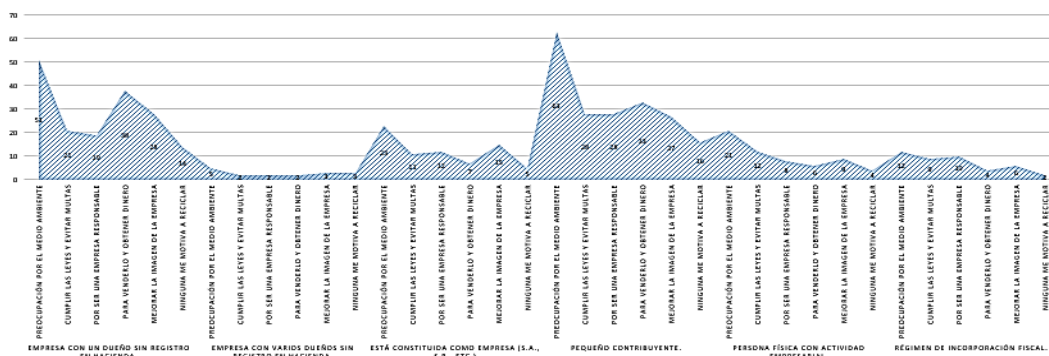
##### 3.2.3.1.1 El grado de formalización de la unidad económica

Con respecto al grado de formalización de las unidades económicas que motivarían a las personas que toman la mayor parte de las decisiones a reciclar muestran una mayor conciencia a realizarlo por la preocupación por el medio ambiente.

---

<sup>25</sup> CRSC Coeficiente de responsabilidad social corporativa  
Xi sumatoria de la variable analizada  
X1 mínima  
Xn máximo

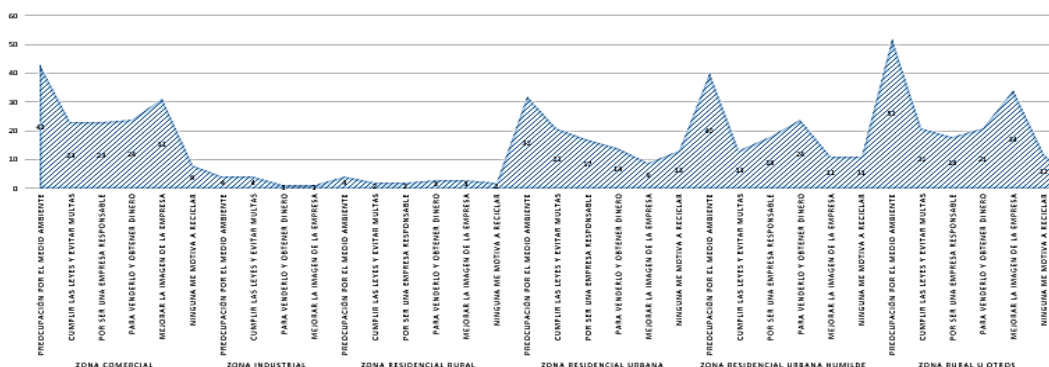
**Gráfico 122** El grado de formalización sector: Comercio al mayoreo de Abarrotes y misceláneos



**3.2.3.1.2 Ubicación geográfica de la unidad económica**

Con respecto a la ubicación geográfica donde se encuentran ubicadas las unidades económicas de dicho sector, observamos que las personas que toman la mayor parte de las decisiones en ellas encuentran motivaciones a reciclar porque existe una mayor preocupación por el medio ambiente sin importar la zona geográfica.

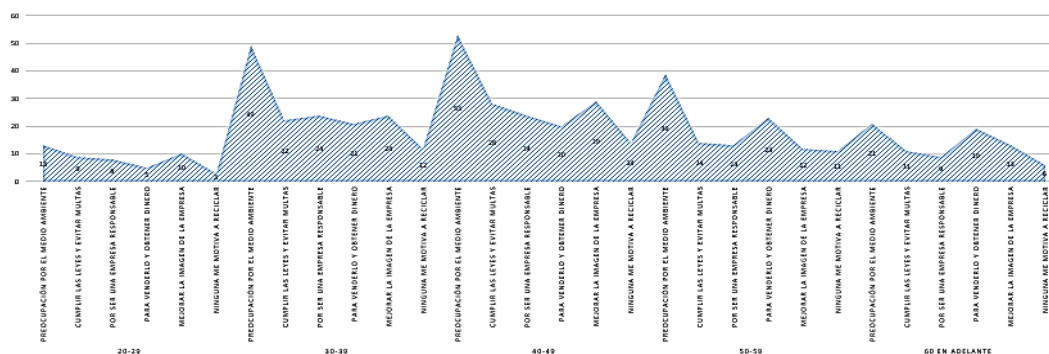
**Gráfico 123** Ubicación geográfica sector: Comercio al mayoreo de Abarrotes y misceláneos



**3.2.3.1.3 Edad de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

En cuanto a la edad de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que sin importar la edad realizarían las prácticas del reciclaje por la preocupación del medio ambiente.

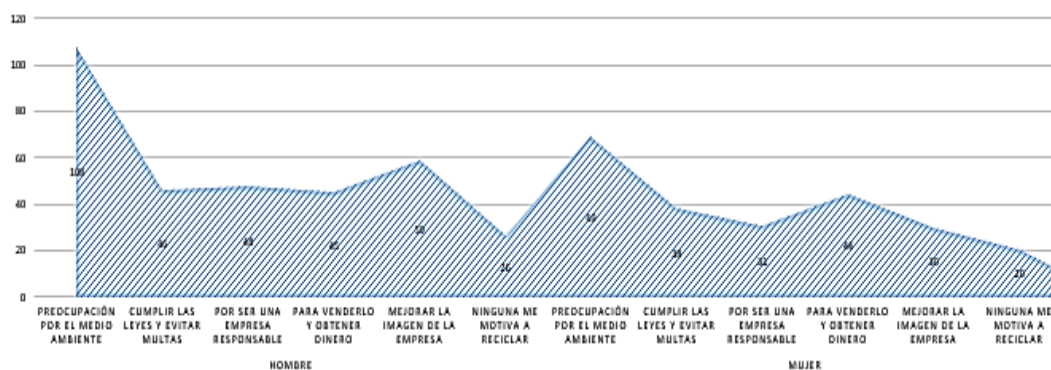
**Gráfico 124** Edad del Director sector: Comercio al mayoreo de Abarrotes y misceláneos



### 3.2.3.1.4 Género de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

En el análisis por género de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que tanto hombres como mujeres realizarían prácticas de la logística inversa debido a una mayor preocupación por el medio ambiente.

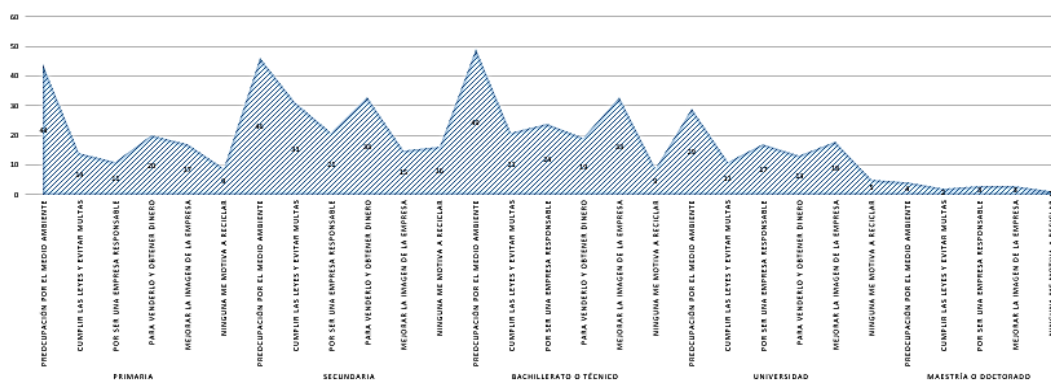
**Gráfico 125** Género sector: Comercio al mayoreo de Abarrotes y misceláneos



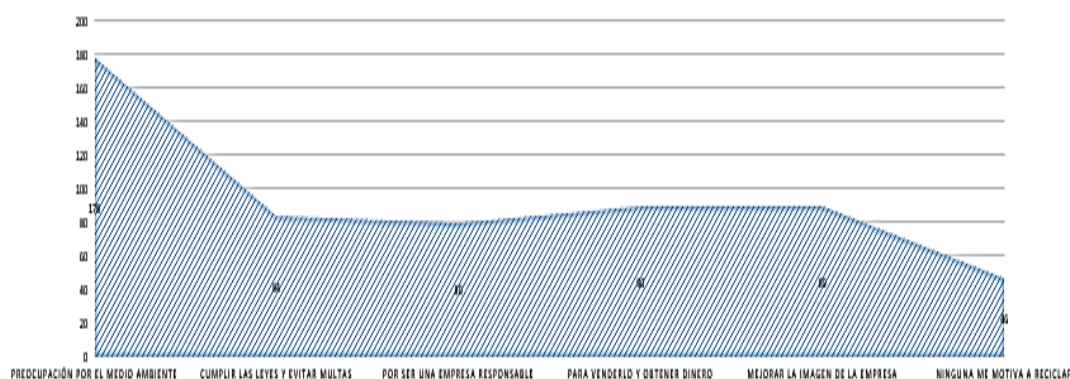
### 3.2.3.1.5 Nivel de estudios de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

En cuanto al nivel académico de quienes dirigen las unidades económicas observamos que independientemente de los estudios realizados las personas se motivarían a realizar las prácticas de la logística inversa por una mayor preocupación del medio ambiente.

**Gráfico 126** Niveles de estudio sector: Comercio al mayoreo de Abarrotes y misceláneos



Los resultados que se obtuvieron muestran una descripción del pensamiento de las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las empresas de que los motivaría a realizar acciones de la logística inversa, como es el reciclaje, se observa una clara preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 127** Resultados generales sector: Comercio al mayoreo de Abarrotes y misceláneos

Dentro del mismo instrumento, aplicamos ítems de la ISO 26000, con los resultados obtenidos desarrollamos una fórmula para medir el grado de responsabilidad social corporativa y en que se focalizan las personas que toman las decisiones de las empresas:

$$CRSC^{26} = 1 - \frac{\sum_1^p (x_i - x_1)}{x_n - x_1} \quad (21)$$

Dando los siguientes resultados para el sector económico.

**Tabla 35** Coeficiente de Responsabilidad Social Corporativa en el Sector: Comercio al mayoreo de Abarrotes y misceláneos

Variable de la RSC de acuerdo a la ISO 26000 en el Sector Comercio al mayoreo de Abarrotes y misceláneos	CRSC
Dirección general	0.497
Derechos humanos	0.490
Medio ambiente	0.516
Prácticas laborales	0.639
Prácticas de operación justas	0.347
Asuntos con los consumidores	0.451
Involucramiento con la comunidad	0.774

Considerando que los valores van de 0 a 1, y la asimetría es a la derecha; donde 1 significa tener una conciencia elevada y 0 significa tener una conciencia baja sobre las prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa basadas en la ISO 26000, podemos observar que la variable que para este estudio es el medio ambiente se encuentra en 0.516, la cual podemos considerar como baja, concluyendo que para las personas que toman las decisiones en las empresas no lo focalizan como un elemento prioritario.

### 3.2.3.2 Comercio al mayoreo de Farmacia

Se analizaron 494 unidades económicas, realizando las entrevistas cara a cara con las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las unidades económicas.

<sup>26</sup> CRSC Coeficiente de responsabilidad social corporativa

$\sum_1$  sumatoria de la variable analizada

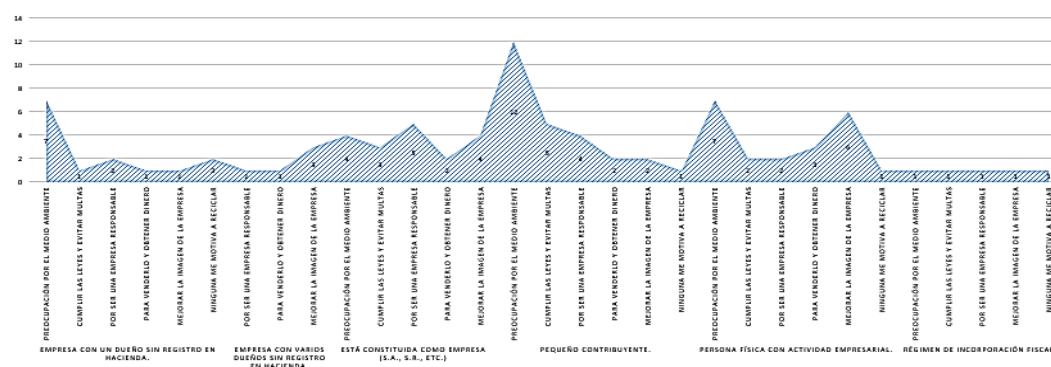
$X_1$  mínima

$X_n$  máximo

### 3.2.3.2.1 El grado de formalización de la unidad económica

Con respecto al grado de formalización de las unidades económicas que motivarían a las personas que toman la mayor parte de las decisiones a reciclar muestran una mayor conciencia a realizarlo por la preocupación por el medio ambiente, en los casos de personas en empresas constituidas lo visualizan por ser una empresa responsable.

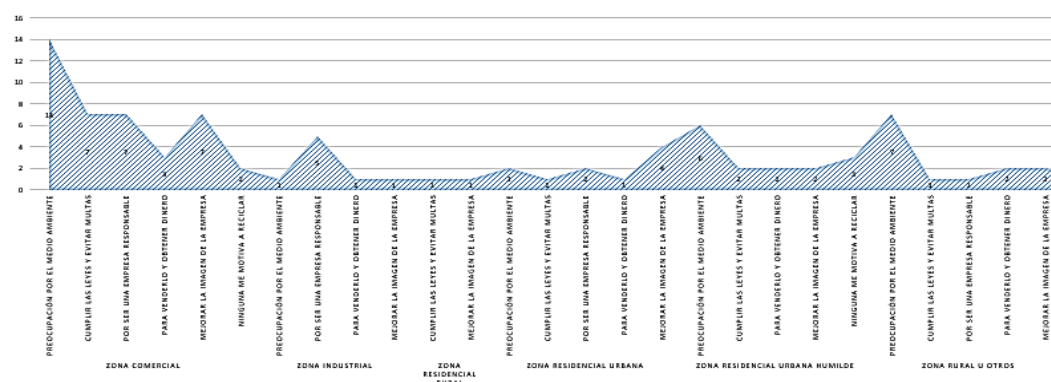
**Gráfico 128** El grado de formalización sector: Comercio al mayoreo de Farmacia



### 3.2.3.2.2 Ubicación geográfica de la unidad económica

Con respecto a la ubicación geográfica donde se encuentran ubicadas las unidades económicas de dicho sector, observamos que las personas que toman la mayor parte de las decisiones en ellas encuentran motivaciones a reciclar porque existe una mayor preocupación por el medio ambiente en la mayoría de los casos, en las zonas industriales lo realizan por ser una empresa responsable.

**Gráfico 129** Ubicación geográfica sector: Comercio al mayoreo de Farmacia

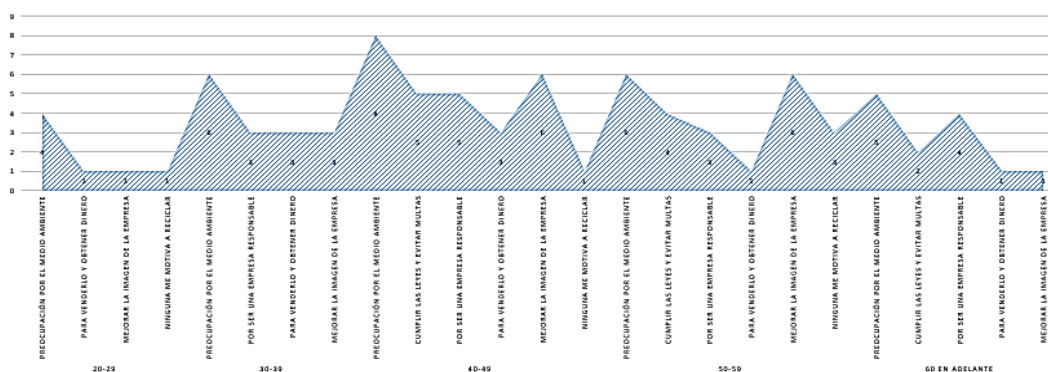


### 3.2.3.2.3 Edad de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

En cuanto a la edad de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que sin importar la edad realizarían las prácticas del reciclaje por la preocupación del medio ambiente.



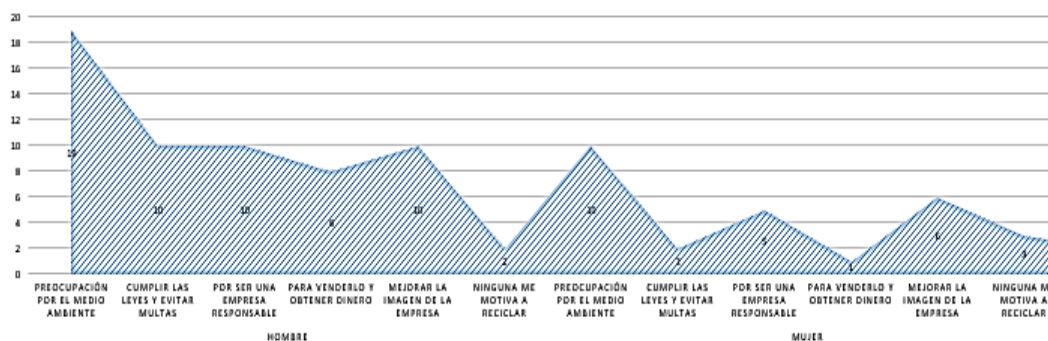
**Gráfico 130** Edad del Director sector: Comercio al mayoreo de Farmacia



**3.2.3.2.4 Género de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

En el análisis por género de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que tanto hombres como mujeres realizarían prácticas de la logística inversa debido a una mayor preocupación por el medio ambiente.

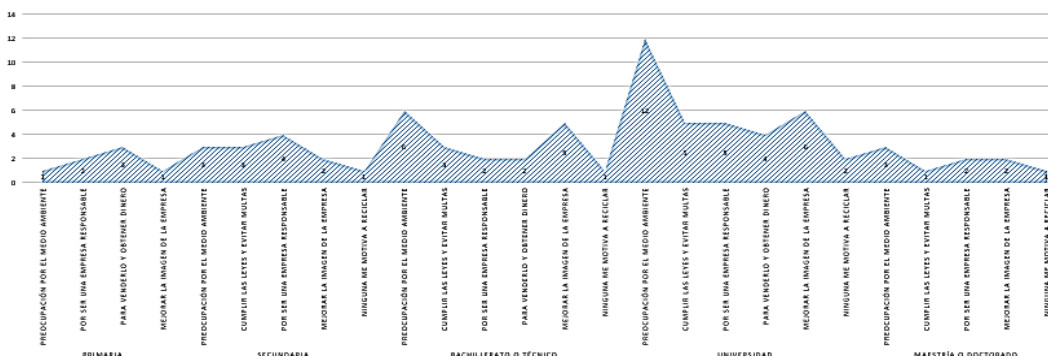
**Gráfico 131** Género sector: Comercio al mayoreo de Farmacia



**3.2.3.2.5 Nivel de estudios de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

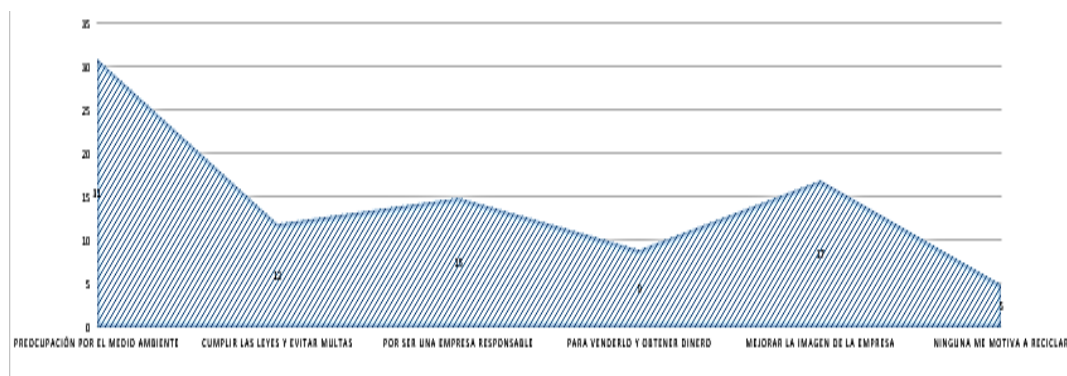
En cuanto al nivel académico de quienes dirigen las unidades económicas observamos que independientemente de los estudios realizados las personas se motivarían a realizar las prácticas de la logística inversa por una mayor preocupación del medio ambiente.

**Gráfico 132** Niveles de estudio sector: Comercio al mayoreo de Farmacia



Los resultados que se obtuvieron muestran una descripción del pensamiento de las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las empresas de que los motivaría a realizar acciones de la logística inversa, como es el reciclaje, se observa una clara preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 133** Resultados generales sector: Comercio al mayoreo de Farmacia



Dentro del mismo instrumento, aplicamos ítems de la ISO 26000, con los resultados obtenidos desarrollamos una fórmula para medir el grado de responsabilidad social corporativa y en que se focalizan las personas que toman las decisiones de las empresas:

$$CRSC^{27} = 1 - \frac{\sum_1^p (x_i - x_1)}{x_n - x_1} \quad (22)$$

Dando los siguientes resultados para el sector económico.

**Tabla 36** Coeficiente de Responsabilidad Social Corporativa en el Sector: Comercio al mayoreo de Farmacia

Variable de la RSC de acuerdo a la ISO 26000 en el Sector Comercio al mayoreo de Farmacia	CRSC
Dirección general	0.817
Derechos humanos	0.820
Medio ambiente	0.842
Prácticas laborales	0.892
Prácticas de operación justas	0.752
Asuntos con los consumidores	0.332
Involucramiento con la comunidad	0.538

Considerando que los valores van de 0 a 1, y la asimetría es a la derecha; donde 1 significa tener una conciencia elevada y 0 significa tener una conciencia baja sobre las prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa basadas en la ISO 26000, podemos observar que la variable que para este estudio es el medio ambiente se encuentra en 0.842, la cual podemos considerar como baja, concluyendo que para las personas que toman las decisiones en las empresas no lo focalizan como un elemento prioritario.

<sup>27</sup> CRSC Coeficiente de responsabilidad social corporativa

$\sum_1$  sumatoria de la variable analizada

$X_1$  mínima

$X_n$  máximo



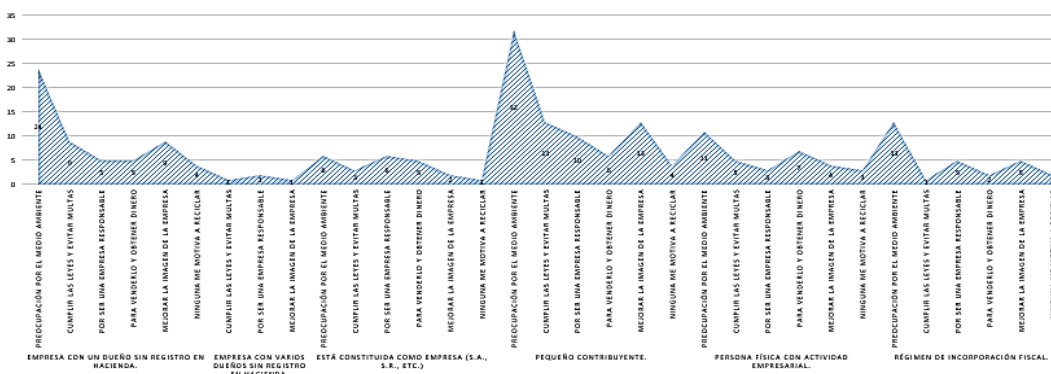
### 3.2.3.3 Comercio al mayoreo de Papelería

Se analizaron 213 unidades económicas, realizando las entrevistas cara a cara con las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las unidades económicas.

#### 3.2.3.3.1 El grado de formalización de la unidad económica

Con respecto al grado de formalización de las unidades económicas que motivarían a las personas que toman la mayor parte de las decisiones a reciclar muestran una mayor conciencia a realizarlo por la preocupación por el medio ambiente, en los casos de personas físicas ya sea en su régimen con actividad empresarial tienen una mayor conciencia a realizarlo por mejorar la imagen de la organización y las personas físicas de incorporación fiscal tienen una mayor conciencia a cumplir con la normatividad de los municipios o estados.

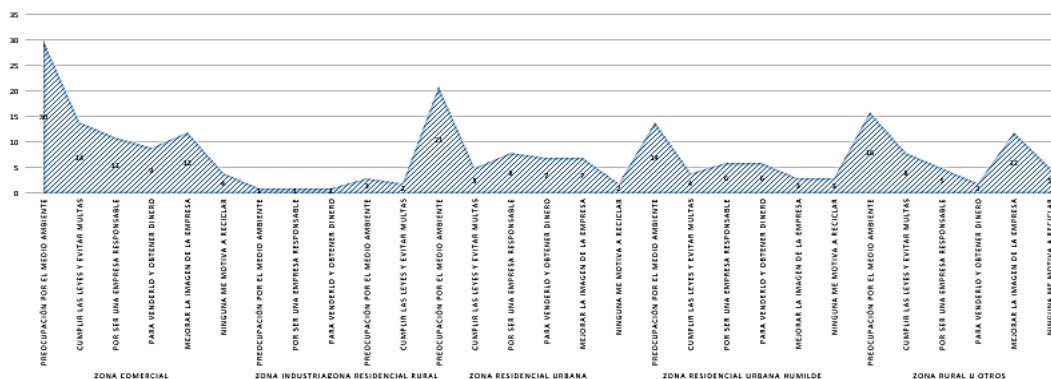
**Gráfico 134** El grado de formalización sector: Comercio al mayoreo de Papelería



#### 3.2.3.3.2 Ubicación geográfica de la unidad económica

Con respecto a la ubicación geográfica donde se encuentran ubicadas las unidades económicas de dicho sector, observamos que las personas que toman la mayor parte de las decisiones en ellas encuentran motivaciones a reciclar porque existe una mayor preocupación por el medio ambiente sin importar la zona geográfica.

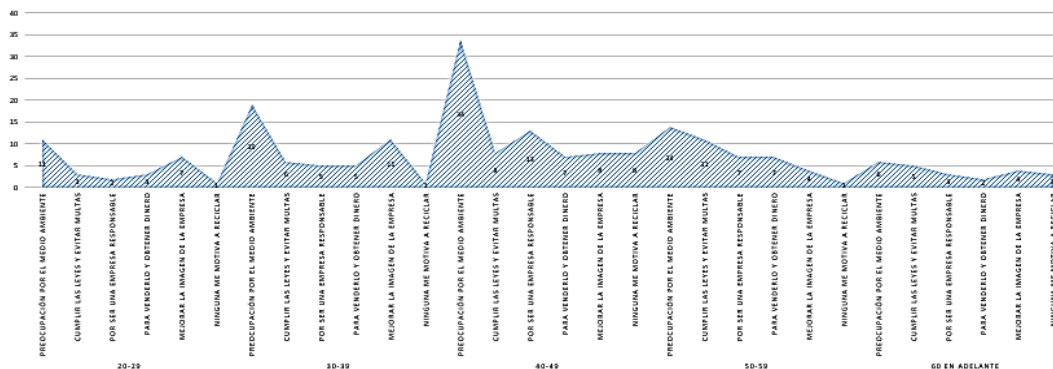
**Gráfico 135** Ubicación geográfica sector: Comercio al mayoreo de Papelería



### 3.2.3.3.3 Edad de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

En cuanto a la edad de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que sin importar la edad realizarían las prácticas del reciclaje por la preocupación del medio ambiente.

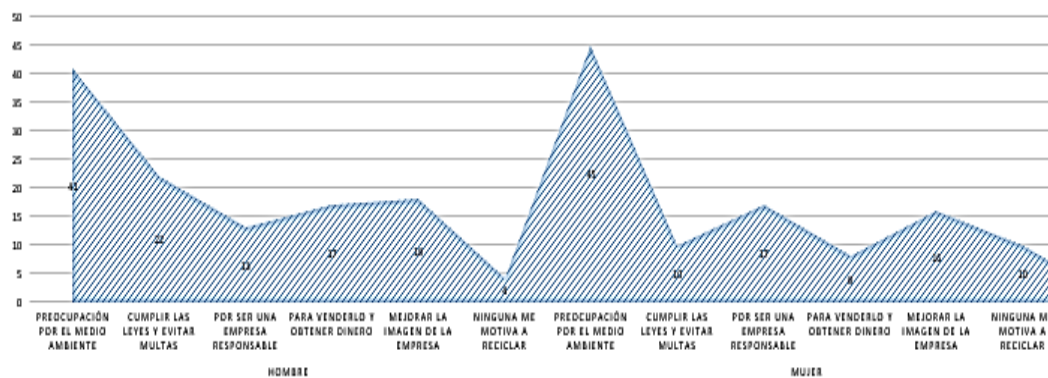
**Gráfico 136** Edad del Director sector: Comercio al mayoreo de Papelería



### 3.2.3.3.4 Género de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

En el análisis por género de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que tanto hombres como mujeres realizarían prácticas de la logística inversa debido a una mayor preocupación por el medio ambiente.

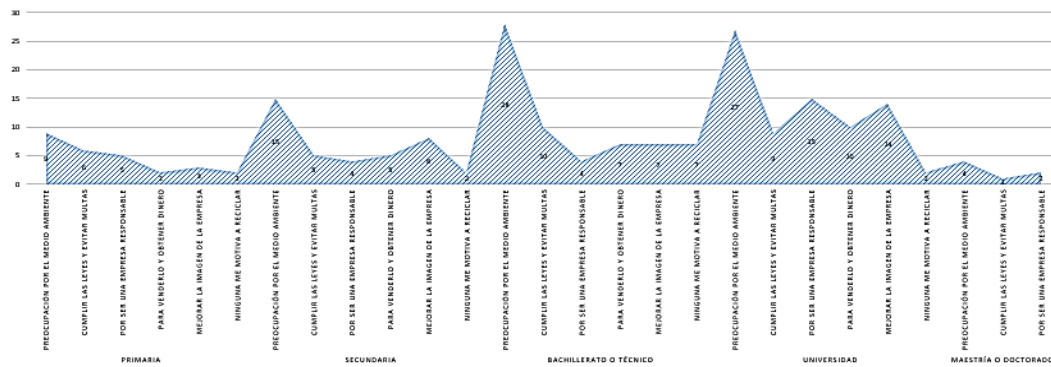
**Gráfico 137** Género sector: Comercio al mayoreo de Papelería



### 3.2.3.3.5 Nivel de estudios de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

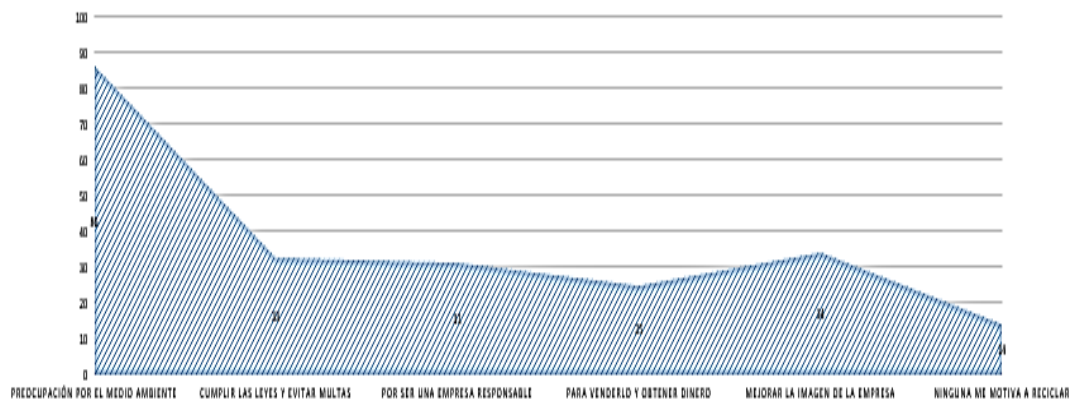
En cuanto al nivel académico de quienes dirigen las unidades económicas observamos que independientemente de los estudios realizados las personas se motivarían a realizar las prácticas de la logística inversa por una mayor preocupación del medio ambiente.

**Figura 138** Niveles de estudio sector: Comercio al mayoreo de Papelería



Los resultados que se obtuvieron muestran una descripción del pensamiento de las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las empresas de que los motivaría a realizar acciones de la logística inversa, como es el reciclaje, se observa una clara preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 139** Resultados generales sector: Comercio al mayoreo de Papelería



Dentro del mismo instrumento, aplicamos ítems de la ISO 26000, con los resultados obtenidos desarrollamos una fórmula para medir el grado de responsabilidad social corporativa y en que se focalizan las personas que toman las decisiones de las empresas:

$$CRSC^{28} = 1 - \frac{\sum_1^n (x_i - x_1)}{xn - x_1} \tag{23}$$

Dando los siguientes resultados para el sector económico.

<sup>28</sup> CRSC Coeficiente de responsabilidad social corporativa  
 Xi sumatoria de la variable analizada  
 X1 mínima  
 Xn máximo

**Tabla 37** Coeficiente de Responsabilidad Social Corporativa en el Sector: Comercio al mayoreo de Papelería

Variable de la RSC de acuerdo a la ISO 26000 en el Sector Comercio al mayoreo de Papelería	CRSC
Dirección general	0.490
Derechos humanos	0.488
Medio ambiente	0.507
Prácticas laborales	0.601
Prácticas de operación justas	0.326
Asuntos con los consumidores	0.436
Involucramiento con la comunidad	0.771

Considerando que los valores van de 0 a 1, y la asimetría es a la derecha; donde 1 significa tener una conciencia elevada y 0 significa tener una conciencia baja sobre las prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa basadas en la ISO 26000, podemos observar que la variable que para este estudio es el medio ambiente se encuentra en 0.507, la cual podemos considerar como baja, concluyendo que para las personas que toman las decisiones en las empresas no lo focalizan como un elemento prioritario.

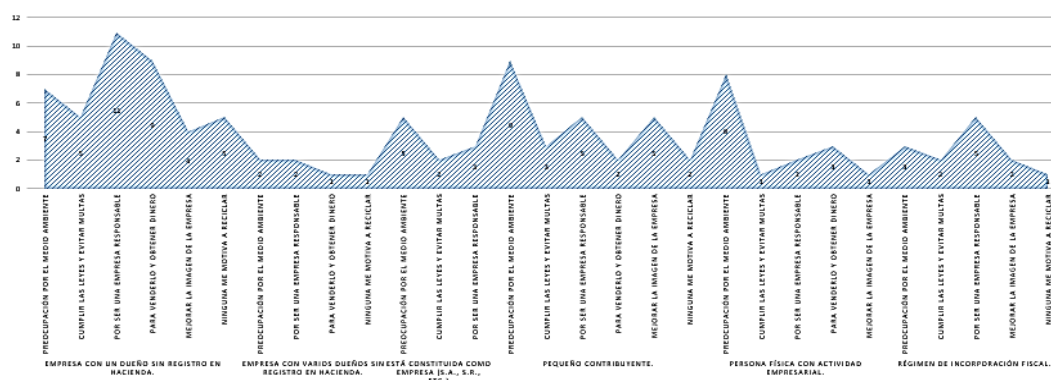
### 3.2.3.4 Comercio al mayoreo de Regalos

Se analizaron 111 unidades económicas, realizando las entrevistas cara a cara con las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las unidades económicas.

#### 3.2.3.4.1 El grado de formalización de la unidad económica

Con respecto al grado de formalización de las unidades económicas que motivarían a las personas que toman la mayor parte de las decisiones a reciclar muestran una mayor conciencia a realizarlo por la preocupación por el medio ambiente, y por ser una empresa responsable.

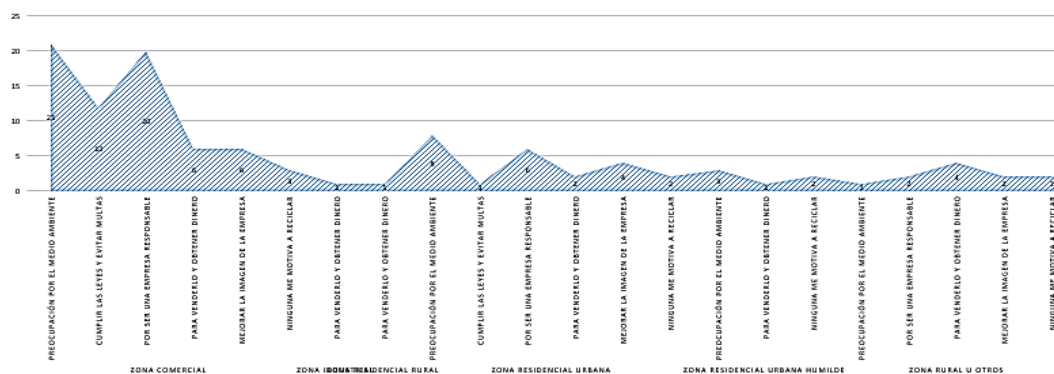
**Gráfico 140** El grado de formalización sector: Comercio al mayoreo de Regalos



#### 3.2.3.4.2 Ubicación geográfica de la unidad económica

Con respecto a la ubicación geográfica donde se encuentran ubicadas las unidades económicas de dicho sector, observamos que las personas que toman la mayor parte de las decisiones en ellas encuentran motivaciones a reciclar porque existe una mayor preocupación por el medio ambiente sin importar la zona geográfica.

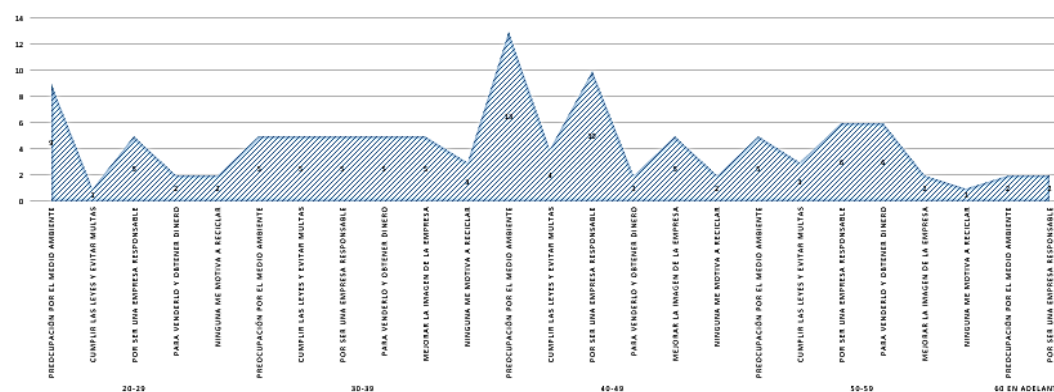
**Gráfico 141** Ubicación geográfica sector: Comercio al mayoreo de Regalos



**3.2.3.4.3 Edad de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

En cuanto a la edad de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que sin importar la edad realizarían las prácticas del reciclaje por la preocupación del medio ambiente.

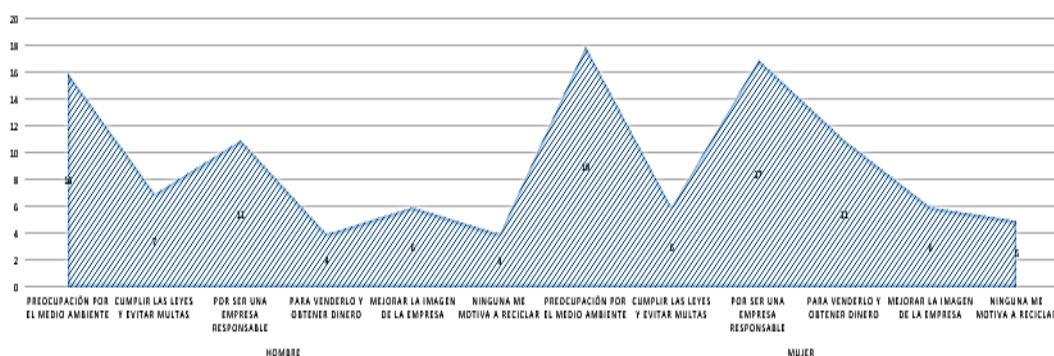
**Gráfico 142** Edad del Director sector: Comercio al mayoreo de Regalos



**3.2.3.4.4 Género de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

En el análisis por género de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que tanto hombres como mujeres realizarían prácticas de la logística inversa debido a una mayor preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 143** Género sector: Comercio al mayoreo de Regalos

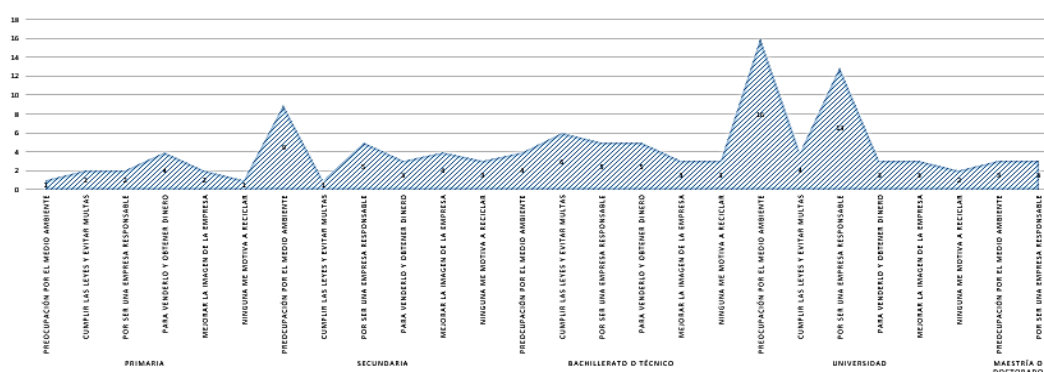




### 3.2.3.4.5 Nivel de estudios de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

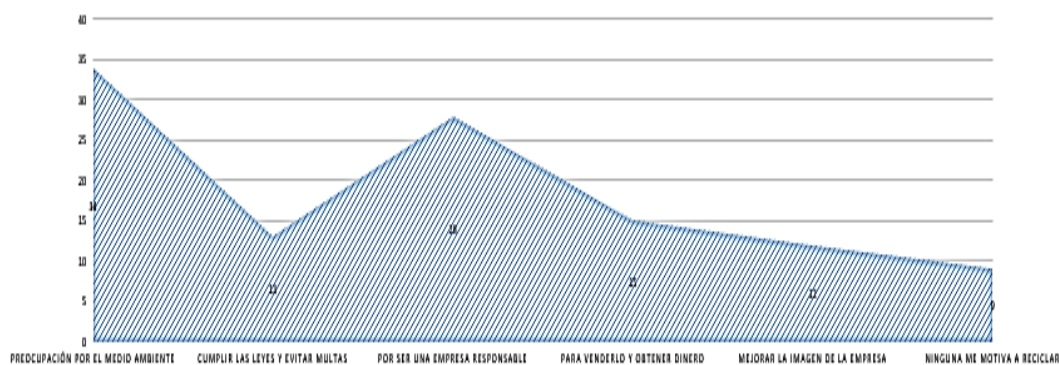
En cuanto al nivel académico de quienes dirigen las unidades económicas observamos que independientemente de los estudios realizados las personas se motivarían a realizar las prácticas de la logística inversa por una mayor preocupación del medio ambiente.

**Gráfico 144** Niveles de estudio sector: Comercio al mayoreo de Regalos



Los resultados que se obtuvieron muestran una descripción del pensamiento de las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las empresas de que los motivaría a realizar acciones de la logística inversa, como es el reciclaje, se observa una clara preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 145** Resultados generales sector: Comercio al mayoreo de Regalos



Dentro del mismo instrumento, aplicamos ítems de la ISO 26000, con los resultados obtenidos desarrollamos una fórmula para medir el grado de responsabilidad social corporativa y en que se focalizan las personas que toman las decisiones de las empresas:

$$CRSC^{29} = 1 - \frac{\sum_1^n (x_i - x_1)}{x_n - x_1} \quad (24)$$

Dando los siguientes resultados para el sector económico.

<sup>29</sup> CRSC Coeficiente de responsabilidad social corporativa

$\sum_1^n$  sumatoria de la variable analizada

$x_1$  mínima

$x_n$  máximo

**Tabla 38** Coeficiente de Responsabilidad Social Corporativa en el Sector: Comercio al mayoreo de Regalos

Variable de la RSC de acuerdo a la ISO 26000 en el Sector Agrícola	CRSC
Dirección general	0.435
Derechos humanos	0.507
Medio ambiente	0.362
Prácticas laborales	0.634
Prácticas de operación justas	0.421
Asuntos con los consumidores	0.332
Involucramiento con la comunidad	0.538

Considerando que los valores van de 0 a 1, y la asimetría es a la derecha; donde 1 significa tener una conciencia elevada y 0 significa tener una conciencia baja sobre las prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa basadas en la ISO 26000, podemos observar que la variable que para este estudio es el medio ambiente se encuentra en 0.362, la cual podemos considerar como baja, concluyendo que para las personas que toman las decisiones en las empresas no lo focalizan como un elemento prioritario.

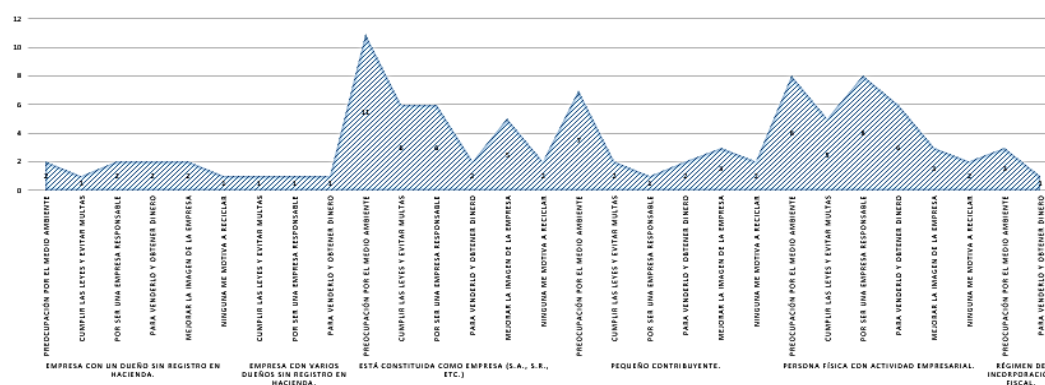
### 3.2.3.5 Comercio al mayoreo de Artículos para otras empresas

Se analizaron 101 unidades económicas, realizando las entrevistas cara a cara con las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las unidades económicas.

#### 3.4.3.5.1 El grado de formalización de la unidad económica

Con respecto al grado de formalización de las unidades económicas que motivarían a las personas que toman la mayor parte de las decisiones a reciclar muestran una mayor conciencia a realizarlo por la preocupación por el medio ambiente.

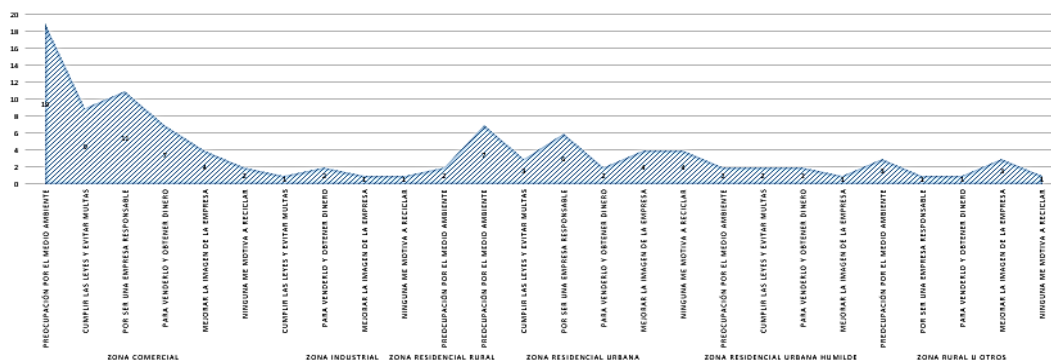
**Gráfico 146** El grado de formalización sector: Comercio al mayoreo de Artículos para otras empresas



#### 3.2.3.5.2 Ubicación geográfica de la unidad económica

Con respecto a la ubicación geográfica donde se encuentran ubicadas las unidades económicas de dicho sector, observamos que las personas que toman la mayor parte de las decisiones en ellas encuentran motivaciones a reciclar porque existe una mayor preocupación por el medio ambiente sin importar la zona geográfica.

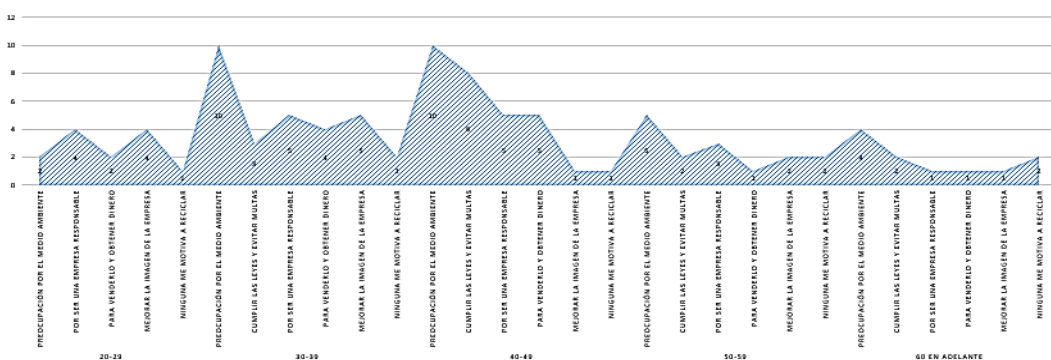
**Gráfico 147** Ubicación geográfica sector: Comercio al mayoreo de Artículos para otras empresas



### 3.2.3.5.3 Edad de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

En cuanto a la edad de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que sin importar la edad realizarían las prácticas del reciclaje por la preocupación del medio ambiente.

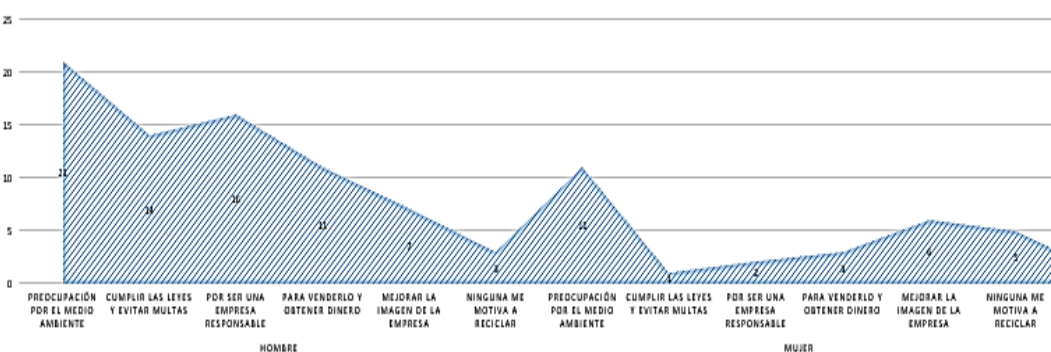
**Gráfico 148** Edad del Director sector: Comercio al mayoreo de Artículos para otras empresas



### 3.2.3.5.4 Género de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

En el análisis por género de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que tanto hombres como mujeres realizarían prácticas de la logística inversa debido a una mayor preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 149** Género sector: Comercio al mayoreo de Artículos para otras empresas

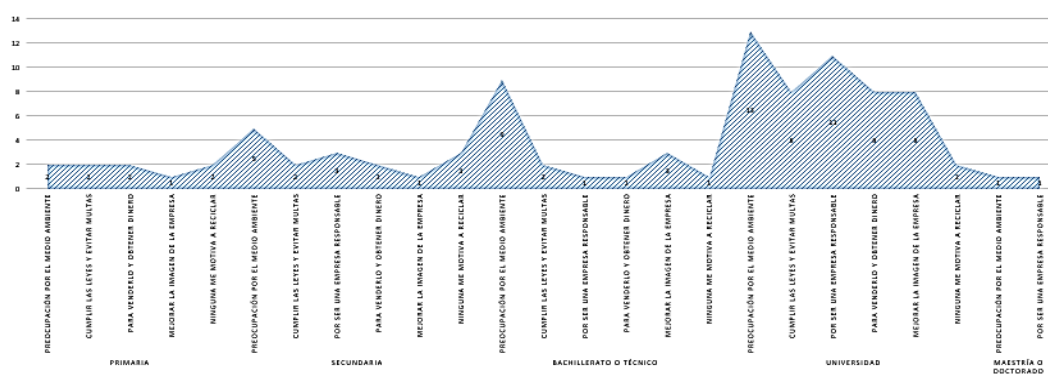




### 3.2.3.5.5 Nivel de estudios de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

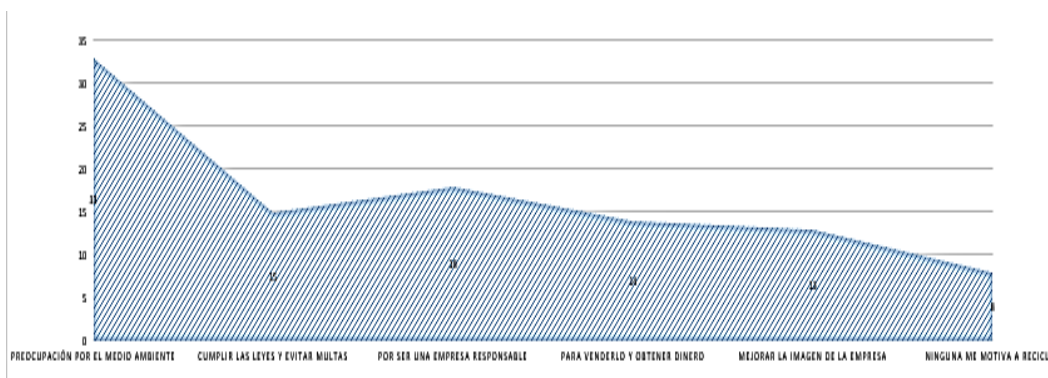
En cuanto al nivel académico de quienes dirigen las unidades económicas observamos que independientemente de los estudios realizados las personas se motivarían a realizar las prácticas de la logística inversa por una mayor preocupación del medio ambiente.

**Gráfico 150** Niveles de estudio sector: Comercio al mayoreo de Artículos para otras empresas



Los resultados que se obtuvieron muestran una descripción del pensamiento de las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las empresas de que los motivaría a realizar acciones de la logística inversa, como es el reciclaje, se observa una clara preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 151** Resultados generales sector: Comercio al mayoreo de Artículos para otras empresas



Dentro del mismo instrumento, aplicamos ítems de la ISO 26000, con los resultados obtenidos desarrollamos una fórmula para medir el grado de responsabilidad social corporativa y en que se focalizan las personas que toman las decisiones de las empresas:

$$CRSC^{30} = 1 - \frac{\sum_1^n (xi-x1)}{xn-x1} \tag{25}$$

<sup>30</sup> CRSC Coeficiente de responsabilidad social corporativa  
 Xi sumatoria de la variable analizada  
 X1 mínima  
 Xn máximo

Dando los siguientes resultados para el sector económico.

**Tabla 39** Coeficiente de Responsabilidad Social Corporativa en el Sector: Comercio al mayoreo de Artículos para otras empresas

Variable de la RSC de acuerdo a la ISO 26000 en el Sector Comercio al mayoreo de Artículos para otras empresas	CRSC
Dirección general	0.376
Derechos humanos	0.378
Medio ambiente	0.412
Prácticas laborales	0.559
Prácticas de operación justas	0.290
Asuntos con los consumidores	0.343
Involucramiento con la comunidad	0.728

Considerando que los valores van de 0 a 1, y la asimetría es a la derecha; donde 1 significa tener una conciencia elevada y 0 significa tener una conciencia baja sobre las prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa basadas en la ISO 26000, podemos observar que la variable que para este estudio es el medio ambiente se encuentra en 0.412, la cual podemos considerar como baja, concluyendo que para las personas que toman las decisiones en las empresas no lo focalizan como un elemento prioritario.

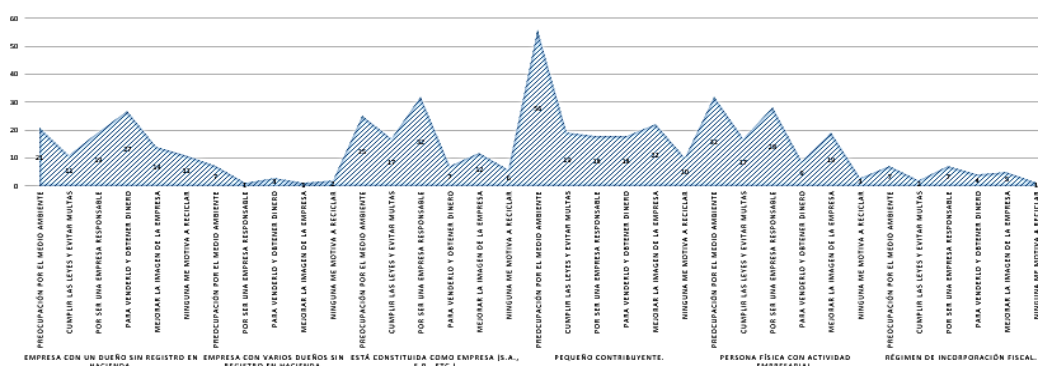
### 3.2.3.6 Comercio al mayoreo de otro comercio al mayoreo

Se analizaron 503 unidades económicas, realizando las entrevistas cara a cara con las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las unidades económicas.

#### 3.2.3.6.1 El grado de formalización de la unidad económica

Con respecto al grado de formalización de las unidades económicas que motivarían a las personas que toman la mayor parte de las decisiones a reciclar muestran una mayor conciencia a realizarlo por la preocupación por el medio ambiente y posteriormente por ser una empresa responsable.

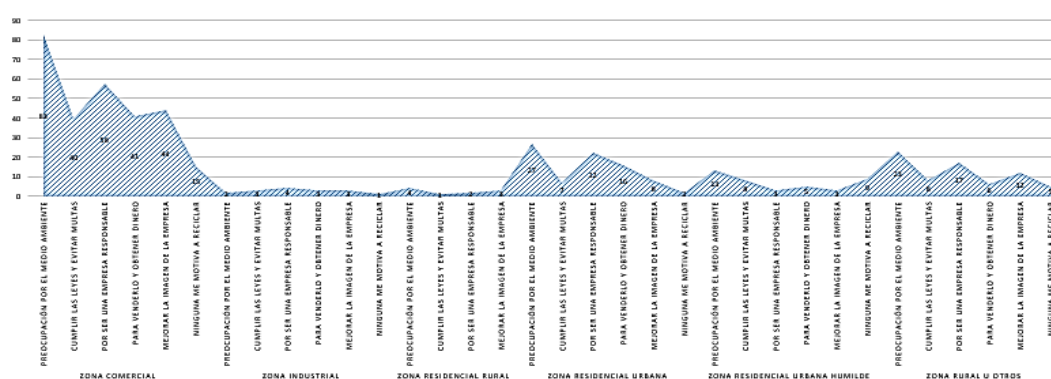
**Gráfico 152** El grado de formalización sector: Comercio al mayoreo de Otro comercio al mayoreo



### 3.2.3.6.2 Ubicación geográfica de la unidad económica

Con respecto a la ubicación geográfica donde se encuentran ubicadas las unidades económicas de dicho sector, observamos que las personas que toman la mayor parte de las decisiones en ellas encuentran motivaciones a reciclar porque existe una mayor preocupación por el medio ambiente sin importar la zona geográfica.

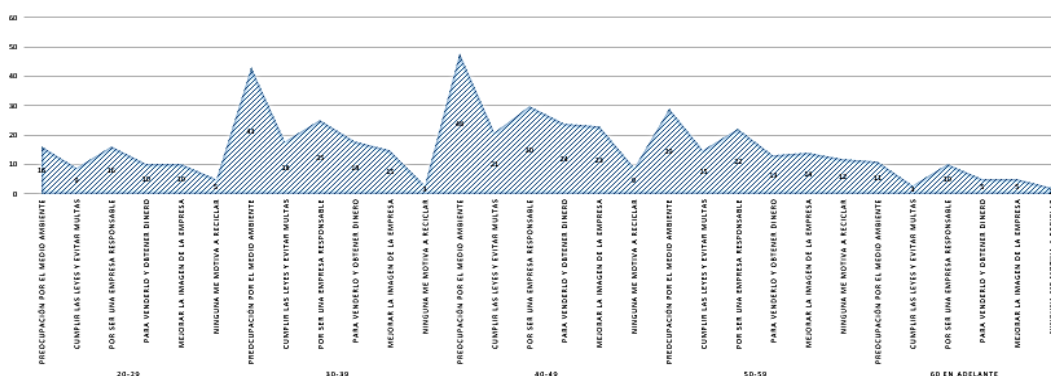
**Gráfico 153** Ubicación geográfica sector: Comercio al mayoreo de Otro comercio al mayoreo



### 3.2.3.6.3 Edad de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

En cuanto a la edad de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que sin importar la edad realizarían las prácticas del reciclaje por la preocupación del medio ambiente.

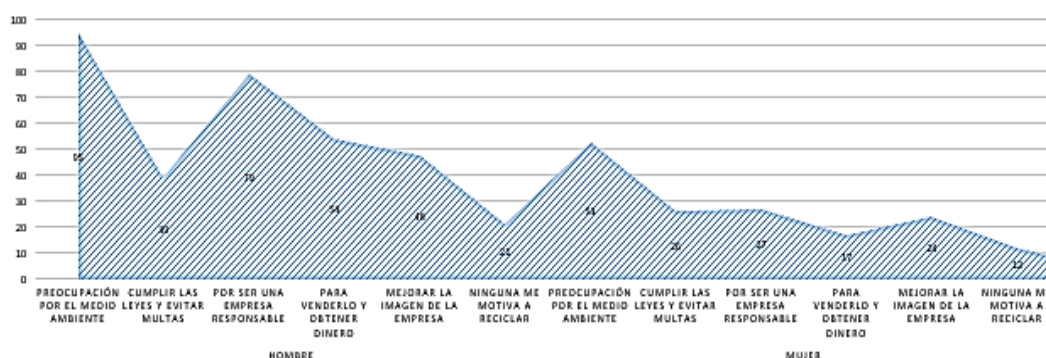
**Gráfico 154** Edad del Director sector: Comercio al mayoreo de Otro comercio al mayoreo



### 3.2.3.6.4 Género de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

En el análisis por género de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que tanto hombres como mujeres realizarían prácticas de la logística inversa debido a una mayor preocupación por el medio ambiente.

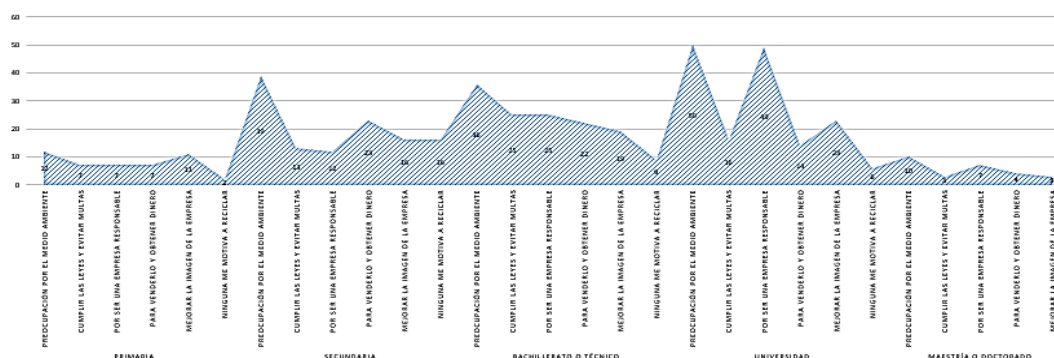
**Gráfico 155** Género sector: Comercio al mayoreo de Otro comercio al mayoreo



### 3.2.3.6.5 Nivel de estudios de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

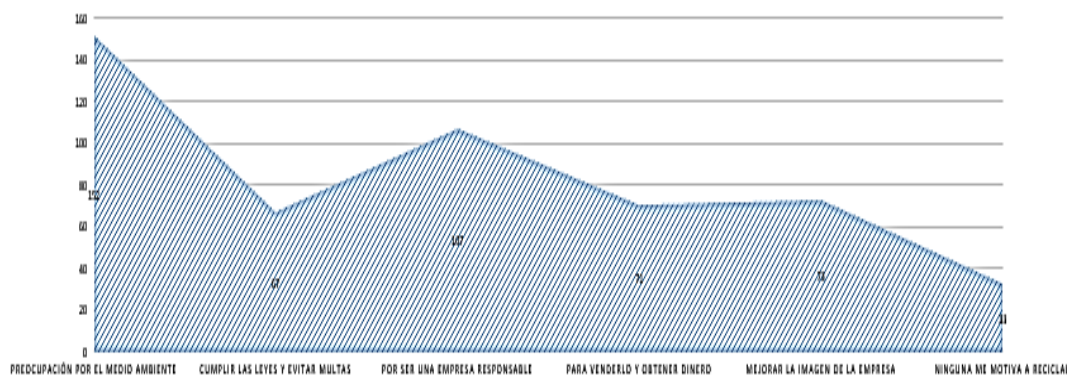
En cuanto al nivel académico de quienes dirigen las unidades económicas observamos que independientemente de los estudios realizados las personas se motivarían a realizar las prácticas de la logística inversa por una mayor preocupación del medio ambiente.

**Gráfico 156** Niveles de estudio: Comercio al mayoreo de Otro comercio al mayoreo



Los resultados que se obtuvieron muestran una descripción del pensamiento de las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las empresas de que los motivaría a realizar acciones de la logística inversa, como es el reciclaje, se observa una clara preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 157** Resultados generales sector: Comercio al mayoreo de Otro comercio al mayoreo



Dentro del mismo instrumento, aplicamos ítems de la ISO 26000, con los resultados obtenidos desarrollamos una fórmula para medir el grado de responsabilidad social corporativa y en que se focalizan las personas que toman las decisiones de las empresas:

$$CRSC^{31} = 1 - \frac{\sum_1^n (x_i - x_1)}{x_n - x_1} \quad (26)$$

Dando los siguientes resultados para el sector económico.

**Tabla 40** Coeficiente de Responsabilidad Social Corporativa en el Sector: Comercio al mayoreo de Otro comercio al mayoreo

Variable de la RSC de acuerdo a la ISO 26000 en el Sector Comercio al mayoreo de Otro comercio al mayoreo	CRSC
Dirección general	0.412
Derechos humanos	0.415
Medio ambiente	0.417
Prácticas laborales	0.525
Prácticas de operación justas	0.272
Asuntos con los consumidores	0.371
Involucramiento con la comunidad	0.725

Considerando que los valores van de 0 a 1, y la asimetría es a la derecha; donde 1 significa tener una conciencia elevada y 0 significa tener una conciencia baja sobre las prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa basadas en la ISO 26000, podemos observar que la variable que para este estudio es el medio ambiente se encuentra en 0.417, la cual podemos considerar como baja, concluyendo que para las personas que toman las decisiones en las empresas no lo focalizan como un elemento prioritario.

### 3.2.4 Servicios

#### 3.2.4.1 Transportes, correos y almacenaje

Se analizaron 216 unidades económicas, realizando las entrevistas cara a cara con las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las unidades económicas.

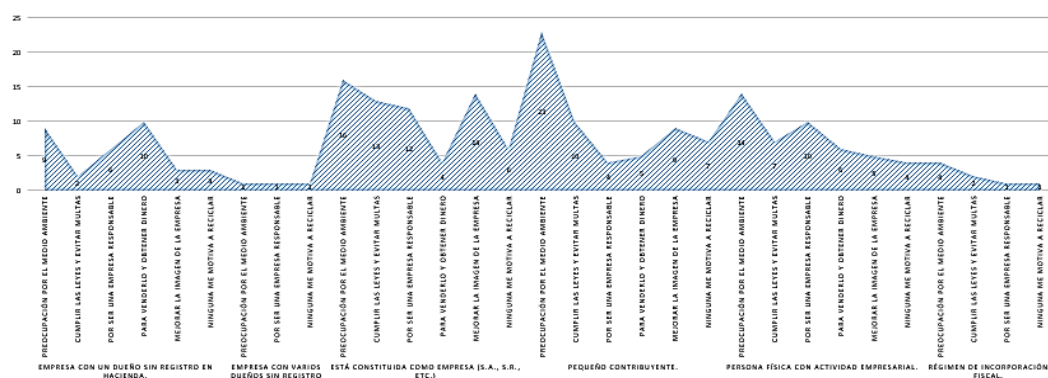
##### 3.2.4.1.1 El grado de formalización de la unidad económica

Con respecto al grado de formalización de las unidades económicas que motivarían a las personas que toman la mayor parte de las decisiones a reciclar muestran una mayor conciencia a realizarlo por la preocupación por el medio ambiente.

---

<sup>31</sup> CRSC Coeficiente de responsabilidad social corporativa  
Xi sumatoria de la variable analizada  
X1 mínima  
Xn máximo

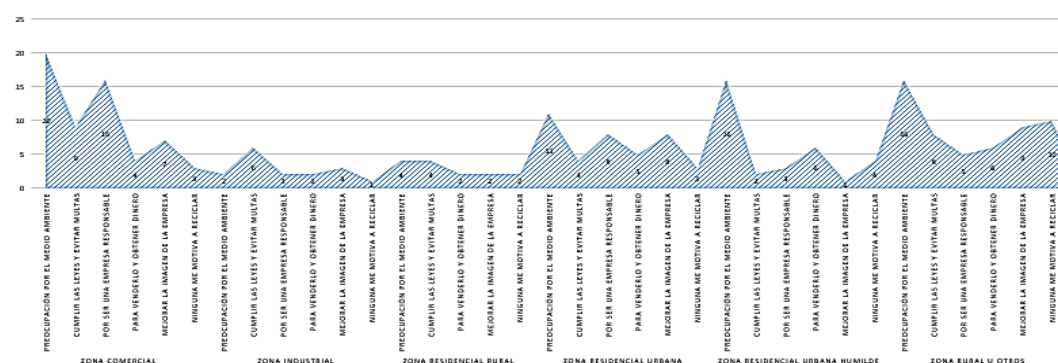
**Gráfico 158** El grado de formalización sector: Transportes, correos y almacenaje



### 3.2.4.1.2 Ubicación geográfica de la unidad económica

Con respecto a la ubicación geográfica donde se encuentran ubicadas las unidades económicas de dicho sector, observamos que las personas que toman la mayor parte de las decisiones en ellas encuentran motivaciones a reciclar porque existe una mayor preocupación por el medio ambiente sin importar la zona geográfica.

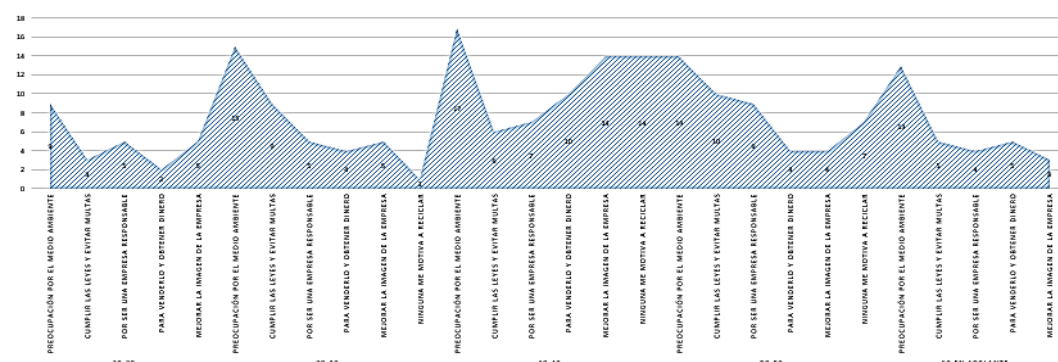
**Gráfico 159** Ubicación geográfica sector: Transportes, correos y almacenaje



### 3.2.4.1.3 Edad de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

En cuanto a la edad de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que sin importar la edad realizarían las prácticas del reciclaje por la preocupación del medio ambiente.

**Gráfico 160** Edad del Director sector: Transportes, correos y almacenaje

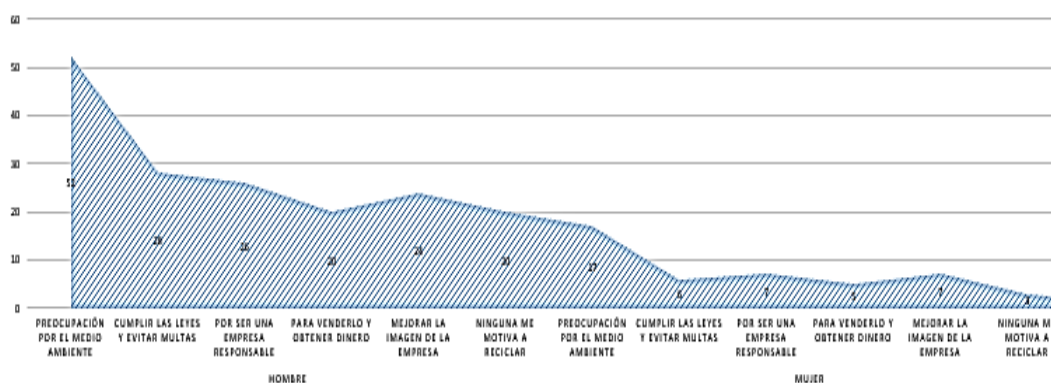




### 3.2.4.1.4 Género de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

En el análisis por género de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que tanto hombres como mujeres realizarían prácticas de la logística inversa debido a una mayor preocupación por el medio ambiente.

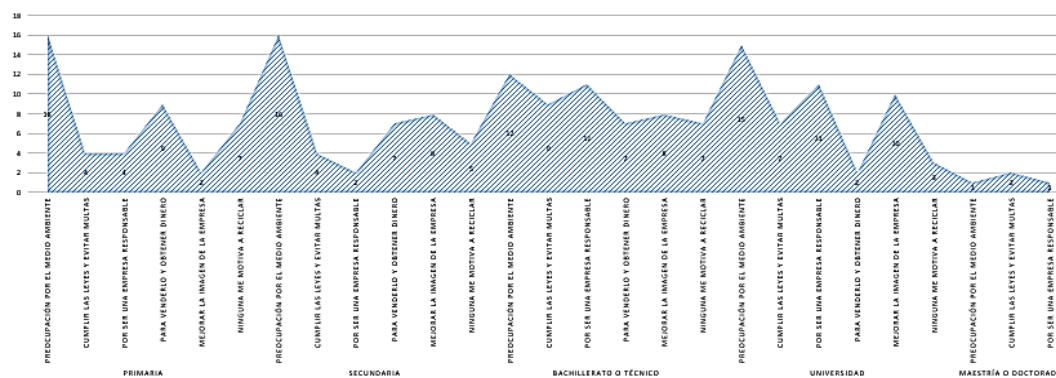
**Gráfico 161** Género sector: Transportes, correos y almacenaje



### 3.2.4.1.5 Nivel de estudios de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

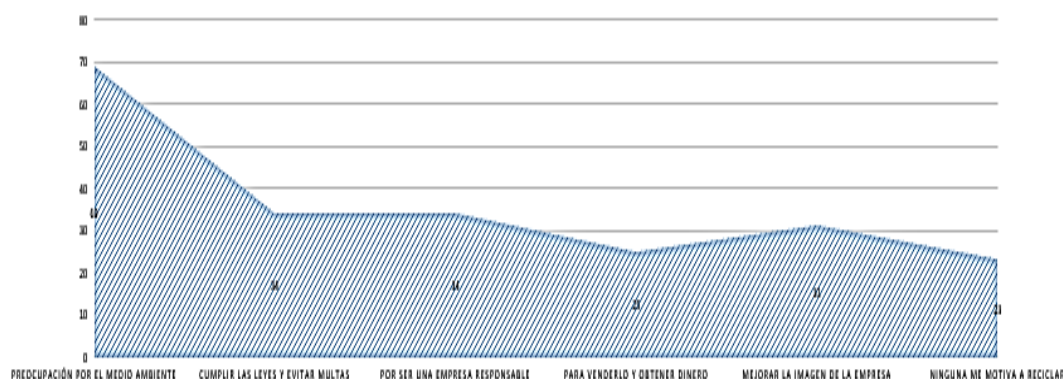
En cuanto al nivel académico de quienes dirigen las unidades económicas observamos que independientemente de los estudios realizados las personas se motivarían a realizar las prácticas de la logística inversa por una mayor preocupación del medio ambiente.

**Gráfico 162** Niveles de estudio sector: Transportes, correos y almacenaje



Los resultados que se obtuvieron muestran una descripción del pensamiento de las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las empresas de que los motivaría a realizar acciones de la logística inversa, como es el reciclaje, se observa una clara preocupación por el medio ambiente.



**Gráfico 163** Resultados generales sector: Transportes, correos y almacenaje

Dentro del mismo instrumento, aplicamos ítems de la ISO 26000, con los resultados obtenidos desarrollamos una fórmula para medir el grado de responsabilidad social corporativa y en que se focalizan las personas que toman las decisiones de las empresas:

$$CRSC^{32} = 1 - \frac{\sum_1^n (x_i - x_1)}{x_n - x_1} \quad (27)$$

Dando los siguientes resultados para el sector económico.

**Tabla 41** Coeficiente de Responsabilidad Social Corporativa en el Sector: Transportes, correos y almacenaje

Variable de la RSC de acuerdo a la ISO 26000 en el Sector Transportes, correos y almacenaje	CRSC
Dirección general	0.413
Derechos humanos	0.424
Medio ambiente	0.418
Prácticas laborales	0.538
Prácticas de operación justas	0.286
Asuntos con los consumidores	0.394
Involucramiento con la comunidad	0.742

Considerando que los valores van de 0 a 1, y la asimetría es a la derecha; donde 1 significa tener una conciencia elevada y 0 significa tener una conciencia baja sobre las prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa basadas en la ISO 26000, podemos observar que la variable que para este estudio es el medio ambiente se encuentra en 0.418, la cual podemos considerar como baja, concluyendo que para las personas que toman las decisiones en las empresas no lo focalizan como un elemento prioritario.

### 3.2.4.2 Servicios financieros y de seguros

Se analizaron 65 unidades económicas, realizando las entrevistas cara a cara con las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las unidades económicas.

<sup>32</sup> CRSC Coeficiente de responsabilidad social corporativa

$\sum$  sumatoria de la variable analizada

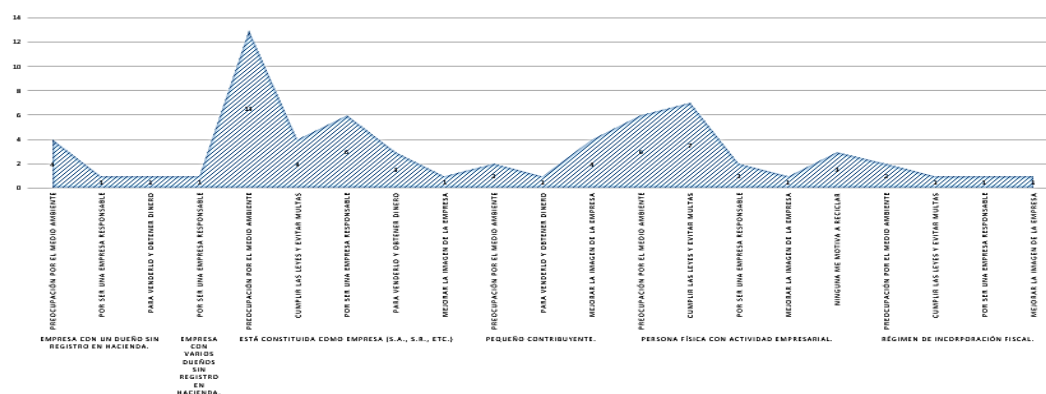
$X_1$  mínima

$X_n$  máximo

### 3.2.4.2.1 El grado de formalización de la unidad económica

Con respecto al grado de formalización de las unidades económicas que motivarían a las personas que toman la mayor parte de las decisiones a reciclar muestran una mayor conciencia a realizarlo por la preocupación por el medio ambiente y en segundo plano cumplir con las leyes y evitar multas.

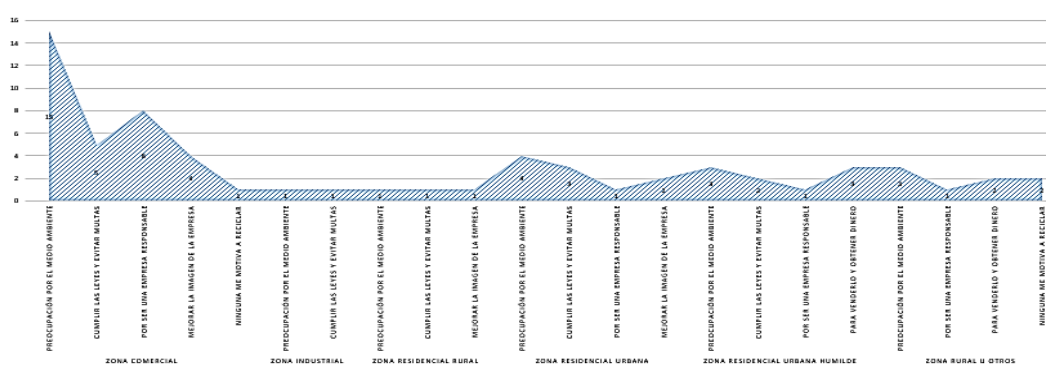
**Gráfico 164** El grado de formalización sector: Servicios financieros y de seguros



### 3.2.4.2.2 Ubicación geográfica de la unidad económica

Con respecto a la ubicación geográfica donde se encuentran ubicadas las unidades económicas de dicho sector, observamos que las personas que toman la mayor parte de las decisiones en ellas encuentran motivaciones a reciclar porque existe una mayor preocupación por el medio ambiente sin importar la zona geográfica.

**Gráfico 165** Ubicación geográfica sector: Servicios financieros y de seguros



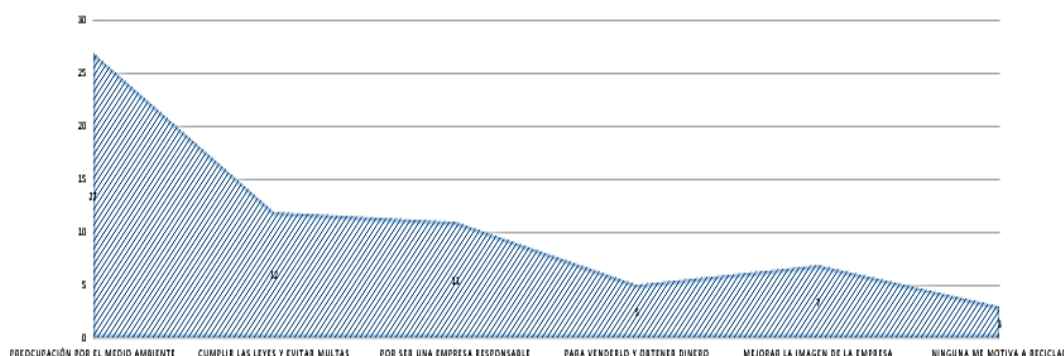
### 3.2.4.2.3 Edad de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

En cuanto a la edad de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que sin importar la edad realizarían las prácticas del reciclaje por la preocupación del medio ambiente.



Los resultados que se obtuvieron muestran una descripción del pensamiento de las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las empresas de que los motivaría a realizar acciones de la logística inversa, como es el reciclaje, se observa una clara preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 169** Resultados generales sector: Servicios financieros y de seguros



Dentro del mismo instrumento, aplicamos ítems de la ISO 26000, con los resultados obtenidos desarrollamos una fórmula para medir el grado de responsabilidad social corporativa y en que se focalizan las personas que toman las decisiones de las empresas:

$$CRSC^{33} = 1 - \frac{\sum_1^n (x_i - x_1)}{x_n - x_1} \quad (28)$$

Dando los siguientes resultados para el sector económico.

**Tabla 42** Coeficiente de Responsabilidad Social Corporativa en el Sector: Servicios financieros y de seguros

Variable de la RSC de acuerdo a la ISO 26000 en el Sector Servicios financieros y de seguros	CRSC
Dirección general	0.385
Derechos humanos	0.384
Medio ambiente	0.274
Prácticas laborales	0.522
Prácticas de operación justas	0.296
Asuntos con los consumidores	0.360
Involucramiento con la comunidad	0.847

Considerando que los valores van de 0 a 1, y la asimetría es a la derecha; donde 1 significa tener una conciencia elevada y 0 significa tener una conciencia baja sobre las prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa basadas en la ISO 26000, podemos observar que la variable que para este estudio es el medio ambiente se encuentra en 0.274, la cual podemos considerar como baja, concluyendo que para las personas que toman las decisiones en las empresas no lo focalizan como un elemento prioritario.

<sup>33</sup> CRSC Coeficiente de responsabilidad social corporativa

$\sum_1^n$  sumatoria de la variable analizada

$X_1$  mínima

$X_n$  máxima

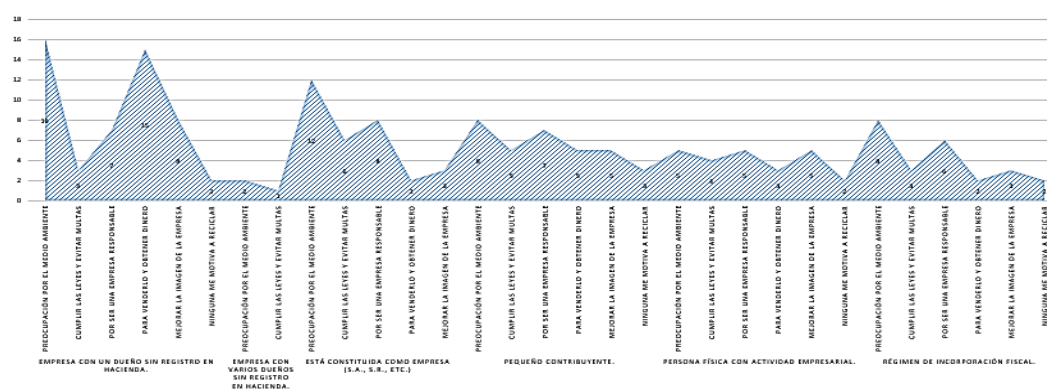
### 3.2.4.3 Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles

Se analizaron 169 unidades económicas, realizando las entrevistas cara a cara con las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las unidades económicas.

#### 3.2.4.3.1 El grado de formalización de la unidad económica

Con respecto al grado de formalización de las unidades económicas que motivarían a las personas que toman la mayor parte de las decisiones a reciclar muestran una mayor conciencia a realizarlo por la preocupación por el medio ambiente y en segundo plano ser una empresa responsable.

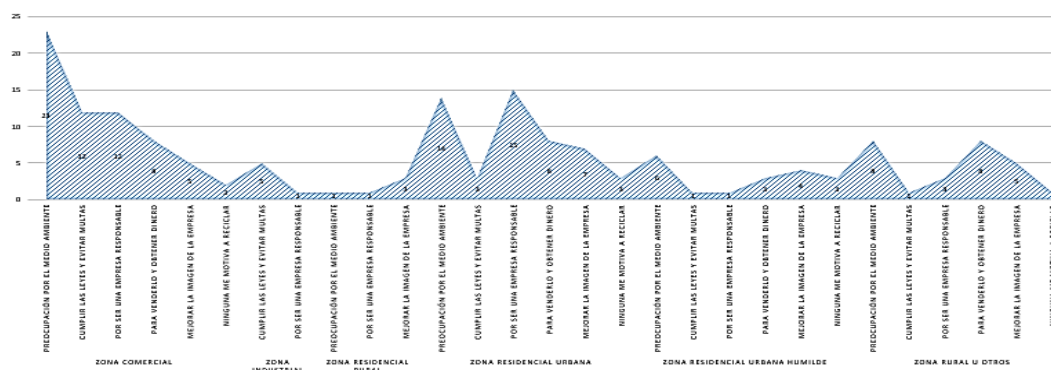
**Gráfico 170** El grado de formalización sector: Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles



#### 3.2.4.3.2 Ubicación geográfica de la unidad económica

Con respecto a la ubicación geográfica donde se encuentran ubicadas las unidades económicas de dicho sector, observamos que las personas que toman la mayor parte de las decisiones en ellas encuentran motivaciones a reciclar porque existe una mayor preocupación por el medio ambiente sin importar la zona geográfica.

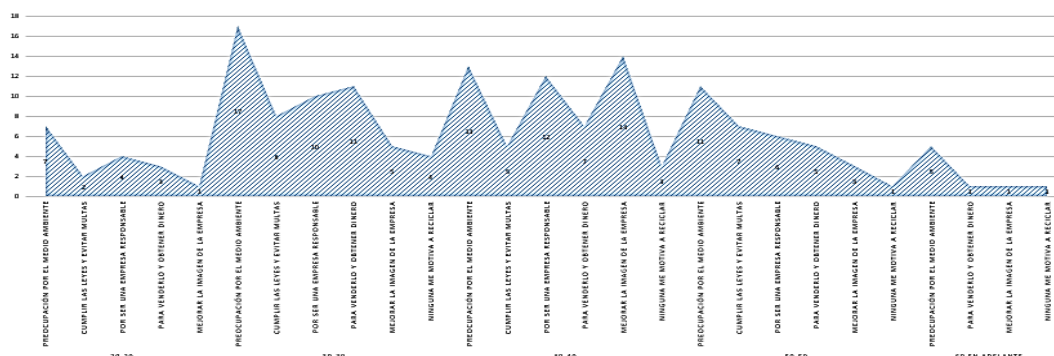
**Gráfico 171** Ubicación geográfica sector: Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles



### 3.2.4.3.3 Edad de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

En cuanto a la edad de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que sin importar la edad realizarían las prácticas del reciclaje por la preocupación del medio ambiente.

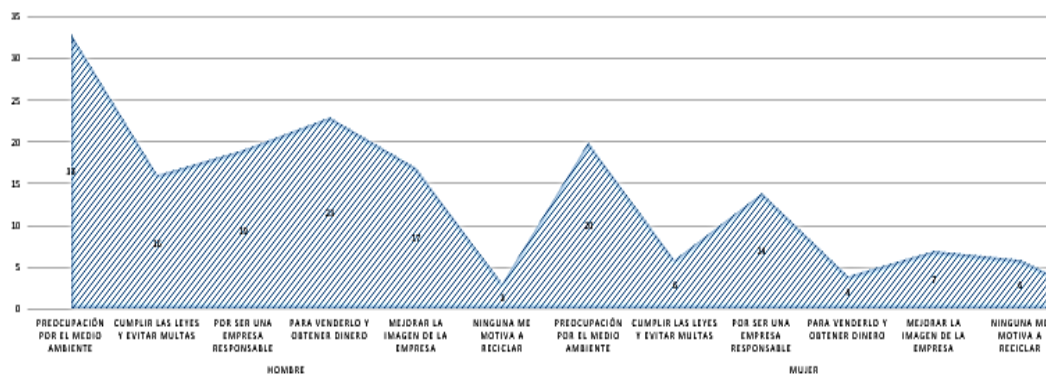
**Gráfico 172** Edad del Director sector: Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles



### 3.2.4.3.4 Género de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

En el análisis por género de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que tanto hombres como mujeres realizarían prácticas de la logística inversa debido a una mayor preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 173** Género sector: Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles

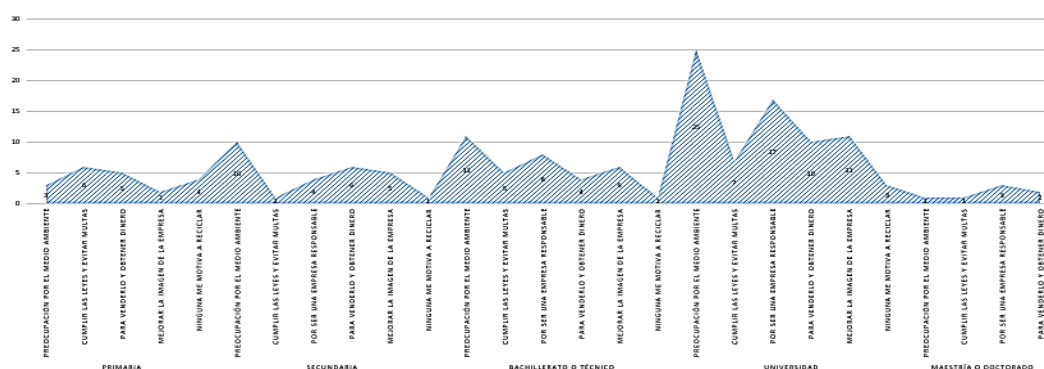


### 3.2.4.3.5 Nivel de estudios de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

En cuanto al nivel académico de quienes dirigen las unidades económicas observamos que independientemente de los estudios realizados las personas se motivarían a realizar las prácticas de la logística inversa por una mayor preocupación del medio ambiente.

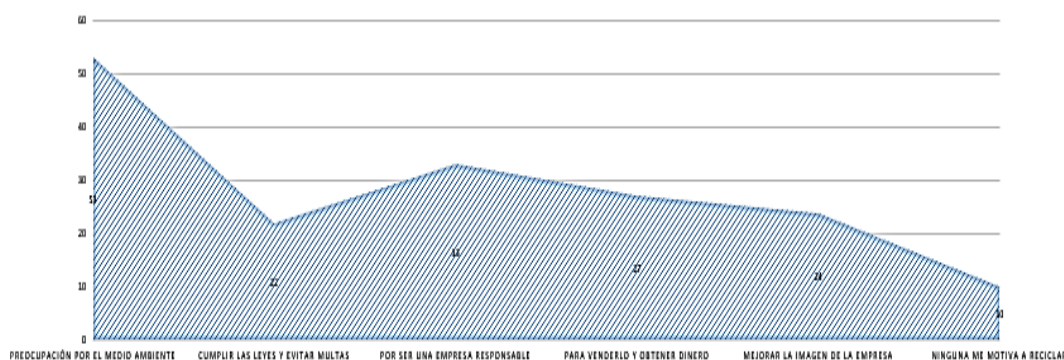


**Gráfico 174** Niveles de estudio sector: Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles



Los resultados que se obtuvieron muestran una descripción del pensamiento de las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las empresas de que los motivaría a realizar acciones de la logística inversa, como es el reciclaje, se observa una clara preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 175** Resultados generales sector: Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles



Dentro del mismo instrumento, aplicamos ítems de la ISO 26000, con los resultados obtenidos desarrollamos una fórmula para medir el grado de responsabilidad social corporativa y en que se focalizan las personas que toman las decisiones de las empresas:

$$CRSC^{34} = 1 - \frac{\sum_1^n (x_i - x_1)}{x_n - x_1} \quad (29)$$

Dando los siguientes resultados para el sector económico.

<sup>34</sup> CRSC Coeficiente de responsabilidad social corporativa

$X_i$  sumatoria de la variable analizada

$X_1$  mínima

$X_n$  máximo



**Tabla 43** Coeficiente de Responsabilidad Social Corporativa en el Sector: Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles

Variable de la RSC de acuerdo a la ISO 26000 en el Sector Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles	CRSC
Dirección general	0.416
Derechos humanos	0.426
Medio ambiente	0.460
Prácticas laborales	0.540
Prácticas de operación justas	0.250
Asuntos con los consumidores	0.351
Involucramiento con la comunidad	0.757

Considerando que los valores van de 0 a 1, y la asimetría es a la derecha; donde 1 significa tener una conciencia elevada y 0 significa tener una conciencia baja sobre las prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa basadas en la ISO 26000, podemos observar que la variable que para este estudio es el medio ambiente se encuentra en 0.460, la cual podemos considerar como baja, concluyendo que para las personas que toman las decisiones en las empresas no lo focalizan como un elemento prioritario.

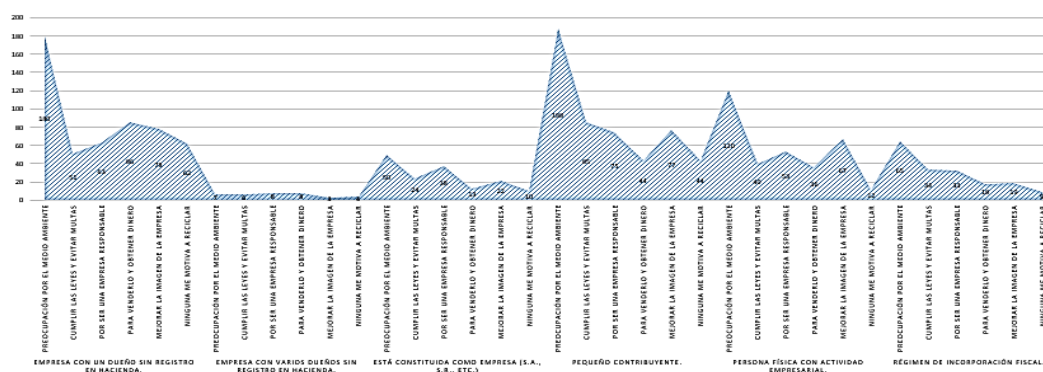
### 3.2.4.4 Servicios profesionales y técnicos (Salón de belleza, reparación de vehículos, despachos de abogados o contadores)

Se analizaron 1758 unidades económicas, realizando las entrevistas cara a cara con las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las unidades económicas.

#### 3.2.4.4.1 El grado de formalización de la unidad económica

Con respecto al grado de formalización de las unidades económicas que motivarían a las personas que toman la mayor parte de las decisiones a reciclar muestran una mayor conciencia a realizarlo por la preocupación por el medio ambiente.

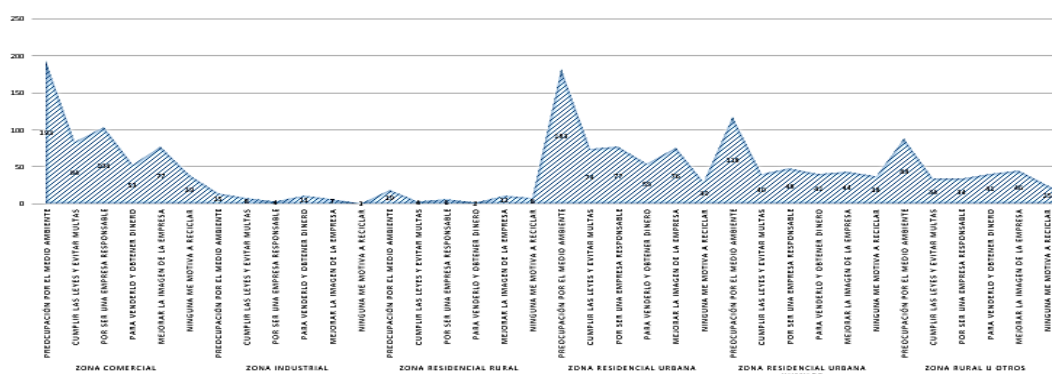
**Gráfico 176** El grado de formalización sector: Servicios profesionales y técnicos



#### 3.2.4.4.2 Ubicación geográfica de la unidad económica

Con respecto a la ubicación geográfica donde se encuentran ubicadas las unidades económicas de dicho sector, observamos que las personas que toman la mayor parte de las decisiones en ellas encuentran motivaciones a reciclar porque existe una mayor preocupación por el medio ambiente sin importar la zona geográfica.

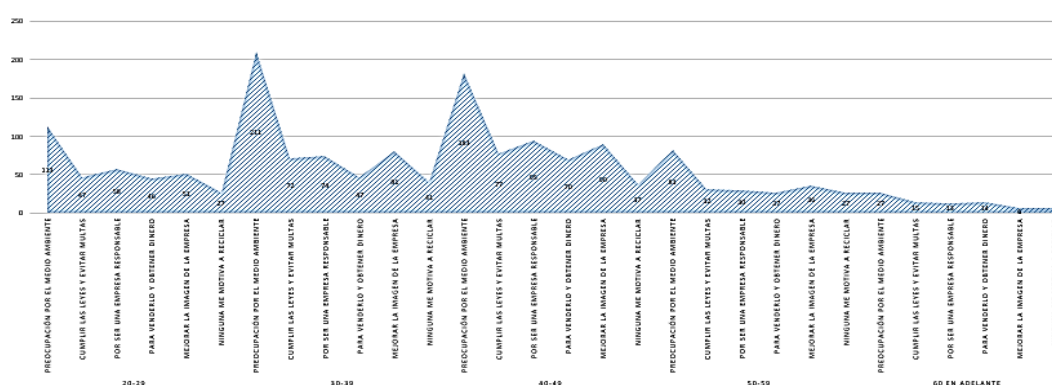
**Gráfico 177** Ubicación geográfica sector: Servicios profesionales y técnicos



**3.2.4.4.3 Edad de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

En cuanto a la edad de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que sin importar la edad realizarían las prácticas del reciclaje por la preocupación del medio ambiente.

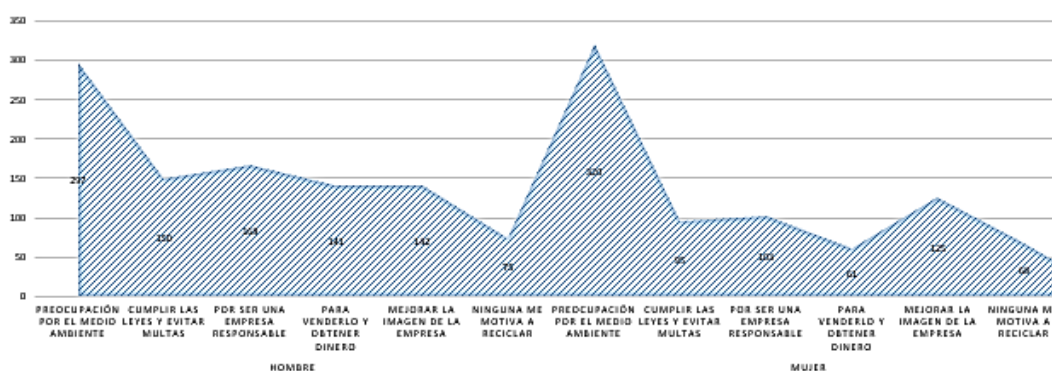
**Gráfico 178** Edad del Director sector: Servicios profesionales y técnicos



**3.2.4.4.4 Género de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

En el análisis por género de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que tanto hombres como mujeres realizarían prácticas de la logística inversa debido a una mayor preocupación por el medio ambiente.

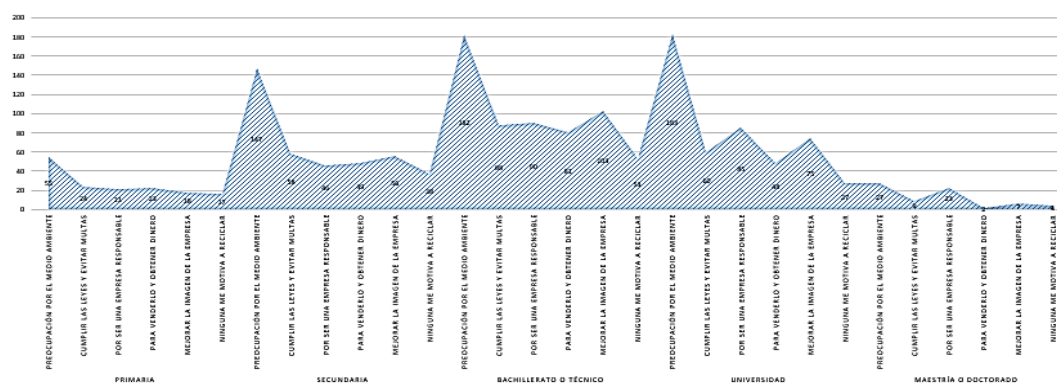
**Gráfico 179** Género sector: Servicios profesionales y técnicos



### 3.2.4.4.5 Nivel de estudios de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

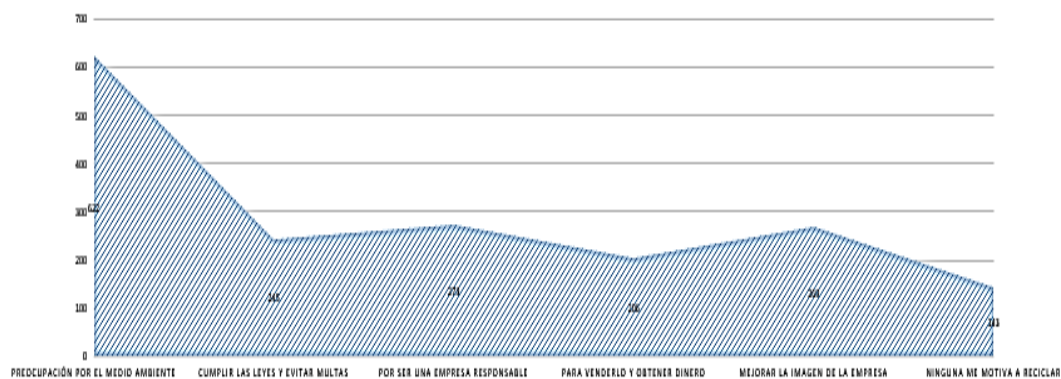
En cuanto al nivel académico de quienes dirigen las unidades económicas observamos que independientemente de los estudios realizados las personas se motivarían a realizar las prácticas de la logística inversa por una mayor preocupación del medio ambiente.

**Gráfico 180** Niveles de estudio sector: Servicios profesionales y técnicos



Los resultados que se obtuvieron muestran una descripción del pensamiento de las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las empresas de que los motivaría a realizar acciones de la logística inversa, como es el reciclaje, se observa una clara preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 181** Resultados generales sector: Servicios profesionales y técnicos



Dentro del mismo instrumento, aplicamos ítems de la ISO 26000, con los resultados obtenidos desarrollamos una fórmula para medir el grado de responsabilidad social corporativa y en que se focalizan las personas que toman las decisiones de las empresas:

$$CRSC^{35} = 1 - \frac{\sum_1^n (x_i - x_1)}{x_n - x_1} \quad (30)$$

Dando los siguientes resultados para el sector económico.

<sup>35</sup> CRSC Coeficiente de responsabilidad social corporativa

$X_i$  sumatoria de la variable analizada

$X_1$  mínima

$X_n$  máxima

**Tabla 44** Coeficiente de Responsabilidad Social Corporativa en el Sector: Servicios profesionales y técnicos

Variable de la RSC de acuerdo a la ISO 26000 en el Sector Servicios profesionales y técnicos	CRSC
Dirección general	0.467
Derechos humanos	0.405
Medio ambiente	0.490
Prácticas laborales	0.568
Prácticas de operación justas	0.286
Asuntos con los consumidores	0.389
Involucramiento con la comunidad	0.763

Considerando que los valores van de 0 a 1, y la asimetría es a la derecha; donde 1 significa tener una conciencia elevada y 0 significa tener una conciencia baja sobre las prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa basadas en la ISO 26000, podemos observar que la variable que para este estudio es el medio ambiente se encuentra en 0.490, la cual podemos considerar como baja, concluyendo que para las personas que toman las decisiones en las empresas no lo focalizan como un elemento prioritario.

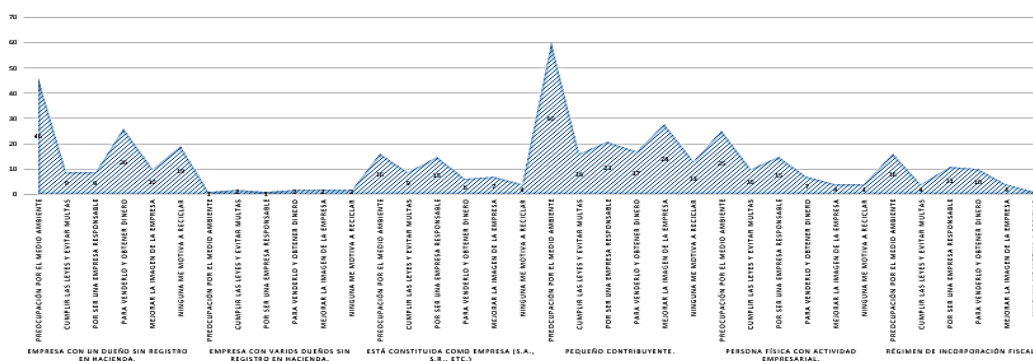
### 3.2.4.5 Manejo de desechos

Se analizaron 216 unidades económicas, realizando las entrevistas cara a cara con las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las unidades económicas.

#### 3.2.4.5.1 El grado de formalización de la unidad económica

Con respecto al grado de formalización de las unidades económicas que motivarían a las personas que toman la mayor parte de las decisiones a reciclar muestran una mayor conciencia a realizarlo por la preocupación por el medio ambiente.

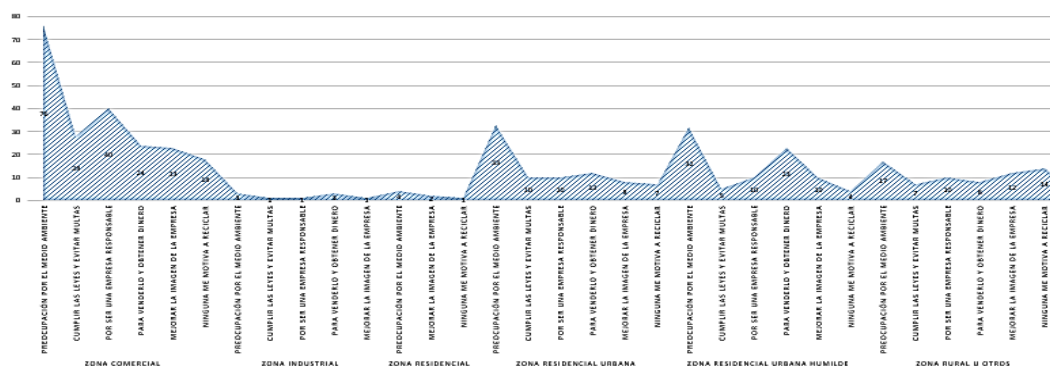
**Gráfico 182** El grado de formalización sector: Manejo de desechos



#### 3.2.4.5.2 Ubicación geográfica de la unidad económica

Con respecto a la ubicación geográfica donde se encuentran ubicadas las unidades económicas de dicho sector, observamos que las personas que toman la mayor parte de las decisiones en ellas encuentran motivaciones a reciclar porque existe una mayor preocupación por el medio ambiente sin importar la zona geográfica.

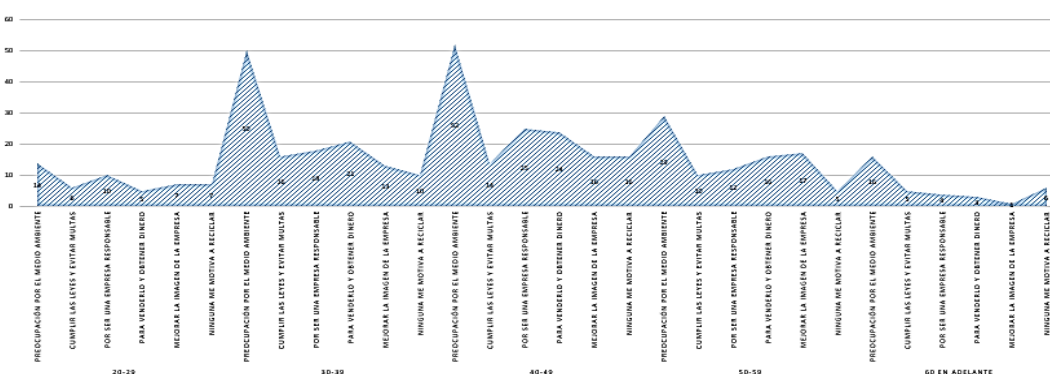
**Gráfico 183** Ubicación geográfica sector: Manejo de desechos



**3.2.4.5.3 Edad de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

En cuanto a la edad de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que sin importar la edad realizarían las prácticas del reciclaje por la preocupación del medio ambiente.

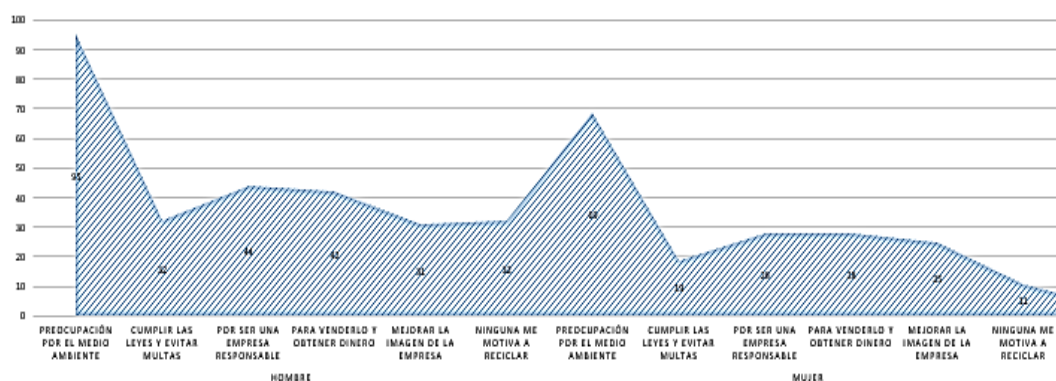
**Gráfico 184** Edad del Director sector: Manejo de desechos



**3.2.4.5.4 Género de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

En el análisis por género de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que tanto hombres como mujeres realizarían prácticas de la logística inversa debido a una mayor preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 185** Género sector: Manejo de desechos

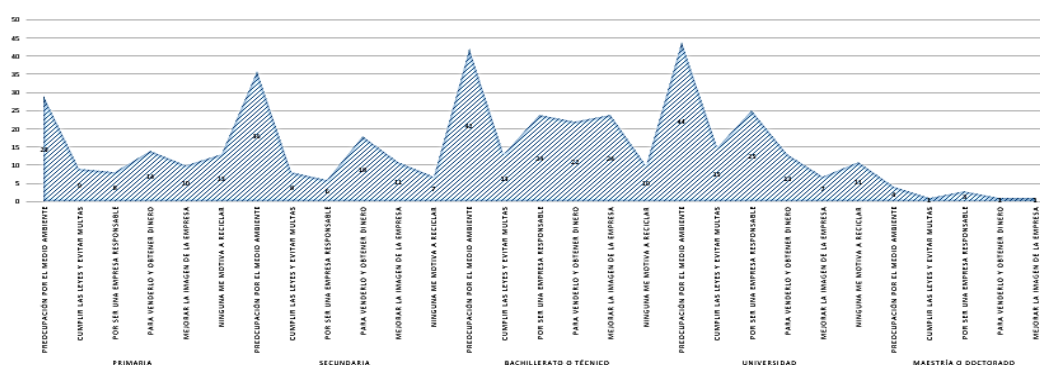




### 3.2.4.5.5 Nivel de estudios de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

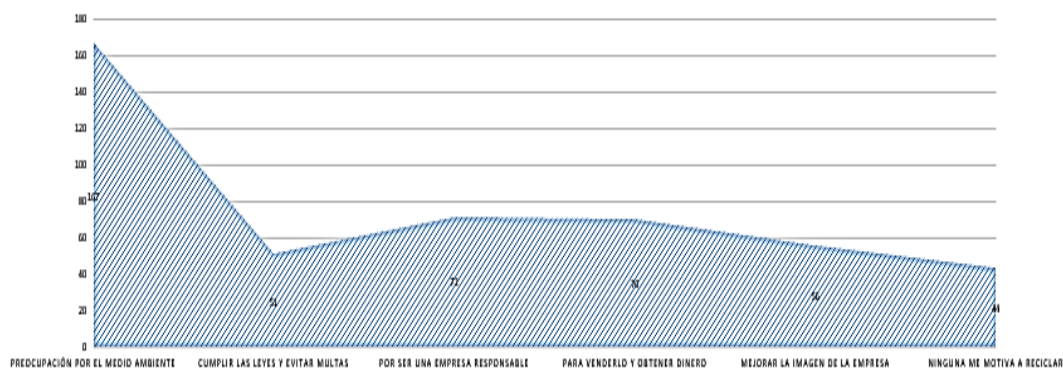
En cuanto al nivel académico de quienes dirigen las unidades económicas observamos que independientemente de los estudios realizados las personas se motivarían a realizar las prácticas de la logística inversa por una mayor preocupación del medio ambiente.

**Gráfico 186** Niveles de estudio sector: Manejo de desechos



Los resultados que se obtuvieron muestran una descripción del pensamiento de las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las empresas de que los motivaría a realizar acciones de la logística inversa, como es el reciclaje, se observa una clara preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 187** Resultados generales sector: Manejo de desechos



Dentro del mismo instrumento, aplicamos ítems de la ISO 26000, con los resultados obtenidos desarrollamos una fórmula para medir el grado de responsabilidad social corporativa y en que se focalizan las personas que toman las decisiones de las empresas:

$$CRSC^{36} = 1 - \frac{\sum_1^n (x_i - x_1)}{x_n - x_1} \quad (31)$$

Dando los siguientes resultados para el sector económico.

<sup>36</sup> CRSC Coeficiente de responsabilidad social corporativa

$\sum_1^n$  sumatoria de la variable analizada

$X_1$  mínima

$X_n$  máximo

**Tabla 45** Coeficiente de Responsabilidad Social Corporativa en el Sector: Manejo de desechos

Variable de la RSC de acuerdo a la ISO 26000 en el Sector Agrícola	CRSC
Dirección general	0.413
Derechos humanos	0.424
Medio ambiente	0.418
Prácticas laborales	0.538
Prácticas de operación justas	0.286
Asuntos con los consumidores	0.394
Involucramiento con la comunidad	0.742

Considerando que los valores van de 0 a 1, y la asimetría es a la derecha; donde 1 significa tener una conciencia elevada y 0 significa tener una conciencia baja sobre las prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa basadas en la ISO 26000, podemos observar que la variable que para este estudio es el medio ambiente se encuentra en 0.418, la cual podemos considerar como baja, concluyendo que para las personas que toman las decisiones en las empresas no lo focalizan como un elemento prioritario.

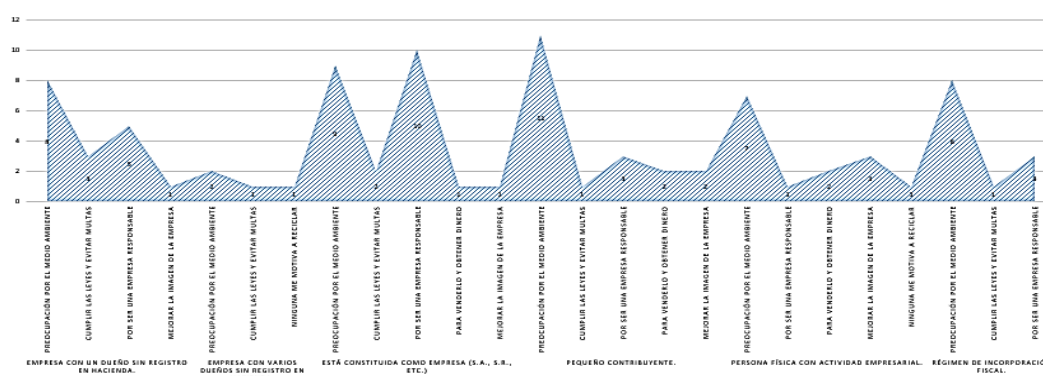
### 3.2.4.6 Servicios educativos y capacitación

Se analizaron 93 unidades económicas, realizando las entrevistas cara a cara con las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las unidades económicas.

#### 3.4.4.6.1 El grado de formalización de la unidad económica

Con respecto al grado de formalización de las unidades económicas que motivarían a las personas que toman la mayor parte de las decisiones a reciclar muestran una mayor conciencia a realizarlo por la preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 188** El grado de formalización sector: Servicios educativos y capacitación

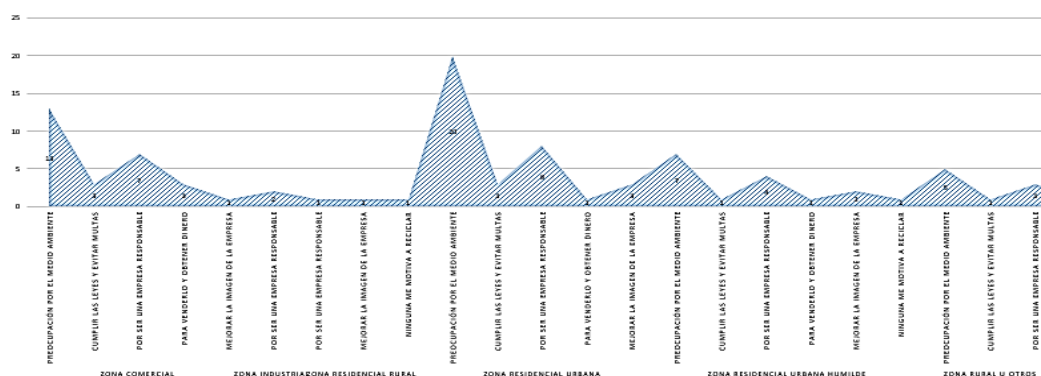


#### 3.2.4.6.2 Ubicación geográfica de la unidad económica

Con respecto a la ubicación geográfica donde se encuentran ubicadas las unidades económicas de dicho sector, observamos que las personas que toman la mayor parte de las decisiones en ellas encuentran motivaciones a reciclar porque existe una mayor preocupación por el medio ambiente sin importar la zona geográfica.



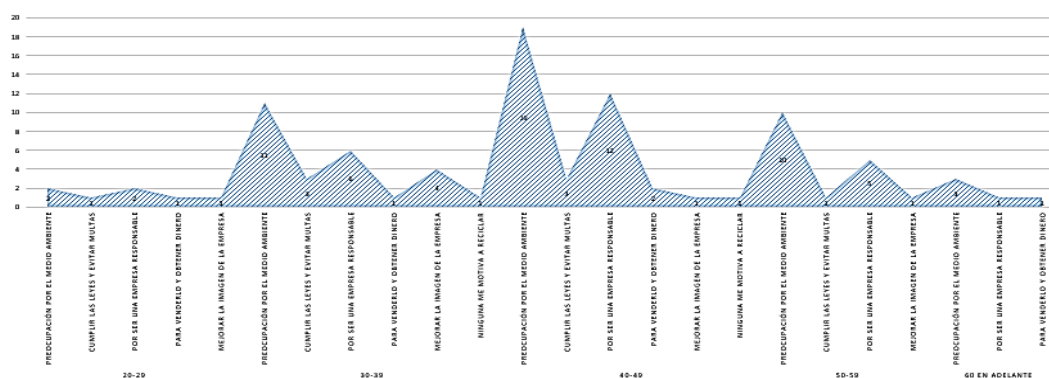
**Gráfico 189** Ubicación geográfica sector: Servicios educativos y capacitación



**3.2.4.6.3 Edad de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

En cuanto a la edad de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que sin importar la edad realizarían las prácticas del reciclaje por la preocupación del medio ambiente.

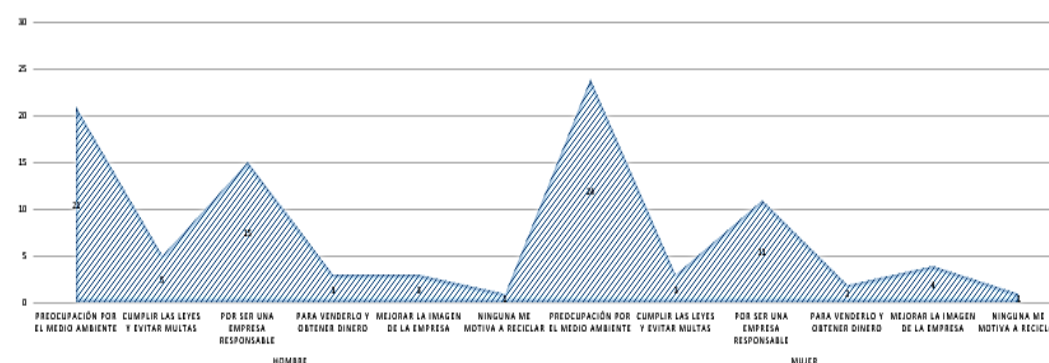
**Gráfico 190** Edad del Director sector: Servicios educativos y capacitación



**3.2.4.6.4 Género de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

En el análisis por género de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que tanto hombres como mujeres realizarían prácticas de la logística inversa debido a una mayor preocupación por el medio ambiente.

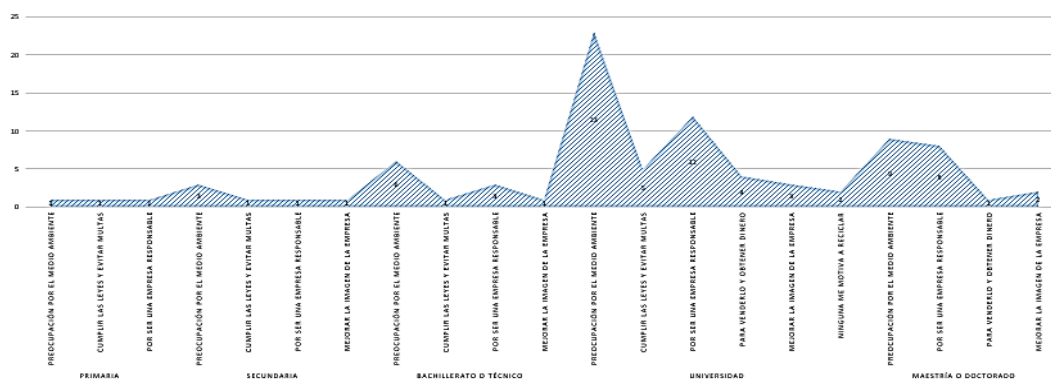
**Gráfico 191** Género sector: Servicios educativos y capacitación



### 3.2.4.6.5 Nivel de estudios de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

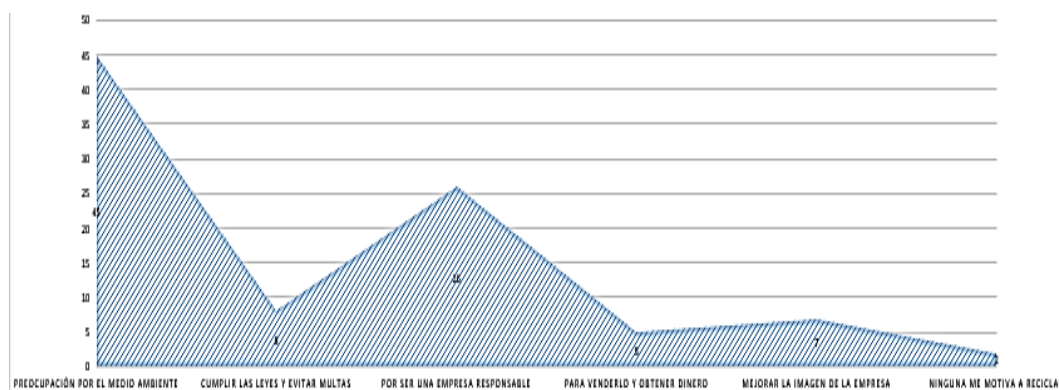
En cuanto al nivel académico de quienes dirigen las unidades económicas observamos que independientemente de los estudios realizados las personas se motivarían a realizar las prácticas de la logística inversa por una mayor preocupación del medio ambiente.

**Gráfico 192** Niveles de estudio sector: Servicios educativos y capacitación



Los resultados que se obtuvieron muestran una descripción del pensamiento de las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las empresas de que los motivaría a realizar acciones de la logística inversa, como es el reciclaje, se observa una clara preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 193** Resultados generales sector: Servicios educativos y capacitación



Dentro del mismo instrumento, aplicamos ítems de la ISO 26000, con los resultados obtenidos desarrollamos una fórmula para medir el grado de responsabilidad social corporativa y en que se focalizan las personas que toman las decisiones de las empresas:

$$CRSC^{37} = 1 - \frac{\sum_1^n (x_i - x_1)}{x_n - x_1} \tag{32}$$

<sup>37</sup> CRSC Coeficiente de responsabilidad social corporativa

$X_i$  sumatoria de la variable analizada

$X_1$  mínima

$X_n$  máximo

Dando los siguientes resultados para el sector económico.

**Tabla 46** Coeficiente de Responsabilidad Social Corporativa en el Sector: Servicios educativos y capacitación

Variable de la RSC de acuerdo a la ISO 26000 en el Sector Servicios educativos y capacitación	CRSC
Dirección general	0.292
Derechos humanos	0.293
Medio ambiente	0.401
Prácticas laborales	0.473
Prácticas de operación justas	0.261
Asuntos con los consumidores	0.282
Involucramiento con la comunidad	0.603

Considerando que los valores van de 0 a 1, y la asimetría es a la derecha; donde 1 significa tener una conciencia elevada y 0 significa tener una conciencia baja sobre las prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa basadas en la ISO 26000, podemos observar que la variable que para este estudio es el medio ambiente se encuentra en 0.401, la cual podemos considerar como baja, concluyendo que para las personas que toman las decisiones en las empresas no lo focalizan como un elemento prioritario.

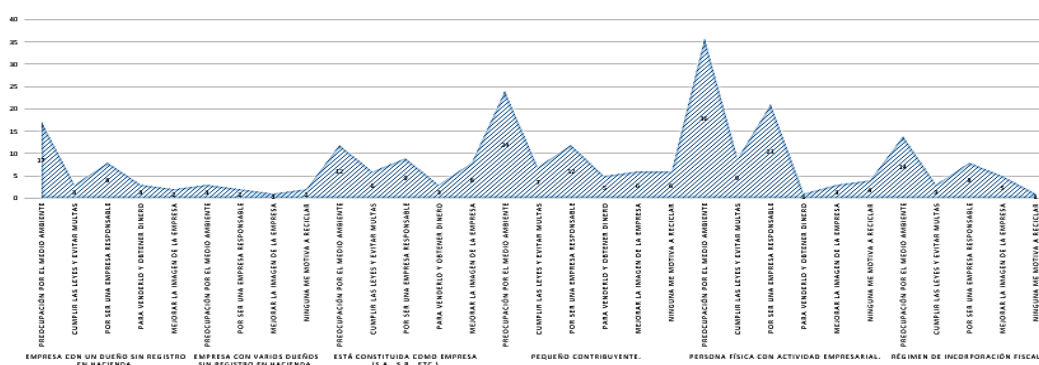
### 3.2.4.7 Servicios de salud /Asistencia social

Se analizaron 248 unidades económicas, realizando las entrevistas cara a cara con las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las unidades económicas.

#### 3.2.4.7.1 El grado de formalización de la unidad económica

Con respecto al grado de formalización de las unidades económicas que motivarían a las personas que toman la mayor parte de las decisiones a reciclar muestran una mayor conciencia a realizarlo por la preocupación por el medio ambiente.

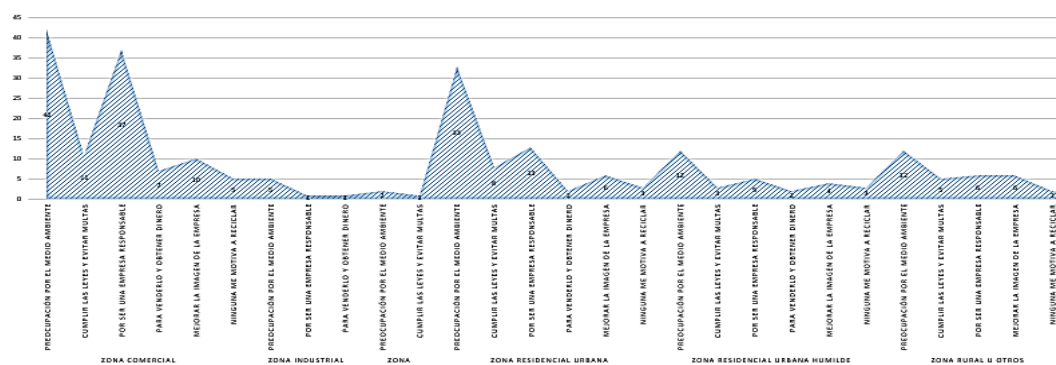
**Gráfico 194** El grado de formalización sector: Servicios de salud /asistencia social



#### 3.2.4.7.2 Ubicación geográfica de la unidad económica

Con respecto a la ubicación geográfica donde se encuentran ubicadas las unidades económicas de dicho sector, observamos que las personas que toman la mayor parte de las decisiones en ellas encuentran motivaciones a reciclar porque existe una mayor preocupación por el medio ambiente sin importar la zona geográfica.

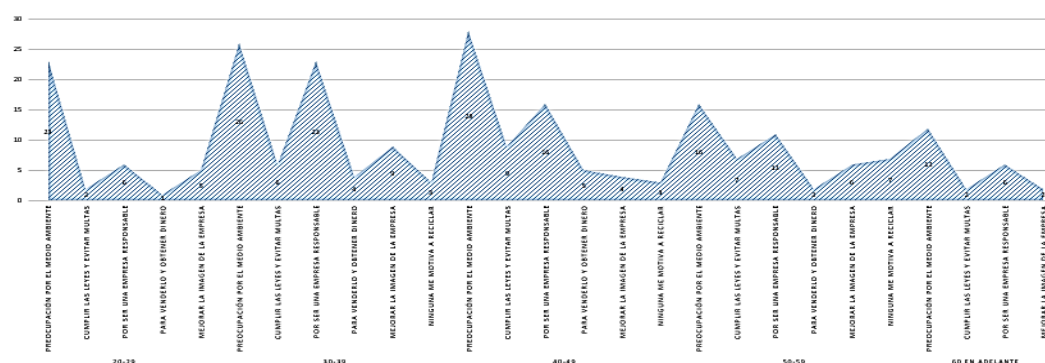
**Gráfico 195** Ubicación geográfica sector: Servicios de salud /asistencia social



### 3.2.4.7.3 Edad de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

En cuanto a la edad de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que sin importar la edad realizarían las prácticas del reciclaje por la preocupación del medio ambiente.

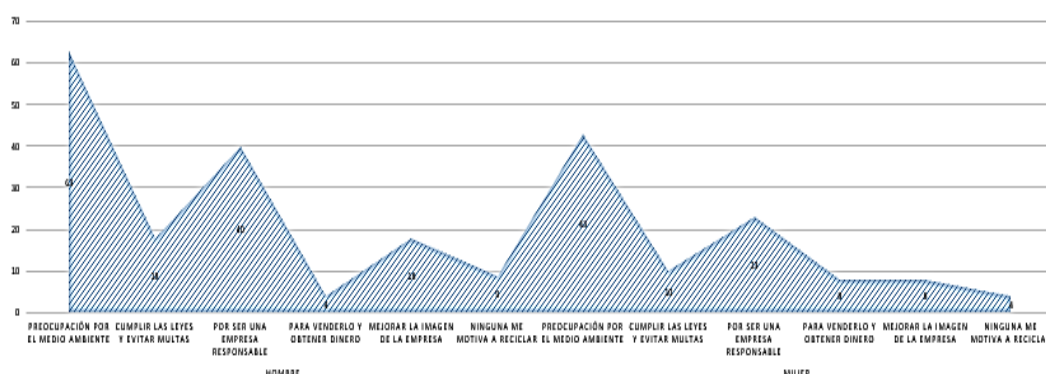
**Gráfico 196** Edad del Director sector: Servicios de salud /asistencia social



### 3.2.4.7.4 Género de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

En el análisis por género de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que tanto hombres como mujeres realizarían prácticas de la logística inversa debido a una mayor preocupación por el medio ambiente.

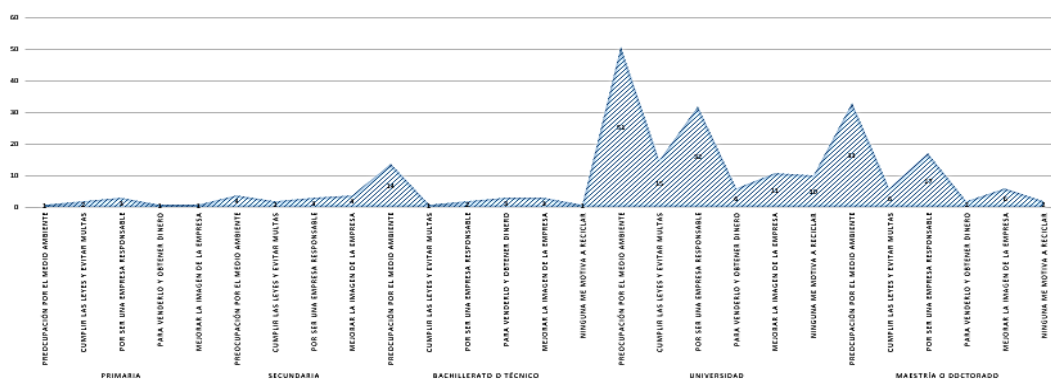
**Gráfico 197** Género sector: Servicios de salud /asistencia social



### 3.2.4.7.5 Nivel de estudios de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

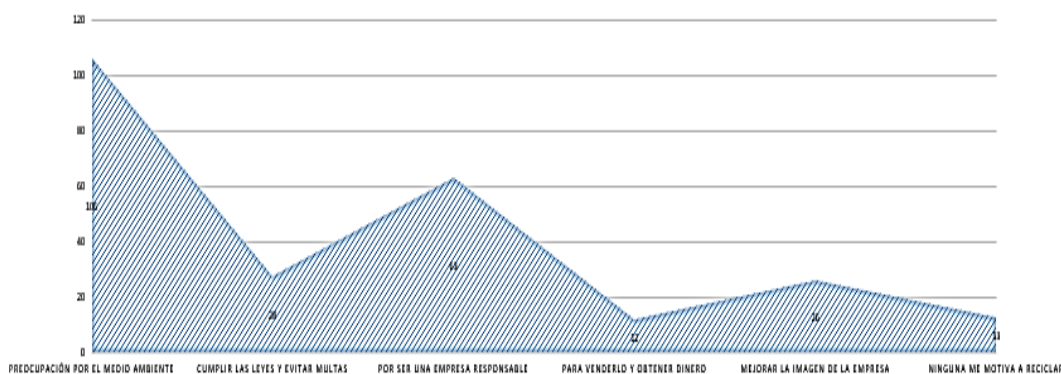
En cuanto al nivel académico de quienes dirigen las unidades económicas observamos que independientemente de los estudios realizados las personas se motivarían a realizar las prácticas de la logística inversa por una mayor preocupación del medio ambiente.

**Gráfico 198** Niveles de estudio sector: Servicios de salud /asistencia social



Los resultados que se obtuvieron muestran una descripción del pensamiento de las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las empresas de que los motivaría a realizar acciones de la logística inversa, como es el reciclaje, se observa una clara preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 199** Resultados generales sector: Servicios de salud /asistencia social



Dentro del mismo instrumento, aplicamos ítems de la ISO 26000, con los resultados obtenidos desarrollamos una fórmula para medir el grado de responsabilidad social corporativa y en que se focalizan las personas que toman las decisiones de las empresas:

$$CRSC^{38} = 1 - \frac{\sum_1^n (xi-x1)}{xn-x1} \tag{33}$$

Dando los siguientes resultados para el sector económico.

<sup>38</sup> CRSC Coeficiente de responsabilidad social corporativa  
 Xi sumatoria de la variable analizada  
 X1 mínima  
 Xn máxima

**Tabla 47** Coeficiente de Responsabilidad Social Corporativa en el Sector: Servicios de salud /asistencia social

Variable de la RSC de acuerdo a la ISO 26000 en el Sector Servicios de salud /asistencia social	CRSC
Dirección general	0.321
Derechos humanos	0.338
Medio ambiente	0.393
Prácticas laborales	0.477
Prácticas de operación justas	0.200
Asuntos con los consumidores	0.259
Involucramiento con la comunidad	0.684

Considerando que los valores van de 0 a 1, y la asimetría es a la derecha; donde 1 significa tener una conciencia elevada y 0 significa tener una conciencia baja sobre las prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa basadas en la ISO 26000, podemos observar que la variable que para este estudio es el medio ambiente se encuentra en 0.393, la cual podemos considerar como baja, concluyendo que para las personas que toman las decisiones en las empresas no lo focalizan como un elemento prioritario.

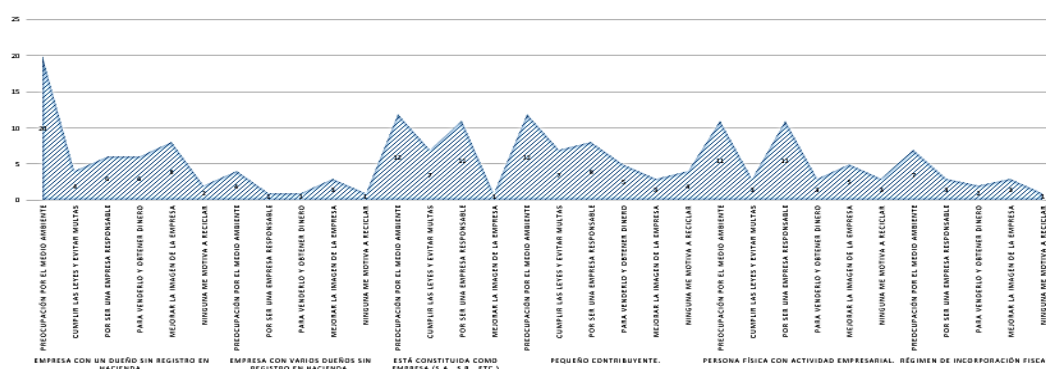
### 3.2.4.8 Servicios de esparcimiento cultural, deportivo y otros servicios recreativos

Se analizaron 181 unidades económicas, realizando las entrevistas cara a cara con las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las unidades económicas.

#### 3.2.4.8.1 El grado de formalización de la unidad económica

Con respecto al grado de formalización de las unidades económicas que motivarían a las personas que toman la mayor parte de las decisiones a reciclar muestran una mayor conciencia a realizarlo por la preocupación por el medio ambiente y en segundo plano por ser una empresa responsable.

**Gráfico 200** El grado de formalización sector: Servicios de esparcimiento cultural, deportivo y otros servicios recreativos

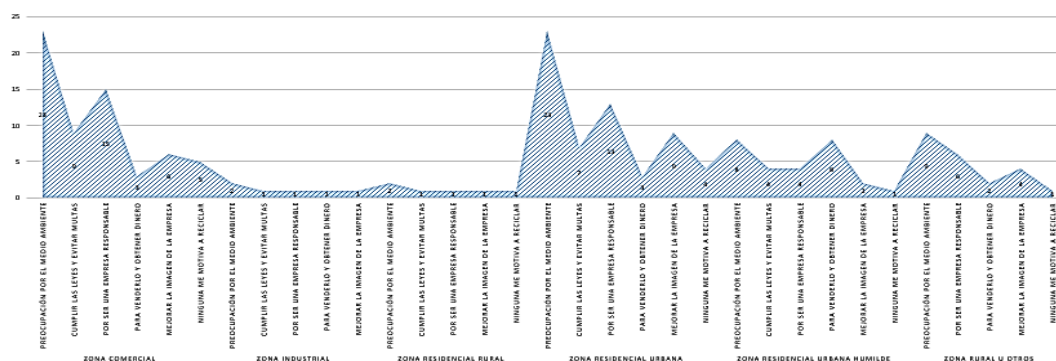


#### 3.2.4.8.2 Ubicación geográfica de la unidad económica

Con respecto a la ubicación geográfica donde se encuentran ubicadas las unidades económicas de dicho sector, observamos que las personas que toman la mayor parte de las decisiones en ellas encuentran motivaciones a reciclar porque existe una mayor preocupación por el medio ambiente sin importar la zona geográfica.



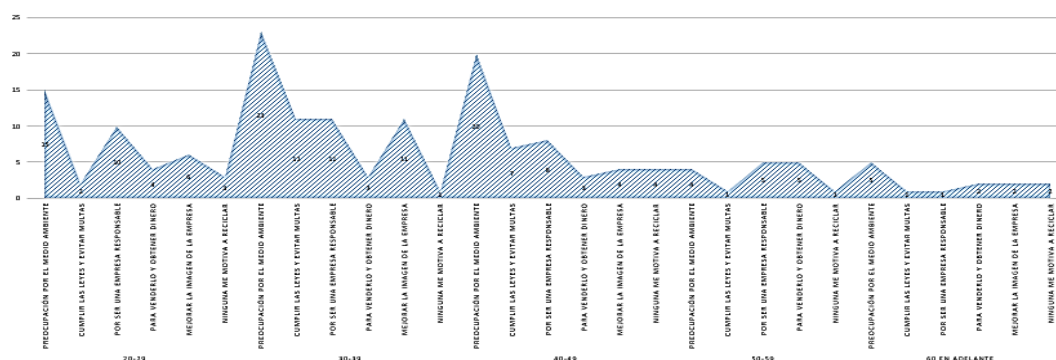
**Gráfico 201** Ubicación geográfica sector: Servicios de esparcimiento cultural, deportivo y otros servicios recreativos



**3.2.4.8.3 Edad de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

En cuanto a la edad de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que sin importar la edad realizarían las prácticas del reciclaje por la preocupación del medio ambiente.

**Gráfico 202** Edad del Director sector: Servicios de esparcimiento cultural, deportivo y otros servicios recreativos

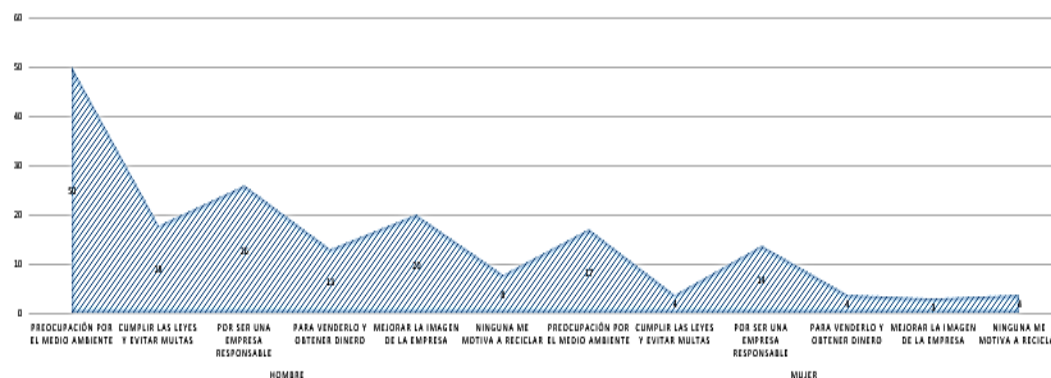


**3.2.4.8.4 Género de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

En el análisis por género de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que tanto hombres como mujeres realizarían prácticas de la logística inversa debido a una mayor preocupación por el medio ambiente.



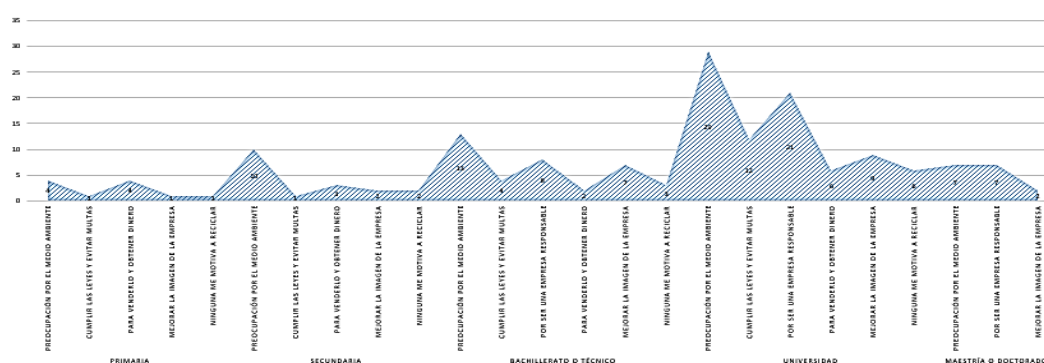
**Gráfico 203** Género sector: Servicios de esparcimiento cultural, deportivo y otros servicios recreativos



### 3.2.4.8.5 Nivel de estudios de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

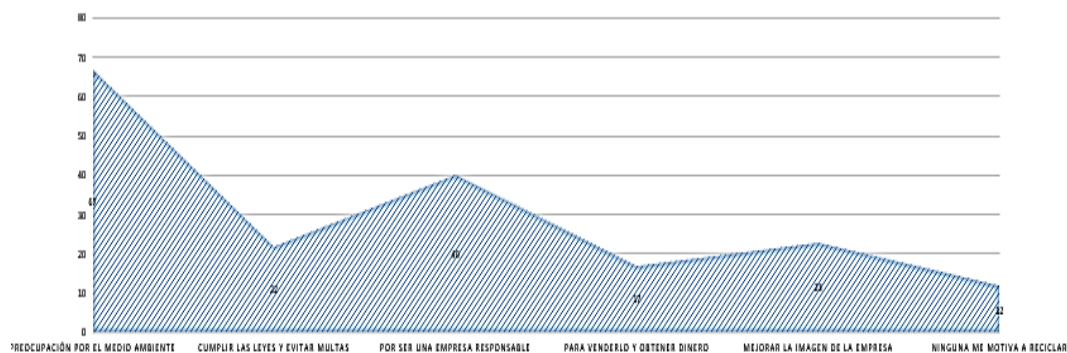
En cuanto al nivel académico de quienes dirigen las unidades económicas observamos que independientemente de los estudios realizados las personas se motivarían a realizar las prácticas de la logística inversa por una mayor preocupación del medio ambiente.

**Gráfico 204** Niveles de estudio sector: Servicios de esparcimiento cultural, deportivo y otros servicios recreativos



Los resultados que se obtuvieron muestran una descripción del pensamiento de las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las empresas de que los motivaría a realizar acciones de la logística inversa, como es el reciclaje, se observa una clara preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 205** Resultados generales sector: Servicios de esparcimiento cultural, deportivo y otros servicios recreativos



Dentro del mismo instrumento, aplicamos ítems de la ISO 26000, con los resultados obtenidos desarrollamos una fórmula para medir el grado de responsabilidad social corporativa y en que se focalizan las personas que toman las decisiones de las empresas:

$$CRSC^{39} = 1 - \frac{\sum_1^n (x_i - x_1)}{x_n - x_1} \quad (34)$$

Dando los siguientes resultados para el sector económico.

**Tabla 48** Coeficiente de Responsabilidad Social Corporativa en el Sector: Servicios de esparcimiento cultural, deportivo y otros servicios recreativos

Variable de la RSC de acuerdo a la ISO 26000 en el Sector Servicios de esparcimiento cultural, deportivo y otros servicios recreativos	CRSC
Dirección general	0.361
Derechos humanos	0.421
Medio ambiente	0.475
Prácticas laborales	0.509
Prácticas de operación justas	0.236
Asuntos con los consumidores	0.332
Involucramiento con la comunidad	0.722

Considerando que los valores van de 0 a 1, y la asimetría es a la derecha; donde 1 significa tener una conciencia elevada y 0 significa tener una conciencia baja sobre las prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa basadas en la ISO 26000, podemos observar que la variable que para este estudio es el medio ambiente se encuentra en 0.475, la cual podemos considerar como baja, concluyendo que para las personas que toman las decisiones en las empresas no lo focalizan como un elemento prioritario.

### 3.2.4.9 Servicios de alojamiento temporal

Se analizaron 175 unidades económicas, realizando las entrevistas cara a cara con las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las unidades económicas.

<sup>39</sup> CRSC Coeficiente de responsabilidad social corporativa

$\sum_1^n$  sumatoria de la variable analizada

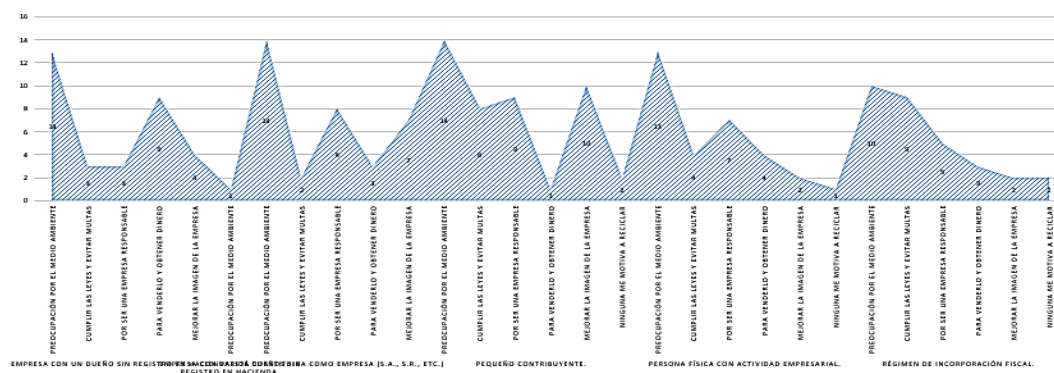
$X_1$  mínima

$X_n$  máximo

### 3.2.4.9.1 El grado de formalización de la unidad económica

Con respecto al grado de formalización de las unidades económicas que motivarían a las personas que toman la mayor parte de las decisiones a reciclar muestran una mayor conciencia a realizarlo por la preocupación por el medio ambiente.

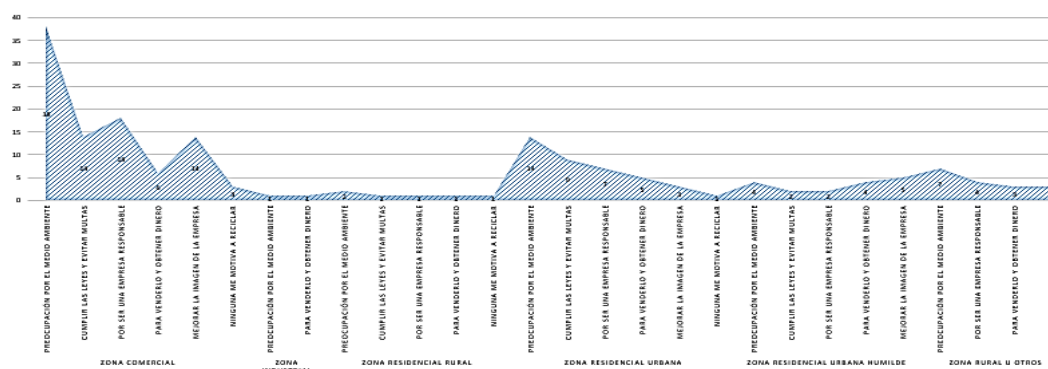
**Gráfico 206** El grado de formalización sector: Servicios de alojamiento temporal



### 3.2.4.9.2 Ubicación geográfica de la unidad económica

Con respecto a la ubicación geográfica donde se encuentran ubicadas las unidades económicas de dicho sector, observamos que las personas que toman la mayor parte de las decisiones en ellas encuentran motivaciones a reciclar porque existe una mayor preocupación por el medio ambiente sin importar la zona geográfica.

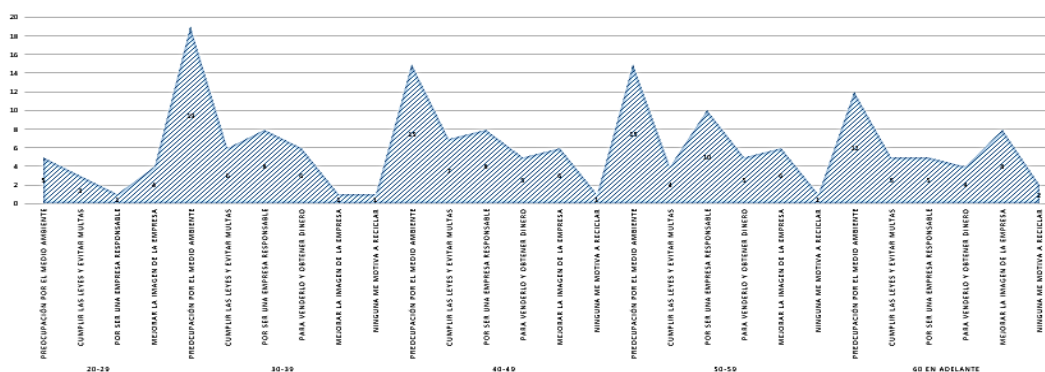
**Gráfico 207** Ubicación geográfica sector: Servicios de alojamiento temporal



### 3.2.4.9.3 Edad de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

En cuanto a la edad de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que sin importar la edad realizarían las prácticas del reciclaje por la preocupación del medio ambiente.

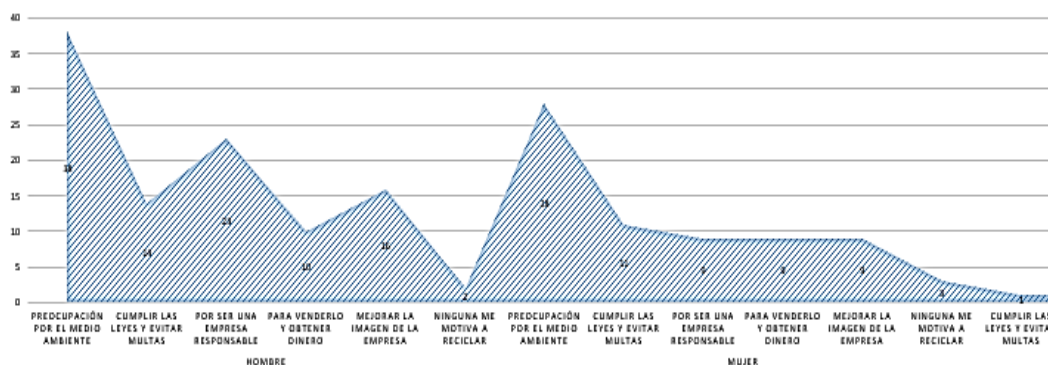
**Gráfico 208** Edad del Director sector: Servicios de alojamiento temporal



**3.2.4.9.4 Género de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

En el análisis por género de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que tanto hombres como mujeres realizarían prácticas de la logística inversa debido a una mayor preocupación por el medio ambiente.

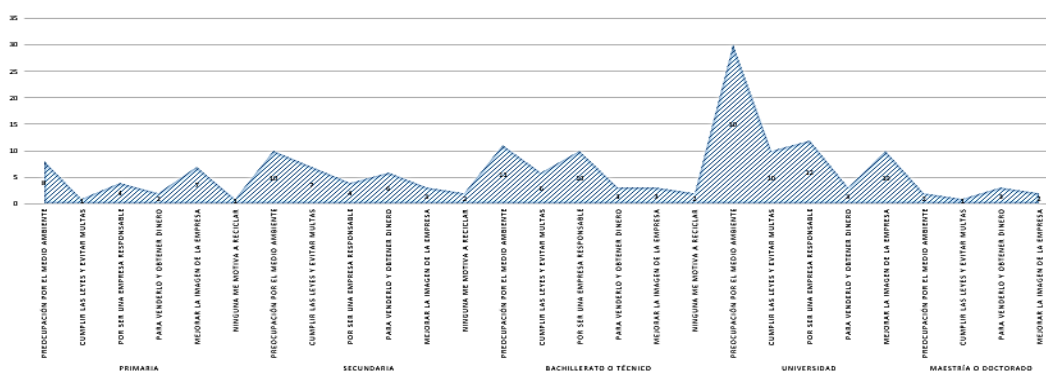
**Gráfico 209** Género sector: Servicios de alojamiento temporal



**3.2.4.9.5 Nivel de estudios de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

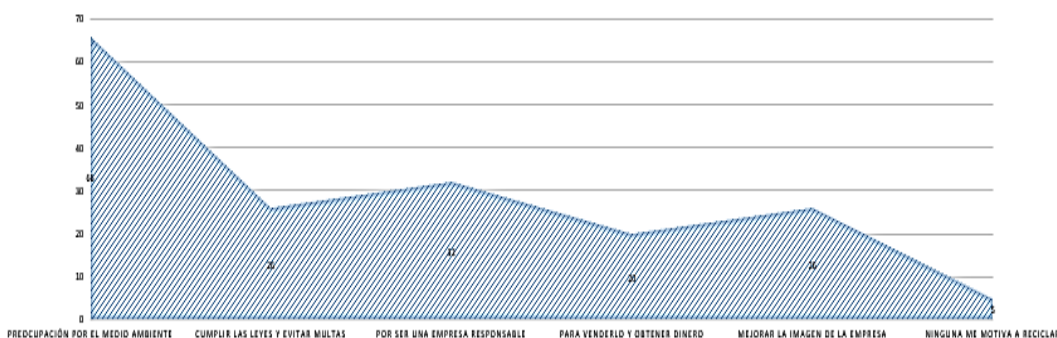
En cuanto al nivel académico de quienes dirigen las unidades económicas observamos que independientemente de los estudios realizados las personas se motivarían a realizar las prácticas de la logística inversa por una mayor preocupación del medio ambiente.

**Gráfico 210** Niveles de estudio sector: Servicios de alojamiento temporal



Los resultados que se obtuvieron muestran una descripción del pensamiento de las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las empresas de que los motivaría a realizar acciones de la logística inversa, como es el reciclaje, se observa una clara preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 211** Resultados generales sector: Servicios de alojamiento temporal



Dentro del mismo instrumento, aplicamos ítems de la ISO 26000, con los resultados obtenidos desarrollamos una fórmula para medir el grado de responsabilidad social corporativa y en que se focalizan las personas que toman las decisiones de las empresas:

$$CRSC^{40} = 1 - \frac{\sum_1^n (x_i - x_1)}{x_n - x_1} \tag{35}$$

Dando los siguientes resultados para el sector económico.

<sup>40</sup> CRSC Coeficiente de responsabilidad social corporativa  
 Xi sumatoria de la variable analizada  
 X1 mínima  
 Xn máximo

**Tabla 49** Coeficiente de Responsabilidad Social Corporativa en el Sector: Servicios de alojamiento temporal

Variable de la RSC de acuerdo a la ISO 26000 en el Sector Servicios de alojamiento temporal	CRSC
Dirección general	0.421
Derechos humanos	0.413
Medio ambiente	0.473
Prácticas laborales	0.551
Prácticas de operación justas	0.299
Asuntos con los consumidores	0.386
Involucramiento con la comunidad	0.743

Considerando que los valores van de 0 a 1, y la asimetría es a la derecha; donde 1 significa tener una conciencia elevada y 0 significa tener una conciencia baja sobre las prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa basadas en la ISO 26000, podemos observar que la variable que para este estudio es el medio ambiente se encuentra en 0.473, la cual podemos considerar como baja, concluyendo que para las personas que toman las decisiones en las empresas no lo focalizan como un elemento prioritario.

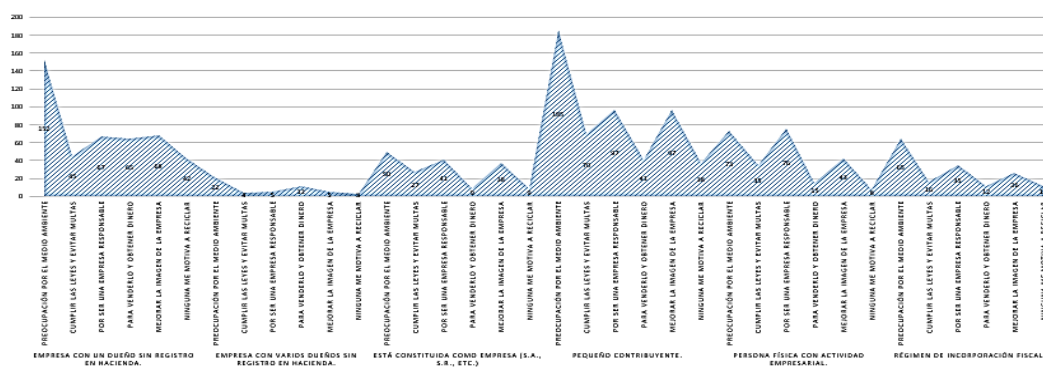
### 3.2.4.10 Servicios de Restaurantes

Se analizaron 1624 unidades económicas, realizando las entrevistas cara a cara con las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las unidades económicas.

#### 3.2.4.10.1 El grado de formalización de la unidad económica

Con respecto al grado de formalización de las unidades económicas que motivarían a las personas que toman la mayor parte de las decisiones a reciclar muestran una mayor conciencia a realizarlo por la preocupación por el medio ambiente, en los casos de personas físicas ya sea en su régimen con actividad empresarial.

**Gráfico 212** El grado de formalización sector: Servicios de Restaurantes

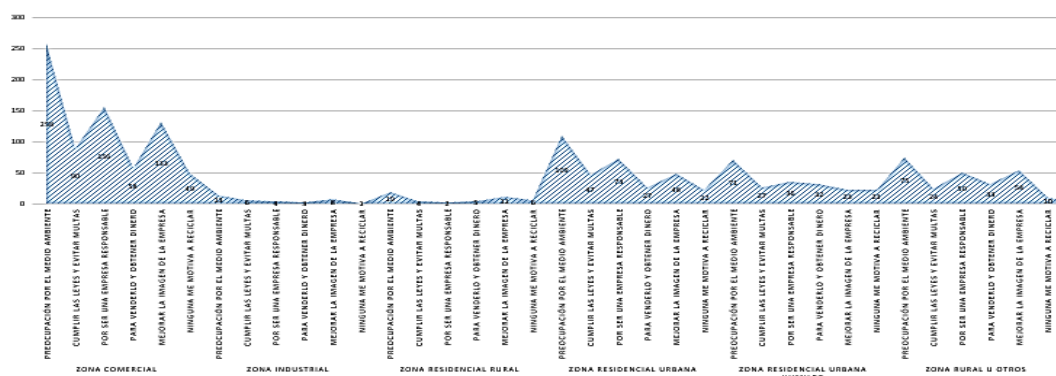


#### 3.2.4.10.2 Ubicación geográfica de la unidad económica

Con respecto a la ubicación geográfica donde se encuentran ubicadas las unidades económicas de dicho sector, observamos que las personas que toman la mayor parte de las decisiones en ellas encuentran motivaciones a reciclar porque existe una mayor preocupación por el medio ambiente sin importar la zona geográfica.



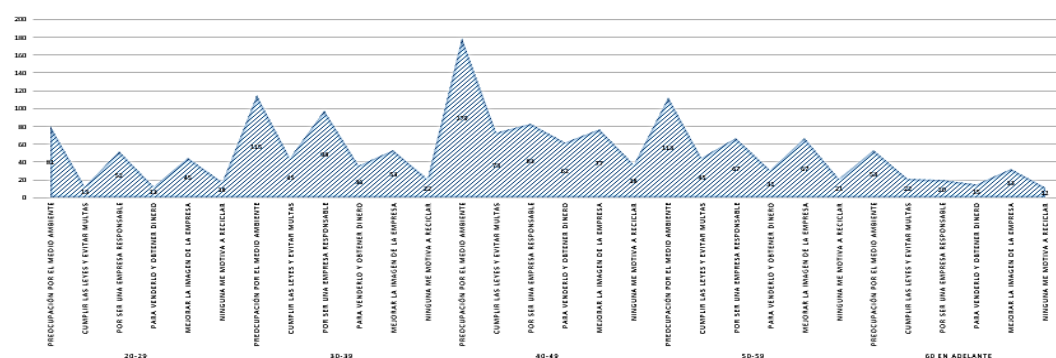
**Gráfico 213** Ubicación geográfica sector: Servicios de Restaurantes



**3.2.4.10.3 Edad de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

En cuanto a la edad de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que sin importar la edad realizarían las prácticas del reciclaje por la preocupación del medio ambiente.

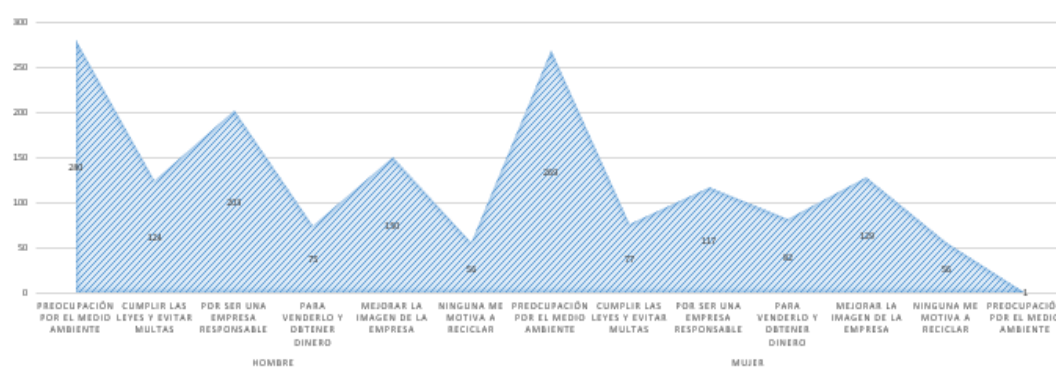
**Gráfico 214** Edad del Director sector: Servicios de Restaurantes



**3.2.4.10.4 Género de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

En el análisis por género de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que tanto hombres como mujeres realizarían prácticas de la logística inversa debido a una mayor preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 215** Género sector: Servicios de Restaurantes

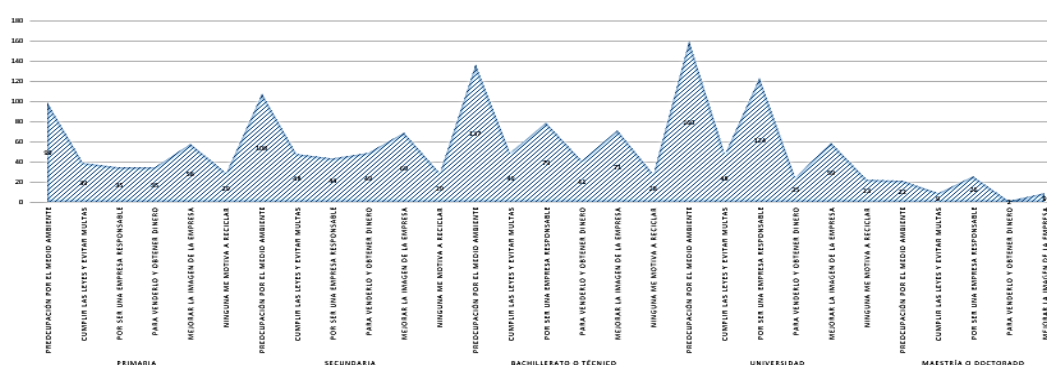




### 3.2.4.10.5 Nivel de estudios de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

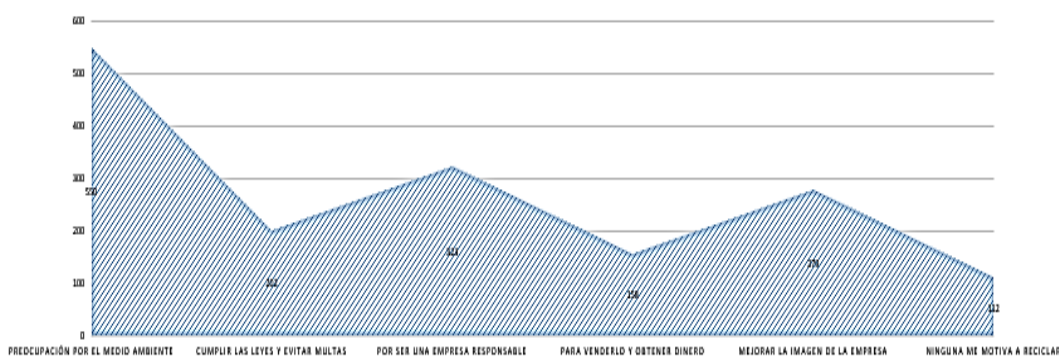
En cuanto al nivel académico de quienes dirigen las unidades económicas observamos que independientemente de los estudios realizados las personas se motivarían a realizar las prácticas de la logística inversa por una mayor preocupación del medio ambiente.

**Gráfico 216** Niveles de estudio sector: Servicios de Restaurantes



Los resultados que se obtuvieron muestran una descripción del pensamiento de las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las empresas de que los motivaría a realizar acciones de la logística inversa, como es el reciclaje, se observa una clara preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 217** Resultados generales sector: Servicios de Restaurantes



Dentro del mismo instrumento, aplicamos ítems de la ISO 26000, con los resultados obtenidos desarrollamos una fórmula para medir el grado de responsabilidad social corporativa y en que se focalizan las personas que toman las decisiones de las empresas:

$$CRSC^{41} = 1 - \frac{\sum_1^n (x_i - x_1)}{x_n - x_1} \quad (36)$$

Dando los siguientes resultados para el sector económico.

<sup>41</sup> CRSC Coeficiente de responsabilidad social corporativa

$\sum_1^n$  sumatoria de la variable analizada

$x_1$  mínima

$x_n$  máxima

**Tabla 50** Coeficiente de Responsabilidad Social Corporativa en el Sector: Servicios de Restaurantes

Variable de la RSC de acuerdo a la ISO 26000 en el Sector Servicios de Restaurantes	CRSC
Dirección general	0.439
Derechos humanos	0.431
Medio ambiente	0.438
Prácticas laborales	0.522
Prácticas de operación justas	0.276
Asuntos con los consumidores	0.418
Involucramiento con la comunidad	0.726

Considerando que los valores van de 0 a 1, y la asimetría es a la derecha; donde 1 significa tener una conciencia elevada y 0 significa tener una conciencia baja sobre las prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa basadas en la ISO 26000, podemos observar que la variable que para este estudio es el medio ambiente se encuentra en 0.438, la cual podemos considerar como baja, concluyendo que para las personas que toman las decisiones en las empresas no lo focalizan como un elemento prioritario.

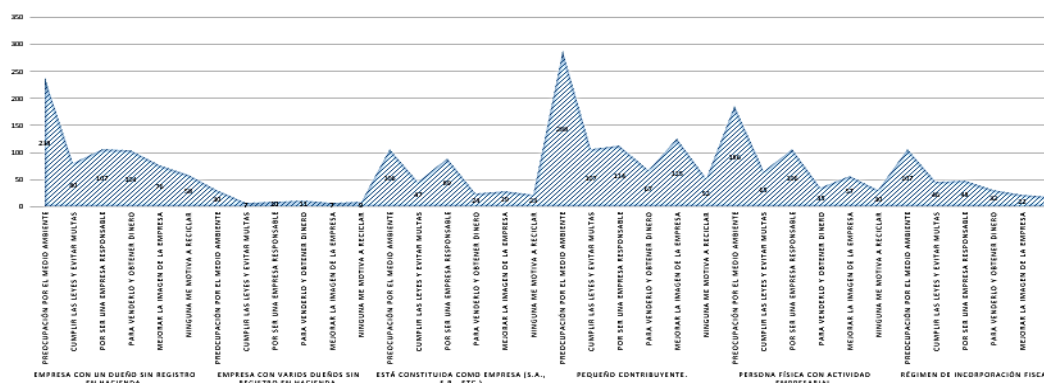
### 3.2.4.11 Otros servicios

Se analizaron 2612 unidades económicas, realizando las entrevistas cara a cara con las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las unidades económicas.

#### 3.4.4.10.1 El grado de formalización de la unidad económica

Con respecto al grado de formalización de las unidades económicas que motivarían a las personas que toman la mayor parte de las decisiones a reciclar muestran una mayor conciencia a realizarlo por la preocupación por el medio ambiente.

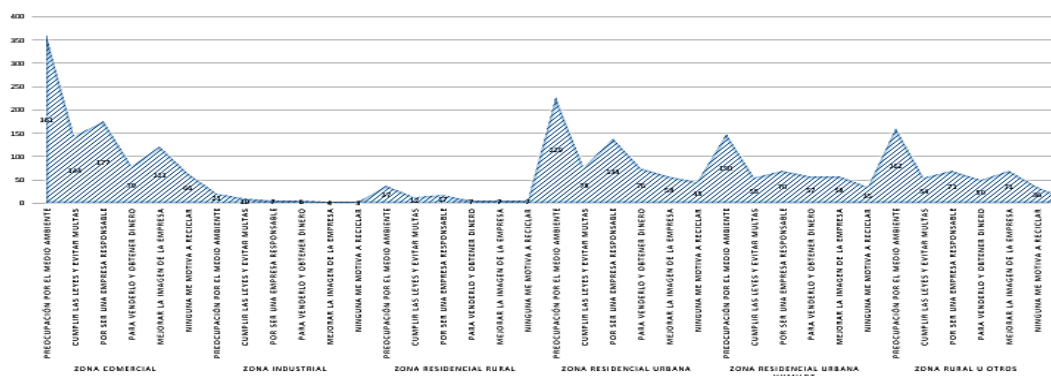
**Gráfico 218** El grado de formalización sector: Otros servicios



#### 3.2.4.10.2 Ubicación geográfica de la unidad económica

Con respecto a la ubicación geográfica donde se encuentran ubicadas las unidades económicas de dicho sector, observamos que las personas que toman la mayor parte de las decisiones en ellas encuentran motivaciones a reciclar porque existe una mayor preocupación por el medio ambiente sin importar la zona geográfica.

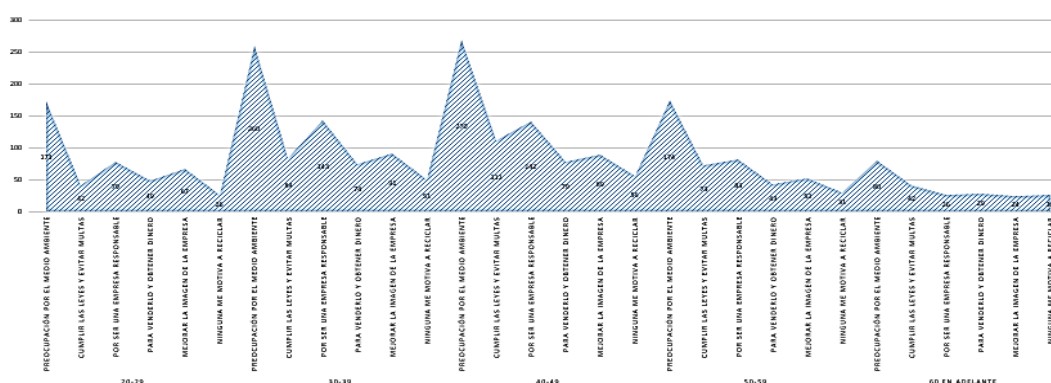
**Gráfico 219** Ubicación geográfica sector: Otros servicios



**3.2.4.10.3 Edad de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

En cuanto a la edad de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que sin importar la edad realizarían las prácticas del reciclaje por la preocupación del medio ambiente.

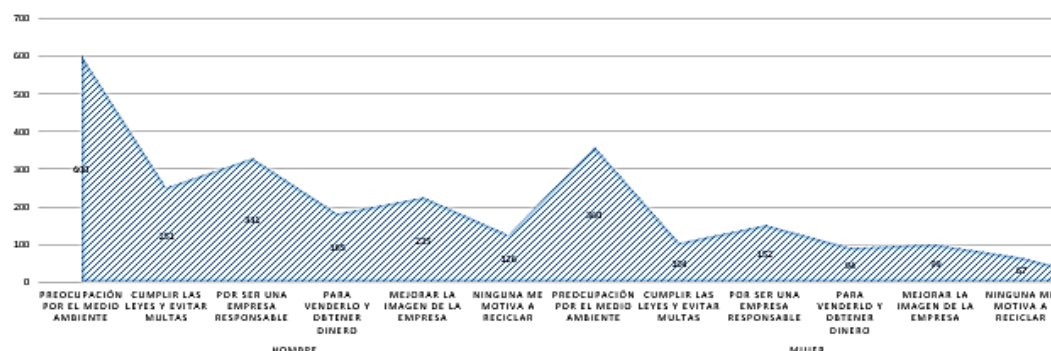
**Gráfico 220** Edad del Director sector: Otros servicios



**3.2.4.10.4 Género de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa**

En el análisis por género de las personas que dirigen las unidades económicas observamos que tanto hombres como mujeres realizarían prácticas de la logística inversa debido a una mayor preocupación por el medio ambiente.

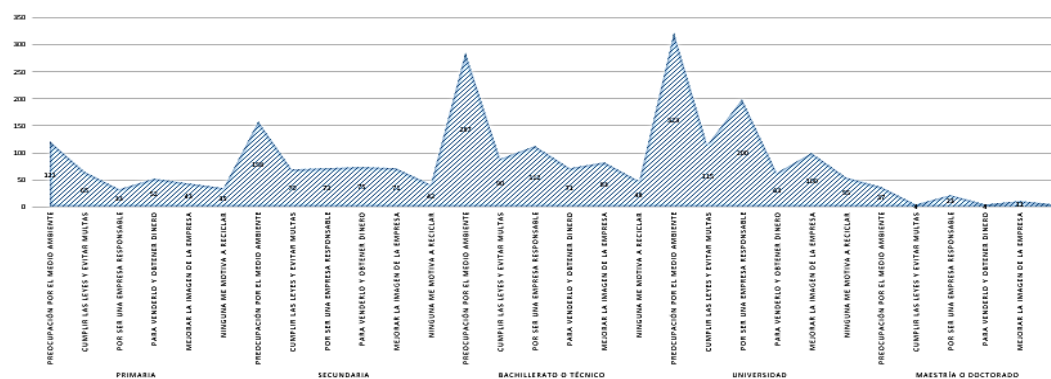
**Gráfico 221** Género sector: Otros servicios



### 3.2.4.10.5 Nivel de estudios de la persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa

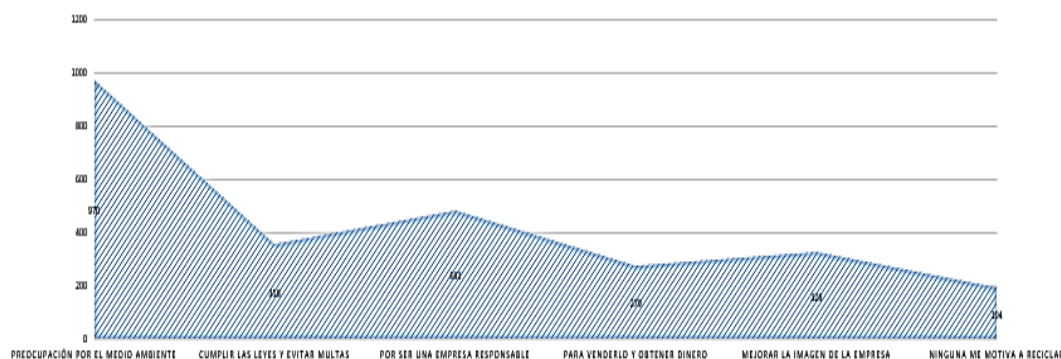
En cuanto al nivel académico de quienes dirigen las unidades económicas observamos que independientemente de los estudios realizados las personas se motivarían a realizar las prácticas de la logística inversa por una mayor preocupación del medio ambiente.

**Gráfico 222** Niveles de estudio sector: Otros servicios



Los resultados que se obtuvieron muestran una descripción del pensamiento de las personas que toman la mayor parte de las decisiones en las empresas de que los motivaría a realizar acciones de la logística inversa, como es el reciclaje, se observa una clara preocupación por el medio ambiente.

**Gráfico 223** Resultados generales sector: Otros servicios



Dentro del mismo instrumento, aplicamos ítems de la ISO 26000, con los resultados obtenidos desarrollamos una fórmula para medir el grado de responsabilidad social corporativa y en que se focalizan las personas que toman las decisiones de las empresas:

$$CRSC^{42} = 1 - \frac{\sum_1^n (x_i - x_1)}{x_n - x_1} \quad (37)$$

Dando los siguientes resultados para el sector económico.

<sup>42</sup> CRSC Coeficiente de responsabilidad social corporativa

$X_i$  sumatoria de la variable analizada

$X_1$  mínima

$X_n$  máximo

**Tabla 51** Coeficiente de Responsabilidad Social Corporativa en el Sector: Otros servicios

Variable de la RSC de acuerdo a la ISO 26000 en el Sector Otros servicios	CRSC
Dirección general	0.457
Derechos humanos	0.464
Medio ambiente	0.478
Prácticas laborales	0.570
Prácticas de operación justas	0.307
Asuntos con los consumidores	0.403
Involucramiento con la comunidad	0.754

Considerando que los valores van de 0 a 1, y la asimetría es a la derecha; donde 1 significa tener una conciencia elevada y 0 significa tener una conciencia baja sobre las prácticas de la Responsabilidad Social Corporativa basadas en la ISO 26000, podemos observar que la variable que para este estudio es el medio ambiente se encuentra en 0.478, la cual podemos considerar como baja, concluyendo que para las personas que toman las decisiones en las empresas no lo focalizan como un elemento prioritario.

### 3.3 Discusiones

El desarrollo sostenible se ha vuelto una prioridad por los gobiernos, tanto en los países desarrollados como los países en vías de desarrollo, para las empresas transnacionales como locales, sin importar su tamaño y giro, al igual para la ciudadanía sin importar ninguna segmentación, tenemos que visualizar que vivimos en un mundo de recursos finitos con necesidades infinitas, y los modelos económicos del capitalismo que se han planteado en base de la extracción y procesamiento de la materia prima, generando un consumismo como elemento de la generación de las actividades económicas, han impactado al medio ambiente y externalizando los efectos a la población para la maximización de los recursos financieros de la empresa, por lo cual, el modelo presenta limitantes de los recursos e insostenibilidad, por lo que se deben de generar nuevas estrategias para transformar los insumos sin poner al límite los recursos naturales y generar la sostenibilidad para nuestra generación como las generaciones futuras.

Una de las actividades más antiguas, es la logística, que por muchos años ha seguido un solo sentido en su flujo de operación (que va del abastecimiento a la distribución), es por eso que en las últimas décadas se ha profundizado en la investigación y búsqueda de la aplicación de la denominada logística inversa, que es la recuperación de los productos fuera de uso, a través de flujos inversos en búsqueda de la extracción de componentes, que permitan reincorporarlo en alguna de las etapas de la cadena de valor, para lograrlo se requiere la participación de los diferentes grupos de interés (empresas, gobierno, población) que son participantes de la economía.

Las empresas no solo son responsables de la fabricación de productos, sino deben ser responsables a lo largo de la cadena de valor, hasta determinar las acciones encaminadas a las actividades de la logística inversa (reciclarlos, re-incorporarlos o reutilizarlos), ya sea en su producción directa o la generación de nuevos productos alternos.

Para poder desarrollar dichas estrategias se vuelve importante saber que motiva a los directivos de las empresas a tomar la decisión de participar en distintos programas como el reciclaje, cero desechos, etcétera o decidir poner los desechos a disposición final en un relleno sanitario. La toma de decisiones es el nuevo paradigma del desarrollo (Peels & Develtere, 2008).

Iniciamos la discusión con las hipótesis que dieron origen a la presente investigación:

H<sub>1</sub> Determinar si las motivaciones a las prácticas de la logística inversa segmentada por sectores económicos son diferentes en la micro y pequeña empresa.

**Gráfico 224** Resultados generales

Sector	Cumplir las leyes y evitar multas	Mejorar la imagen de la empresa	Ninguna me motiva a recibir	para venderlo y obtener dinero	preocupación por una empresa responsable	No contesto	Total general	
a) Agricultura.	64	52	25	53	59	128	12	393
b) Cría y explotación de animales	42	51	25	51	58	134	6	367
c) Aprovechamiento forestal.	12	10	7	8	8	21	2	68
d) Pesca y caza.	14	20	8	17	16	53	3	131
e) Minería	4	4	3	6	10	25		52
f) Construcción.	62	39	29	55	92	153	7	437
g) Industria metalmeccánica.	33	27	8	47	39	56		210
h) Manufactura de plásticos y resinas.	33	21	21	34	22	81	2	214
i) Industria textil.	60	83	39	65	114	237	6	604
j) Industria de alimentos y bebidas (embotelladoras, tortillerías, panaderías, etc.).	267	314	155	294	342	696	33	2101
k) Fabricación de artesanía.	34	26	22	50	58	126	4	320
l) Carpintería.	36	48	24	48	43	90	1	290
m) Herrería.	39	30	22	92	35	51	4	273
n) Comercio al menudeo de Abarrotes y misceláneos.	819	701	462	940	783	2169	152	6026
o) Comercio al menudeo de Farmacia.	70	55	33	25	98	213	3	497
p) Comercio al menudeo de Papelería.	149	158	98	179	256	661	22	1523
q) Comercio al menudeo de Regalos.	54	83	56	74	66	263	8	604
r) Comercio al menudeo de Artículos para otras empresas.	23	33	8	19	34	57		174
s) Comercio al menudeo de Otro comercio al menudeo.	463	501	359	516	598	1476	53	3966
t) Comercio al mayoreo de Abarrotes y misceláneos.	84	89	46	90	80	178	9	576
u) Comercio al mayoreo de Farmacia.	12	17	5	9	15	31	1	90
v) Comercio al mayoreo de Papelería.	33	34	14	25	31	86	3	226
w) Comercio al mayoreo de Regalos.	13	12	9	15	28	34	3	114
x) Comercio al mayoreo de Artículos para otras empresas.	15	13	8	14	18	33	1	102
y) Comercio al mayoreo de Otro comercio al mayoreo.	67	73	33	71	107	152	7	510
1) Transportes, correos y almacenaje.	34	31	23	25	34	69	3	219
2) Serv. financieros y de seguros.	12	7	3	5	11	27		65
3) Serv. inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles.	22	24	10	27	33	53	1	170
4) Serv. profesionales y técnicos (Salón de belleza, reparación de vehículos, despachos de abogados o contadores).	245	269	143	206	273	622	18	1776
5) Manejo de desechos.	51	56	44	70	72	167	7	467
6) Serv. Educativos y capacitación.	8	7	2	5	26	45		93
7) Serv. de salud /asistencia social.	28	26	13	12	63	106	4	252
8) Serv. de esparcimiento cultural, deportivo y otros serv. recreativos.	22	23	12	17	40	67	3	184
9) Serv. de alojamiento temporal.	26	26	5	20	32	66		175
10) Restaurantes.	202	279	112	158	323	550	15	1639
11) Otros servicios.	358	328	194	279	483	970	40	2652
<b>Total general</b>	<b>3510</b>	<b>3570</b>	<b>2080</b>	<b>3621</b>	<b>4400</b>	<b>9946</b>	<b>433</b>	<b>27560</b>

En nuestra investigación podemos observar que las motivaciones a las prácticas de la logística inversa son diferentes en la micro y pequeña empresa segmentado por los sectores económicos, en el caso específico de las actividades de Herrería se encuentran motivados a realizar las prácticas de la logística inversa por cuestiones de vender los desechos obtener recursos económicos, en el caso de los demás sectores económicos la principal motivación es la preocupación por el medio ambiente.

H<sub>2</sub> Las motivaciones a las prácticas de la logística inversa segmentado por sectores económico son diferentes por el grado de formalización en la micro y pequeña empresa.

**Tabla 52** Grado de formalización general

Sector	Empresa con dueño sin registro en hacienda.	Empresa con varios dueños sin registro en hacienda.	Está constituida como empresa (S.A., S.R., etc.)	Pequeño contribuyente.	Persona física con actividad empresarial.	Régimen de incorporación fiscal.	No contesto	Total general
a) Agricultura.	123	10	69	109	47	31	4	393
Preocupación por el medio ambiente	49	2	28	32	9	8		128
Por ser una empresa responsable	13		19	11	12	4		59
Para venderlo y obtener dinero	15	2	8	17	8	3		53
Mejorar la imagen de la empresa	14	2	6	15	13		2	52
Cumplir las leyes y evitar multas	13	3	7	25	3	13		64
Ninguna me motiva a reciclar	13			7	2	3		25
No contesto	6	1	1	2			2	12
b) Cría y explotación de animales	114	13	38	119	49	26	8	367
Preocupación por el medio ambiente	52	6	10	37	13	10	6	134
Por ser una empresa responsable	9	1	11	23	12	2		58
Para venderlo y obtener dinero	19	3	3	12	9	4	1	51
Mejorar la imagen de la empresa	7	2	3	23	11	5		51
Cumplir las leyes y evitar multas	16	1	7	13	1	3	1	42
Ninguna me motiva a reciclar	9		4	9	2	1		25
No contesto	2			2	1	1		6
c) Aprovechamiento forestal.	14	4	10	20	11	9		68
Preocupación por el medio ambiente	1	1	3	9	5	2		21
Por ser una empresa responsable	3			3	1	1		8
Para venderlo y obtener dinero	3		1	2	1	1		8
Mejorar la imagen de la empresa	1	2	1	2	2	2		10
Cumplir las leyes y evitar multas	3	1	3	2	1	2		12
Ninguna me motiva a reciclar	2		2	2	1			7
No contesto	1					1		2
d) Pesca y caza.	31	2	25	43	17	12	1	131
Preocupación por el medio ambiente	9	1	9	19	10	5		53
Por ser una empresa responsable	2		5	5	3	1		16
Para venderlo y obtener dinero	8		2	3	2	2		17
Mejorar la imagen de la empresa	6		4	8	1		1	20
Cumplir las leyes y evitar multas	2	1	5	4	1	1		14
Ninguna me motiva a reciclar	3			4		1		8
No contesto	1					2		3
e) Minería.	16		12	14	6	2	2	52
Preocupación por el medio ambiente	7		7	8	2	1		25
Por ser una empresa responsable	4		1	3	1		1	10



Para venderlo y obtener dinero	3		1		1		1	6
Mejorar la imagen de la empresa			1	2	1			4
Cumplir las leyes y evitar multas	1		1	1	1			4
Ninguna me motiva a reciclar	1		1			1		3
f) Construcción.	73	12	114	89	111	34	4	437
Preocupación por el medio ambiente	21	6	32	38	39	15	2	153
Por ser una empresa responsable	6	4	35	18	22	7		92
Para venderlo y obtener dinero	14	1	11	9	14	5	1	55
Mejorar la imagen de la empresa	10		12	8	6	3		39
Cumplir las leyes y evitar multas	15	1	21	5	19	1		62
Ninguna me motiva a reciclar	6		3	10	7	3		29
No contesto	1			1	4		1	7
g) Industria metalmecánica.	55	2	47	43	45	15	3	210
Preocupación por el medio ambiente	16		13	13	11	3		56
Por ser una empresa responsable	1		12	7	13	5	1	39
Para venderlo y obtener dinero	13	2	11	9	7	4	1	47
Mejorar la imagen de la empresa	12		4	4	6	1		27
Cumplir las leyes y evitar multas	11		6	8	5	2	1	33
Ninguna me motiva a reciclar	2		1	2	3			8
h) Manufactura de plásticos y resinas.	60	6	18	78	22	27	3	214
Preocupación por el medio ambiente	25	2	5	26	10	13		81
Por ser una empresa responsable	5	1	3	4	4	3	2	22
Para venderlo y obtener dinero	10	1	5	15	2	1		34
Mejorar la imagen de la empresa	4		2	11	3	1		21
Cumplir las leyes y evitar multas	6	2	3	13	2	7		33
Ninguna me motiva a reciclar	10			8	1	2		21
No contesto				1			1	2
i) Industria textil.	160	20	90	166	94	67	7	604
Preocupación por el medio ambiente	60	8	31	73	37	26	2	237
Por ser una empresa responsable	25	5	19	26	19	19	1	114
Para venderlo y obtener dinero	27	4	6	14	8	5	1	65
Mejorar la imagen de la empresa	16	2	14	27	12	10	2	83
Cumplir las leyes y evitar multas	20	1	10	17	8	4		60
Ninguna me motiva a reciclar	12		8	8	8	2	1	39
No contesto			2	1	2	1		6
j) Industria de alimentos y bebidas (embotelladoras, tortillerías, panaderías, etc.).	599	68	254	735	243	171	31	2101
Preocupación por el medio ambiente	197	19	76	254	72	70	8	696

Por ser una empresa responsable	84	10	54	102	55	34	3	342
Para venderlo y obtener dinero	117	10	35	84	27	17	4	294
Mejorar la imagen de la empresa	80	10	37	131	31	20	5	314
Cumplir las leyes y evitar multas	58	10	42	102	37	14	4	267
Ninguna me motiva a reciclar	55	7	8	47	17	14	7	155
No contesto	8	2	2	15	4	2		33
k) Fabricación de artesanía.	97	10	32	92	48	34	7	320
Preocupación por el medio ambiente	29	7	11	40	20	16	3	126
Por ser una empresa responsable	21	1	7	6	14	9		58
Para venderlo y obtener dinero	18	1	5	16	5	4	1	50
Mejorar la imagen de la empresa	2		4	15	3	1	1	26
Cumplir las leyes y evitar multas	15	1	4	10	2	2		34
Ninguna me motiva a reciclar	12		1	4	2	2	1	22
No contesto				1	2		1	4
L) Carpintería.	114	14	23	65	46	26	2	290
Preocupación por el medio ambiente	36	6	9	20	10	8	1	90
Por ser una empresa responsable	17		3	10	9	4		43
Para venderlo y obtener dinero	22	4	2	12	4	4		48
Mejorar la imagen de la empresa	16	1	1	10	13	7		48
Cumplir las leyes y evitar multas	16		3	8	6	2	1	36
Ninguna me motiva a reciclar	7	3	4	5	4	1		24
No contesto			1					1
m) Herrería.	86	7	17	102	37	18	6	273
Preocupación por el medio ambiente	10	2	3	22	8	4	2	51
Por ser una empresa responsable	7	1	4	16	5	2		35
Para venderlo y obtener dinero	39	2	3	28	13	5	2	92
Mejorar la imagen de la empresa	7		1	13	4	4	1	30
Cumplir las leyes y evitar multas	11	1	4	13	7	3		39
Ninguna me motiva a reciclar	11	1	2	8				22
No contesto	1			2			1	4
n) Comercio al menudeo de Abarrotes y misceláneos.	1697	140	563	2308	605	572	141	6026
Preocupación por el medio ambiente	580	50	191	869	212	229	38	2169
Por ser una empresa responsable	183	12	115	269	107	83	14	783
Para venderlo y obtener dinero	342	28	66	333	58	78	35	940
Mejorar la imagen de la empresa	200	24	58	264	85	53	17	701
Cumplir las leyes y evitar multas	189	9	88	341	94	88	10	819
Ninguna me motiva a reciclar	175	13	25	176	38	25	10	462
No contexto	28	4	20	56	11	16	17	152
o) Comercio al menudeo de Farmacia.	77	13	106	138	86	67	10	497

Preocupación por el medio ambiente	36	5	41	55	39	34	3	213
Por ser una empresa responsable	9	5	28	21	21	12	2	98
Para venderlo y obtener dinero	7		3	11		4		25
Mejorar la imagen de la empresa	8		15	19	10	2	1	55
Cumplir las leyes y evitar multas	14	2	12	21	9	10	2	70
Ninguna me motiva a reciclar	3	1	7	9	7	5	1	33
No contesto				2			1	3
p) Comercio al menudeo de Papelería.	380	34	110	548	184	235	32	1523
Preocupación por el medio ambiente	154	11	46	245	80	111	14	661
Por ser una empresa responsable	57	7	22	81	48	36	5	256
Para venderlo y obtener dinero	54	6	11	64	15	25	4	179
Mejorar la imagen de la empresa	43	4	12	55	19	21	4	158
Cumplir las leyes y evitar multas	33	3	14	57	14	27	1	149
Ninguna me motiva a reciclar	37	3	5	37	5	10	1	98
No contesto	2			9	3	5	3	22
q) Comercio al menudeo de Regalos.	165	22	48	217	63	80	9	604
Preocupación por el medio ambiente	65	7	25	93	27	42	4	263
Por ser una empresa responsable	14	4	5	23	3	15	2	66
Para venderlo y obtener dinero	30	3	5	21	7	7	1	74
Mejorar la imagen de la empresa	21	5	2	35	12	6	2	83
Cumplir las leyes y evitar multas	16	2	6	21	3	6		54
Ninguna me motiva a reciclar	16	1	4	23	10	2		56
No contesto	3		1	1	1	2		8
r) Comercio al menudeo de Artículos para otras empresas.	25	3	40	40	51	13	2	174
Preocupación por el medio ambiente	10		12	11	20	4		57
Por ser una empresa responsable	3		9	7	13	1	1	34
Para venderlo y obtener dinero	6	1	3	4	3	1	1	19
Mejorar la imagen de la empresa	2	1	6	11	9	4		33
Cumplir las leyes y evitar multas	3	1	7	4	5	3		23
Ninguna me motiva a reciclar	1		3	3	1			8
s) Comercio al menudeo de Otro comercio al menudeo.	1093	94	382	1247	577	500	73	3966
Preocupación por el medio ambiente	409	33	118	495	210	182	29	1476
Por ser una empresa responsable	130	16	79	181	104	79	9	598
Para venderlo y obtener dinero	184	12	49	134	60	66	11	516
Mejorar la imagen de la empresa	122	15	44	166	86	58	10	501

Cumplir las leyes y evitar multas	112	7	52	150	58	75	9	463
Ninguna me motiva a reciclar	126	8	32	105	52	33	3	359
No contesto	10	3	8	16	7	7	2	53
t) Comercio al mayoreo de Abarrotes y misceláneos.	173	17	75	198	61	44	8	576
Preocupación por el medio ambiente	51	5	23	63	21	12	3	178
Por ser una empresa responsable	19	2	12	28	8	10	1	80
Para venderlo y obtener dinero	38	2	7	33	6	4		90
Mejorar la imagen de la empresa	28	3	15	27	9	6	1	89
Cumplir las leyes y evitar multas	21	2	11	28	12	9	1	84
Ninguna me motiva a reciclar	14	3	5	16	4	2	2	46
No contexto	2		2	3	1	1		9
u) Comercio al mayoreo de Farmacia.	14	5	18	26	22	5		90
Preocupación por el medio ambiente	7		4	12	7	1		31
Por ser una empresa responsable	2	1	5	4	2	1		15
Para venderlo y obtener dinero	1	1	2	2	3			9
Mejorar la imagen de la empresa	1	3	4	2	6	1		17
Cumplir las leyes y evitar multas	1		3	5	2	1		12
Ninguna me motiva a reciclar	2			1	1	1		5
No contexto					1			1
v) Comercio al mayoreo de Papelería.	57	4	23	79	33	28	2	226
Preocupación por el medio ambiente	24		6	32	11	13		86
Por ser una empresa responsable	5	2	6	10	3	5		31
Para venderlo y obtener dinero	5		5	6	7	2		25
Mejorar la imagen de la empresa	9	1	2	13	4	5		34
Cumplir las leyes y evitar multas	9	1	3	13	5	1	1	33
Ninguna me motiva a reciclar	4		1	4	3	2		14
No contexto	1			1			1	3
w) Comercio al mayoreo de Regalos.	41	6	10	27	15	15		114
Preocupación por el medio ambiente	7	2	5	9	8	3		34
Por ser una empresa responsable	11	2	3	5	2	5		28
Para venderlo y obtener dinero	9	1		2	3			15
Mejorar la imagen de la empresa	4			5	1	2		12
Cumplir las leyes y evitar multas	5		2	3	1	2		13
Ninguna me motiva a reciclar	5	1		2		1		9
No contexto				1		2		3
x) Comercio al mayoreo de Artículos para otras empresas.	10	3	32	17	33	4	3	102
Preocupación por el medio ambiente	2		11	7	8	3	2	33

Por ser una empresa responsable	2	1	6	1	8			18
Para venderlo y obtener dinero	2	1	2	2	6	1		14
Mejorar la imagen de la empresa	2		5	3	3			13
Cumplir las leyes y evitar multas	1	1	6	2	5			15
Ninguna me motiva a reciclar	1		2	2	2		1	8
No contesto					1			1
y) Comercio al mayoreo de Otro comercio al mayoreo.	107	15	100	143	109	26	10	510
Preocupación por el medio ambiente	21	7	25	56	32	7	4	152
Por ser una empresa responsable	19	1	32	18	28	7	2	107
Para venderlo y obtener dinero	27	3	7	18	9	4	3	71
Mejorar la imagen de la empresa	14	1	12	22	19	5		73
Cumplir las leyes y evitar multas	11		17	19	17	2	1	67
Ninguna me motiva a reciclar	11	2	6	10	3	1		33
No contesto	4	1	1		1			7
1) Transportes, correos y almacenaje.	35	3	65	59	46	8	3	219
Preocupación por el medio ambiente	9	1	16	23	14	4	2	69
Por ser una empresa responsable	6	1	12	4	10	1		34
Para venderlo y obtener dinero	10		4	5	6			25
Mejorar la imagen de la empresa	3		14	9	5			31
Cumplir las leyes y evitar multas	2		13	10	7	2		34
Ninguna me motiva a reciclar	3	1	6	7	4	1	1	23
No contesto	2			1				3
2) Serv. financieros y de seguros.	6	1	27	7	19	5		65
Preocupación por el medio ambiente	4		13	2	6	2		27
Por ser una empresa responsable	1	1	6		2	1		11
Para venderlo y obtener dinero	1		3	1				5
Mejorar la imagen de la empresa			1	4	1	1		7
Cumplir las leyes y evitar multas			4		7	1		12
Ninguna me motiva a reciclar					3			3
3) Serv. inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles.	51	3	31	33	24	24	4	170
Preocupación por el medio ambiente	16	2	12	8	5	8	2	53
Por ser una empresa responsable	7		8	7	5	6		33
Para venderlo y obtener dinero	15		2	5	3	2		27
Mejorar la imagen de la empresa	8		3	5	5	3		24
Cumplir las leyes y evitar multas	3	1	6	5	4	3		22

Ninguna me motiva a reciclar	2			3	2	2	1	10
No contesto							1	1
4) Serv. profesionales y técnicos (Salón de belleza, reparación de vehículos, despachos de abogados o contadores) .	525	37	158	521	329	178	28	1776
Preocupación por el medio ambiente	180	7	50	188	120	65	12	622
Por ser una empresa responsable	63	8	38	75	53	33	3	273
Para venderlo y obtener dinero	86	8	13	44	36	18	1	206
Mejorar la imagen de la empresa	78	3	22	77	67	19	3	269
Cumplir las leyes y evitar multas	51	6	24	85	40	34	5	245
Ninguna me motiva a reciclar	62	4	10	44	12	9	2	143
No contesto	5	1	1	8	1		2	18
5) Manejo de desechos.	120	10	59	157	66	47	8	467
Preocupación por el medio ambiente	46	1	16	60	25	16	3	167
Por ser una empresa responsable	9	1	15	21	15	11		72
Para venderlo y obtener dinero	26	2	6	17	7	10	2	70
Mejorar la imagen de la empresa	10	2	7	28	4	4	1	56
Cumplir las leyes y evitar multas	9	2	9	16	10	4	1	51
Ninguna me motiva a reciclar	19	2	4	13	4	1	1	44
No contexto	1		2	2	1	1		7
6) Serv. Educativos y capacitación.	17	4	23	19	14	12	4	93
Preocupación por el medio ambiente	8	2	9	11	7	8		45
Por ser una empresa responsable	5		10	3	1	3	4	26
Para venderlo y obtener dinero			1	2	2			5
Mejorar la imagen de la empresa	1		1	2	3			7
Cumplir las leyes y evitar multas	3	1	2	1		1		8
Ninguna me motiva a reciclar		1			1			2
7) Serv. de salud /asistencia social.	33	8	38	61	76	31	5	252
Preocupación por el medio ambiente	17	3	12	24	36	14		106
Por ser una empresa responsable	8	2	9	12	21	8	3	63
Para venderlo y obtener dinero	3		3	5	1			12
Mejorar la imagen de la empresa	2	1	8	6	3	5	1	26
Cumplir las leyes y evitar multas	3		6	7	9	3		28
Ninguna me motiva a reciclar		2		6	4	1		13
No contexto				1	2		1	4
8) Serv. de esparcimiento cultural, deportivo y otros serv. recreativos.	47	11	31	39	36	17	3	184
Preocupación por el medio ambiente	20	4	12	12	11	7	1	67

Por ser una empresa responsable	6	1	11	8	11	3		40
Para venderlo y obtener dinero	6	1		5	3	2		17
Mejorar la imagen de la empresa	8	3	1	3	5	3		23
Cumplir las leyes y evitar multas	4		7	7	3		1	22
Ninguna me motiva a reciclar	2	1		4	3	1	1	12
No contesto	1	1				1		3
9) Serv. de alojamiento temporal.	32	1	34	44	31	31	2	175
Preocupación por el medio ambiente	13	1	14	14	13	10	1	66
Por ser una empresa responsable	3		8	9	7	5		32
Para venderlo y obtener dinero	9		3	1	4	3		20
Mejorar la imagen de la empresa	4		7	10	2	2	1	26
Cumplir las leyes y evitar multas	3		2	8	4	9		26
Ninguna me motiva a reciclar				2	1	2		5
10) Restaurantes.	447	51	174	532	250	166	19	1639
Preocupación por el medio ambiente	152	22	50	185	73	65	3	550
Por ser una empresa responsable	67	5	41	97	76	35	2	323
Para venderlo y obtener dinero	65	12	9	41	15	12	4	158
Mejorar la imagen de la empresa	68	5	38	97	43	26	2	279
Cumplir las leyes y evitar multas	45	4	27	70	35	16	5	202
Ninguna me motiva a reciclar	42	3	9	38	8	11	1	112
No contesto	8			4		1	2	15
11) Otros servicios.	675	75	325	764	483	273	57	2652
Preocupación por el medio ambiente	238	30	106	288	186	107	15	970
Por ser una empresa responsable	107	10	89	114	106	48	9	483
Para venderlo y obtener dinero	104	11	24	67	35	32	6	279
Mejorar la imagen de la empresa	76	7	29	125	57	22	12	328
Cumplir las leyes y evitar multas	80	7	47	107	65	46	6	358
Ninguna me motiva a reciclar	58	9	23	52	30	17	5	194
No contesto	12	1	7	11	4	1	4	40
Total general	7369	728	3221	8899	3989	2853	501	27560

En nuestra investigación podemos observar que las motivaciones a las prácticas de la logística inversa siempre motiva la preocupación ambiental sin importar la constitución de la empresa, a excepción de las actividades de Herrería se encuentran motivados a realizar las prácticas de la logística inversa por cuestiones de vender los desechos obtener recursos económicos.

H<sub>3</sub> Las motivaciones a las prácticas de la logística inversa segmentado por sectores económico son diferentes por la ubicación geográfica en la micro y pequeña empresa.



**Tabla 53** Resultados por ubicación geográfica

Sector	Zona comercial	Zona industrial	Zona residencial rural	Zona residencial urbana	Zona residencial urbana humilde	Zona rural u otros	Total general
a) Agricultura.	124	11	13	43	54	144	389
Preocupación por el medio ambiente	42	4	3	11	17	51	128
Por ser una empresa responsable	19	2	1	10	6	20	58
Para venderlo y obtener dinero	10	1	3	6	11	21	52
Mejorar la imagen de la empresa	19		1	2	8	21	51
Cumplir las leyes y evitar multas	27	4	2	10	6	15	64
Ninguna me motiva a reciclar	4		3	3	5	9	24
No contesto	3			1	1	7	12
b) Cría y explotación de animales	89	11	16	61	55	135	367
Preocupación por el medio ambiente	33	3	4	19	22	53	134
Por ser una empresa responsable	15	2	4	8	5	24	58
Para venderlo y obtener dinero	8		2	9	10	22	51
Mejorar la imagen de la empresa	20		2	10	5	14	51
Cumplir las leyes y evitar multas	10	5	2	9	7	9	42
Ninguna me motiva a reciclar	3		1	5	4	12	25
No contesto		1	1	1	2	1	6
c) Aprovechamiento forestal.	30	3	1	15	7	11	67
Preocupación por el medio ambiente	11	2		3	1	4	21
Por ser una empresa responsable	1	1		3		3	8
Para venderlo y obtener dinero	4		1		2	1	8
Mejorar la imagen de la empresa	4			2	2	1	9
Cumplir las leyes y evitar multas	8			3		1	12
Ninguna me motiva a reciclar	1			3	2	1	7
No contesto	1			1			2
d) Pesca y caza.	45	4	3	20	15	43	130
Preocupación por el medio ambiente	15	2		11	9	16	53
Por ser una empresa responsable	5			3	1	7	16
Para venderlo y obtener dinero	9			2	1	5	17
Mejorar la imagen de la empresa	6		3	1		10	20
Cumplir las leyes y evitar multas	5	1		3	2	3	14
Ninguna me motiva a reciclar	4				1	2	7
No contesto	1	1			1		3
e) Minería.	11	1	4	7	7	22	52
Preocupación por el medio ambiente	7	1	1	2	5	9	25
Por ser una empresa responsable	2		2	1	2	3	10
Para venderlo y obtener dinero				1		5	6
Mejorar la imagen de la empresa	2			1		1	4
Cumplir las leyes y evitar multas			1			3	4
Ninguna me motiva a reciclar				2		1	3
f) Construcción.	141	39	16	83	66	86	431
Preocupación por el medio ambiente	48	14	5	27	21	37	152
Por ser una empresa responsable	32	5	1	23	12	18	91
Para venderlo y obtener dinero	13	5	2	16	7	12	55
Mejorar la imagen de la empresa	15	3	3	5	3	9	38
Cumplir las leyes y evitar multas	22	7	1	8	16	6	60
Ninguna me motiva a reciclar	10	5	3	2	5	4	29
No contesto	1		1	2	2		6
g) Industria metalmeccánica.	80	10	5	49	31	33	208
Preocupación por el medio ambiente	22	5	2	15	6	6	56
Por ser una empresa responsable	14	2		11	5	6	38
Para venderlo y obtener dinero	21		1	9	9	7	47
Mejorar la imagen de la empresa	7	1	1	5	8	5	27
Cumplir las leyes y evitar multas	12	2		8	2	8	32
Ninguna me motiva a reciclar	4		1	1	1	1	8
h) Manufactura de plásticos y resinas.	32	5	4	57	58	56	212
Preocupación por el medio ambiente	15	1	2	21	18	23	80

Por ser una empresa responsable	7	1		6	3	5	22
Para venderlo y obtener dinero	4	2	2	6	12	8	34
Mejorar la imagen de la empresa	3			5	6	7	21
Cumplir las leyes y evitar multas	1	1		10	12	9	33
Ninguna me motiva a reciclar	1			9	6	4	20
No contesto	1				1		2
i) Industria textil.	303	21	13	95	74	93	599
Preocupación por el medio ambiente	115	4	4	44	31	38	236
Por ser una empresa responsable	65	4	5	15	8	16	113
Para venderlo y obtener dinero	21		2	15	14	11	63
Mejorar la imagen de la empresa	44	6		10	8	15	83
Cumplir las leyes y evitar multas	28	6		8	9	8	59
Ninguna me motiva a reciclar	25	1	2	2	4	5	39
No contesto	5			1			6
j) Industria de alimentos y bebidas (embotelladoras, tortillerías, panaderías, etc.).	661	47	84	430	395	465	2082
Preocupación por el medio ambiente	208	11	34	158	114	164	689
Por ser una empresa responsable	120	8	16	64	68	62	338
Para venderlo y obtener dinero	73	9	8	67	69	68	294
Mejorar la imagen de la empresa	105	4	15	62	56	69	311
Cumplir las leyes y evitar multas	103	9	3	44	48	59	266
Ninguna me motiva a reciclar	44	6	8	29	37	30	154
No contesto	8			6	3	13	30
k) Fabricación de artesanía.	177	4	4	44	40	46	315
Preocupación por el medio ambiente	72	2	2	12	17	20	125
Por ser una empresa responsable	32	1	1	13	6	4	57
Para venderlo y obtener dinero	21	1		9	9	8	48
Mejorar la imagen de la empresa	14			5	1	5	25
Cumplir las leyes y evitar multas	23			2	4	5	34
Ninguna me motiva a reciclar	13		1	3	3	2	22
No contexto	2					2	4
L) Carpintería.	106	9	9	42	53	65	284
Preocupación por el medio ambiente	40	3	2	10	16	17	88
Por ser una empresa responsable	13	2	2	9	11	6	43
Para venderlo y obtener dinero	13	1	2	10	7	15	48
Mejorar la imagen de la empresa	16		1	5	11	14	47
Cumplir las leyes y evitar multas	11	2	1	5	6	9	34
Ninguna me motiva a reciclar	13	1	1	3	2	4	24
m) Herrería.	47	16	14	62	57	69	265
Preocupación por el medio ambiente	9	6	2	7	9	17	50
Por ser una empresa responsable	11	4	2	9	3	5	34
Para venderlo y obtener dinero	12	3	3	18	26	27	89
Mejorar la imagen de la empresa	4		1	13	5	7	30
Cumplir las leyes y evitar multas	6	3	3	9	8	9	38
Ninguna me motiva a reciclar	5		3	6	5	3	22
No contexto					1	1	2
n) Comercio al menudeo de Abarrotes y misceláneos.	1293	94	205	1304	1424	1571	5891
Preocupación por el medio ambiente	458	27	69	490	519	571	2134
Por ser una empresa responsable	193	23	22	181	162	186	767
Para venderlo y obtener dinero	166	10	44	191	238	271	920
Mejorar la imagen de la empresa	160	13	27	139	165	190	694
Cumplir las leyes y evitar multas	180	12	22	186	208	192	800
Ninguna me motiva a reciclar	96	5	17	91	100	138	447
No contexto	40	4	4	26	32	23	129
o) Comercio al menudeo de Farmacia.	215	6	21	85	88	77	492
Preocupación por el medio ambiente	96	2	4	31	40	38	211
Por ser una empresa responsable	50	2	4	16	11	14	97
Para venderlo y obtener dinero	8	2	2	6	4	3	25
Mejorar la imagen de la empresa	24		2	10	8	11	55
Cumplir las leyes y evitar multas	25		3	17	15	9	69
Ninguna me motiva a reciclar	12		6	5	8	1	32
No contexto					2	1	3

p) Comercio al menudeo de Papelería.	419	25	57	361	315	330	1507
Preocupación por el medio ambiente	183	9	20	151	143	150	656
Por ser una empresa responsable	74	2	9	59	60	49	253
Para venderlo y obtener dinero	45	3	7	37	43	42	177
Mejorar la imagen de la empresa	42	4	9	38	27	38	158
Cumplir las leyes y evitar multas	46	5	8	41	22	25	147
Ninguna me motiva a reciclar	22	2	3	28	17	25	97
No contesto	7		1	7	3	1	19
q) Comercio al menudeo de Regalos.	291	5	14	118	73	97	598
Preocupación por el medio ambiente	132	1	4	50	36	37	260
Por ser una empresa responsable	34	1		14	6	11	66
Para venderlo y obtener dinero	28	1	1	13	15	16	74
Mejorar la imagen de la empresa	40	1	1	17	9	14	82
Cumplir las leyes y evitar multas	22		2	16	4	9	53
Ninguna me motiva a reciclar	31	1	6	6	3	8	55
No contesto	4			2		2	8
r) Comercio al menudeo de Artículos para otras empresas.	88	7	2	36	15	25	173
Preocupación por el medio ambiente	30		1	14	5	7	57
Por ser una empresa responsable	16	2		8	4	3	33
Para venderlo y obtener dinero	10	1		5	2	1	19
Mejorar la imagen de la empresa	21	2		4	2	4	33
Cumplir las leyes y evitar multas	8	2	1	5	1	6	23
Ninguna me motiva a reciclar	3				1	4	8
s) Comercio al menudeo de Otro comercio al menudeo.	1903	39	100	720	517	654	3933
Preocupación por el medio ambiente	728	9	45	244	193	244	1463
Por ser una empresa responsable	298	6	21	125	54	90	594
Para venderlo y obtener dinero	200	9	6	105	91	103	514
Mejorar la imagen de la empresa	251	5	7	92	54	85	494
Cumplir las leyes y evitar multas	222	9	11	94	59	65	460
Ninguna me motiva a reciclar	173	1	10	52	61	60	357
No contesto	31			8	5	7	51
t) Comercio al mayoreo de Abarrotes y misceláneos.	152	11	17	108	120	159	567
Preocupación por el medio ambiente	43	4	4	32	40	52	175
Por ser una empresa responsable	23		2	17	18	18	78
Para venderlo y obtener dinero	24	1	3	14	24	21	87
Mejorar la imagen de la empresa	31	1	3	9	11	34	89
Cumplir las leyes y evitar multas	23	4	2	21	13	21	84
Ninguna me motiva a reciclar	8		2	13	11	12	46
No contesto		1	1	2	3	1	8
u) Comercio al mayoreo de Farmacia.	40	8	2	10	16	13	89
Preocupación por el medio ambiente	14	1		2	6	7	30
Por ser una empresa responsable	7	5		2		1	15
Para venderlo y obtener dinero	3	1		1	2	2	9
Mejorar la imagen de la empresa	7	1	1	4	2	2	17
Cumplir las leyes y evitar multas	7		1	1	2	1	12
Ninguna me motiva a reciclar	2				3		5
No contesto					1		1
v) Comercio al mayoreo de Papelería.	80	3	5	51	37	49	225
Preocupación por el medio ambiente	30	1	3	21	14	16	85
Por ser una empresa responsable	11	1		8	6	5	31
Para venderlo y obtener dinero	9	1		7	6	2	25
Mejorar la imagen de la empresa	12			7	3	12	34
Cumplir las leyes y evitar multas	14		2	5	4	8	33
Ninguna me motiva a reciclar	4			2	3	5	14
No contesto				1	1	1	3
w) Comercio al mayoreo de Regalos.	68	1	1	23	7	12	112
Preocupación por el medio ambiente	21			8	3	1	33
Por ser una empresa responsable	20			6		2	28

Para venderlo y obtener dinero	6	1	1	2	1	4	15
Mejorar la imagen de la empresa	6			4		2	12
Cumplir las leyes y evitar multas	12			1			13
Ninguna me motiva a reciclar	3			2	2	2	9
No contesto					1	1	2
x) Comercio al mayoreo de Artículos para otras empresas.	52	6	2	26	7	9	102
Preocupación por el medio ambiente	19		2	7	2	3	33
Por ser una empresa responsable	11			6		1	18
Para venderlo y obtener dinero	7	2		2	2	1	14
Mejorar la imagen de la empresa	4	1		4	1	3	13
Cumplir las leyes y evitar multas	9	1		3	2		15
Ninguna me motiva a reciclar	2	1		4		1	8
No contesto		1					1
y) Comercio al mayoreo de Otro comercio al mayoreo.	285	17	10	82	42	72	508
Preocupación por el medio ambiente	83	2	4	27	13	23	152
Por ser una empresa responsable	58	4	2	22	3	17	106
Para venderlo y obtener dinero	41	3		16	5	6	71
Mejorar la imagen de la empresa	44	3	3	8	3	12	73
Cumplir las leyes y evitar multas	40	3	1	7	8	8	67
Ninguna me motiva a reciclar	15	1		2	9	5	32
No contexto	4	1			1	1	7
1) Transportes, correos y almacenaje.	60	16	14	39	32	56	217
Preocupación por el medio ambiente	20	2	4	11	16	16	69
Por ser una empresa responsable	16	2		8	3	5	34
Para venderlo y obtener dinero	4	2	2	5	6	6	25
Mejorar la imagen de la empresa	7	3	2	8	1	9	30
Cumplir las leyes y evitar multas	9	6	4	4	2	8	33
Ninguna me motiva a reciclar	3	1	2	3	4	10	23
No contexto	1					2	3
2) Serv. financieros y de seguros.	33	2	3	10	9	8	65
Preocupación por el medio ambiente	15	1	1	4	3	3	27
Por ser una empresa responsable	8			1	1	1	11
Para venderlo y obtener dinero					3	2	5
Mejorar la imagen de la empresa	4		1	2			7
Cumplir las leyes y evitar multas	5	1	1	3	2		12
Ninguna me motiva a reciclar	1					2	3
3) Serv. inmobiliarios y de alquiler de Bienes muebles e intangibles.	62	6	5	51	18	26	168
Preocupación por el medio ambiente	23		1	14	6	8	52
Por ser una empresa responsable	12	1	1	15	1	3	33
Para venderlo y obtener dinero	8			8	3	8	27
Mejorar la imagen de la empresa	5		3	7	4	5	24
Cumplir las leyes y evitar multas	12	5		3	1	1	22
Ninguna me motiva a reciclar	2			3	3	1	9
No contexto				1			1
4) Serv. profesionales y técnicos (Salón de belleza, reparación de vehículos, despachos de abogados o contadores) .	556	46	52	497	329	274	1754
Preocupación por el medio ambiente	193	15	19	183	118	88	616
Por ser una empresa responsable	104	4	6	77	48	34	273
Para venderlo y obtener dinero	53	11	2	55	41	41	203
Mejorar la imagen de la empresa	77	7	12	76	44	46	262
Cumplir las leyes y evitar multas	84	8	4	74	40	34	244
Ninguna me motiva a reciclar	39	1	8	30	38	25	141
No contexto	6		1	2		6	15
5) Manejo de desechos.	215	9	7	80	85	68	464
Preocupación por el medio ambiente	76	3	4	33	32	17	165
Por ser una empresa responsable	40	1		10	10	10	71
Para venderlo y obtener dinero	24	3		12	23	8	70

Mejorar la imagen de la empresa	23	1	2	8	10	12	56
Cumplir las leyes y evitar multas	28	1		10	5	7	51
Ninguna me motiva a reciclar	18		1	7	4	14	44
No contesto	6				1		7
6) Serv. Educativos y capacitación.	27	2	3	35	16	9	92
Preocupación por el medio ambiente	13			20	7	5	45
Por ser una empresa responsable	7	2	1	8	4	3	25
Para venderlo y obtener dinero	3			1	1		5
Mejorar la imagen de la empresa	1		1	3	2		7
Cumplir las leyes y evitar multas	3			3	1	1	8
Ninguna me motiva a reciclar			1		1		2
7) Serv. de salud /asistencia social.	116	7	3	65	29	31	251
Preocupación por el medio ambiente	42	5	2	33	12	12	106
Por ser una empresa responsable	37	1		13	5	6	62
Para venderlo y obtener dinero	7	1		2	2		12
Mejorar la imagen de la empresa	10			6	4	6	26
Cumplir las leyes y evitar multas	11		1	8	3	5	28
Ninguna me motiva a reciclar	5			3	3	2	13
No contesto	4						4
8 Serv. de esparcimiento cultural , deportivo y otros serv. recreativos.	62	6	6	60	27	23	184
Preocupación por el medio ambiente	23	2	2	23	8	9	67
Por ser una empresa responsable	15	1	1	13	4	6	40
Para venderlo y obtener dinero	3	1		3	8	2	17
Mejorar la imagen de la empresa	6	1	1	9	2	4	23
Cumplir las leyes y evitar multas	9	1	1	7	4		22
Ninguna me motiva a reciclar	5		1	4	1	1	12
No contesto	1			1		1	3
9) Serv. de alojamiento temporal.	93	2	6	39	17	17	174
Preocupación por el medio ambiente	38	1	2	14	4	7	66
Por ser una empresa responsable	18		1	7	2	4	32
Para venderlo y obtener dinero	6	1	1	5	4	3	20
Mejorar la imagen de la empresa	14			3	5	3	25
Cumplir las leyes y evitar multas	14		1	9	2		26
Ninguna me motiva a reciclar	3		1	1			5
10) Restaurantes.	752	36	47	327	213	250	1625
Preocupación por el medio ambiente	258	13	19	109	71	75	545
Por ser una empresa responsable	156	4	2	73	36	50	321
Para venderlo y obtener dinero	58	3	5	27	32	33	158
Mejorar la imagen de la empresa	133	8	11	48	23	54	277
Cumplir las leyes y evitar multas	90	6	4	47	27	24	198
Ninguna me motiva a reciclar	49	1	6	22	23	10	111
No contexto	8	1		1	1	4	15
11) Otros servicios.	964	52	87	628	434	454	2619
Preocupación por el medio ambiente	361	21	37	229	150	162	960
Por ser una empresa responsable	177	7	17	138	70	71	480
Para venderlo y obtener dinero	79	6	7	76	57	50	275
Mejorar la imagen de la empresa	121	4	7	58	58	71	319
Cumplir las leyes y evitar multas	144	10	12	78	55	54	353
Ninguna me motiva a reciclar	66	3	7	45	35	36	192
No contexto	16	1		4	9	10	40
Total general	9672	587	855	5763	4782	5552	27211

En nuestra investigación podemos observar que las motivaciones a las prácticas de la logística inversa siempre motiva la preocupación ambiental sin importar la ubicación de la empresa, a excepción de las actividades de Herrería se encuentran motivados a realizar las prácticas de la logística inversa por cuestiones de vender los desechos obtener recursos económicos en las zonas rurales.

H<sub>4</sub> Las motivaciones a las prácticas de la logística inversa segmentado por sectores económico son diferentes por edad del director en la micro y pequeña empresa.

Tabla 54 Resultados por Edades

Sector	20-29	30-39	40-49	50-59	60 en adelante	Total general
a) Agricultura.	31	101	122	88	41	383
Preocupación por el medio ambiente	11	28	37	30	20	126
Por ser una empresa responsable	7	11	18	15	5	56
Para venderlo y obtener dinero	4	15	20	13	1	53
Mejorar la imagen de la empresa	2	20	13	12	3	50
Cumplir las leyes y evitar multas	4	18	24	11	7	64
Ninguna me motiva a reciclar	2	7	6	4	4	23
No contesto	1	2	4	3	1	11
b) Cría y explotación de animales	46	98	86	89	41	360
Preocupación por el medio ambiente	17	34	32	35	15	133
Por ser una empresa responsable	7	18	12	14	5	56
Para venderlo y obtener dinero	7	12	12	11	8	50
Mejorar la imagen de la empresa	5	18	12	12	4	51
Cumplir las leyes y evitar multas	3	13	13	9	4	42
Ninguna me motiva a reciclar	7	2	3	7	3	22
No contesto		1	2	1	2	6
c) Aprovechamiento forestal.	5	20	19	19	3	66
Preocupación por el medio ambiente	5	7	8		20	
Por ser una empresa responsable	1	3	2	2		8
Para venderlo y obtener dinero		3	3	2		8
Mejorar la imagen de la empresa	4	3		2	1	10
Cumplir las leyes y evitar multas	3	4	4	1	12	
Ninguna me motiva a reciclar		3	2		1	6
No contesto			1	1		2
d) Pesca y caza.	16	32	45	25	12	130
Preocupación por el medio ambiente	4	13	20	12	4	53
Por ser una empresa responsable	3	3	6	3		15
Para venderlo y obtener dinero	4	6	4	3		17
Mejorar la imagen de la empresa	3	2	8	3	4	20
Cumplir las leyes y evitar multas	5	5	3	1	14	
Ninguna me motiva a reciclar	2		2	1	3	8
No contesto		3				3
e) Minería.	3	12	15	15	7	52
Preocupación por el medio ambiente	2	5	7	5	6	25
Por ser una empresa responsable	4	3	3		10	
Para venderlo y obtener dinero		3		3		6
Mejorar la imagen de la empresa	1		1	2		4
Cumplir las leyes y evitar multas		2	1	1	4	
Ninguna me motiva a reciclar			2	1		3
f) Construcción.	38	85	166	109	34	432
Preocupación por el medio ambiente	16	34	57	33	10	150
Por ser una empresa responsable	8	19	41	15	8	91
Para venderlo y obtener dinero	6	9	23	13	4	55
Mejorar la imagen de la empresa	3	6	12	13	4	38
Cumplir las leyes y evitar multas	2	13	18	22	7	62
Ninguna me motiva a reciclar	3	3	11	11	1	29
No contesto		1	4	2		7
g) Industria metalmecánica.	13	54	73	45	20	205
Preocupación por el medio ambiente	2	13	21	12	6	54
Por ser una empresa responsable	1	10	11	12	3	37
Para venderlo y obtener dinero	1	15	17	10	4	47
Mejorar la imagen de la empresa	3	4	13	6	1	27
Cumplir las leyes y evitar multas	5	8	9	5	5	32
Ninguna me motiva a reciclar	1	4	2		1	8
h) Manufactura de plásticos y resinas.	24	48	66	39	33	210
Preocupación por el medio ambiente	10	18	26	13	13	80
Por ser una empresa responsable	3	5	6	2	6	22
Para venderlo y obtener dinero	1	6	7	12	7	33
Mejorar la imagen de la empresa	7	6	8			21

Cumplir las leyes y evitar multas	3	9	9	7	5	33
Ninguna me motiva a reciclar		4	10	5	1	20
No contesto					1	1
i) Industria textil.	61	184	188	108	55	596
Preocupación por el medio ambiente	25	69	64	52	26	236
Por ser una empresa responsable	10	35	41	16	8	110
Para venderlo y obtener dinero	4	19	24	11	6	64
Mejorar la imagen de la empresa	9	29	23	13	7	81
Cumplir las leyes y evitar multas	6	21	20	9	4	60
Ninguna me motiva a reciclar	7	9	15	4	4	39
No contexto		2	1	3		6
j) Industria de alimentos y bebidas (embotelladoras, tortillerías, panaderías, etc.).	243	457	700	442	222	2064
Preocupación por el medio ambiente	73	146	247	154	68	688
Por ser una empresa responsable	59	75	100	67	35	336
Para venderlo y obtener dinero	25	71	110	57	27	290
Mejorar la imagen de la empresa	39	77	101	61	33	311
Cumplir las leyes y evitar multas	24	55	80	63	32	254
Ninguna me motiva a reciclar	21	28	52	32	22	155
No contexto	2	5	10	8	5	30
k) Fabricación de artesanía.	29	86	82	75	38	310
Preocupación por el medio ambiente	12	32	28	38	14	124
Por ser una empresa responsable	3	15	22	9	5	54
Para venderlo y obtener dinero	4	19	11	11	4	49
Mejorar la imagen de la empresa	3	3	10	6	4	26
Cumplir las leyes y evitar multas	4	9	7	8	5	33
Ninguna me motiva a reciclar	2	7	4	3	5	21
No contexto	1	1			1	3
L) Carpintería.	24	86	80	52	44	286
Preocupación por el medio ambiente	9	22	21	23	14	89
Por ser una empresa responsable	1	10	15	7	9	42
Para venderlo y obtener dinero	10	15	16	4	3	48
Mejorar la imagen de la empresa	2	16	13	8	7	46
Cumplir las leyes y evitar multas	1	13	9	7	6	36
Ninguna me motiva a reciclar	1	10	6	3	4	24
No contexto					1	1
m) Herrería.	19	61	100	66	24	270
Preocupación por el medio ambiente	6	13	15	9	8	51
Por ser una empresa responsable	3	8	15	7	1	34
Para venderlo y obtener dinero	5	20	33	27	6	91
Mejorar la imagen de la empresa	2	11	13	1	3	30
Cumplir las leyes y evitar multas	1	5	17	14	2	39
Ninguna me motiva a reciclar	2	4	6	6	4	22
No contexto			1	2		3
n) Comercio al menudeo de Abarrotes y misceláneos.	521	1421	2010	1198	723	5873
Preocupación por el medio ambiente	173	528	727	445	241	2114
Por ser una empresa responsable	76	200	256	137	94	763
Para venderlo y obtener dinero	97	208	312	186	118	921
Mejorar la imagen de la empresa	75	174	238	126	72	685
Cumplir las leyes y evitar multas	58	197	260	181	106	802
Ninguna me motiva a reciclar	31	84	167	103	72	457
No contexto	11	30	50	20	20	131
o) Comercio al menudeo de Farmacia.	50	140	148	96	46	480
Preocupación por el medio ambiente	22	65	62	38	22	209
Por ser una empresa responsable	9	25	30	18	8	90
Para venderlo y obtener dinero	3	5	10	5	2	25
Mejorar la imagen de la empresa	9	14	17	9	2	51
Cumplir las leyes y evitar multas	5	20	18	19	7	69
Ninguna me motiva a reciclar	2	10	10	6	5	33
No contexto		1	1	1		3
p) Comercio al menudeo de Papelería.	162	400	515	285	143	1505
Preocupación por el medio ambiente	71	178	207	128	70	654
Por ser una empresa responsable	26	58	88	52	29	253
Para venderlo y obtener dinero	10	49	79	27	13	178



Mejorar la imagen de la empresa	27	47	51	22	10	157
Cumplir las leyes y evitar multas	18	39	52	30	9	148
Ninguna me motiva a reciclar	8	23	34	22	10	97
No contesto	2	6	4	4	2	18
q) Comercio al menudeo de Regalos.	82	204	156	107	43	592
Preocupación por el medio ambiente	37	87	69	45	21	259
Por ser una empresa responsable	9	23	22	6	2	62
Para venderlo y obtener dinero	8	23	23	14	4	72
Mejorar la imagen de la empresa	7	34	18	18	4	81
Cumplir las leyes y evitar multas	8	12	14	11	9	54
Ninguna me motiva a reciclar	10	23	8	13	2	56
No contesto	3	2	2		1	8
r) Comercio al menudeo de Artículos para otras empresas.	29	44	54	26	17	170
Preocupación por el medio ambiente	8	16	15	11	5	55
Por ser una empresa responsable	4	9	14	5	1	33
Para venderlo y obtener dinero	4	3	8	2	2	19
Mejorar la imagen de la empresa	7	12	7	2	4	32
Cumplir las leyes y evitar multas	5	3	8	3	4	23
Ninguna me motiva a reciclar	1	1	2	3	1	8
s) Comercio al menudeo de Otro comercio al menudeo.	549	1056	1242	671	377	3895
Preocupación por el medio ambiente	197	413	465	246	139	1460
Por ser una empresa responsable	96	155	192	99	49	591
Para venderlo y obtener dinero	54	132	175	91	55	507
Mejorar la imagen de la empresa	97	136	151	69	37	490
Cumplir las leyes y evitar multas	52	116	150	84	47	449
Ninguna me motiva a reciclar	50	91	92	71	47	351
No contexto	3	13	17	11	3	47
t) Comercio al mayoreo de Abarrotes y misceláneos.	48	152	170	117	81	568
Preocupación por el medio ambiente	13	49	53	39	21	175
Por ser una empresa responsable	8	24	24	13	9	78
Para venderlo y obtener dinero	5	21	20	23	19	88
Mejorar la imagen de la empresa	10	24	29	12	13	88
Cumplir las leyes y evitar multas	9	22	28	14	11	84
Ninguna me motiva a reciclar	3	12	14	11	6	46
No contexto			2	5	2	9
u) Comercio al mayoreo de Farmacia.	7	16	28	23	13	87
Preocupación por el medio ambiente	4	6	8	6	5	29
Por ser una empresa responsable	3	5	3	4	15	
Para venderlo y obtener dinero	1	3	3	1	1	9
Mejorar la imagen de la empresa	1	3	6	6	1	17
Cumplir las leyes y evitar multas		5	4	2	11	
Ninguna me motiva a reciclar	1		1	3		5
No contexto		1				1
v) Comercio al mayoreo de Papelería.	27	47	80	44	24	222
Preocupación por el medio ambiente	11	19	34	14	6	84
Por ser una empresa responsable	2	5	13	7	3	30
Para venderlo y obtener dinero	3	5	7	7	2	24
Mejorar la imagen de la empresa	7	11	8	4	4	34
Cumplir las leyes y evitar multas	3	6	8	11	5	33
Ninguna me motiva a reciclar	1	1	8	1	3	14
No contexto			2		1	3
w) Comercio al mayoreo de Regalos.	20	29	36	24	4	113
Preocupación por el medio ambiente	9	5	13	5	2	34
Por ser una empresa responsable	5	5	10	6	2	28
Para venderlo y obtener dinero	2	5	2	6		15
Mejorar la imagen de la empresa	5	5	2		12	
Cumplir las leyes y evitar multas	1	5	4	3		13
Ninguna me motiva a reciclar	2	3	2	1		8
No contexto	1	1		1		3
x) Comercio al mayoreo de Artículos para otras empresas.	13	29	30	16	11	99
Preocupación por el medio ambiente	2	10	10	5	4	31
Por ser una empresa responsable	4	5	5	3	1	18
Para venderlo y obtener dinero	2	4	5	1	1	13
Mejorar la imagen de la empresa	4	5	1	2	1	13

Cumplir las leyes y evitar multas	3	8	2	2	15	
Ninguna me motiva a reciclar	1	2	1	2	2	8
No contesto				1		1
y) Comercio al mayoreo de Otro comercio al mayoreo.	66	126	157	105	37	491
Preocupación por el medio ambiente	16	43	48	29	11	147
Por ser una empresa responsable	16	25	30	22	10	103
Para venderlo y obtener dinero	10	18	24	13	5	70
Mejorar la imagen de la empresa	10	15	23	14	5	67
Cumplir las leyes y evitar multas	9	18	21	15	3	66
Ninguna me motiva a reciclar	5	3	9	12	2	31
No contesto		4	2		1	7
1) Transportes, correos y almacenaje.	24	39	69	50	30	212
Preocupación por el medio ambiente	9	15	17	14	13	68
Por ser una empresa responsable	5	5	7	9	4	30
Para venderlo y obtener dinero	2	4	10	4	5	25
Mejorar la imagen de la empresa	5	5	14	4	3	31
Cumplir las leyes y evitar multas	3	9	6	10	5	33
Ninguna me motiva a reciclar		1	14	7		22
No contexto			1	2		3
2) Serv. financieros y de seguros.	5	19	14	16	5	59
Preocupación por el medio ambiente	3	8	5	9	2	27
Por ser una empresa responsable	1	2	4	1	8	
Para venderlo y obtener dinero		3	1			4
Mejorar la imagen de la empresa	5	1		1	7	
Cumplir las leyes y evitar multas	1	2	4	2	1	10
Ninguna me motiva a reciclar	1		1	1		3
3) Serv. inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles.	17	56	54	33	8	168
Preocupación por el medio ambiente	7	17	13	11	5	53
Por ser una empresa responsable	4	10	12	6		32
Para venderlo y obtener dinero	3	11	7	5	1	27
Mejorar la imagen de la empresa	1	5	14	3	1	24
Cumplir las leyes y evitar multas	2	8	5	7		22
Ninguna me motiva a reciclar		4	3	1	1	9
No contexto		1				1
4) Serv. profesionales y técnicos (Salón de belleza, reparación de vehículos, despachos de abogados o contadores) .	346	533	553	239	82	1753
Preocupación por el medio ambiente	113	211	183	83	27	617
Por ser una empresa responsable	58	74	95	30	13	270
Para venderlo y obtener dinero	46	47	70	27	14	204
Mejorar la imagen de la empresa	51	81	90	36	6	264
Cumplir las leyes y evitar multas	47	72	77	32	15	243
Ninguna me motiva a reciclar	27	41	37	27	7	139
No contexto	4	7	1	4		16
5) Manejo de desechos.	49	130	150	91	35	455
Preocupación por el medio ambiente	14	50	52	29	16	161
Por ser una empresa responsable	10	18	25	12	4	69
Para venderlo y obtener dinero	5	21	24	16	3	69
Mejorar la imagen de la empresa	7	13	16	17	1	54
Cumplir las leyes y evitar multas	6	16	14	10	5	51
Ninguna me motiva a reciclar	7	10	16	5	6	44
No contexto		2	3	2		7
6) Serv. Educativos y capacitación.	7	26	38	17	5	93
Preocupación por el medio ambiente	2	11	19	10	3	45
Por ser una empresa responsable	2	6	12	5	1	26
Para venderlo y obtener dinero	1	1	2		1	5
Mejorar la imagen de la empresa	1	4	1	1		7
Cumplir las leyes y evitar multas	1	3	3	1		8
Ninguna me motiva a reciclar		1	1			2
7) Serv. de salud /asistencia social.	38	72	65	51	22	248
Preocupación por el medio ambiente	23	26	28	16	12	105
Por ser una empresa responsable	6	23	16	11	6	62
Para venderlo y obtener dinero	1	4	5	2		12

Mejorar la imagen de la empresa	5	9	4	6	2	26
Cumplir las leyes y evitar multas	2	6	9	7	2	26
Ninguna me motiva a reciclar		3	3	7		13
No contesto	1	1		2		4
8) Serv. de esparcimiento cultural, deportivo y otros serv. recreativos.	41	60	47	17	13	178
Preocupación por el medio ambiente	15	23	20	4	5	67
Por ser una empresa responsable	10	11	8	5	1	35
Para venderlo y obtener dinero	4	3	3	5	2	17
Mejorar la imagen de la empresa	6	11	4		2	23
Cumplir las leyes y evitar multas	2	11	7	1	1	22
Ninguna me motiva a reciclar	3	1	4	1	2	11
No contesto	1		1	1		3
9) Serv. de alojamiento temporal.	13	41	42	41	36	173
Preocupación por el medio ambiente	5	19	15	15	12	66
Por ser una empresa responsable	1	8	8	10	5	32
Para venderlo y obtener dinero		6	5	5	4	20
Mejorar la imagen de la empresa	4	1	6	6	8	25
Cumplir las leyes y evitar multas	3	6	7	4	5	25
Ninguna me motiva a reciclar		1	1	1	2	5
10) Restaurantes.	224	375	517	346	155	1617
Preocupación por el medio ambiente	81	115	179	113	53	541
Por ser una empresa responsable	52	98	83	67	20	320
Para venderlo y obtener dinero	13	36	62	31	15	157
Mejorar la imagen de la empresa	45	53	77	67	33	275
Cumplir las leyes y evitar multas	13	45	73	45	22	198
Ninguna me motiva a reciclar	18	22	38	21	12	111
No contesto	2	6	5	2		15
11) Otros servicios.	440	714	761	459	232	2606
Preocupación por el medio ambiente	173	260	270	174	80	957
Por ser una empresa responsable	79	143	142	83	26	473
Para venderlo y obtener dinero	49	74	79	43	29	274
Mejorar la imagen de la empresa	67	91	89	52	24	323
Cumplir las leyes y evitar multas	42	84	111	73	42	352
Ninguna me motiva a reciclar	26	51	56	31	26	190
No contexto	4	11	14	3	5	37
Total general	3330	7053	8678	5244	2716	27021

En nuestra investigación podemos observar que las motivaciones a las prácticas de la logística inversa siempre motiva la preocupación ambiental sin importar la edad en la mayoría de los casos a excepción de la herrería que se motivan a realizarlo para venderlo y obtener recursos económicos.

H5 Las motivaciones a las prácticas de la logística inversa segmentado por sectores económico son diferentes por género del director en la micro y pequeña empresa.

**Tabla 55** Resultados por Género

Sector	Hombre	Mujer	Total general
a) Agricultura.	275	114	389
Preocupación por el medio ambiente	97	31	128
Por ser una empresa responsable	39	20	59
Para venderlo y obtener dinero	35	18	53
Mejorar la imagen de la empresa	36	15	51
Cumplir las leyes y evitar multas	40	23	63
Ninguna me motiva a reciclar	19	5	24
No contesto	9	2	11
b) Cría y explotación de animales	271	95	366
Preocupación por el medio ambiente	100	34	134
Por ser una empresa responsable	46	12	58

Para venderlo y obtener dinero	37	14	51
Mejorar la imagen de la empresa	38	13	51
Cumplir las leyes y evitar multas	28	14	42
Ninguna me motiva a reciclar	18	6	24
No contesto	4	2	6
c) Aprovechamiento forestal.	54	14	68
Preocupación por el medio ambiente	17	4	21
Por ser una empresa responsable	6	2	8
Para venderlo y obtener dinero	8		8
Mejorar la imagen de la empresa	7	3	10
Cumplir las leyes y evitar multas	8	4	12
Ninguna me motiva a reciclar	6	1	7
No contesto	2		2
d) Pesca y caza.	86	44	130
Preocupación por el medio ambiente	34	19	53
Por ser una empresa responsable	11	4	15
Para venderlo y obtener dinero	11	6	17
Mejorar la imagen de la empresa	11	9	20
Cumplir las leyes y evitar multas	11	3	14
Ninguna me motiva a reciclar	6	2	8
No contesto	2	1	3
e) Minería.	30	22	52
Preocupación por el medio ambiente	12	13	25
Por ser una empresa responsable	5	5	10
Para venderlo y obtener dinero	5	1	6
Mejorar la imagen de la empresa	3	1	4
Cumplir las leyes y evitar multas	3	1	4
Ninguna me motiva a reciclar	2	1	3
f) Construcción.	355	79	434
Preocupación por el medio ambiente	122	29	151
Por ser una empresa responsable	75	17	92
Para venderlo y obtener dinero	49	6	55
Mejorar la imagen de la empresa	29	10	39
Cumplir las leyes y evitar multas	54	7	61
Ninguna me motiva a reciclar	22	7	29
No contesto	4	3	7
g) Industria metalmecánica.	175	32	207
Preocupación por el medio ambiente	47	9	56
Por ser una empresa responsable	29	8	37
Para venderlo y obtener dinero	43	3	46
Mejorar la imagen de la empresa	24	3	27
Cumplir las leyes y evitar multas	27	6	33
Ninguna me motiva a reciclar	5	3	8
h) Manufactura de plásticos y resinas.	122	90	212
Preocupación por el medio ambiente	41	39	80
Por ser una empresa responsable	14	7	21
Para venderlo y obtener dinero	19	15	34
Mejorar la imagen de la empresa	15	6	21
Cumplir las leyes y evitar multas	19	14	33
Ninguna me motiva a reciclar	13	8	21
No contesto	1	1	2
i) Industria textil.	330	272	602
Preocupación por el medio ambiente	113	122	235
Por ser una empresa responsable	70	44	114
Para venderlo y obtener dinero	50	15	65
Mejorar la imagen de la empresa	40	43	83
Cumplir las leyes y evitar multas	32	28	60
Ninguna me motiva a reciclar	21	18	39

No contesto	4	2	6
j) Industria de alimentos y bebidas (embotelladoras, tortillerías, panaderías, etc.).	1328	757	2085
Preocupación por el medio ambiente	424	267	691
Por ser una empresa responsable	223	117	340
Para venderlo y obtener dinero	170	123	293
Mejorar la imagen de la empresa	213	100	313
Cumplir las leyes y evitar multas	182	82	264
Ninguna me motiva a reciclar	97	57	154
No contesto	19	11	30
k) Fabricación de artesanía.	177	141	318
Preocupación por el medio ambiente	64	62	126
Por ser una empresa responsable	34	23	57
Para venderlo y obtener dinero	31	18	49
Mejorar la imagen de la empresa	13	13	26
Cumplir las leyes y evitar multas	16	18	34
Ninguna me motiva a reciclar	17	5	22
No contexto	2	2	4
L) Carpintería.	263	24	287
Preocupación por el medio ambiente	82	7	89
Por ser una empresa responsable	40	3	43
Para venderlo y obtener dinero	45	3	48
Mejorar la imagen de la empresa	43	4	47
Cumplir las leyes y evitar multas	31	4	35
Ninguna me motiva a reciclar	21	3	24
No contexto	1		1
m) Herrería.	243	27	270
Preocupación por el medio ambiente	42	9	51
Por ser una empresa responsable	32	3	35
Para venderlo y obtener dinero	83	8	91
Mejorar la imagen de la empresa	28	2	30
Cumplir las leyes y evitar multas	33	5	38
Ninguna me motiva a reciclar	22		22
No contexto	3		3
n) Comercio al menudeo de Abarrotes y misceláneos.	3202	2743	5945
Preocupación por el medio ambiente	1072	1067	2139
Por ser una empresa responsable	447	326	773
Para venderlo y obtener dinero	479	455	934
Mejorar la imagen de la empresa	410	286	696
Cumplir las leyes y evitar multas	477	335	812
Ninguna me motiva a reciclar	238	220	458
No contexto	79	54	133
o) Comercio al menudeo de Farmacia.	322	170	492
Preocupación por el medio ambiente	136	76	212
Por ser una empresa responsable	65	31	96
Para venderlo y obtener dinero	14	11	25
Mejorar la imagen de la empresa	34	20	54
Cumplir las leyes y evitar multas	51	19	70
Ninguna me motiva a reciclar	21	11	32
No contexto	1	2	3
p) Comercio al menudeo de Papelería.	668	848	1516
Preocupación por el medio ambiente	263	393	656
Por ser una empresa responsable	117	139	256
Para venderlo y obtener dinero	78	101	179
Mejorar la imagen de la empresa	82	76	158
Cumplir las leyes y evitar multas	83	66	149
Ninguna me motiva a reciclar	35	62	97
No contexto	10	11	21

q) Comercio al menudeo de Regalos.	185	417	602
Preocupación por el medio ambiente	67	195	262
Por ser una empresa responsable	25	41	66
Para venderlo y obtener dinero	31	43	74
Mejorar la imagen de la empresa	25	57	82
Cumplir las leyes y evitar multas	19	35	54
Ninguna me motiva a reciclar	15	41	56
No contesto	3	5	8
r) Comercio al menudeo de Artículos para otras empresas.	137	36	173
Preocupación por el medio ambiente	43	14	57
Por ser una empresa responsable	30	4	34
Para venderlo y obtener dinero	15	4	19
Mejorar la imagen de la empresa	25	8	33
Cumplir las leyes y evitar multas	19	3	22
Ninguna me motiva a reciclar	5	3	8
s) Comercio al menudeo de Otro comercio al menudeo.	2267	1679	3946
Preocupación por el medio ambiente	769	697	1466
Por ser una empresa responsable	366	229	595
Para venderlo y obtener dinero	313	202	515
Mejorar la imagen de la empresa	283	216	499
Cumplir las leyes y evitar multas	296	166	462
Ninguna me motiva a reciclar	206	152	358
No contesto	34	17	51
t) Comercio al mayoreo de Abarrotes y misceláneos.	337	235	572
Preocupación por el medio ambiente	108	69	177
Por ser una empresa responsable	48	31	79
Para venderlo y obtener dinero	45	44	89
Mejorar la imagen de la empresa	59	30	89
Cumplir las leyes y evitar multas	46	38	84
Ninguna me motiva a reciclar	26	20	46
No contesto	5	3	8
u) Comercio al mayoreo de Farmacia.	60	27	87
Preocupación por el medio ambiente	19	10	29
Por ser una empresa responsable	10	5	15
Para venderlo y obtener dinero	8	1	9
Mejorar la imagen de la empresa	10	6	16
Cumplir las leyes y evitar multas	10	2	12
Ninguna me motiva a reciclar	2	3	5
No contesto	1		1
v) Comercio al mayoreo de Papelería.	117	107	224
Preocupación por el medio ambiente	41	45	86
Por ser una empresa responsable	13	17	30
Para venderlo y obtener dinero	17	8	25
Mejorar la imagen de la empresa	18	16	34
Cumplir las leyes y evitar multas	22	10	32
Ninguna me motiva a reciclar	4	10	14
No contesto	2	1	3
w) Comercio al mayoreo de Regalos.	49	65	114
Preocupación por el medio ambiente	16	18	34
Por ser una empresa responsable	11	17	28
Para venderlo y obtener dinero	4	11	15
Mejorar la imagen de la empresa	6	6	12
Cumplir las leyes y evitar multas	7	6	13
Ninguna me motiva a reciclar	4	5	9
No contesto	1	2	3
x) Comercio al mayoreo de Artículos para otras empresas.	73	28	101
Preocupación por el medio ambiente	21	11	32
Por ser una empresa responsable	16	2	18

Para venderlo y obtener dinero	11	3	14
Mejorar la imagen de la empresa	7	6	13
Cumplir las leyes y evitar multas	14	1	15
Ninguna me motiva a reciclar	3	5	8
No contesto	1		1
y) Comercio al mayoreo de Otro comercio al mayoreo.	340	161	501
Preocupación por el medio ambiente	95	53	148
Por ser una empresa responsable	79	27	106
Para venderlo y obtener dinero	54	17	71
Mejorar la imagen de la empresa	48	24	72
Cumplir las leyes y evitar multas	39	26	65
Ninguna me motiva a reciclar	21	12	33
No contesto	4	2	6
1) Transportes, correos y almacenaje.	173	45	218
Preocupación por el medio ambiente	52	17	69
Por ser una empresa responsable	26	7	33
Para venderlo y obtener dinero	20	5	25
Mejorar la imagen de la empresa	24	7	31
Cumplir las leyes y evitar multas	28	6	34
Ninguna me motiva a reciclar	20	3	23
No contesto	3		3
2) Serv. financieros y de seguros.	45	19	64
Preocupación por el medio ambiente	17	10	27
Por ser una empresa responsable	9	1	10
Para venderlo y obtener dinero	4	1	5
Mejorar la imagen de la empresa	4	3	7
Cumplir las leyes y evitar multas	9	3	12
Ninguna me motiva a reciclar	2	1	3
3) Serv. inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles.	112	57	169
Preocupación por el medio ambiente	33	20	53
Por ser una empresa responsable	19	14	33
Para venderlo y obtener dinero	23	4	27
Mejorar la imagen de la empresa	17	7	24
Cumplir las leyes y evitar multas	16	6	22
Ninguna me motiva a reciclar	3	6	9
No contesto	1		1
4) Serv. profesionales y técnicos (Salón de belleza, reparación de vehículos, despachos de abogados o contadores) .	983	780	1763
Preocupación por el medio ambiente	297	320	617
Por ser una empresa responsable	168	103	271
Para venderlo y obtener dinero	141	61	202
Mejorar la imagen de la empresa	142	125	267
Cumplir las leyes y evitar multas	150	95	245
Ninguna me motiva a reciclar	75	68	143
No contesto	10	8	18
5) Manejo de desechos.	282	181	463
Preocupación por el medio ambiente	95	69	164
Por ser una empresa responsable	44	28	72
Para venderlo y obtener dinero	42	28	70
Mejorar la imagen de la empresa	31	25	56
Cumplir las leyes y evitar multas	32	19	51
Ninguna me motiva a reciclar	32	11	43
No contesto	6	1	7
6) Serv. Educativos y capacitación.	48	45	93
Preocupación por el medio ambiente	21	24	45
Por ser una empresa responsable	15	11	26
Para venderlo y obtener dinero	3	2	5
Mejorar la imagen de la empresa	3	4	7



Cumplir las leyes y evitar multas	5	3	8
Ninguna me motiva a reciclar	1	1	2
7) Serv. de salud /asistencia social.	155	97	252
Preocupación por el medio ambiente	63	43	106
Por ser una empresa responsable	40	23	63
Para venderlo y obtener dinero	4	8	12
Mejorar la imagen de la empresa	18	8	26
Cumplir las leyes y evitar multas	18	10	28
Ninguna me motiva a reciclar	9	4	13
No contesto	3	1	4
8) Serv. de esparcimiento cultural, deportivo y otros serv. recreativos.	138	46	184
Preocupación por el medio ambiente	50	17	67
Por ser una empresa responsable	26	14	40
Para venderlo y obtener dinero	13	4	17
Mejorar la imagen de la empresa	20	3	23
Cumplir las leyes y evitar multas	18	4	22
Ninguna me motiva a reciclar	8	4	12
No contesto	3		3
9) Serv. de alojamiento temporal.	103	69	172
Preocupación por el medio ambiente	38	28	66
Por ser una empresa responsable	23	9	32
Para venderlo y obtener dinero	10	9	19
Mejorar la imagen de la empresa	16	9	25
Cumplir las leyes y evitar multas	14	11	25
Ninguna me motiva a reciclar	2	3	5
10) Restaurantes.	898	735	1633
Preocupación por el medio ambiente	280	269	549
Por ser una empresa responsable	203	117	320
Para venderlo y obtener dinero	75	82	157
Mejorar la imagen de la empresa	150	129	279
Cumplir las leyes y evitar multas	124	77	201
Ninguna me motiva a reciclar	56	56	112
No contesto	10	5	15
11) Otros servicios.	1746	888	2634
Preocupación por el medio ambiente	600	360	960
Por ser una empresa responsable	331	152	483
Para venderlo y obtener dinero	185	94	279
Mejorar la imagen de la empresa	225	99	324
Cumplir las leyes y evitar multas	251	104	355
Ninguna me motiva a reciclar	126	67	193
No contesto	28	12	40
Total general	16149	11189	27338

En nuestra investigación podemos observar que las motivaciones a las prácticas de la logística inversa siempre motiva la preocupación ambiental sin importar el género en la mayoría de los casos a excepción de la herrería que se motivan a realizarlo para venderlo y obtener recursos económicos.

H6 Las motivaciones a las prácticas de la logística inversa segmentado por sectores económico son diferentes por nivel de los estudios del director en la micro y pequeña empresa.

**Tabla 56** Resultados por niveles de estudio

Sector	Bachillerato o técnico	Maestría o Doctorado	Primaria	Secundaria	Universidad	Total general
a) Agricultura.	88	5	107	82	87	369
Preocupación por el medio ambiente	36	1	35	20	29	121
Por ser una empresa responsable	13	2	13	13	16	57
Para venderlo y obtener dinero	7		16	15	10	48
Mejorar la imagen de la empresa	12	1	18	9	10	50
Cumplir las leyes y evitar multas	15	1	11	15	17	59
Ninguna me motiva a reciclar	3		9	7	3	22
No contesto	2		5	3	2	12
b) Cría y explotación de animales	76	8	105	90	73	352
Preocupación por el medio ambiente	24	3	38	29	34	128
Por ser una empresa responsable	14	2	11	11	18	56
Para venderlo y obtener dinero	8		16	18	6	48
Mejorar la imagen de la empresa	16	1	14	15	5	51
Cumplir las leyes y evitar multas	9	2	12	10	8	41
Ninguna me motiva a reciclar	4		10	7	2	23
No contesto	1		4			5
c) Aprovechamiento forestal.	21	2	14	12	13	62
Preocupación por el medio ambiente	3		5	4	8	20
Por ser una empresa responsable	2		3	1	1	7
Para venderlo y obtener dinero	5		1	1		7
Mejorar la imagen de la empresa	6	1	1	1	1	10
Cumplir las leyes y evitar multas	3	1	1	2	2	9
Ninguna me motiva a reciclar	2		3	1	1	7
No contesto				2		2
d) Pesca y caza.	37	1	25	35	24	122
Preocupación por el medio ambiente	14	1	8	17	12	52
Por ser una empresa responsable	8			3	4	15
Para venderlo y obtener dinero	2		4	5	4	15
Mejorar la imagen de la empresa	5		10	3	2	20
Cumplir las leyes y evitar multas	4		1	5	1	11
Ninguna me motiva a reciclar	2		2	2	1	7
No contesto	2					2
e) Minería.	11	1	12	9	17	50
Preocupación por el medio ambiente	6	1	6	3	8	24
Por ser una empresa responsable	3		1	1	5	10
Para venderlo y obtener dinero	1		2	2		5
Mejorar la imagen de la empresa	1		1		2	4
Cumplir las leyes y evitar multas			1	2	1	4
Ninguna me motiva a reciclar			1	1	1	3
f) Construcción.	108	14	60	80	149	411
Preocupación por el medio ambiente	53	4	21	29	41	148
Por ser una empresa responsable	13	6	8	15	42	84
Para venderlo y obtener dinero	15	1	8	11	17	52
Mejorar la imagen de la empresa	6	1	8	10	13	38
Cumplir las leyes y evitar multas	12	2	9	7	26	56
Ninguna me motiva a reciclar	8		5	5	10	28
No contesto	1		1	3		5
g) Industria metalmeccánica.	69	6	35	46	47	203
Preocupación por el medio ambiente	18	4	7	13	13	55
Por ser una empresa responsable	11	1	5	5	16	38
Para venderlo y obtener dinero	16	1	9	15	5	46
Mejorar la imagen de la empresa	13		3	6	5	27
Cumplir las leyes y evitar multas	7		10	6	6	29
Ninguna me motiva a reciclar	4		1	1	2	8

h) Manufactura de plásticos y resinas.	67	1	56	54	26	204
Preocupación por el medio ambiente	24	1	17	20	14	76
Por ser una empresa responsable	8		5	5	3	21
Para venderlo y obtener dinero	9		10	10	4	33
Mejorar la imagen de la empresa	8		4	4	5	21
Cumplir las leyes y evitar multas	11		11	10		32
Ninguna me motiva a reciclar	7		7	5		19
No contesto			2			2
i) Industria textil.	156	12	85	146	184	583
Preocupación por el medio ambiente	59	4	26	57	80	226
Por ser una empresa responsable	29	3	17	28	37	114
Para venderlo y obtener dinero	19	1	14	17	11	62
Mejorar la imagen de la empresa	25	2	11	20	20	78
Cumplir las leyes y evitar multas	13	1	11	13	22	60
Ninguna me motiva a reciclar	10	1	5	11	12	39
No contesto	1		1		2	4
j) Industria de alimentos y bebidas (embotelladoras, tortillerías, panaderías, etc.).	579	29	437	589	378	2012
Preocupación por el medio ambiente	194	10	126	204	131	665
Por ser una empresa responsable	93	9	67	71	85	325
Para venderlo y obtener dinero	91	3	73	89	27	283
Mejorar la imagen de la empresa	99	2	58	88	54	301
Cumplir las leyes y evitar multas	63	3	65	76	52	259
Ninguna me motiva a reciclar	29		41	52	26	148
No contesto	10	2	7	9	3	31
k) Fabricación de artesanía.	92	8	73	64	74	311
Preocupación por el medio ambiente	41	3	25	22	34	125
Por ser una empresa responsable	17	1	8	12	18	56
Para venderlo y obtener dinero	14	1	15	10	7	47
Mejorar la imagen de la empresa	7		9	4	5	25
Cumplir las leyes y evitar multas	5	3	12	8	6	34
Ninguna me motiva a reciclar	7		4	8	3	22
No contesto	1				1	2
L) Carpintería.	85	1	63	75	54	278
Preocupación por el medio ambiente	25		25	18	21	89
Por ser una empresa responsable	10		6	17	6	39
Para venderlo y obtener dinero	15	1	10	14	5	45
Mejorar la imagen de la empresa	15		7	12	13	47
Cumplir las leyes y evitar multas	13		10	7	5	35
Ninguna me motiva a reciclar	7		5	7	4	23
m) Herrería.	78	4	53	86	43	264
Preocupación por el medio ambiente	21	1	10	12	5	49
Por ser una empresa responsable	9	2	6	11	7	35
Para venderlo y obtener dinero	22		16	38	15	91
Mejorar la imagen de la empresa	12	1	5	8	4	30
Cumplir las leyes y evitar multas	7		9	13	7	36
Ninguna me motiva a reciclar	5		7	4	4	20
No contesto	2				1	3
n) Comercio al menudeo de Abarrotes y misceláneos.	1503	65	1277	1564	859	5268
Preocupación por el medio ambiente	554	25	443	569	340	1931
Por ser una empresa responsable	202	10	135	182	151	680
Para venderlo y obtener dinero	203	6	251	253	110	823
Mejorar la imagen de la empresa	203	6	114	210	98	631
Cumplir las leyes y evitar multas	222	13	163	210	92	700
Ninguna me motiva a reciclar	103	2	141	114	56	416

No contesto	16	3	30	26	12	87
o) Comercio al menudeo de Farmacia.	142	50	20	35	230	477
Preocupación por el medio ambiente	54	20	2	15	113	204
Por ser una empresa responsable	27	7	3	5	53	95
Para venderlo y obtener dinero	8	1	4	2	10	25
Mejorar la imagen de la empresa	18	10	5	2	18	53
Cumplir las leyes y evitar multas	22	9	4	7	25	67
Ninguna me motiva a reciclar	12	3	2	3	11	31
No contesto	1			1		2
p) Comercio al menudeo de Papelería.	461	52	160	331	454	1458
Preocupación por el medio ambiente	184	21	63	150	222	640
Por ser una empresa responsable	70	15	31	40	86	242
Para venderlo y obtener dinero	57	2	29	50	37	175
Mejorar la imagen de la empresa	60	7	13	28	40	148
Cumplir las leyes y evitar multas	52	5	12	32	40	141
Ninguna me motiva a reciclar	30	2	11	27	24	94
No contexto	8		1	4	5	18
q) Comercio al menudeo de Regalos.	168	20	74	138	186	586
Preocupación por el medio ambiente	69	9	24	60	91	253
Por ser una empresa responsable	18	4	6	14	23	65
Para venderlo y obtener dinero	20	3	11	19	19	72
Mejorar la imagen de la empresa	30	2	17	12	19	80
Cumplir las leyes y evitar multas	10	1	12	19	12	54
Ninguna me motiva a reciclar	19	1	4	12	19	55
No contexto	2			2	3	7
r) Comercio al menudeo de Artículos para otras empresas.	41	8	17	22	76	164
Preocupación por el medio ambiente	10	3	7	6	27	53
Por ser una empresa responsable	8	1	3	4	15	31
Para venderlo y obtener dinero	2	1	2	7	7	19
Mejorar la imagen de la empresa	7	2	2		20	31
Cumplir las leyes y evitar multas	11	1	2	3	6	23
Ninguna me motiva a reciclar	3		1	2	1	7
s) Comercio al menudeo de Otro comercio al menudeo.	1181	106	641	949	930	3807
Preocupación por el medio ambiente	473	31	224	357	344	1429
Por ser una empresa responsable	168	30	64	109	202	573
Para venderlo y obtener dinero	141	9	112	149	86	497
Mejorar la imagen de la empresa	149	14	73	115	124	475
Cumplir las leyes y evitar multas	139	11	76	119	98	443
Ninguna me motiva a reciclar	97	9	86	88	61	341
No contexto	14	2	6	12	15	49
t) Comercio al mayoreo de Abarrotes y misceláneos.	157	13	118	164	94	546
Preocupación por el medio ambiente	49	4	44	46	29	172
Por ser una empresa responsable	24	3	11	21	17	76
Para venderlo y obtener dinero	19		20	33	13	85
Mejorar la imagen de la empresa	33	3	17	15	18	86
Cumplir las leyes y evitar multas	21	2	14	31	11	79
Ninguna me motiva a reciclar	9	1	9	16	5	40
No contexto	2		3	2	1	8
u) Comercio al mayoreo de Farmacia.	19	9	7	13	34	82
Preocupación por el medio ambiente	6	3	1	3	12	25
Por ser una empresa responsable	2	2	2	4	5	15
Para venderlo y obtener dinero	2		3		4	9
Mejorar la imagen de la empresa	5	2	1	2	6	16
Cumplir las leyes y evitar multas	3	1		3	5	12
Ninguna me motiva a reciclar	1	1		1	2	5

v) Comercio al mayoreo de Papelería.	65	7	27	39	78	216
Preocupación por el medio ambiente	28	4	9	15	27	83
Por ser una empresa responsable	4	2	5	4	15	30
Para venderlo y obtener dinero	7		2	5	10	24
Mejorar la imagen de la empresa	7		3	8	14	32
Cumplir las leyes y evitar multas	10	1	6	5	9	31
Ninguna me motiva a reciclar	7		2	2	2	13
No contesto	2				1	3
w) Comercio al mayoreo de Regalos.	26	6	12	26	43	113
Preocupación por el medio ambiente	4	3	1	9	16	33
Por ser una empresa responsable	5	3	2	5	13	28
Para venderlo y obtener dinero	5		4	3	3	15
Mejorar la imagen de la empresa	3		2	4	3	12
Cumplir las leyes y evitar multas	6		2	1	4	13
Ninguna me motiva a reciclar	3		1	3	2	9
No contesto				1	2	3
x) Comercio al mayoreo de Artículos para otras empresas.	17	2	9	17	50	95
Preocupación por el medio ambiente	9	1	2	5	13	30
Por ser una empresa responsable	1	1		3	11	16
Para venderlo y obtener dinero	1		2	2	8	13
Mejorar la imagen de la empresa	3		1	1	8	13
Cumplir las leyes y evitar multas	2		2	2	8	14
Ninguna me motiva a reciclar	1		2	3	2	8
No contesto				1		1
y) Comercio al mayoreo de Otro comercio al mayoreo.	139	27	47	121	158	492
Preocupación por el medio ambiente	36	10	12	39	50	147
Por ser una empresa responsable	25	7	7	12	49	100
Para venderlo y obtener dinero	22	4	7	23	14	70
Mejorar la imagen de la empresa	19	3	11	16	23	72
Cumplir las leyes y evitar multas	25	3	7	13	16	64
Ninguna me motiva a reciclar	9		2	16	6	33
No contesto	3		1	2		6
1) Transportes, correos y almacenaje.	54	4	43	44	48	193
Preocupación por el medio ambiente	12	1	16	16	15	60
Por ser una empresa responsable	11	1	4	2	11	29
Para venderlo y obtener dinero	7		9	7	2	25
Mejorar la imagen de la empresa	8		2	8	10	28
Cumplir las leyes y evitar multas	9	2	4	4	7	26
Ninguna me motiva a reciclar	7		7	5	3	22
No contesto			1	2		3
2) Serv. financieros y de seguros.	9	7	2	7	30	55
Preocupación por el medio ambiente	3	2	1	2	14	22
Por ser una empresa responsable	1	2			5	8
Para venderlo y obtener dinero	2				3	5
Mejorar la imagen de la empresa		2		4	1	7
Cumplir las leyes y evitar multas	3			1	6	10
Ninguna me motiva a reciclar		1	1		1	3
3) Serv. inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles.	35	7	20	27	73	162
Preocupación por el medio ambiente	11	1	3	10	25	50
Por ser una empresa responsable	8	3		4	17	32
Para venderlo y obtener dinero	4	2	5	6	10	27
Mejorar la imagen de la empresa	6		2	5	11	24
Cumplir las leyes y evitar multas	5	1	6	1	7	20
Ninguna me motiva a reciclar	1		4	1	3	9
4) Serv. profesionales y técnicos (Salón de	603	74	159	400	481	1717

belleza, reparación de vehículos, despachos de abogados o contadores) .						
Preocupación por el medio ambiente	182	27	55	147	183	594
Por ser una empresa responsable	90	23	21	46	85	265
Para venderlo y obtener dinero	81	2	23	49	48	203
Mejorar la imagen de la empresa	103	7	18	56	75	259
Cumplir las leyes y evitar multas	88	9	24	58	60	239
Ninguna me motiva a reciclar	53	4	17	38	27	139
No contesto	6	2	1	6	3	18
5) Manejo de desechos.	136	10	83	89	118	436
Preocupación por el medio ambiente	42	4	29	36	44	155
Por ser una empresa responsable	24	3	8	6	25	66
Para venderlo y obtener dinero	22	1	14	18	13	68
Mejorar la imagen de la empresa	24	1	10	11	7	53
Cumplir las leyes y evitar multas	13	1	9	8	15	46
Ninguna me motiva a reciclar	10		13	7	11	41
No contesto	1			3	3	7
6) Serv. Educativos y capacitación.	11	20	3	6	49	89
Preocupación por el medio ambiente	6	9	1	3	23	42
Por ser una empresa responsable	3	8	1	1	12	25
Para venderlo y obtener dinero		1			4	5
Mejorar la imagen de la empresa	1	2		1	3	7
Cumplir las leyes y evitar multas	1		1	1	5	8
Ninguna me motiva a reciclar					2	2
7) Serv. de salud /asistencia social.	24	66	8	13	128	239
Preocupación por el medio ambiente	14	33	1	4	51	103
Por ser una empresa responsable	2	17	3	3	32	57
Para venderlo y obtener dinero	3	2	1		6	12
Mejorar la imagen de la empresa	3	6	1	4	11	25
Cumplir las leyes y evitar multas	1	6	2	2	15	26
Ninguna me motiva a reciclar	1	2			10	13
No contesto					3	3
8) Serv. de esparcimiento cultural, deportivo y otros serv. recreativos.	38	16	11	18	83	166
Preocupación por el medio ambiente	13	7	4	10	29	63
Por ser una empresa responsable	8	7			21	36
Para venderlo y obtener dinero	2		4	3	6	15
Mejorar la imagen de la empresa	7	2	1	2	9	21
Cumplir las leyes y evitar multas	4		1	1	12	18
Ninguna me motiva a reciclar	3		1	2	6	12
No contesto	1					1
9) Serv. de alojamiento temporal.	35	8	23	32	65	163
Preocupación por el medio ambiente	11	2	8	10	30	61
Por ser una empresa responsable	10		4	4	12	30
Para venderlo y obtener dinero	3	3	2	6	3	17
Mejorar la imagen de la empresa	3	2	7	3	10	25
Cumplir las leyes y evitar multas	6	1	1	7	10	25
Ninguna me motiva a reciclar	2		1	2		5
10) Restaurantes.	410	68	300	349	441	1568
Preocupación por el medio ambiente	137	22	99	108	160	526
Por ser una empresa responsable	79	26	35	44	124	308
Para venderlo y obtener dinero	41	2	35	49	25	152
Mejorar la imagen de la empresa	71	9	58	69	59	266
Cumplir las leyes y evitar multas	49	9	39	48	48	193
Ninguna me motiva a reciclar	28		29	29	23	109
No contesto	5		5	2	2	14
11) Otros servicios.	700	87	360	496	866	2509
Preocupación por el medio ambiente	287	37	121	158	323	926

Por ser una empresa responsable	112	23	33	72	200	440
Para venderlo y obtener dinero	71	4	52	75	63	265
Mejorar la imagen de la empresa	83	11	43	71	100	308
Cumplir las leyes y evitar multas	90	4	65	70	115	344
Ninguna me motiva a reciclar	48	6	35	42	55	186
No contesto	9	2	11	8	10	40
Total general	7441	824	4546	6268	6743	25822

### 3.4 Aportes

En nuestra investigación podemos observar que las motivaciones a las prácticas de la logística inversa siempre motiva la preocupación ambiental sin importar el nivel de estudios de las personas que toman la mayor parte de las decisiones en la mayoría de los casos a excepción de la herrería que se motivan a realizarlo para venderlo y obtener recursos económicos.

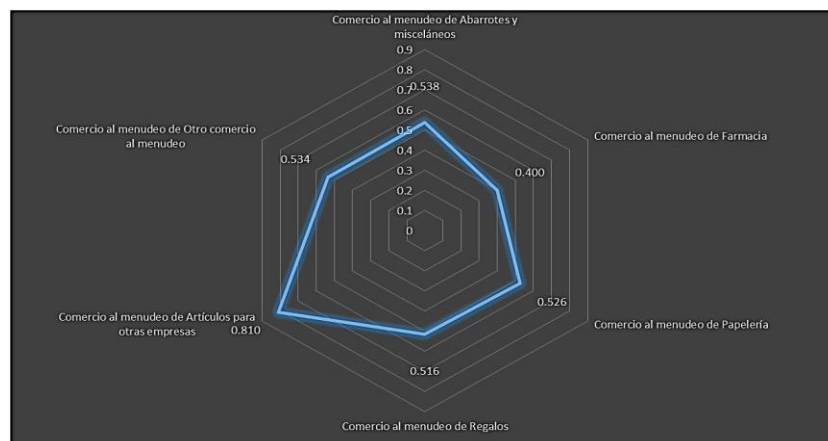
Por otro lado con base a la ISO donde desarrollamos una formula donde la asimetría es a la derecha y corre de 0 a 1 encontramos los siguientes resultados:

**Gráfico 225** CRSC Extracción y transformación



En nuestro estudio encontramos que el CRSC Extracción y transformación la variable medio ambiente se encuentra en 0.475, por debajo de la media de las acciones de la responsabilidad social corporativa.

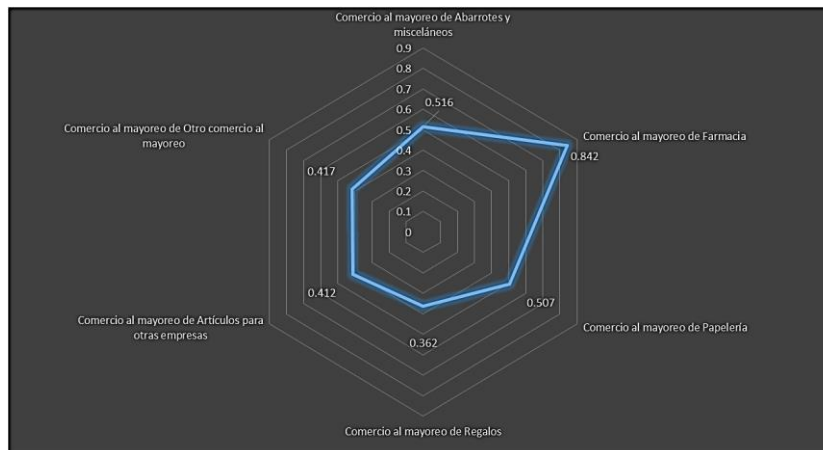
**Gráfico 226** CRSC Comercio al menudeo





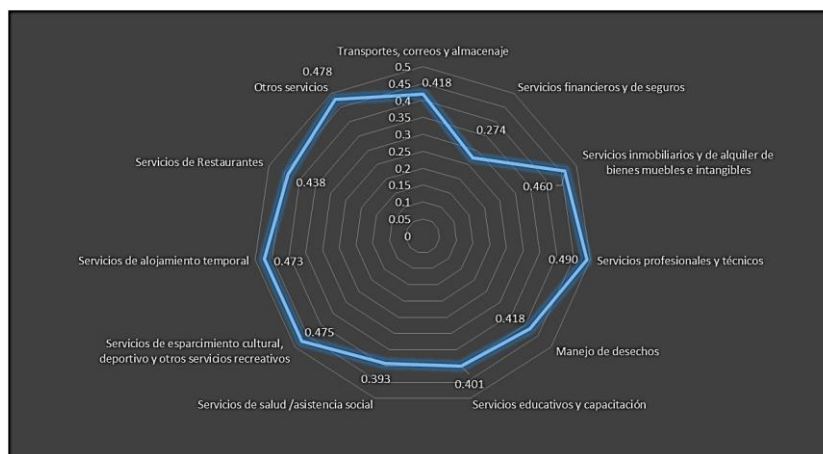
En nuestro estudio encontramos que el CRSC de comercio al menudeo la variable medio ambiente se encuentra en 0.543, por arriba de la media de las acciones de la responsabilidad social corporativa.

**Gráfico 227 CRSC Comercio al mayoreo**



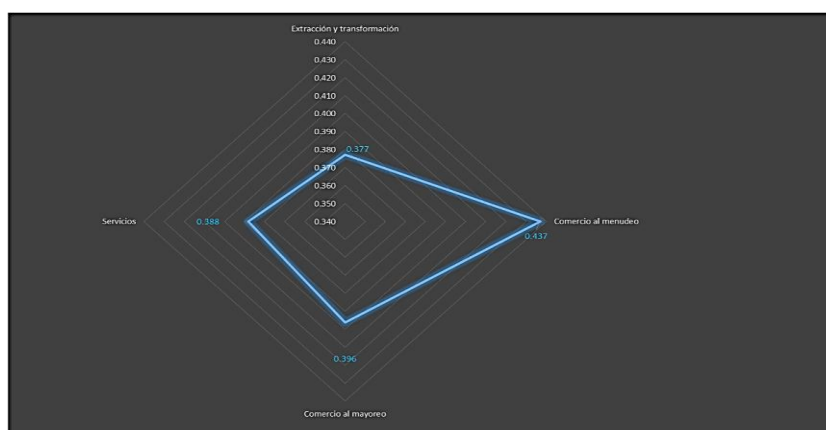
En nuestro estudio encontramos que el CRSC de comercio al mayoreo la variable medio ambiente se encuentra en 0.476, por abajo de la media de las acciones de la responsabilidad social corporativa.

**Gráfico 228 CRSC Servicios**



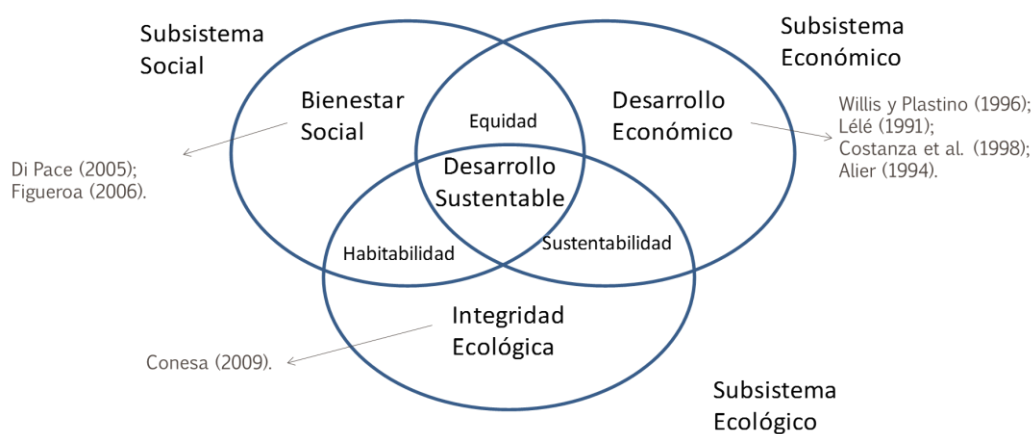
En nuestro estudio encontramos que el CRSC de comercio al mayoreo la variable medio ambiente se encuentra en 0.477, por abajo de la media de las acciones de la responsabilidad social corporativa.

Gráfico 229 CRSC General



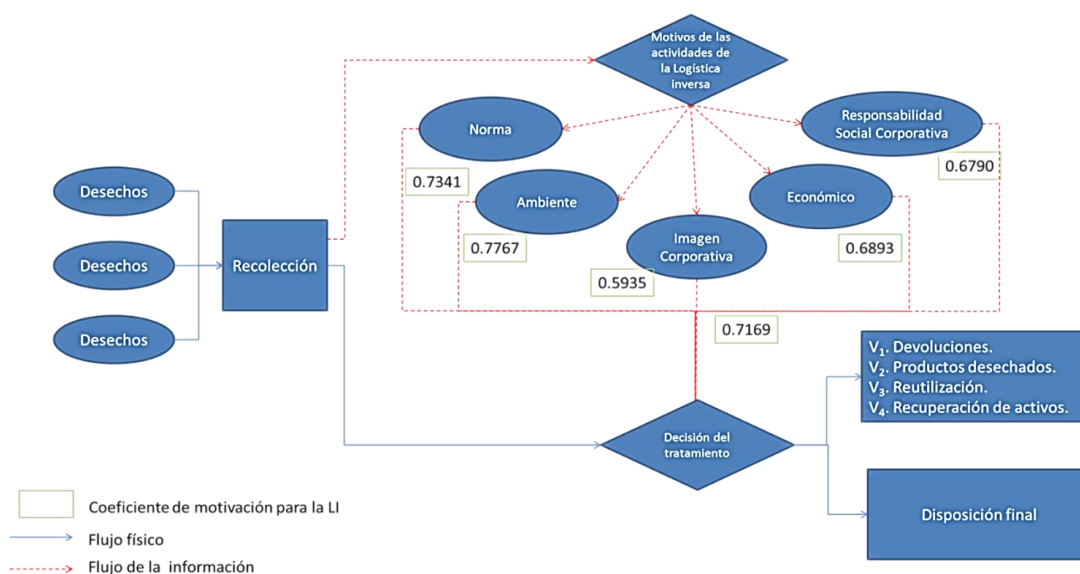
Con los resultados podemos iniciar a concluir que el desarrollo sustentable maneja tres grandes subsistemas como se muestra en la Figura 6.

Figura 6 Subsistemas del desarrollo sustentable



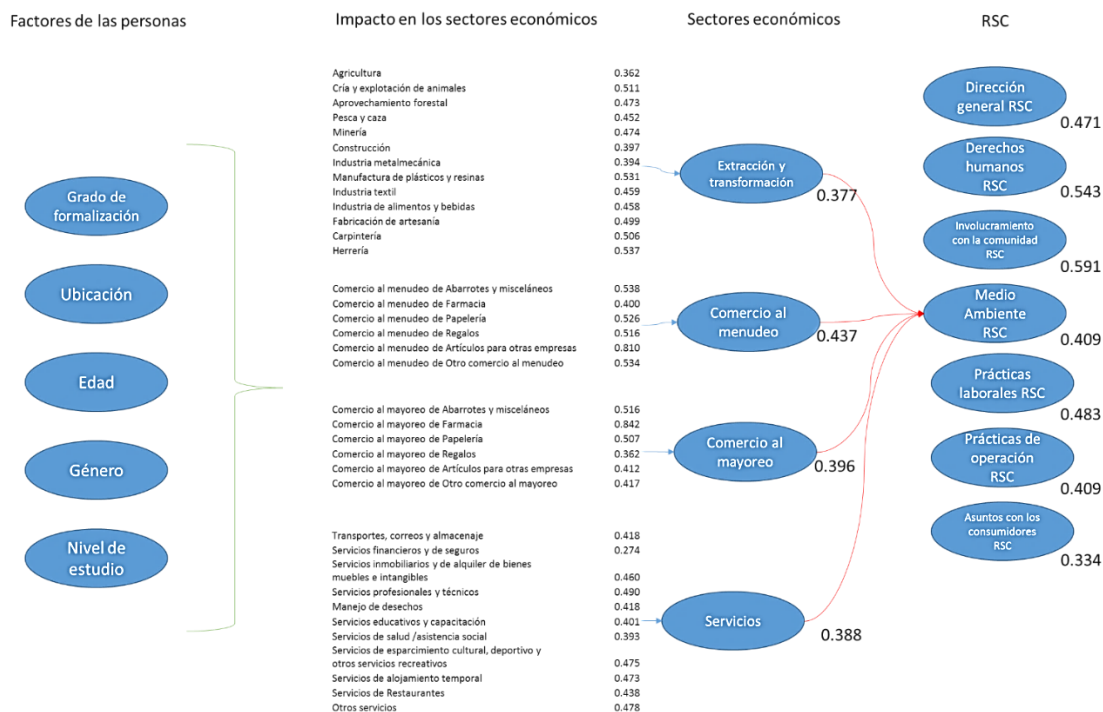
Y por otro lado tenemos el modelo de Hu et al. (2002) que modificamos agregando los motivos por lo que las personas que toman las decisiones en las empresas lo realizarían encontrando correlaciones entre las variables ambiente y norma como se puede observar en la Figura 7.

**Figura 7** Motivos a las prácticas de la logística inversa



Al encontrar que la variable que tiene una mayor influencia determinamos investigar que variables influyen más a dicha práctica, teniendo en cuenta el grado de formalización, la ubicación, la edad, el género, y el nivel de estudio de las personas que toman la mayor parte de las decisiones en la organización encontrando los siguientes resultados en los CRSC:

**Figura 8** CRSC general



Como podemos observar dentro de la RSC la preocupación por el medio ambiente se encuentra por debajo de la media, de acuerdo a la asimetría que presentamos que corre del 0 al 1 donde 1 es la mayor importancia y 0 la menor importancia.

En nuestro estudio encontramos que sin importar la diversidad de los factores de las personas [grado de formalización, la ubicación, la edad, el género, y el nivel de estudio de las personas que toman la mayor parte de las decisiones en la organización] no influyen en su formas de pensamiento con respecto al CRSC del medio ambiente, y la importancia de la investigación radica en que las personas que toman las decisiones en la organización realizarían podrían ayudar realizando actividades de logística inversa [reciclaje, canibalización, re-utilización, etcétera] por la preocupación por el deterioro ambiental que tenemos en nuestro mundo que impacta directamente en las cuestiones ambientales.

## Referencias

- Aguilar, J. S. (2008). Aproximación y cuestionamientos al concepto responsabilidad social empresarial. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 16(1), 179–195.
- Aguilar, O. (2013). *La Logística Inversa como Estrategia para el Desarrollo Sostenible*. Universidad de Celaya.
- Aguilar, O., & Posada, R. (2012). Logística inversa, herramienta para el reciclaje como una acción de desarrollo sostenible en apoyo a la sociedad. In E. Figueroa, N. Rebolledo, & M. Zita (Eds.), *Estrategias sustentables, un nuevo enfoque* (Primera ed, p. 195). Querétaro: Tercer Escalón Editores.
- Aguilar, O., Posada, R., Contreras, R., & Soto, M. (2012). Valoración de la motivación de los empresarios para implementar procesos de logística inversa. *Revista Internacional de Economía Y Gestión de Las Organizaciones*, 1(2), 177–209.
- Alcarraz, M., & Inche, J. (2010). Tratamiento de efluentes de una planta procesadora de frutas. *Industrial Data*, 13(1), 99–104.
- Ballesteros, D., & Ballesteros, P. (2004). La logística competitiva y la administración de la cadena de suministros. *Scientia et Technica*, 24(10), 201–206.
- Bañegil, T., & Rubio, S. (2010). Sistemas de logística inversa en la empresa. *Dirección Y Organización*, 31(2), 108–116.
- Benedito, E., & Corominas, A. (2009). Capacidades de fabricación y almacenaje óptimas en un sistema con logística inversa y demanda aleatoria. *Universidad Politécnica de Catalunya*, 1–15.
- Bloch, C. (2007). Assessing recent developments in innovation measurement: The third edition of the Oslo Manual. *Science and Public Policy*, 34(1), 23–34. doi:10.3152/030234207X190487
- Bohlen, G., Schlegelmilch, B., & Diamantopoulos, A. (1993). Measuring ecological concern: A multi-construct perspective. *Journal of Marketing Management*, 9(4), 415–430. doi:10.1080/0267257X.1993.9964250
- Bras, B., & McIntosh, M. (1999). Product, process, and organizational design for remanufacture – an overview of research. *Robotics and Computer-Integrated Manufacturing*, 15(3), 167–178. doi:10.1016/S0736-5845(99)00021-6
- Briseño, A., Lavín, J., & García, F. (2011). Análisis exploratorio de la responsabilidad social empresarial y su dicotomía en las actividades sociales y ambientales de la empresa. *Contaduría Y Administración*, 1(233), 73–83.
- Calixto, R., & Herrera, L. (2010). Estudio sobre la percepciones y la educación ambiental. *Tiempo de Educar*, 11(22), 227–249. Retrieved from <http://www.redalyc.org/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=31121072004>
- Capuz, S., Gómez, T., Vivancos, J., Viñoles, R., Ferrer, P., López, R., & Bastante, M. (2002). *Ingeniería del ciclo de vida para el desarrollo de productos sostenibles* (Primera). Madrid.

Cárdenas, D., & Urquiaga, A. (2010). Logística de operaciones: Integrando las decisiones estratégicas para la competitividad. *Revista Cubana de Ingeniería*, 28(1), 57–61.

Carter, C., & Ellram, L. (1998). Reverse logistics: A review of the literature and framework for future investigation. *Journal of Business Logistics*, 19(2), 85–102.

Chen, M.-F., & Tung, P.-J. (2009). The Moderating Effect of Perceived Lack of Facilities on Consumers' Recycling Intentions. *Environment and Behavior*, 42(6), 824–844. doi:10.1177/0013916509352833

Chirinos, A., Rodríguez, G., & Bonomie, M. (2008). Integración vertical de la cadena de valor del sector avícola en el Estado Zulia. *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura*, 14(1), 175–193.

Clark, A., Melgar, N., Milans, M., & Rossi, M. (2011). Percepción medioambiental de los ciudadanos latinoamericanos. *DECON*, 25(11), 3–36.

Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). *Libro Verde Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas: COM.

Council of Supply Chain Management Professional. (2010). CSCMP. Retrieved from [http://translate.google.com/translate?hl=es&sl=en&u=http://cscmp.org/&ei=\\_q-1TdmtFoy-sAOSmLn4Cw&sa=X&oi=translate&ct=result&resnum=1&sqi=2&ved=0CCoQ7gEwAA&prev=/search?q=cscmp&hl=es&prmd=ivnsu](http://translate.google.com/translate?hl=es&sl=en&u=http://cscmp.org/&ei=_q-1TdmtFoy-sAOSmLn4Cw&sa=X&oi=translate&ct=result&resnum=1&sqi=2&ved=0CCoQ7gEwAA&prev=/search?q=cscmp&hl=es&prmd=ivnsu)

Cure, L., Meza, J., & Amaya, R. (2006). Logística inversa: Una herramienta de apoyo a la competitividad de las organizaciones. *Ingeniería Y Desarrollo*, 20, 184–202.

Daugherty, P., Autry, C., & Ellinger, A. (2001). Reverse logistics: The relation ship between resource commitment and program performance. *Journal of Business Logistics*, 22(1), 107–123. doi:10.1002/j.2158-1592.2001.tb00162.x

De Brito, M., & Dekker, R. (2003). Modelling product returns in inventory control—exploring the validity of general assumptions. *International Journal of Production Economics*, 81-82, 225–241. doi:10.1016/S0925-5273(02)00275-X

De Brito, M. P., & van der Laan, E. a. (2009). Inventory control with product returns: The impact of imperfect information. *European Journal of Operational Research*, 194(1), 85–101. doi:10.1016/j.ejor.2007.11.063

Diario Oficial. (2004). NOM. Retrieved from <http://www.economia-noms.gob.mx/noms/inicio.do>

Diniz, G., & Chicarelli, R. (2006). Reverse logistics and the relation between industry and retail in the after - sale reverse flow management. In *Third international conference on production research americas region* (Vol. 2006, pp. 1–14).

Fernández, I., Priore, P., & Gómez, A. (2006). Análisis entre distintas alternativas de recuperación de valor a través de la simulación. In *X Congreso de Ingeniería de Organización* (pp. 1–8).

- Fleischmann, M. (2001). *Quantitative models for reverse logistics*. New York: Springer.
- Fleischmann, M., Beullens, P., & Bloemhof-Ruwaard, J. (2009). The impact of product recovery on logistics network design. *Production and Operations Management*, 10(2), 156–173. doi:10.1111/j.1937-5956.2001.tb00076.x
- Franco, J., & Huerta, E. (1996). Determinantes de la participación ciudadana en programas de reciclaje de residuos solidos urbanos. *Investigaciones Económicas*, 20(2), 271–280.
- García, S., & Rodríguez, C. (2010). La responsabilidad social corporativa como parte de la estrategia empresarial y su integración en el balanced scorecard. In *XIV Congreso de ingeniería de organización* (pp. 307–314).
- Gasca, E., & Olvera, J. (2011). Construir ciudadanía desde las universidades, responsabilidad social universitaria y desafíos ante el siglo XXI. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, 18(56), 37–58.
- Goleman, D. (2009). *Inteligencia ecológica*. (A. Conce, Ed.). Barcelona: Kairos. Retrieved from <http://books.google.com.mx/books?id=smFRRW2zIQMC&printsec=frontcover&dq=Inteligencia+ecológica&hl=es-419&sa=X&ei=FUNAUq6nAYeorQGooIDQDA&ved=0CDQQ6AEwAA#v=onepage&q=Inteligencia+ecológica&f=false>
- González, J. (2006). Efectos competitivos de la integración estratégica de la gestión de compras. *Universia Business Review*, 4, 10–22.
- Grendstad, G. (1999). The new ecological paradigm scale: Examination and scale analysis. *Environmental Politics*, 8(4), 194–205. doi:10.1080/09644019908414503
- Gupta, S. M., & Aksoy, H. K. (1999). An analytical model for remanufacturing systems. *Iris Northeastern University*, 18(24), 83–85.
- Hernández, S. (2009). Diseño sustentable de materiales de construcción; Caso del concreto de matriz de cemento Pórtland. *Ciencia Ergo Sum*, 15(3), 306–310.
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. (J. Mares, Ed.) (Quinta). Méxio: Mc Graw Hill.
- Hu, T.-L., Sheu, J.-B., & Huang, K.-H. (2002). A reverse logistics cost minimization model for the treatment of hazardous wastes. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 38(6), 457–473. doi:10.1016/S1366-5545(02)00020-0
- Illia, L., Rodríguez, B., González, A., & Romenti, S. (2010). La comunicación de la RSC entre las 250 principales empresas europeas. *Cuadernos de Información*, 1(27), 85–96.
- Kopicki, R., Berg, M. J., & Legg, L. (1993). *Reuse and recycling - reverse logistics opportunities*. *Other Information: DN: From review by Richard F. Poist, Iowa State Univ., in Transportation Journal, Vol. 34, No. 3 (Spr 1995); PBD: 1993*. US. doi:9789995593834



- Lee, N., Choi, Y., Youn, C., & Lee, Y. (2012). Does green fashion retailing make consumers more eco-friendly?: The influence of green fashion products and campaigns on green consciousness and behavior. *Clothing and Textiles Research Journal*, 30(1), 67–82. doi:10.1177/0887302X12446065
- Liere, K. D. Van, & Dunlap, R. E. (1980). The Social Bases of Environmental Concern: A Review of Hypotheses, Explanations and Empirical Evidence. *Public Opinion Quarterly*, 44(2), 181. doi:10.1086/268583
- López, R., & Miranda, F. (1997). *Instrumentos económicos de gestión ambiental y su potencial de aplicación al manejo de zonas Marino-Costeras en Costa Rica*. Costa Rica.
- Martínez, M. (2011). El branding, la sustentabilidad y el compromiso social del diseño. (cuando ser es más importante que parecer). *Revista Del Centro de Investigación. Universidad La Salle*, 9(35), 11–17.
- Murphy, P. R., & Poist, R. F. (2003). Green perspectives and practices: A “comparative logistics” study. *Supply Chain Management: An International Journal*, 8(2), 122–131. doi:10.1108/13598540310468724
- Núñez, M., & Alonso, I. (2006). Propuesta de indicadores de responsabilidad social preventiva. *Universo Contábil*, 2(1), 90–102.
- O’Connor, A., & Shumate, M. (2010). An economic industry and institutional level of analysis of corporate social responsibility communication. *Management Communication Quarterly*, 24(4), 529–551. doi:10.1177/0893318909358747
- Olvera, A., & Méndez, J. (2010). La Gestión de Productos fuera de Uso. *Conciencia Tecnológica*, 1(40), 46–48.
- Pacto Mundial. (2009). Civismo empresarial en la economía mundial. *The Global Compact*, 6.
- Pam, E. (1994). Do we know what we need to know? Objective and subjective knowledge effects on pro-ecological behaviors. *Journal of Business Research*, 30(1), 43–52. doi:10.1016/0148-2963(94)90067-1
- Peels, R., & Develtere, P. (2008). Civil society involvement in international development cooperation: In search for data. *Social Indicators Research*, 93(2), 331–349. doi:10.1007/s11205-008-9320-x
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). La creación de valor compartido. *Harvard Business Review*, 2–18.
- Poveda, I., Morales, M., & Rizo, M. (2009). Influencia de la empresa como agente económico del desarrollo sostenible en la zona costera de la Bahía de Santiago de Cuba. *Ciencia En Su PC*, 1(4), 94–103.
- Ramos, G., & Van, C. (2008). Redalyc. Alojamientos turísticos y problemáticas ambientales. El caso de los complejos de cabañas en Tandil, Argentina.

Rodriguez, J. (2009). La responsabilidad social nuevo paradigma para las empresas y para los sindicatos. *Umbral Científico*, 15, 103–110.

Rogers, D., & Tibben-Lembken, R. (1999). *Going backwards: Reverse logistics trends and practices going backwards*. Pittsburgh: Reverse Logistics Executive Council.

Sánchez, J., & Pintado, T. (2009). *Imagen corporativa: Influencia en la gestión empresarial*. (G. Domínguez, Ed.) (Segunda). Madrid: ESIC. Retrieved from [http://books.google.com.mx/books?id=O2hVVxHY9ecC&printsec=frontcover&dq=imagen+corporativa&source=bl&ots=K5B-1LJKbB&sig=HnzNI2mTBtEexqopAbEEaotdX5w&hl=es&sa=X&ei=SsE6UOnJIor6qwHW\\_YDgAQ&ved=0CDUQ6AEwAQ#v=onepage&q=imagen+corporativa&f=false](http://books.google.com.mx/books?id=O2hVVxHY9ecC&printsec=frontcover&dq=imagen+corporativa&source=bl&ots=K5B-1LJKbB&sig=HnzNI2mTBtEexqopAbEEaotdX5w&hl=es&sa=X&ei=SsE6UOnJIor6qwHW_YDgAQ&ved=0CDUQ6AEwAQ#v=onepage&q=imagen+corporativa&f=false)

Sánchez, P., & Domínguez, M. (2010). Género y comportamiento ambiental de los negocios de artesanías de barro. *Gestión Y Política Pública*, 19(1), 79–110.

Sbihi, A., & Eglese, R. W. (2009). Combinatorial optimization and green logistics. *Annals of Operations Research*, 175(1), 159–175. doi:10.1007/s10479-009-0651-z

Secretaria de la Defensa Nacional. (1999). *Manual de operaciones en campaña*. México DF: EMADEN.

Supply Chain Management Institute. (2011). The Supply Chain Management Processes. Retrieved from <http://www.scm-institute.org/Our-Relationship-Based-Business-Model.htm>

Thierry, M., Salomon, M., Nunen, J., & Wassenhove, L. (1995). Strategic issues in product recovery management. *California Management Review*, 37(2), 114–135.

Toro, D. (2006). El enfoque estratégico de la responsabilidad social corporativa: Revisión de la literatura académica. *Intangible Capital*, 2(14), 338–358.

Touguinha, S., & Pato, C. (2011). Valores personales, creencias ambientales ecocéntricas y comportamiento ecológico de trabajadores brasileños: el caso del Ministerio Público del Distrito Federal y Territorios. *Quaderns de Psicologia*, 13(1), 35–45.

Vázquez, O. (2006). Responsabilidad social empresarial: Matices conceptuales. *Lan Harremanak. Revista de Relaciones Laborales*, 14(1), 13–23.

Villalón, H., Alanís, E., Méndez, E., & Cantú, A. (2010). Situación de la separación de residuos sólidos urbanos en Santiago, Nuevo León, México. *Ciencia UANL*, 13(3), 254–260.

Wilson, D. C., Parker, D., Cox, J., Strange, K., Willis, P., Blakey, N., & Raw, L. (2012). Business waste prevention: A review of the evidence. *Waste Management & Research: The Journal of the International Solid Wastes and Public Cleansing Association, ISWA*, 30(9), 17–28. doi:10.1177/0734242X12453609

World Business Council for Sustainable Development. (2002). *El caso empresarial para el desarrollo sostenible*. Río de Janeiro.

Wu, H.-J., & Dunn, S. C. (1995). Environmentally responsible logistics systems. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 25(2), 20–38. doi:10.1108/09600039510083925

Xu, D., Wang, Z., & Shi, W. (2004). The process analysis of industrial metabolism based on chain management. *Environment Informatics Archives*, 2(2), 56–64.

