



**UNIVERSIDAD MICHOACANA DE
SAN NICOLAS DE HIDALGO**

**INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**

**“LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE LAS
AGROEXPORTADORAS DE BRÓCOLI EN EL
ESTADO DE GUANAJUATO”**

T E S I S

**QUE PARA OBTENER EL GRADO DE:
DOCTOR EN CIENCIAS EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

PRESENTA:

JUAN MIGUEL REYES CISNEROS

DIRECTOR DE TESIS:

DR. JOEL BONALES VALENCIA

CO-DIRECTOR DE TESIS:

DR. ANTONIO VIVES

MORELIA, MICH., MAYO DE 2018

INDICE GENERAL

GLOSARIO.....	X
SIGLAS Y ABREVIATURAS.....	XIV
RESUMEN	XVI
ABSTRACT	XVII
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I. FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	5
1.1. ANTECEDENTES	5
1.2. PROBLEMÁTICA.....	7
1.2.1. Preguntas de la investigación.....	7
1.2.2. Planteamiento del problema.....	8
1.3. OBJETIVOS	12
1.3.1. Objetivo general	12
1.3.2. Objetivos específicos.....	12
1.4. JUSTIFICACIÓN	12
1.4.1. La responsabilidad social empresarial y el consumidor.....	12

1.4.2. <i>Importancia del brócoli como producto de exportación.</i>	14
1.5. HIPÓTESIS	15
1.5.1. <i>Hipótesis general</i>	15
1.5.2. <i>Hipótesis específicas</i>	15
1.6. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN	16
1.7. DELIMITACIÓN DEL ESTUDIO.....	16

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL DE LA

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	18
2.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	18
2.2. PERSPECTIVAS TEÓRICAS	21
2.3. UNA RETROSPECTIVA TEÓRICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	22
2.3.1. <i>Teoría de los grupos de interés</i>	23
2.3.2. <i>Teorías institucional y neo-institucional.</i>	26
2.3.3. <i>Teoría de la dependencia de recursos.</i>	29
2.3.4. <i>Visión estratégica de la empresa.</i>	31
2.3.5. <i>Perspectiva basada en los recursos, el conocimiento y el aprendizaje.</i>	32
2.3.6. <i>Desarrollo sostenible.</i>	34
2.3.7. <i>Vinculación entre las teorías de la responsabilidad social empresarial</i>	35
2.4. CONCEPTOS Y DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	37
2.4.1. <i>Evolución del concepto de responsabilidad social empresarial</i>	37
2.4.2. <i>Conceptos recientes de responsabilidad social empresarial</i>	39
2.4.3. <i>Dimensiones que definen la responsabilidad social empresarial</i>	42
2.4.4. <i>Definición de las dimensiones de la responsabilidad social empresarial</i>	50

CAPÍTULO III. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL:

MOTIVADORES Y MATERIALIDAD 60

3.1. MOTIVADORES Y LIMITANTES EN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL 60

3.2. MATERIALIDAD DESDE EL ÁMBITO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.. 65

3.2.1. *Sustento teórico y concepto de materialidad y relevancia* 65

3.2.2. *Determinación de la materialidad* 66

3.2.3. *Temas relevantes de responsabilidad social de las empresas en México* 72

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA DEL BRÓCOLI..... 76

4.1. PANORAMA MUNDIAL DEL BRÓCOLI..... 76

4.2. PANORAMA DEL BRÓCOLI EN MÉXICO 78

4.3. LA INDUSTRIA DEL BRÓCOLI EN GUANAJUATO..... 81

4.3.1. *Antecedentes del sector*..... 81

4.3.2. *La producción de brócoli en Guanajuato*..... 82

4.3.3. *Propiedad y estructura organizativa* 83

4.3.4. *Articulación del esquema de comercialización* 84

4.3.5. *Problemática de la cadena productiva de brócoli*..... 85

4.3.6. *Entorno laboral*..... 86

4.3.7. *Entorno ambiental y comunitario*..... 87

4.4. EL MERCADO DEL BRÓCOLI DE GUANAJUATO 90

4.5. EL BRÓCOLI EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE 94

CAPÍTULO V. DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN 100

5.1. ALCANCE Y ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN 100

5.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	101
5.3. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES DE ESTUDIO	102
5.4. RELEVANCIA Y DESEMPEÑO DE LAS VARIABLES INDEPENDIENTES	105
5.5. INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS	106
5.6. ESCALA DE MEDICIÓN	108
5.7. CONFIABILIDAD Y VALIDEZ.....	113
5.8. SELECCIÓN DE LA MUESTRA.....	115
5.9. RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN Y PROCESAMIENTO DE DATOS	116
CAPÍTULO VI. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	121
6.1. RESULTADOS DE CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN	122
6.2. RESULTADOS DE LAS VARIABLES	122
6.2.1. <i>Procesamiento de la variable dependiente.</i>	123
6.2.2. <i>Procesamiento de las variables independientes.</i>	124
6.3. RESULTADOS DE LA RELEVANCIA	126
6.4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES	128
6.4.1. <i>Responsabilidad social empresarial.</i>	128
6.4.2. <i>Variable ambiental.</i>	131
6.4.3. <i>Variable económica.</i>	135
6.4.4. <i>Variable social.</i>	139
6.4.5. <i>Comparativo entre variables</i>	142
6.4.6. <i>Contraste de las variables</i>	144
6.5. PRUEBA DE HIPÓTESIS	146
6.6. TEMAS RELEVANTES EN EL SECTOR AGROEXPORTADOR.....	149

6.7. CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS	150
6.8. MOTIVADORES Y OBSTÁCULOS PARA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL .	152
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	154
RECOMENDACIONES	161
BIBLIOGRAFÍA	164
ANEXOS	182

INDICE DE TABLAS, GRÁFICAS, ILUSTRACIONES Y ANEXOS

TABLAS

Tabla 1. Enfoque teórico de acuerdo a las categorías definidas por Garriga & Melé (2004)	22
Tabla 2. Frecuencias de dimensiones genéricas de RSE de cuatro trabajos de investigación.....	46
Tabla 3. Comparativo de resultados entre los casos A) y B).....	47
Tabla 4. Vínculo entre las variables de la RSE de la guía G4 y las 7 resultantes de la priorización	49
Tabla 5. Factores en el diseño de la estrategia de RSE del sector alimentario de Guanajuato.....	75
Tabla 6. Principales países productores de coliflor y brócoli durante el año 2013	77
Tabla 7. Superficie, volumen y valor de la producción de brócoli por estado durante el año 2013.....	79
Tabla 8. Datos de producción de brócoli en México durante el periodo del año 2000 a 2013.	80
Tabla 9. Datos producción de brócoli en Guanajuato durante el periodo 2000 a 2013.....	82
Tabla 10. Exportación agroalimentaria en el estado de Guanajuato periodo 2010 a 2012	91
Tabla 11. Valor de las exportaciones según fracción arancelaria en el estado de Guanajuato.....	92
Tabla 12. Superficie cosechada, producción y valor de la producción del brócoli en USA	96
Tabla 13. Consumo aparente de brócoli en USA durante el periodo 2000 a 2014.....	97
Tabla 14. Consumo del brócoli importado según presentación en los años 2000, 2010 y 2014	98
Tabla 15. Operacionalización de variables.....	104
Tabla 16. Tipo y cantidad de ítems en el cuestionario diseñado para las agroexportadoras	108
Tabla 17. Frases categóricas utilizadas de la escala Likert en el instrumento de medición	109
Tabla 18. Agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato	116
Tabla 19. Matriz de datos para el desempeño de las variables dependiente e independientes.....	122
Tabla 20. Resultados para el desempeño de las dimensiones de las variables independientes	123
Tabla 21. Códigos para las dimensiones de las variables independientes.....	123
Tabla 22. Medidas de tendencia central de la variable dependiente RSE percibida	124
Tabla 23. Distribución de frecuencias de la variable dependiente RSE	124

Tabla 24. Medidas de tendencia central de las variables independientes.....	125
Tabla 25. Distribución de frecuencias de la variable ambiental.....	125
Tabla 26. Distribución de frecuencias de la variable económica	125
Tabla 27. Distribución de frecuencias de la variable social	126
Tabla 28. Matriz de datos para la relevancia de las variables independientes (a. empresa).....	126
Tabla 29. Matriz de datos para la relevancia de las variables independientes (b. gpos. de interés)....	127
Tabla 30. Matriz de datos para la relevancia de las variables independientes (a+b).....	127
Tabla 31. Relevancia de las variables independientes.....	128
Tabla 32. Relevancia de la variable ambiental otorgada por cada empresa	133
Tabla 33. Influencia de las dimensiones de la variable ambiental en las decisiones y acciones	134
Tabla 34. Relevancia de la variable económica otorgada por cada empresa.....	137
Tabla 35. Influencia de las dimensiones de la variable económica en las decisiones y acciones	138
Tabla 36. Relevancia de la variable social otorgada por cada empresa	140
Tabla 37. Influencia de las dimensiones de la variable social en las decisiones y acciones	141
Tabla 38. Coeficientes r de Pearson y r^2 de las variables independientes con la RSE percibida.....	145
Tabla 39. Coeficientes r de Pearson desempeño contra relevancia de variables independientes	146
Tabla 40. Relación de temas de responsabilidad social ordenadas por nivel de relevancia	149

GRÁFICAS

Gráfica 1. Participación de México en las importaciones de brócoli en los Estados Unidos.....	14
Gráfica 2. Comparativo entre los casos de análisis A) y B) y la suma de ambos	48
Gráfica 3. Priorización de las dimensiones de la RSE.	48
Gráfica 4. Importancia de las materias fundamentales de RSE para las empresas en México.	73
Gráfica 5. Exportaciones de brócoli y coliflor por país en el año 2011	78
Gráfica 6. Índice de intensidad migratoria en el año 2010 de algunos municipios de Guanajuato.....	90
Gráfica 7. Importaciones y consumo aparente de brócoli en USA durante el periodo 2000 a 2014	97

Gráfica 8. Consumo per-cápita de brócoli importado en USA en los años 2000 y 2013.....	98
Gráfica 9. Escala que mide la RSE como valor acumulado de las variables	110
Gráfica 10. Escala que mide la RSE percibida de forma agregada.....	111
Gráfica 11. Representación gráfica de la escala que mide el desempeño de la variable ambiental	111
Gráfica 12. Representación gráfica de la escala que mide cada ítem por separado	112
Gráfica 13. Representación gráfica de las escalas que miden relevancia	113
Gráfica 14. Resultado global de la responsabilidad social empresarial	129
Gráfica 15. Calificación de las subdimensiones de RSE	130
Gráfica 16. Resultado de la RSE percibida de forma agregada	131
Gráfica 17. Resultado de la responsabilidad ambiental	131
Gráfica 18. Valoración de las dimensiones de la variable ambiental.....	132
Gráfica 19. Relevancia de la variable ambiental.....	133
Gráfica 20. Desempeño contra relevancia de las subdimensiones de la variable ambiental.....	135
Gráfica 21. Resultado de la responsabilidad económica.....	136
Gráfica 22. Valoración de las dimensiones de la variable económica	136
Gráfica 23. Relevancia de la variable económica	137
Gráfica 24. Desempeño contra relevancia de las subdimensiones de la variable económica	138
Gráfica 25. Resultado de la variable social	139
Gráfica 26. Valoración de las dimensiones de la variable social	140
Gráfica 27. Relevancia de la variable social	141
Gráfica 28. Desempeño contra relevancia de las subdimensiones de la variable social	142
Gráfica 29. Comparativo desempeño-relevancia de las variables independientes.....	143
Gráfica 30. Matriz de relevancia del sector agroexportador de brócoli de Guanajuato	150
Gráfica 31. Motivadores para la implementación de acciones de responsabilidad social.....	152
Gráfica 32. Obstáculos para la implementación de acciones de responsabilidad social	153

ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Pirámide de la responsabilidad social empresarial	43
Ilustración 2. Definición de los aspectos materiales y su cobertura	69
Ilustración 3. Representación visual de la prioridad de los aspectos	70
Ilustración 4. Distribución del cultivo de brócoli y congeladoras en Guanajuato, en el año 2014.....	89
Ilustración 5. Presencia de brócoli mexicano en el territorio estadounidense	94
Ilustración 6. Participación (%) de las zonas de producción de brócoli en USA	95
Ilustración 7. Esquema conceptual de la relación entre variables	103

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de congruencia	182
Anexo 2. Perspectivas teóricas de la RSE.....	185
Anexo 3. Conceptos y dimensiones de la RSE de acuerdo a iniciativas e instrumentos	187
Anexo 4. Frecuencia de dimensiones de RSE con base en dieciocho instrumentos de gestión.....	190
Anexo 5. Formato de cuestionario para las agroexportadoras de brócoli	192
Anexo 6. Resultados generales de las encuestas.....	198
Anexo 7. Tablas de frecuencias por pregunta	203
Anexo 8. Coeficientes de correlación r de Pearson y coeficientes de determinación r^2	225
Anexo 9. Resultados del análisis bootstrap.....	226

GLOSARIO



Aspectos materiales: “aquellos que reflejan los impactos económicos, ambientales y sociales significativos de la organización, así como los aspectos que influirían significativamente en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés” (GRI, 2013a, p. 249)

Asuntos relevantes: son aquellos que influirán en las decisiones, acciones y desempeño de la organización o de sus grupos de interés (AccountAbility, 2008).

Bootstrap: método de remuestreo mediante el cual se trata a la muestra como si fuera la población y a partir de ella se extraen con reposición un gran número de remuestras de igual tamaño a la muestra original (Gil, 2005).

Dimensión ambiental: La dimensión ambiental se refiere a los impactos de la organización en los sistemas naturales vivos e inertes, refiriéndose a los recursos suelo, aire y agua, así como a los diferentes ecosistemas. Aborda tanto los impactos relacionados con el suministro de insumos como puede ser agua y energía, como del proceso para la elaboración de los productos (emisiones, efluentes, desechos). Considera además aspectos como la biodiversidad, el transporte y la repercusión de productos y servicios, así como el cumplimiento regulatorio y el gasto ambiental en la materia (GRI, 2013a).

Dimensión económica: en el ámbito interno de la empresa la dimensión económica, se refiere a la generación y distribución del valor agregado entre colaboradores y accionistas, tomando en consideración las condiciones de mercado, la equidad y la justicia. En el ámbito externo, el enfoque es generar y distribuir bienes y servicios que sean útiles y rentables para la comunidad y aportar a la causa pública con la contribución impositiva, además de tener una participación activa en los procesos de planeación económica de la región y país donde se ubica a (Cajiga, s. f.).

Dimensión social: La dimensión social desde la perspectiva del ámbito interno y externo, implica para la primera, a inversionistas, directivos, colaboradores y proveedores que comparten la responsabilidad para el cuidado y fomento de la calidad de vida en el trabajo y el desarrollo integral y pleno de ellos mismos. En el ámbito externo, la dimensión social considera el aspecto sociocultural y políticas que conllevan a implementar acciones específicas y a realizar aportaciones para coadyuvar en promover el espíritu empresarial y en el desarrollo de las comunidades y por tanto en mejorar el entorno mercado en beneficio del negocio (Cajiga, s. f.). GRI (2013a) subdivide este aspecto en cuatro subcategorías: prácticas laborales y trabajo digno, derechos humanos, sociedad y responsabilidad sobre productos.

Escala tipo Likert: se considera como una escala de actitud de puntuación sumada, consistente de un conjunto de reactivos con valor de actitud aproximadamente igual en el cual los participantes responden a los reactivos con un grado de intensidad entre “de acuerdo y desacuerdo”. Las puntuaciones resultantes se pueden sumar o promediar con el propósito de obtener la puntuación que caracteriza la actitud del individuo y ubicarlo en algún punto de la escala de la actitud en cuestión (Kerlinger y Lee, 2002).

Filantropía: se refiere a una donación voluntaria resultado de la decisión de accionistas y ejecutivos (Correa y Estévez, 2011). La responsabilidad filantrópica se refiere a donaciones consideradas como deseables por parte de la empresa (Carrol, 2006, citado por Caravedo, 2011).

Materialidad: El principio de materialidad consiste en “determinar la relevancia e importancia de un asunto para la organización y sus grupos de interés” (AccountAbility, 2008, pág. 12). La materialidad supone que se deben considerar las necesidades y expectativas de las partes interesadas para la toma de decisiones de las organizaciones y que para lograr el nivel adecuado de conocimiento de lo que se considera o no material en su comportamiento con respecto a la RSE, se debe mantener un flujo adecuado de relaciones con sus grupos de interés (AECA, 2003).

Memoria de sostenibilidad: es un medio mediante el cual se informa el desempeño económico, medioambiental y social de una organización. Comprende la medición, divulgación y rendición de cuentas frente a grupos de interés internos y externos en relación con el desempeño de la organización con respecto al objetivo del desarrollo sostenible. (GRI, 2011).

Relevancia: Los asuntos relevantes son aquellos que influirán en las decisiones, acciones y desempeño de la organización o de sus grupos de interés (AccountAbility, 2008).

Responsabilidad Social Empresarial: “la responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad” (Comisión Europea, 2011, pág. 7).

Stakeholder o grupo de interés: “entidades o individuos a los que pueden razonablemente afectar de manera significativa las actividades, los productos o los servicios de la organización, y cuyas acciones pueden repercutir dentro de lo razonable en la capacidad de la organización para desarrollar con éxito sus estrategias y alcanzar sus objetivos. Se

incluyen aquí las entidades o individuos cuyos derechos en virtud de una ley o un tratado internacional les permiten plantear con total legitimidad determinadas exigencias a la organización” (GRI, 2013a, p. 9).

SIGLAS Y ABREVIATURAS

RSE: responsabilidad social empresarial

GRI: Global Reporting Initiative

ISO: Organización Internacional para la Estandarización

OCD: Organización de Cooperación y Desarrollo Económico

CEMEFI: Centro Mexicano para la Filantropía A. C.

BID: Banco Interamericano de Desarrollo

PyMES: micro, pequeñas y medianas empresas

AECA: Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas

COFOCE: Coordinadora de Fomento al Comercio Exterior del Estado de Guanajuato

SAGARPA: Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación

CEAG: Consejo Estatal Agroalimentario de Guanajuato A. C.

DENUE: Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas

FAO: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura

ONG: Organización no gubernamental

USDA: United States Department of Agriculture

CSR: Corporate social responsibility

PNUMA: Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente

CERES: Coalición de Economías Responsables del Medio Ambiente

SIACON: Sistema de Información Agroalimentaria de Consulta

PIB: Producto Interno Bruto

INEGI: Instituto Nacional de Estadística y Geografía

SIAP: Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera

AHIFORES: Alianza Hortofrutícola Internacional para el Fomento de la Responsabilidad Social

SICAGRO: Sistema de Información Comercial del Sector Agroalimentario

CONAPO: Consejo Nacional de Población

SNIIM: Sistema Nacional de Información e Integración de Mercados

USA: United States of América

RESUMEN

El objetivo general de esta investigación fue determinar cómo fue el nivel de relevancia y desempeño de las variables ambiental, económica y social y que influencia tuvieron en la responsabilidad social empresarial (RSE) percibida en el año 2017 por las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato. Al respecto, en la hipótesis general se plantea que las variables ambiental, económica y social presentaron niveles altos de relevancia y desempeño y en la medida que aumentaron su desempeño, incrementó el valor de la responsabilidad social empresarial percibida en el año 2017 por las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato.

Se contextualizó la problemática en relación a la RSE y se hizo una revisión teórica y conceptual, además de una revisión de los motivadores y limitantes para la adopción de prácticas socialmente responsables, la relevancia y materialidad en el ámbito de la responsabilidad social y el análisis de la industria del brócoli, quedando definido el universo de estudio por 22 empresas agroexportadores de esta hortaliza en el estado de Guanajuato.

Se realizó una fase de campo que consistió en la colecta de información mediante la aplicación de un cuestionario específicamente diseñado para este fin, obteniendo respuesta solamente en 9 de las 22 empresas consultadas. El análisis estadístico realizado se apoyó en las medidas de tendencia central, la distribución de frecuencias, el coeficiente de correlación de Pearson y el coeficiente de determinación; y con el propósito de dar mayor solidez a los datos se aplicó el método de remuestreo bootstrap haciendo el análisis con 5000 remuestras.

Mediante el procesamiento e interpretación de los datos recolectados se obtuvo que de acuerdo a la escala tipo Likert previamente diseñada, la RSE de las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato se ubica dentro del segmento “alta RSE”; las variables independientes ambiental, económica y social resultaron con alto desempeño y altamente relevantes y al contrastarlas con la variable dependiente RSE percibida por las agroexportadoras, los coeficientes de correlación de Pearson resultantes ajustados con bootstrap fueron 0.881, 0.061 y 0.484 para las variables ambiental, económica y social, respectivamente siendo solamente la primera estadísticamente significativa con un coeficiente de determinación de 0.776, interpretándose que sólo el desempeño de la variable ambiental influye en un 77.6% en la variable dependiente.

Se contrastó el desempeño de las tres variables independientes con su respectiva relevancia y se comprobó que solamente el desempeño de la variable económica responde a su relevancia al resultar un coeficiente de correlación de Pearson de 0.739 estadísticamente significativo al 95%. Finalmente, de acuerdo a los resultados obtenidos, los factores que motivan a las empresas a implementar prácticas de responsabilidad social empresarial, indican que las razones éticas (contribuir al bienestar de la sociedad y el medio ambiente) con un nivel “muy fuerte” dentro de la escala, representan el principal motivador, por el contrario, el principal obstáculo con un nivel de escala “regular”, fue la falta de conocimiento del tema. En la última parte del estudio se discuten las conclusiones y recomendaciones respectivas.

Palabras clave: responsabilidad social empresarial, relevancia, desempeño, grupos de interés.

ABSTRACT

The general objective of this research was to determine how the level of relevance and performance of the environmental, economic and social variables was and what influence they had on the corporate social responsibility (CSR) perceived in the year 2017 by the broccoli export companies in Guanajuato state. In this regard, in the general hypothesis it is stated that the environmental, economic and social variables presented high levels of relevance and performance and as they increased their performance, the value of corporate social responsibility perceived in 2017 by the broccoli export companies in Guanajuato state.

The problem was contextualized in relation to CSR and a theoretical and conceptual review was made, as well as a review of the motivators and constraints for the adoption of socially responsible practices, the relevance and materiality in the field of social responsibility and the analysis of the broccoli industry, being defined the universe of study by 22 exporters companies of this vegetable in Guanajuato state.

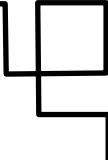
A field phase was carried out that consisted in the collection of information through the application of a questionnaire specifically designed for this purpose, obtaining a response only in 9 of the 22 companies consulted. The statistical analysis carried out was based on the measures of central tendency, the frequency distribution, the Pearson correlation coefficient and the determination coefficient; and with the purpose of giving more solidity to the data, the bootstrap resampling method was applied making the analysis with 5000 resamples.

Through the processing and interpretation of the data collected, it was obtained that according to the Likert-type scale previously designed, the CSR of the broccoli exporters companies of Guanajuato state is located within the "high CSR" segment; the environmental, economic and social independent variables were highly performing and highly relevant and when compared with the dependent RSE variable perceived by the exporters companies, the resulting Pearson correlation coefficients adjusted with bootstrap were 0.881, 0.061 and 0.484 for the environmental, economic variables and social, respectively, being only the first statistically significant with a determination coefficient of 0.776, interpreting that only the performance of the environmental variable influences 77.6% in the dependent variable.

The performance of the three independent variables was compared with their respective relevance and it was found that only the performance of the economic variable responds to its relevance, since a Pearson correlation coefficient of 0.739 is statistically significant at 95%. Finally, according to the results obtained, the factors that motivate companies to implement corporate social responsibility practices indicate that the ethical reasons (contributing to the welfare of society and the environment) with a "very strong" level within the scale, represent the main motivator, on the contrary, the main obstacle with a level of "regular" scale, was the lack of knowledge of the subject. The latter part of the study discusses the respective conclusions and recommendations.

Key words: corporate social responsibility, relevance, performance, stakeholders.

INTRODUCCIÓN



El mundo es cada vez más globalizado con una creciente interdependencia entre países y mayores flujos internacionales de bienes y servicios, lo que ha favorecido al surgimiento y crecimiento de las empresas transnacionales, la diversificación de los negocios internacionales y la explosión del comercio internacional. Los países establecen diferentes niveles de integración económica y regulan sus transacciones comerciales y de inversión mediante el establecimiento de acuerdos comerciales internacionales los cuales constituyen una parte sustancial en el sistema de comercio mundial.

Este complejo de fenómenos y el imparable crecimiento de la población en el mundo, generan un nuevo contexto ante el cual las empresas se ven forzadas a realizar importantes transformaciones y pasan de ser simples actores económicos a actores que participan determinantemente en el marco de las relaciones políticas y sociales, además de que la globalización de los mercados permite la producción y desarrollo de cualquier bien o servicio, así como su venta en diferentes partes del mundo a un precio cada vez menor, generando la necesidad de iniciativas que rijan el comportamiento de las empresas en la búsqueda de su beneficio (Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa, 2015) y desarrollar estrategias de responsabilidad social que permitan atender y gestionar las demandas de la sociedad por sus impactos y poder mantener vigente la licencia social para operar.

En el ámbito académico desde el año 1953, Bowen ya se planteaba el cuestionamiento sobre cuáles son las responsabilidades de las empresas que deben o no asumir con la sociedad (citado por Raufflet, Félix, Barrera & García, 2012) dando pauta para el desarrollo del concepto de responsabilidad social empresarial el cual ha evolucionado de acuerdo a diversidad de contextos y ha permitido el surgimiento de multitud de iniciativas al respecto, más aún ante los escándalos de las últimas dos décadas por empresas europeas y estadounidenses que han empañado la imagen de los grandes corporativos y han puesto en tela de juicio su legitimidad moral (Shaw, 2009, citado por Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa, 2015).

Aunque la responsabilidad social también implica una comprensión de expectativas más amplias de la sociedad las cuales varían entre países y culturas, el tener presentes y hacer compromisos con sus partes interesadas o grupos de interés resulta fundamental, ya que además de ayudar en la determinación de la relevancia de los diferentes aspectos, es necesario conocer quien tiene interés en sus decisiones y actividades de modo que la empresa pueda entender sus impactos y el modo de cómo gestionarlos (ISO, 2010).

Bajo este contexto, el sector agroalimentario crece con cada vez más regulaciones para el aprovechamiento de los recursos naturales y una mayor responsabilidad con el entorno socioeconómico. Dentro del sector, a México se le atribuye especial importancia ya que es el principal productor de hortalizas a nivel Latinoamérica (FAO, 2014) y el tercer exportador de estos productos a nivel mundial (Ferratto & Mondino, 2008), además de ser el mayor proveedor de varias de ellas al mercado estadounidense.

El estado de Guanajuato ocupa el tercer lugar nacional en volumen de producción de hortalizas y es el principal productor y exportador de brócoli (SIACON-SAGARPA, 2013) con destino en su gran mayoría al mercado estadounidense. El inicio de la producción de este cultivo

en la entidad se remonta a finales de los años sesentas con la llegada de la primer empresa congeladora de hortalizas (Echánove, 2000), lo que le ha permitido forjar una larga trayectoria y experiencia en este sector que le facilita cumplir con las exigentes y cambiantes normativas agroalimentarias que imponen los países importadores del primer mundo, la cual se nutre cada vez más de los aspectos concernientes a la responsabilidad social de las empresas, en específico de regulaciones sociales y ambientales.

La presente investigación toma como objeto de estudio a esta agroindustria y busca definir cómo influyen las variables ambiental, económica y social en la responsabilidad social empresarial de las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato y su nivel de relevancia, con el planteamiento de la siguiente hipótesis general: “las variables ambiental, económica y social presentaron niveles altos de relevancia y desempeño y en la medida que aumentaron su desempeño, incrementó el valor de la responsabilidad social empresarial percibida en el año 2017 por las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato”. Al respecto se realiza una investigación empírica no experimental de tipo transversal, mediante la colecta de información en campo.

La tesis se encuentra estructurada en seis capítulos, correspondiendo al primero los fundamentos de la investigación y en el cual se exponen las bases que la originan, iniciando con algunos antecedentes y generalidades de la RSE, descripción de la problemática que se atiende, la redacción de las preguntas de investigación y de los objetivos. Enseguida se expone la justificación del estudio, se definen las variables, se redactan las hipótesis en congruencia con las preguntas de investigación y finaliza con la delimitación del estudio.

En el segundo capítulo se desarrolla el marco teórico y conceptual que sustenta la investigación. Se analizan los antecedentes, conceptos y principales perspectivas teóricas de la RSE y se hace la revisión documental para fortalecer los argumentos y validez de las variables.

En el tercer capítulo se presenta una revisión de algunos trabajos empíricos acerca de los principales motivadores y obstáculos para la empresa en la adopción de prácticas socialmente responsables. Por otra parte se trata el tema de materialidad en el ámbito de la RSE, se exponen algunas consideraciones para su determinación y se revisan algunos estudios en México acerca de la relevancia de los temas de RSE.

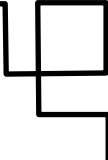
El cuarto capítulo, corresponde al análisis de la industria del brócoli y trata de ilustrar el contexto en el cual se enmarca la investigación. Se analiza brevemente el entorno mundial y nacional y se da un enfoque más detallado a las particularidades de esta industria en el estado de Guanajuato y su relación con el mercado estadounidense.

El quinto capítulo aborda los fundamentos metodológicos, definiendo enfoque y diseño además de la esquematización del modelo conceptual de la relación entre variables y su operacionalización. Se describen las consideraciones del diseño de los instrumentos para la recolección de datos, la escala de medición utilizada, los fundamentos de confiabilidad y validez y la selección de la muestra; finaliza con la describen los detalles metodológicos para el análisis de la información.

En el sexto y último capítulo, se explican los resultados de la investigación mediante el análisis e interpretación de los datos de campo y se contrastan las hipótesis planteadas.

Al final se presentan las conclusiones y recomendaciones de la investigación, resaltando aquellos aspectos de mayor trascendencia.

CAPÍTULO I



Fundamentos de la Investigación

El primer capítulo expone las bases que originan la presente investigación. A manera de antecedentes, se mencionan algunas generalidades de la RSE destacando la importancia que tiene en relación con los negocios. Enseguida se aborda el apartado de la problemática, iniciando con el planteamiento de las preguntas de investigación y se describe el contexto en el cual se enmarca, identificando algunas situaciones problemáticas del entorno y exigencias relacionadas con la RSE de los mercados del sector agroalimentario. Posteriormente se redactan el objetivo general y específicos en congruencia con las preguntas de investigación, le sigue una justificación en dos vertientes siendo la primera la relación entre la RSE y el consumidor y en la segunda se describe la importancia del sector agroexportador del brócoli mexicano; se redactan las hipótesis, se definen las variables y se delimita el universo de estudio.

1.1. Antecedentes

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es una visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medioambiente con la gestión misma de la empresa (Cajiga, s. f.). Existen diversas definiciones de lo que es la RSE, desde las muy completas y sofisticadas hasta otras más simples. A continuación se citan dos de ellas de

importancia internacional siendo la primera la de International Standard Organization presentada en la ISO 26000 (ISO, 2010, pp. 3 y 4):

“la responsabilidad de una organización ante los impactos de sus decisiones y actividades que ocasionan en la sociedad y el medio ambiente mediante un comportamiento ético y transparente que contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad que toma en consideración las expectativas de sus partes interesadas, que cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento, y que está integrada en toda la organización y se lleva a la práctica en sus relaciones”.

La segunda definición es simple pero con profundo sentido, presentada por la Unión Europea en su Comunicación titulada “Una renovada estrategia de la Unión Europea 2011-2014 para la RSC” (Comisión Europea, 2011, pág. 7): “la responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad”.

Independientemente de la definición la cual se encuentra en constante evolución, lo que es una realidad es que a nivel mundial, la RSE ha adquirido gran relevancia en los últimos años y algunos autores consideran que además del aspecto económico, el manejo de los aspectos sociales y ambientales, sea de manera voluntaria o restrictiva, en las empresas representa un área importante de competencia económica y se ha convertido en una fuente de ventaja competitiva para las mismas (Shrivastava, 1995 y Porter y Kramer, 2006, citado por Villafán, 2011).

La RSE es hoy un factor de competitividad no sólo entre las propias empresas, sino entre países que buscan posicionarse en nuevos bloques comerciales. Cuando se hace referencia al concepto de competitividad, se refieren de una manera global y duradera de la empresa, con

visión de futuro, basándose en el hecho de que si la empresa quiere ser competitiva se tiene que ir a la vanguardia en todos los sentidos, y al decir en todos los sentidos también incluye el plano ético y la responsabilidad social (Shaeffler, 2006).

El modelo de negocio responsable representa una oportunidad para las empresas, de tal manera que aquellas que sean capaces de encontrar nuevas soluciones y valores en el marco de la responsabilidad social son las que más posibilidades de éxito tienen (Rothschild, M. L., 1999, citado por Kotler & Keller, 2006). El sector agroexportador no es la excepción, ya que además de la obligación de la empresa de ser financieramente viable, existe una tendencia mundial hacia un incremento de normas ambientales y sociales, las cuales representan una barrera al comercio internacional.

1.2. Problemática

1.2.1. Preguntas de la investigación.

Pregunta general:

¿Cuáles fueron los niveles de relevancia y desempeño de las variables ambiental, económica y social y cómo influyeron en la responsabilidad social empresarial percibida en el año 2017 por las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato?

Preguntas específicas:

¿Cuál fue el vínculo entre el desempeño de la variable ambiental y la responsabilidad social percibida en el año 2017 por las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato?

¿Cómo interactuaron el desempeño de la variable económica y la responsabilidad social percibida en el año 2017 por las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato?

¿Qué efecto provocó el desempeño de la variable social en la responsabilidad social percibida en el año 2017 por las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato?

¿Cómo incidió durante el año 2017 la relevancia en el desempeño de las variables ambiental, económica y social de la responsabilidad social de las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato?

1.2.2. Planteamiento del problema.

La relación del performance de una organización con la sociedad en la que opera y el impacto que genera en el medio ambiente se ha convertido en una parte crítica de la medición de su rendimiento global y su capacidad de operación continua y efectiva, lo que indica un creciente reconocimiento de la necesidad de conservar los ecosistemas, considerar la equidad social y el buen gobierno de las organizaciones, pues en el largo plazo las actividades que estas realizan dependen de la conservación de los ecosistemas del mundo y a su vez están sujetas a un mayor escrutinio por parte de los diferentes grupos de interés (ISO, 2010).

Considerando que la principal responsabilidad de la empresa es ser financieramente sostenible y que de esta manera puede ser social y ambientalmente responsable, debe preocuparse, además de los impactos que sus actividades tienen sobre la sociedad y el medio ambiente, del impacto que ese entorno tiene sobre sus actividades, como puede ser el capital humano e intelectual del cual se nutre, pues el ignorarlo puede afectar su misma viabilidad (Vives, 2013a).

Específicamente en el sector agroalimentario, la producción de alimentos crece bajo un contexto cambiante y exige cada vez nuevas regulaciones en el aprovechamiento de los recursos naturales y una mayor responsabilidad con el entorno socioeconómico. Según la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), las regulaciones técnicas y estándares están sustituyendo a las barreras arancelarias y no arancelarias como mecanismos de regulación del comercio (Cecilio, 2005). Al respecto, el mega-acuerdo comercial regional

conocido como Acuerdo de Asociación Transpacífico (TPP por su siglas en inglés)¹ en el que originalmente México y otros 11 países de América y Asia habían participado en las negociaciones, entre ellos Estados Unidos, Canadá y Japón y cuyo bloque posee gran envergadura económica y comercial a nivel global, además de las medidas sanitarias y fitosanitarias (capítulo 7 del TPP), contemplaba de manera importante el tema de la responsabilidad social empresarial principalmente en los capítulos 19 (laboral), 20 (medio ambiente), 23 (desarrollo) y 26 (Anticorrupción y transparencia).

México se caracteriza por ser un país proveedor de alimentos a nivel internacional, favorecido por su gran potencial productivo ya que cuenta con diversidad de climas y recursos benignos para la producción. Actualmente se encuentra entre los quince principales países exportadores de productos agroalimentarios en el mundo (Silva, 2007) siendo además un importante proveedor de frutas y hortalizas de Estados Unidos.

En particular la zona del bajío del territorio mexicano es privilegiada para el desarrollo de la agricultura, pues los suelos son apropiados para la implementación de esta actividad productiva. Específicamente en el Estado de Guanajuato, se tiene el registro histórico de ser el principal productor a nivel nacional de algunas hortalizas, entre estas el brócoli que representa actualmente más del 50% del total (Santoyo & Martínez, s. f.) y en su gran mayoría, esta producción se destina al mercado norteamericano, coadyuvando de manera importante al abasto de la demanda creciente de esta hortaliza en el país vecino, principalmente producto fresco.

Una de las principales barreras a las que se han enfrentado las agroexportadoras de brócoli de esta entidad para poder acceder a los mercados internacionales, son las exigencias de

¹ Trans Pacific Partnership: <https://ustr.gov/trade-agreements/free-trade-agreements/trans-pacific-partnership/tpp-full-text>

seguridad alimentaria como sanidad, inocuidad y calidad del producto, además de la implementación de buenas prácticas agrícolas y de manufactura así como el aprovechamiento racional del agua y más recientemente responsabilidad social con los empleados. Por otra parte, el contexto en el cual se desarrolla la cadena productiva hacia atrás, parte de un entorno climático adecuado y la disponibilidad de una base de recursos naturales finitos principalmente suelo y agua, así como de un sector rural de la población que participa directamente en el proceso de producción primaria. Este contexto representa el entorno inmediato en el cual se desarrollan las agroempresas y sería una gran irresponsabilidad el que éstas permanezcan indiferentes a esta situación ya que ello puede afectar su viabilidad misma.

En la actualidad, los efectos del cambio climático se manifiestan de manera global, siendo una problemática que ha ganado importancia en los gobiernos de los países. Específicamente en el Estado de Guanajuato se han presentado fenómenos climáticos atípicos relacionados con la temperatura y la precipitación pluvial. Con respecto al recurso suelo, éstos se han empobrecido como consecuencia de prácticas agrícolas inadecuadas, de igual manera el uso irracional del agua ha dejado al acuífero en un rango deficitario, pues se estima la existencia de unos 17,000 pozos con un volumen de extracción de cerca de 4,000 Mm³/a (millones de metros cúbicos al año), que se estima excede en aproximadamente en 1,200 Mm³/a al recurso renovable (Foster, Garduño, & Kemper, sf).

En lo que respecta al escenario socioeconómico, para el año 2010 Guanajuato ocupó el segundo lugar en el Índice de Intensidad Migratoria México USA a nivel nacional, solo por debajo de Zacatecas (CONAPO, 2010). Específicamente en la región bajío guanajuatense se ubican municipios clasificados con grados de intensidad migratoria altos y muy altos que coadyuvan de manera importante en la expulsión de migrantes, sufriendo además el actual

fenómeno de la difícil reinserción social de los migrantes retornados, siendo el empleo un factor determinante y el sector de producción y procesamiento de hortalizas un importante generador de este, principalmente en el medio rural.

Así pues, con base en lo anteriormente expuesto, resulta evidente que las empresas agroexportadoras del estado de Guanajuato, además de mantener su rentabilidad financiera se enfrentan a situaciones sociales y ambientales que desde la perspectiva de la RSE les corresponde atender, ya que son exigencias de la sociedad y de acuerdo a la relevancia de cada situación y en general a su estrategia de responsabilidad social, la empresa debe priorizar y definir su actuación.

Ante las diferentes circunstancias del contexto en el que se desempeñan las agroexportadoras de brócoli del estado de Guanajuato, relacionadas con diversas problemáticas sociales y ambientales, tendencias mundiales del incremento de normas de estos aspectos y la presión de la sociedad civil y del consumidor, se hace necesario conocer el desempeño que han tenido para afrontar los retos ambientales, económicos y sociales y como estos han influido en su comportamiento socialmente responsable, toda vez que en varios casos las empresas aún no consideran a la RSE como una prioridad, debido en parte a que existen limitaciones para concebirla con el potencial de llegar a representar un factor de diferenciación y un aspecto fundamental para su permanencia en el largo plazo, limitándose principalmente a cumplir con certificaciones que exigen los mercados internacionales y otras exigencias de sus clientes.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar cómo fue el nivel de relevancia y desempeño de las variables ambiental, económica y social y que influencia tuvieron en la responsabilidad social empresarial percibida en el año 2017 por las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato.

1.3.2. Objetivos específicos

- Identificar cual fue el vínculo entre el desempeño de la variable ambiental y la responsabilidad social percibida en el año 2017 por las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato.
- Determinar la relación que existió entre el desempeño de la variable económica y la responsabilidad social percibida en el año 2017 por las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato.
- Describir como fue el efecto del desempeño de la variable social en la responsabilidad social percibida en el año 2017 por las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato.
- Explicar la incidencia que hubo durante el año 2017 de la relevancia en el desempeño de las variables ambiental, económica y social de la responsabilidad social de las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato.

1.4. Justificación

1.4.1. La responsabilidad social empresarial y el consumidor.

En la actualidad los consumidores son más conocedores, más sofisticado y están más conectados, además de ser conscientes de su capacidad para influir en las cuestiones sociales y ambientales, y buscan más de cerca el impacto de las empresas. De acuerdo al Global CSR

Study 2013 (Cone-Communications, 2013), se confirma a la RSE como una estrategia esencial de reputación de tal manera que las empresas que no reconocen su poder asumen una visión incompleta. Con la encuesta aplicada en este mismo estudio se demuestran las altas expectativas de los consumidores globales, ya que el 91% cree que las empresas deben ir más allá de los estándares mínimos requeridos por la ley para operar con responsabilidad, 91% considera probable cambiar de marca a otra que apoya una buena causa, teniendo en cuenta el precio y calidad similar, el 92% compraría un producto con un beneficio social y/o ambiental y el 81% consideran a la RSE al decidir dónde trabajar.

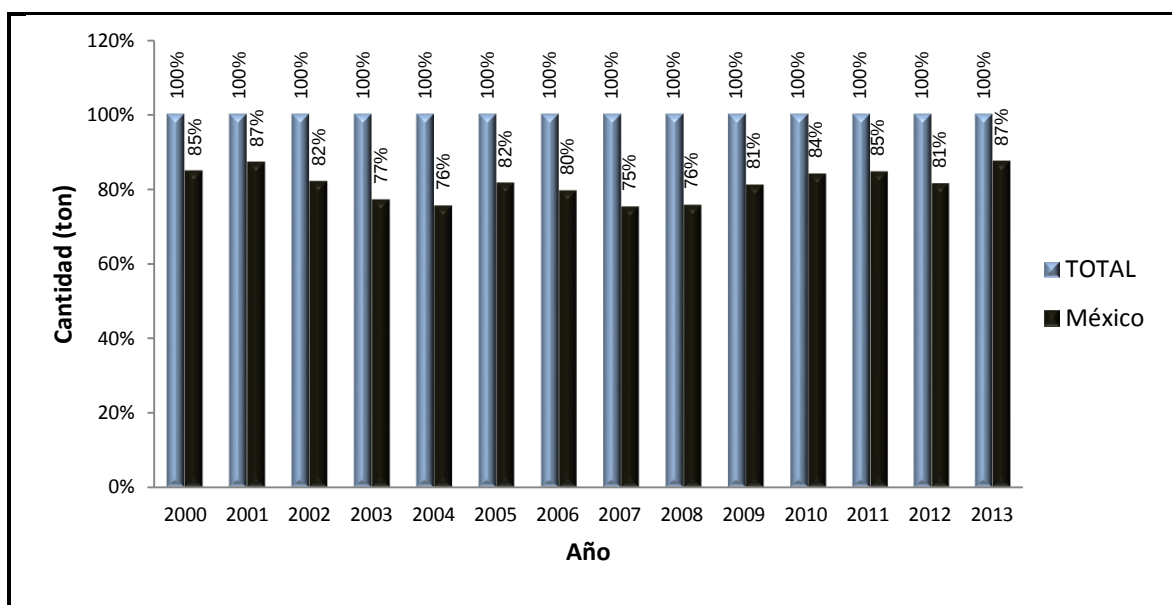
Específicamente para los Estados Unidos, que representa el principal mercado del brócoli mexicano, en esta misma encuesta se reporta que 9 de cada 10 consumidores tienen una impresión más positiva de las empresas que apoyan la RSE (93%) y también son más propensos a tener mayor confianza y lealtad a éstas (90%). Por otra parte sienten un profundo sentido de responsabilidad para hacer un mundo mejor, y están participando activamente en los esfuerzos de RSE, de tal manera que el 65% hacen donaciones y el 42% voluntariado, porcentajes superiores al resultado global de 60 y 37%, respectivamente. También los estadounidenses se encuentran entre los menos confundidos por los mensajes de RSE (60% contra el 70% a nivel mundial). Estos datos reflejan la importancia de considerar la RSE en la gestión de las empresas para poder permanecer en los mercados internacionales.

En el estudio Panorama de la Responsabilidad Social en México (ResponSable, 2013), se reporta que el 86% de los consumidores dice estar dispuesto a cambiar de marca si ésta es social y ambientalmente responsable pero sólo el 18% realmente lo ha hecho. Por otra parte, el 85% calificó como bajo el nivel de madurez de la responsabilidad social en México y el 75% opina que los mensajes de Responsabilidad Social de las empresas no son claros.

1.4.2. Importancia del brócoli como producto de exportación.

México es el principal proveedor de brócoli en el mercado estadounidense. De acuerdo a datos de United States Department of Agriculture (USDA) Foreign Agricultural Service, en el año 2013 el brócoli mexicano llegó a cubrir hasta el 87% del total de las importaciones de aquel país, cuyo consumo se ha incrementado de manera importante durante los últimos años, principalmente en su presentación en fresco, pues durante el periodo comprendido del año 2000 al 2013 se calcula una tasa de crecimiento anual del 9.99%, mientras que para el brócoli congelado creció a un ritmo anual de 2.62%. En respuesta a este aumento de la demanda de brócoli, se han visto incrementadas las exportaciones del producto mexicano, con una tasa de crecimiento anual para el mismo periodo de 10.74% y 2.25% para brócoli fresco y congelado, respectivamente (estimaciones con base en datos de la USDA, Foreign Agricultural Service), demostrando de esta manera la gran capacidad de adaptación en el cumplimiento de las cada vez más exigentes normas de inocuidad y las nuevas exigencias del consumidor estadounidense.

Gráfica 1. Participación de México en las importaciones de brócoli en los Estados Unidos



Fuente: Elaboración propia con base en USDA² (consulta el 20 de mayo de 2014).

² Información disponible en: <http://www.fas.usda.gov/>

El principal productor y exportador de brócoli es el estado de Guanajuato, logrando en el año 2013 una participación del 64.2% del volumen total cosechado con un valor de la producción de 1,196.48 millones de pesos (cálculos con datos de SIACON SAGARPA, 2013).

1.5. Hipótesis

1.5.1. Hipótesis general

Las variables ambiental, económica y social presentaron niveles altos de relevancia y desempeño y en la medida que aumentaron su desempeño, incrementó el valor de la responsabilidad social empresarial percibida en el año 2017 por las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato.

1.5.2. Hipótesis específicas

- Un mayor desempeño de la variable ambiental provocó una mayor responsabilidad social percibida en el año 2017 por las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato.
- La responsabilidad social percibida en el año 2017 por las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato aumentó cuando el desempeño de la variable económica fue positivo.
- El aumento del desempeño de la variable social provocó el incremento de la responsabilidad social percibida en el año 2017 por las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato.
- Durante el año 2017 la relevancia de las variables ambiental, económica y social de la responsabilidad social empresarial de las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato incidió de manera positiva en su desempeño.

1.6. Variables de la investigación

Dependiente:

- Responsabilidad social empresarial percibida por las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato.

Independientes:

- Variable ambiental
- Variable económica
- Variable social

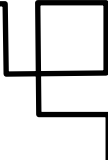
1.7. Delimitación del estudio

El universo de estudio de la presente investigación son las agroexportadoras de brócoli del Estado de Guanajuato. Este segmento está representado principalmente por empresas congeladoras de frutas y hortalizas y los mayores volúmenes de exportación se concentra en relativamente pocas, pues de acuerdo a un estudio realizado, para el año 2000 a nivel nacional se reportaba la existencia de 19 empresas congeladoras de hortalizas, de las cuales las 11 más importantes se localizaban en el estado de Guanajuato (Echánove, 2000), siendo la mayoría de estas mismas las que actualmente siguen dominando el mercado, aunque se han incorporado algunas otras con volúmenes importantes de exportación.

Para determinar el universo de empresas agroexportadoras de brócoli de Guanajuato, a finales del año 2015 se solicitó al jefe de Promoción Sector Agroalimentario de la Coordinadora de Fomento al Comercio Exterior del Estado de Guanajuato (COFOCE) la relación de empresas a lo cual se obtuvo una respuesta negativa. A la par se consultó la información oficial de la Secretaría de Economía, el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE – INEGI, 2015), el directorio de agroexportadores mexicanos de SAGARPA (SAGARPA,

2015), información de la página web de COFOCE e información proporcionada por el Consejo Estatal Agroalimentario de Guanajuato A. C. (CEAG), así como de consulta a personas de amplia trayectoria en el ámbito de las agroexportadoras de la región. De esta manera y mediante la depuración y ratificación de algunas empresas por parte del Director del Sector de Agroalimentos de COFOCE, al final se obtuvo el universo de estudio integrado por 22 empresas agroexportadoras de brócoli del estado de Guanajuato.

CAPÍTULO II



Marco Teórico y Conceptual de la Responsabilidad Social Empresarial

En este capítulo se desarrollan los fundamentos teóricos y conceptuales que dan sustento a la investigación. Se describe en cuatro apartados iniciando con la presentación de algunos antecedentes históricos sobre el origen de la RSE. En un segundo y tercer apartado se presentan las perspectivas teóricas y una retrospectiva teórica de la RSE haciendo un análisis breve de las principales teorías que la sustentan pero haciendo un mayor énfasis en aquellas que en mayor medida guían la presente investigación.

En el último apartado se discute la evolución del concepto y se analizan algunas definiciones recientes con validez e importancia internacional, finaliza este apartado con un ejercicio para la determinación de las dimensiones de la RSE con base en el análisis de algunos trabajos de investigación que las identifican y en el análisis de conceptos y dimensiones propuestas por 18 iniciativas o instrumentos de gestión de la RSE, describiendo cada una de las dimensiones resultantes e interrelacionándolas.

2.1. Antecedentes históricos de la responsabilidad social empresarial

Actualmente, el problema del deterioro del ecosistema y del cambio climático, la creciente desigualdad en la distribución de la riqueza y los alarmantes índices de pobreza en el mundo,

entre otras problemáticas relacionadas, han provocado una mayor atención en la manera de llegar a ser una “empresa socialmente responsable”, sin anular o alejarse del objetivo financiero y económico en cuanto a la maximización de utilidades y/o maximización del valor de la corporación (Correa & Ibarra, 2009). Pero ¿cómo fue que se llegó a tener esta concepción de la empresa socialmente responsable? A continuación se presenta una breve reseña histórica de la RSE.

Los antecedentes históricos de la RSE se relacionan con los orígenes de las organizaciones que utilizaron capital y trabajo para generar riqueza y beneficio aunque en el trayecto los abusos sobre los trabajadores hayan sido evidentes, a tal grado que la esclavitud forma parte de la base de la economía de las sociedades modernas. Los esfuerzos de grupos sociales o de consumidores por alcanzar influencia sobre la producción, el comercio o los núcleos de poder son conocidos desde el año 1327, cuando se reportó que los ciudadanos de Canterbury impusieron un boicot de consumidores al Monasterio de la Iglesia de Cristo (González, G., 2003, citado por Olivo, 2011).

En el siglo XVIII, Adam Smith (1776) estableció la teoría del mercado de competencia perfecta en el cual el libre juego de la oferta y la demanda pretendían alcanzar de forma privada e individual la ganancia monetaria, pero aclaraba que esto no disolvía la cohesión social, sino al contrario propiciaba la solución idónea para la pobreza (Correa & Ibarra, 2009). Años atrás (1759), este mismo autor publicó “La Teoría de los Sentimientos Morales”, en donde critica la búsqueda sin trabas del interés egoísta.

En los entornos de gran dureza con el trabajador, surgen líderes empresariales que actúan para cambiar la situación y otras estrategias para mitigar la explotación de los trabajadores. Al respecto, durante el siglo XIX surgen los códigos y etiquetas amigas del consumidor que

propugnaban por la defensa de derechos de los trabajadores, siendo un ejemplo claro la creación de la “Etiqueta Blanca” impulsada por la Liga Nacional de Consumidores en USA, quienes integraron un equipo de inspectores para garantizar el respeto de las leyes laborales en las fábricas, no permitiendo jornadas excesivas de trabajo ni el trabajo infantil (González, G., 2003, citado por Olivo, 2011).

Bajo el pensamiento del movimiento marginalista (Jevons, 1871; Menger, 1871 y Walras, 1874, citados por Correa & Ibarra, 2009), se estableció que el núcleo central de la economía comprende el funcionamiento y la maximización de la utilidad en términos cuantitativos, con un alto grado de abstracción de sus conceptos. Con el nacimiento de la teoría del Behaviorismo, se estableció una dura crítica al análisis marginal centrada en el supuesto de que se considera la empresa y al empresario como un ente indivisible que tiene como único objetivo el maximizar la utilidad o valor de la empresa a través de un crecimiento óptimo. A través de la investigación empírica, el Behaviorismo encontró que la mayoría de las empresas se dirigen por directores retribuidos cuyos intereses suelen diferir de los propósitos de los accionistas. Entonces, la teoría behaviorista establece como puntos de partida teóricos el rechazo de varios supuestos marginalistas y adopta algunos fundamentos de la psicología conductista. Por su parte al no contener la teoría marginalista suficientes fundamentos sobre el comportamiento y los procesos de decisión internos de la empresa, el supuesto de maximización de utilidades perdió peso en muchos casos (Correa & Ibarra, 2009).

A finales del siglo XIX y principios del XX, la responsabilidad social se inscribe en una tradición de filantropía corporativa y posteriormente en un contexto de reforma social, entre los años 1900 y 1920, en donde las ideas progresistas dominaban, surge un nuevo enfoque de la relación entre empresa y sociedad estadounidense (Gond, 2008, citado por Villafán, 2011).

En el mundo académico la RSE tiene su origen en 1953 con el libro “Social Responsibilities of the Businessman” de Howard Bowen, donde se plantea el cuestionamiento sobre cuáles son las responsabilidades de las empresas que deben o no asumir con la sociedad (Raufflet, Félix, Barrera, & García, 2012). Posteriormente el desarrollo del concepto de RSE fue evolucionando de acuerdo a una diversidad de contextos, tema en el que se ahonda en apartados posteriores.

2.2. Perspectivas teóricas

Las investigaciones sobre la RSE, han sido enfocadas desde la integración de perspectivas y experiencias en varias disciplinas o de varias funciones de la empresa en el seno de constructos teóricos, de tal manera que los desarrollos acerca de la RSE han privilegiado a la empresa como unidad de análisis (Raufflet, Félix, Barrera, & García, 2012).

Son diversas perspectivas teóricas que sustentan los múltiples estudios sobre RSE, por tal motivo es necesario establecer un punto de partida para guiar su análisis. El trabajo de Garriga & Melé (2004), en el cual clasifican las teorías de la RSE, ha sido un elemento básico utilizado por diversos autores para el análisis teórico en este campo. Consideran las teorías relevantes y hacen una clasificación de cuatro categorías subdivididas en catorce subcategorías. Las categorías son: a) teorías instrumentales, las cuales consideran a la RSE como herramienta para alcanzar principalmente los objetivos económicos y riqueza; b) teorías políticas, son más del tipo sociológicas y se enfocan en la interacción entre empresa y sociedad y la posición y poder de la empresa y su inherente responsabilidad; c) teorías integradoras, las cuales buscan integrar las demandas sociales en la estrategia de la empresa con el argumento de que la existencia de los negocios dependen de la sociedad; y d) teorías éticas, centradas en cimentar las relaciones entre empresa y sociedad, basándose en el comportamiento moral de los empresarios. En el Anexo 1 se presenta la tabla donde se enlistan las categorías y subcategorías de Garriga & Melé

(2004) así como la naturaleza de la perspectiva teórica de cada una de estas subcategorías (Alvarado, 2008). Otra manera de entender el universo de teorías que intentan sustentar la RSE es ubicándolas entre los extremos establecidos primero por Friedman (1970) que limita la responsabilidad a maximizar beneficios solo para los accionistas y, segundo por Freeman (1994) que expande la responsabilidad con diversos actores que afectan o pueden afectar la empresa.

Tabla 1. Enfoque teórico de acuerdo a las categorías definidas por Garriga & Melé (2004)

		Enfoque teórico																					
Categorías	Subcategorías	Propiedad	Empresa	Agencia	Grupos de Interés	Respuesta Social Corporativa	Estratégica dela Empresa	Recursos y Capacidades	Liderazgo Estratégico	Relativismo Ético	Ética Aplicada a la empresa	Integradora del Contrato Social	Ciudadanía corporativa	Ciudadanía de la Empresa	Democracia Corporativa	Institucional	Neo-institucional	Desarrollo Sostenible	Servidor	Bien Común	Kyosei	Virtud	Suma
Instrumentales	1. Maximización del valor de los accionistas			1																			1
	2. Estrategias para lograr ventajas competitivas		1				1	1	1	1													5
	3. Marketing relacionado a alguna causa		1				1																2
Políticas	4. Constitucionalismo Corporativo																		1				1
	5. Teoría Integradora del Contrato Social											1											1
	6. Ciudadanía Corporativa												1										1
Integradoras	7. Aspectos administrativos o de gestión		1		1	1	1			1	1	1				1							8
	8. Principio de Responsabilidad Pública			1	1	1		1								1							5
	9. Gestión de Grupos de Interés	1	1	1	1		1	1			1	1							1				9
	10. Desempeño Social Corporativo	1	1	1		1	1			1	1								1				8
Éticas	11. Teoría normativa de los Grupos de Interés	1			1						1	1			1								5
	12. Derechos Humanos				1		1				1		1	1									5
	13. Desarrollo Sostenible				1											1		1					3
	14. Enfoque del Bien Común				1		1												1	1	1	1	6
Suma		3	5	4	7	3	7	3	1	3	5	4	2	1	1	3	0	1	4	1	1	1	

Fuente: Elaboración propia con base en Garriga & Melé (2004) y Alvarado (2008).

2.3. Una retrospectiva teórica de responsabilidad social empresarial

En este apartado se describen las principales teorías utilizadas en la integración del marco de la RSE y que guían la presente investigación: teoría de los grupos de interés, teorías institucional

y neo-institucional, teoría de la dependencia de los recursos, visión estratégica de la empresa, perspectiva basada en los recursos, el conocimiento y el aprendizaje y teoría del desarrollo sostenible. A manera de conclusión al final de este apartado se realiza un análisis de los vínculos entre las diferentes teorías abordadas.

2.3.1. Teoría de los grupos de interés.

En el mundo de los negocios, anteriormente predominaba el enfoque clásico, mediante el cual se consideraba a la exploración y comprensión del mercado como la clave para el éxito, el enfoque era hacia la satisfacción de las necesidades del consumidor con el propósito de maximizar las utilidades de la empresa, descuidando el entorno social, ya que con éste no se percibían beneficios en el corto plazo (Quazi y O'brien 2000). Ahora esta situación ha evolucionado hacia una perspectiva más amplia orientada a la construcción de relaciones sostenibles con las partes interesadas en general: clientes, proveedores, empleados, accionistas, comunidad, y así sucesivamente (Polonsky et al., 1997, citado por Quazi y O'brien 2000). Freeman (2002), señala que las partes interesadas o stakeholder son “grupos e individuos que se benefician o se ven perjudicados por las actividades de las corporaciones, y cuyos derechos se violan o se respetan” y al respecto desarrolla un amplio análisis de los principios teóricos de este enfoque.

McWilliams & Siegel (2001) afirman que la teoría de los stakeholder o grupos de interés, representa el marco conceptual más ampliamente usado para el estudio de la RSE aseverando que los directivos de las empresas no solamente deben satisfacer a los accionistas sino a una amplia variedad de colectivos que pueden afectar o ser afectados por los resultados de la misma y sin los cuales ésta dejaría de existir. Por su parte, Freeman (1994) afirma que esta teoría representa una de las muchas maneras de mezclar los conceptos centrales de la empresa con los

de la ética y pretende además resolver la controversia entre si la empresa busca la satisfacción de los grupos de interés por razones económicas o por méritos intrínsecos para la misma (Marín. 2006).

El desarrollo sostenible se sitúa como fin a alcanzar por medio de la adecuada implantación de un modelo de empresa socialmente responsable, en el que los distintos grupos de interés, son el centro de atención esencial para la gestión, priorizándolos de tal manera que se identifique quién o lo que realmente cuenta. Freeman et. al (2010), consideran que la gestión de los interesados minimiza el riesgo, mejora la reputación, aumenta la percepción de equidad y aumenta el valor de la empresa a varios de sus grupos de interés. En este sentido la comunicación con los grupos de interés es sumamente importante para el desarrollo equilibrado de la empresa, siendo la divulgación de la información y la contribución a la comunidad un importante actor social. En los últimos años esta situación es cada vez más común y se debe a las nuevas exigencias y problemas emergentes de una sociedad que desea obtener un estado de bienestar actual y futuro (Maignan & Ferrel, 2004). Los problemas derivados de intereses en conflicto son inevitables siendo necesario recurrir al diálogo con los grupos de interés para buscar el consenso y atender a criterios de legitimidad (socialmente aceptada), urgencia (en tiempo o lo crítico de las demandas de los grupos de interés) y poder (en la medida en que un grupo de interés cuenta con los medios para imponer su voluntad en una relación determinada) (Mitchell et al., 1997, citado por Melé, 2007). Coadyuvando a esta comunicación, las directrices del GRI (versión G4, año 2013) a nivel global han promovido y orientado la elaboración de las memorias de sostenibilidad para que las organizaciones informen los temas relevantes a sus respectivos grupos de interés, considerando en esta última versión la libertad de informar

solamente aquellos aspectos considerados como materiales y definidos en colaboración con los grupos de interés prioritarios para la organización.

Melé (2007), enlista algunos criterios del modo de actuar para la aplicación de la teoría de los grupos de interés: tomar en cuenta las preocupaciones de los grupos de interés legítimos, escuchar y comunicarse abiertamente con ellos, adoptar modos de comportamiento sensibles a sus preocupaciones y capacidades, reconocer la interdependencia entre grupos y buscar la equitativa distribución de beneficios y cargas entre los mismos de acuerdo a sus riesgos y vulnerabilidades; trabajar en cooperación con entidades públicas y privadas para asegurar que los riesgos y daños derivados de la actividad empresarial sean minimizados o en su caso debidamente compensados; evitar actividades riesgosas para derechos humanos y reconocer los conflictos potenciales entre el papel del directivo como grupo de interés y sus responsabilidades morales y legales por los intereses de los grupos implicados.

De la Cuesta (citado por Vaca, Moreno y Riquel, 2007) considera que las organizaciones deben seguir algunas reglas en congruencia con los objetivos de las partes interesadas para que su actuación se pueda considerar como un comportamiento socialmente responsable:

- Transparencia: informar y dialogar con las partes interesadas.
- Materialidad: considerar las expectativas de las partes interesadas en todas las áreas.
- Verificabilidad: verificar con el apoyo de expertos independientes.
- Visión amplia: considerar un contexto amplio de sostenibilidad de acuerdo a su localización, tamaño y actividad.
- Mejora continua: esfuerzo constante por mejorar
- Naturaleza social de la organización: como un valor que prevalece sobre los aspectos económico o técnico.

En opinión de Freeman et al. (2010), las intenciones detrás de la responsabilidad social corporativa están mejor satisfechas si se considera la responsabilidad de la empresa con las partes interesadas. Estos mismos autores tratan de demostrar cómo la idea de las partes interesadas puede y debe ser utilizada como una unidad fundamental de análisis para la conversación alrededor de la RSE y sugieren además que el objetivo de ésta es la creación de valor a los grupos de interés clave y el cumplimiento de su responsabilidad lo que implica considerar a la ética en los negocios.

2.3.2. Teorías institucional y neo-institucional.

Las instituciones son “esquemas, normas y regulaciones humanamente divisados que permiten y constriñen la conducta de los actores sociales y hacen predecible y significativa la vida social” (Scott, 2001; North, 1990, DiMaggio and Powell, 1991, citados por Vargas, 2008).

Este enfoque teórico contempla el patrón de las instituciones establecidas como representación simbólica estructurada y perpetuada oficialmente del sistema de valores sociales (Talalweh, 2011). Surgió ante la necesidad de la dirección de responder adecuadamente a las demandas sociales para tratar de cerrar las brechas entre los desempeños percibido y real de la empresa. Sin embargo, para que dicha respuesta pueda producirse, requiere su institucionalización (Alvarado, et al., 2011). Campbell (2007, citado por Talalweh, 2011) indica que en ausencia de las Instituciones, las empresas serían propensas a comportarse de forma no responsable, malas prácticas, abusos, despilfarro, contaminación a gran escala; en este sentido, las instituciones controlan y dirigen estos aspectos, de tal manera que las empresas que deseen armonizar su relación con las instituciones pueden recurrir a la RSE por iniciativa propia. Para la correcta ejecución de la integración de las políticas de RSE en los procesos organizativos se requiere que estas se den plenamente, tanto en su sentido unitario como en su sentido agregado,

es decir, tanto en el comportamiento de la empresa como un todo como en la suma de los comportamientos individuales de cada tomador de decisiones (Epstein, 1987).

En comparación con la teoría de legitimación es más amplia la perspectiva de la teoría institucional, pues en lugar de explorar directamente el sistema de fortalezas de la sociedad, contempla los patrones de la institución que se establece cómo representación simbólica del sistema de valores sociales, reglas, creencias y definiciones en armonía con la sociedad, llevando a la conformidad con el sistema y respondiendo a la aceptación social o legitimización social. En esta teoría se concibe el análisis institucional de la RSE como un proceso desde dentro (Ruiz, 1994, citado por Cortés, 2015), tomando en consideración el dominio y el control que les confiere su capacidad institucional concedida por sus representados para afrontar las decisiones y los costos de su actuación (Cortés, 2015).

Las organizaciones se mueven en un entorno institucional formado por valores y normas de distintas partes interesadas y como respuesta a la presión que éstas ejercen, las organizaciones realizan adaptaciones en sus estructuras y procesos con el propósito de agradarles al nivel de llegar a constituir reglas en la misma organización (Vaca, Moreno y Riquel, 2007). Bajo este enfoque teórico las organizaciones tienden a volverse isomorfas en respuesta al contexto en el que se desarrollan, encontrando una serie de consecuencias (Vaca, Moreno y Riquel, 2007):

- Existen elementos que toman legitimidad externamente.
- La estructura de la organización es evaluada con criterios externos.
- Se logra una mayor estabilidad en la medida que existe una mayor dependencia de las instituciones.

En este sentido, los principios de RSE pueden ser asumidos por las organizaciones mediante tres tipos de isomorfismo (DiMaggio y Powell, 1983, citado por Vaca, Moreno y Riquel, 2007):

el mimético en el que existen organizaciones con una gran incertidumbre las cuales tienden a imitar prácticas innovadoras que han funcionado en otras organizaciones; el isomorfismo coercitivo que se genera como respuesta a las presiones por parte de agentes del entorno con el propósito de ser aceptadas como legítimas; el isomorfismo normativo mediante el cual las organizaciones acatan las normas adoptando valores y estándares similares.

Por otra parte surge el neo institucionalismo a principios de la década de los 90, como el grupo de reglas determinantes de los procesos de la reforma institucional que parte de imposiciones (incentivas y restrictivas) a los comportamientos de los diferentes grupos de interés (agentes y actores económicos, sociales y políticos) para formular e implantar políticas públicas y que tienen un impacto en resultados que se miden en términos de crecimiento y desarrollo” (Vargas, 2008).

Lozano (2000) analiza el trabajo de Furubotn y Richter quienes ofrecen un estudio exhaustivo de la nueva economía institucional que trata de superar el déficit del análisis neoclásico tradicional ya que los modelos económicos tradicionales han sido criticados por su falta de base institucional y por su importancia decreciente a la explicación de los fenómenos del mundo real. Consideran además a los costos de transacción, los derechos de propiedad y las relaciones contractuales como los elementos básicos de este enfoque teórico, y al mercado, la empresa y el estado como los tres tipos fundamentales de la institución, en este sentido se identifican tres escenarios de interacción en términos de transacciones: el mercado, las organizaciones y la política.

Kliksberg (2006, pp. 1-2, citado por López, Contreras y Molina, 2011) asegura que:

“la empresa privada es un motor esencial de la economía, y que sus actividades deben ser promovidas y facilitadas pero que, justamente por eso, por su enorme incidencia en la vida de

los ciudadanos, tiene que ser considerada como una institución social con responsabilidades calificadas, y debe auto considerarse de este modo”

El modelo neo institucional sostiene que el grado de alineación con el ambiente organizacional es determinante de la sobrevivencia organizacional de tal manera que se debe cumplir con las presiones organizacionales externas (Vargas, s.f.).

En otro contexto, Boehm & Lambsdorff (2009), hacen un análisis de corrupción y anticorrupción bajo una perspectiva neo-institucional, concluyendo que bajo este enfoque teórico se tienen varias ventajas en el análisis de la corrupción y en la formulación de estrategias eficaces. Definen la reputación como la suma de acciones pasadas que se convierte en activo para relaciones futuras, de tal manera que los actores corruptos tendrán dificultades para conseguir más socios en el futuro: “ser honesto es una inversión en negocios futuros”.

2.3.3. Teoría de la dependencia de recursos.

La teoría de la dependencia de recursos reconoce la vulnerabilidad de la organización en la relación con el medio por la necesidad de recursos. El análisis de las relaciones de la organización con su entorno explica las relaciones de poder y dependencia existentes (Franco, 2011). La interdependencia misma está relacionada con la cantidad de recursos disponibles y su demanda entre los grupos e individuos en el mismo ambiente, por lo que habrá que reducir al mínimo la incertidumbre que genera el no tener recursos. Esta teoría es consistente con el aspecto ecológico y la teoría institucional en que las organizaciones son vistas como estructuras persistentes bajo la premisa de la negociación y adaptación que día a día presenta nuevos requerimientos, a los que la corporación debe responder interactuando en una múltiple diversidad de intereses (Medina, Ramírez, & Hernández, s. f.).

En este sentido las empresas están condicionadas al contexto en el que se desenvuelven, de tal manera que para poder lograr un buen desempeño o hasta para sobrevivir deben ajustarse a éste. Bajo una perspectiva de adaptación la empresa se adapta al cambio, a las exigencias y complejidad del entorno (Zapata y Hernández, 2014); bajo una perspectiva de selección (similar a la teoría de ecología de poblaciones), el entorno es quien optimiza y determinan los criterios de aptitud de las empresas de tal manera que algunas prosperan y otras más débiles se quedan rezagadas o simplemente son eliminadas (Hannan y Freeman, 1977,1987; Han, 2007; citados por Zapata y Hernández, 2014).

La dependencia de recursos se enfoca en el manejo adecuado y oportuno de las relaciones con el contexto externo, es decir los recursos se obtienen a través de intercambios con otros actores que los poseen, pudiendo llegar a una dependencia de los recursos la cual se origina cuando hay un proveedor de un recurso que cumple con por lo menos una de los siguientes aspectos: a) concentración, referida a transacciones por pocas organizaciones; b) control, en la posesión, acceso, uso y capacidad de fijar las reglas; c) no movilidad, es decir no hay cambio de proveedor; d) no sustituible o que no hay sustituto, y e) esencial, refiriéndose a que la organización no puede funcionar sin el producto (Cortés, 2015).

Las relaciones inter-organizacionales, pueden llevar a la pérdida de autonomía de algunos de sus participantes, es decir el poder lo tiene la entidad que puede condicionar el funcionamiento de otras (Pfeffer y Salancik, 1978, citado por Zapata y Hernández, 2014). En este sentido aquellas organizaciones que requieran de tales recursos, quedan vulnerables a las decisiones de las que los proporcionan, llegando a un cierto nivel de dependencia. De acuerdo a Zapata y Hernández (2014), este enfoque teórico gira en torno a lo siguiente: recursos y capacidades críticas las provee el entorno; en la medida en que las organizaciones requieren de mayores

recursos del entorno son más sensibles a éste; el comportamiento y la acción de la organización se ve influenciado por la dependencia del entorno y de los recursos que provee; la organización hace esfuerzos por influir en el entorno buscando que los recursos estén disponibles para ella y minimizar su dependencia.

En el ámbito de la RSE, las empresas se relaciona con diversas entidades o partes interesadas que ejercen cierto nivel de poder y dependencia, el cual, de acuerdo a este enfoque teórico debe ser gestionado debidamente. Por otra parte existen recursos que provee la naturaleza como el aire, el agua, entre otros, que son necesarios para la operación de las empresas pero que también son demandados por la sociedad, ante lo cual éstas deben responder con prácticas responsables de uso y cuidado, cediendo ante las necesidades sociales.

2.3.4. Visión estratégica de la empresa.

De acuerdo al enfoque de las teorías instrumentales en el que las empresas apuestan por un comportamiento ético y responsable en la medida en que dicho comportamiento aporte ventajas competitivas al negocio, existen estudios que reconocen el carácter estratégico de la responsabilidad social en la medida en que sea beneficioso para la empresa y contribuya a alcanzar sus objetivos económicos y ganancias (Toro, 2006). Hillman y Keim, (2001, citado por Toro, 2006) afirma que en algunos de estos estudios es reconocida la importancia de stakeholders, principalmente los primarios para lograr la misión de la empresa, pero la atención de sus demandas y exigencias se condiciona a la generación de beneficios para la empresa, es decir los objetivos económicos están por encima de los sociales y éstos serán considerados en la medida en que aportan beneficios al negocio.

La perspectiva de la empresa en materia de RSE tiene diversas implicaciones estratégicas, siendo una de éstas el hecho de que la RSE puede ser un elemento integral de las estrategias de

negocio y de diferenciación a nivel corporativo de una empresa. Otra implicación estratégica es que se puede aplicar la lógica de la teoría de perspectiva basada en los recursos a la RSE, ya que es posible la generación de predicciones respecto a los patrones de inversión en RSE en las empresas y en las industrias. Ampliando esta teoría, se puede aclarar acerca de las implicaciones estratégicas de RSE (McWilliams, Siegel, & Wright, 2006).

2.3.5. Perspectiva basada en los recursos, el conocimiento y el aprendizaje.

Esta perspectiva teórica tiene su origen en los trabajos de Penrose (1959) y Selznick (1957) a la cual se le ha dado seguimiento y en la actualidad cuestiona el modelo de ventaja competitiva de Porter (1980, 1985) quien argumenta que la ventaja competitiva a largo plazo depende de la posición de la empresa en la industria, mientras que esta perspectiva sugiere que los recursos de la empresa que cumplen ciertas condiciones son las que contribuyen la consolidación de una ventaja competitiva sostenible y generadora de rentas a largo plazo (Schoemaker, 1990, citado por Adame, Mohedano y Benavides, 2012).

Peteraf (1993), establece que las condiciones que deben cumplir los recursos para que sean generadores de rentas a largo plazo son: heterogeneidad entre empresas pues aquellas que cuentan con recursos superiores y de oferta limitada tendrán menos costos; los límites ex – post a la competencia en específico a la imitación o sustitución de los recursos, y los límites ex – ante permiten que la posesión de un recurso estratégico logre una posición privilegiada de tal manera que las rentas no son superadas por los costos; la movilidad imperfecta implica que los recursos generadores de la ventaja competitiva no se puedan comprar o vender para que permanezcan en la empresa.

En el campo de la dirección de las empresas, Grant (1996, citado por Medina, 1998) considera a la perspectiva basada en el conocimiento como una extensión de la teoría basada en

los recursos, al considerar al conocimiento como el recurso estratégicamente más importante de la empresa, aunque esta perspectiva va más allá al abarcar aspectos como la estructura organizativa, el rol de la dirección y la asignación de derechos para tomar decisiones (Medina, 1998). De la misma manera algunos autores consideran al aprendizaje organizativo como un proceso duradero y lo vinculan a la adquisición del conocimiento y a la mejora del desempeño empresarial (Garvin, 1993; Probst y Büchel, 1997, citados por Medina, 1998).

Se trata de dar una respuesta a las cuestiones fundamentales que cualquier teoría de la estrategia debería responder; en términos generales, pretende explicar el origen y dinámica de la ventaja competitiva, acudiendo a las características de los recursos y cómo estas características cambian con el tiempo (Medina, 1998).

Para ciertas empresas, la responsabilidad social ambiental puede constituir un recurso o capacidad que conduce a una ventaja competitiva sostenida; cuando las estrategias de responsabilidad social empresarial son soportadas por políticas estratégicas se pueden usar para generar ventajas competitivas sostenibles (McWilliams et al., 2006).

Por otra parte, la implementación de la estrategia de responsabilidad social en las empresa, que considera el desarrollo humano, capacitación del personal, el desarrollo de una cultura empresarial basada en la ética y el desarrollo de un gobierno corporativo y que además cuentan con la licencia de la sociedad, constituye una forma de gestión del conocimiento y aprendizaje organizativo mediante la cual se busca la sostenibilidad de la empresa. Más aún que éstas estrategias pueden llegar a constituir un recurso valioso y raro, difícil de imitar y de sustituir, de lo cual deriva la generación de ventajas competitivas sostenibles.

2.3.6. Desarrollo sostenible.

En la década de los setenta, surgieron las primeras voces en contra del crecimiento sin límites en el debate sobre el crecimiento económico, resaltando la necesidad de considerar los límites biológicos del planeta, en un contexto en el que los nocivos efectos que la crisis económica estaba ocasionando sobre el medio ambiente y sobre la calidad de vida eran cada vez más palpables (Meadows et ál., 1972; Daly, 1989, citados por Aguado, Echebarria, & Barrutia, 2008). En el año de 1987 la publicación del trabajo de la Comisión de Medio Ambiente de las Naciones Unidas, "Nuestro Futuro Común" conocido también como "Informe Brundtland", marcó el punto de inflexión en el proceso de institucionalización del concepto de desarrollo sostenible siendo trasladado a la esfera política, y definiendo el término como: "el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propios necesidades" (CMMAD, 1988 (1987), citado por Aguado et. al., 2008). Este concepto lleva a hablar de equidad, modernización, empleo, mejora de la calidad de vida, estabilidad, relaciones intercomunitarias, uso racional de los recursos, protección a la biodiversidad y ordenamiento, entre otros, debido a que es la mejora de las relaciones y condiciones naturales en donde se desarrolla y sostiene la vida en el planeta (Brundtland, 1987, citado por Rojas, 2010). Las dimensiones ambiental, económica y social, han sido ampliamente aceptadas como las dimensiones fundamentales del desarrollo sostenible, aunque en algunos casos, como la Comisión de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, manejan por separado la dimensión institucional que se consideraba originalmente dentro de la dimensión social (Gallopín, s. f.).

El enfoque del desarrollo sostenible enfatiza que se deben plantear las actividades dentro de un sistema natural que tiene sus propias leyes de tal manera que la utilización de los recursos

no deben perturbar los mecanismos básicos del funcionamiento de la naturaleza. En este sentido, el sistema económico basado en la máxima producción, el consumo, la explotación ilimitada de recursos y el beneficio como único criterio de la buena marcha económica es insostenible, ya que un planeta con recursos finitos no puede suministrarlos indefinidamente, ante lo cual se impone la idea de que generar un desarrollo real, que permita mejores condiciones de vida pero compatible con una explotación racional del planeta, promueve el cuidado del ambiente (Cortés, 2015).

2.3.7. Vinculación entre las teorías de la responsabilidad social empresarial.

A lo largo de la revisión teórica, queda patente la diversidad de enfoques en los que se sustentan los estudios de la RSE. El propósito de discutir varias teorías es el de lograr un mayor complemento del marco teórico y vincularlas entre sí para guiar de mejor manera la presente investigación.

La teoría de los grupos de interés es la que más vínculos tiene con el resto de los enfoques teóricos, ya que la existencia misma de la empresa depende de una diversidad de partes interesadas, dentro y fuera, la cual puede afectar o puede ser afectada por éstas. En este contexto la interacción y comunicación empresa-grupos de interés resulta fundamental.

Toda empresa como entidad de negocio, busca la generación de rentas, lo cual es necesario para su existencia, además de que sin rentas esta no puede cumplir con su responsabilidad social. En el marco de la teoría de visión estratégica de la empresa, la RSE puede ser implementada como una estrategia para la obtención de beneficios y cumplir con sus objetivos económicos, así como con sus responsabilidades y compromisos ante sus grupos de interés.

Hacia el interior de la empresa el respeto a los derechos de sus trabajadores y la formación de capital humano tanto en el campo técnico como ético, puede llevar a niveles de

especialización de los equipos de trabajo hasta integrar una estrategia de gestión del conocimiento para buscar una ventaja competitiva frente aquellas que no tienen este nivel de atención con su personal. En este mismo ámbito, la formación y retención de talentos constituye un recurso escaso difícil de lograr y que también genera una ventaja competitiva basada en los recursos.

Por otra parte la empresa se enfrenta a la vulnerabilidad en relación con el medio en el que se desarrolla ya que además del capital humano y económico, requiere recursos que de manera natural se originan en el planeta pero que cada vez son más escasos. La sociedad como grupo de interés primordial también tiene fuertes demandas ambientales que implican la conservación y el uso racional de estos recursos, al respecto la empresa se obliga a atenderlas si es que quiere seguir contando con dichos recursos y no tener conflictos sociales. En este sentido, el actuar socialmente responsable de las empresas se establece como la vía para lograr el desarrollo sostenible refiriéndose este a un esquema de desarrollo humano, social y económico capaz de mantenerse indefinidamente en armonía con los sistemas biofísicos del planeta (Hak, Moldan y Lyon Dahl, 2007, citado por Schuschny y Soto, 2009).

En el marco de la teoría institucional, aunque la voluntad sea grande, para regular el comportamiento de las empresas es necesario la existencia de instituciones, pues como ya se ha mencionado, si no hay regulaciones las empresas quedan propensas a comportamientos irresponsables. Al respecto las instituciones constituyen otro grupo de interés prioritario pues es obligación de las empresas atender las disposiciones y normativas emitidas por éstas. Pero no queda limitada solamente hacia el exterior, sino que dentro de la empresa debe haber un gobierno corporativo lo suficientemente sólido para regular el comportamiento hacia el interior, fomentar el aspecto ético, la transparencia y prevenir entre otros, los riesgos de corrupción.

2.4. Conceptos y dimensiones de la responsabilidad social empresarial

2.4.1. Evolución del concepto de responsabilidad social empresarial

Durante décadas, el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha ido creciendo en importancia y trascendencia (Carroll & Shabana, 2010), de tal manera que al hacer la revisión documental del concepto, se evidencia claramente la diversidad de perspectivas que se tienen sobre el mismo.

Las definiciones de lo que es la RSE han evolucionado a lo largo de los últimos años. Se encuentran diferentes énfasis o términos empleados por distintas organizaciones (Caravedo, 2011) y pueden ser tan diversas de acuerdo a los enfoques teóricos o corrientes de pensamiento.

De acuerdo a López, Contreras y Molina (2011), son tres las principales razones por las cuales el concepto de RSE aún no ha quedado claro: existen diversas opiniones respecto al grado de responsabilidad que la empresa tiene con la sociedad, prevalece un desconcierto en cuanto a los elementos que determinan la RSE y los diferentes conceptos de RSE que se han generado.

Howard R. Bowen (1953) ha sido reconocido como el primero en haber generado el tema de las responsabilidades corporativas, el cual, según Carroll (2010), se adelantó una década a su tiempo y define a la RSE como “las obligaciones de los hombres de negocios de aplicar políticas, tomar decisiones a seguir líneas de acción que son deseables en términos de objetivos y valores de nuestra sociedad” (citado por Rahman, 2011). Este autor se preguntaba acerca de las responsabilidades de la sociedad que podían y debían ser asumidas por los hombres de negocios, teniendo en cuenta que las empresas eran el centro de poder donde se tomaban decisiones que incidían en la vida de los ciudadanos (Crespo, 2010).

A partir de la década de los sesenta hay una proliferación de literatura sobre el tema, la cual tendía a centrarse en la cuestión de lo que significaba en realidad la responsabilidad social y su

importancia para los negocios y la sociedad (Carroll y Shabana, 2010). En esta etapa resaltan las contribuciones de Keith Davis en 1960, William C. Frederick en ese mismo año y Clarence Walton en 1967 (citado por Rahman, 2011).

Durante la década de los setenta las nuevas definiciones dieron enfoques diferentes, siendo Friedman (1970, citado por Crespo, 2010) quien hace una crítica frente a las obligaciones que se le otorgan a las empresas como las de promover fines sociales deseables, la conciencia social y la obligación de proveer el empleo, argumentando que estos discursos no son coherentes con el sistema de libre empresa, y pone en peligro los fundamentos de la sociedad liberal. En esta misma década, otro aspecto en la evolución del concepto es el aporte de Carroll en 1979 quien agrega que la RSE es integral pues “abarca las expectativas económicas, legales, éticas, y discrecionales que la sociedad tiene de las organizaciones en un punto dado del tiempo” (Duque, Cardona, & Rendón, 2013).

En la década de los ochenta, fueron pocas las definiciones que aportaron al concepto de RSE, ya que el enfoque fue en desarrollar más investigación empírica e incorporar nuevos conceptos como la política pública empresarial, la ética empresarial y la teoría de los stakeholders (Carroll, 1991), esta última desarrollada por Freeman (1984), trajo una nueva dimensión en la literatura de la RSE (Rahman, 2011).

En el decenio de 1990, surgen dos grandes aportes al concepto (Duque, Cardona, & Rendón, 2013): Wood (1991) con el desempeño social corporativo (DSC) y Carroll (1991) quien consolida su definición planteada en el año 1979. Este mismo autor a finales de la década plantea su exigente definición de RSE: “La responsabilidad social corporativa de la empresa debe buscar lograr un beneficio, obedecer la ley, ser ética, y ser un buen ciudadano corporativo” Carroll (1999). También en esta década, Elkington (1997) introdujo su famoso concepto de

“Triple Bottom Line” la cual se centra en tres aspectos: la responsabilidad social, la responsabilidad ambiental, y la responsabilidad económica (Rahman, 2011).

A partir de la década del 2000, ingresan nuevas categorías en el concepto de RSE como lo son el desarrollo sostenible, la ética en los negocios, los negocios inclusivos, entre otras (Crespo, 2010). Al respecto en la Cumbre de Lisboa en el año 2000, la Unión Europea hace un llamado a las empresas en torno a su responsabilidad social y para el 2001 publica el “Libro Verde de la Comisión Europea: fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas”, en el cual define a la RSE como la “integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores” (ESADE, 2002, pág. 13). El libro tiene el propósito de iniciar un debate y recabar las opiniones sobre la RSE tanto a nivel local como internacional que permita establecer un nuevo marco que la fomente.

2.4.2. Conceptos recientes de responsabilidad social empresarial

En el año 2010, se publicó la norma ISO 26000 con la intención de ser una herramienta para la gestión de la responsabilidad social y poder ayudar a las organizaciones del mundo a convertir en acciones todas aquellas intenciones positivas. Se diseñó para que fuera aplicable a cualquier tipo de organización, incluyendo instituciones públicas y privadas, independientemente del tamaño y localización geográfica. Al respecto se define a la responsabilidad social como (ISO, 2010, pp. 3 y 4):

“la responsabilidad de una organización ante los impactos de sus decisiones y actividades que ocasionan en la sociedad y el medio ambiente mediante un comportamiento ético y transparente que contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad que toma en consideración las expectativas de sus partes interesadas, que cumpla

con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento, y que está integrada en toda la organización y se lleva a la práctica en sus relaciones”.

Esta definición fue consensuada internacionalmente y reafirma a la RSE cómo un camino hacia la sostenibilidad, exhortando al comportamiento ético y transparente de las organizaciones y a escuchar las demandas de los grupos de interés. Cabe mencionar que ISO 26000 no es certificable, posiblemente para no acotar a las organizaciones a adoptar acciones responsables solamente por el interés de la certificación internacional y no perder el sentido real de la RSE.

Por su parte, la Global Reporting Initiative (GRI) no define un concepto como tal de lo que es la RSE, pero lo asume desde un enfoque de la sostenibilidad, emitiendo y dando difusión a las directrices para la elaboración de memorias de sostenibilidad las cuales en la actualidad constituyen el principal referente a nivel mundial con su nueva versión G4, emitidas en el año 2013. GRI es una organización no gubernamental fundada en los Estados Unidos de Norteamérica en el año 1997 por CERES y por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y actualmente tiene su sede central a Ámsterdam. Su objetivo es impulsar los reportes de sostenibilidad produciendo la estructura de este tipo de reportes que mayormente se utiliza a nivel mundial fomentando de esta manera una mayor transparencia. Considera el establecimiento de principios e indicadores que pueden utilizar las empresas y en general las organizaciones para medir y reportar el desempeño ambiental, económico y social, además de que es posible relacionar las orientaciones consideradas por GRI para los reportes con las orientaciones de responsabilidad social de la norma ISO 26000 (GRI, 2011).³

³ Existe una guía emitida por GRI para el proceso de reporte ISO y GRI en su versión G3 y G3.1. Se encuentra disponible en <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-GRI-ISO-Linkage-Document-Updated-Version.pdf>

Uno de los últimos conceptos que ha venido adquiriendo cada vez más relevancia es el emitido por la Comisión Europea en su estrategia renovada de la Unión Europea para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas, definiéndola como (Comisión Europea, 2011, pág. 7): “la responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad”. Se busca maximizar la creación de valor compartido para los accionistas, los demás grupos de interés y la sociedad en general e identificar, prevenir y mitigar los posibles impactos negativos. Para lograrlo las empresas en estrecha colaboración con sus grupos de interés deben implementar procesos que permitan integrar las preocupaciones sociales, medioambientales y éticas, el respeto de los derechos humanos y las preocupaciones de los consumidores en sus operaciones empresariales y su estrategia básica. Considera el cumplimiento de legislación como un requisito previo a la responsabilidad social (Comisión Europea, 2011).

Vives (2013c), opina que esta definición de la Comisión Europea es hasta ahora la más sencilla pero también la más completa, que es de aplicación universal y puede servir como guía para la estrategia de RSE; hace al respecto un análisis de los tres términos de la definición, gestión, impactos y de la sociedad. De manera resumida concluye que la empresa define quien es la sociedad, como la impacta o quisiera impactarla en consulta (opcional) con ésta y como quiere y puede gestionar dichos impactos. Al final la RSE no significa hacer de todo considerando además que la sociedad no puede desentenderse ya que también tiene su responsabilidad.

Derivado de estas definiciones se concluye que la RSE se debe internalizar y permear en toda la empresa para que pueda gestionar de manera eficiente los diversos impactos que genera a la sociedad (ambiental, económico y social) considerando además el diálogo permanente con los grupos de interés para definir su estrategia de responsabilidad social basada en la relevancia de

los temas y finalmente informar a éstos mismos de las acciones que realiza y sus resultados como una medida de transparencia y de inclusión de sus partes interesadas.

2.4.3. Dimensiones que definen la responsabilidad social empresarial

Bajo un contexto de perspectivas teóricas y definiciones diversas acerca de la RSE, son varios los marcos de referencia que sustentan las dimensiones del concepto (Alvarado, 2008). Al respecto, la obtención de información a través de encuestas a los gerentes de empresas acerca de la importancia de adoptar determinados comportamientos socialmente responsables y el intento de definir las variables o dimensiones de la RSE con base en argumentos normativos, son dos alternativas para dimensionar el concepto (Maignan, 2001).

El World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), destaca la inexistencia de una definición única del significado de la RSE ya que ésta dependerá del contexto cultural religión o tradición de cada sociedad. En este sentido no podemos aseverar que existe solamente una medida de la RSE, motivo por el cual se debe diseñar una para cada caso y necesidad aun así un número importante de definiciones consideran elementos comunes, como (Vives, 2007): el compromiso de las empresas para operar agregando valor social a la comunidad, la decisión voluntaria para desarrollar prácticas de RSE, los beneficios para la sociedad y grupos de interés, la conducta ética, el desempeño ambiental, y la adaptabilidad destacando en esta última la importancia de diseñar modelos de RSE a la medida respondiendo al contexto y realidad en el que operan las empresas.

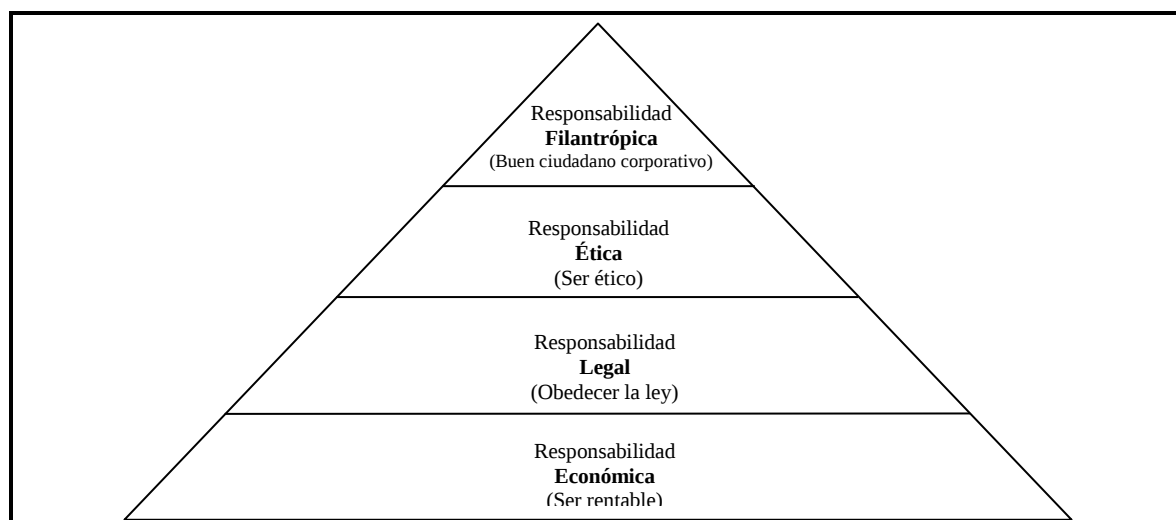
Por otra parte Kliksberg (2009, citado por López, Contreras y Molina, 2011) menciona que a pesar de la creciente complejidad de la RSE queda claro que esta considera los temas de derechos humanos, gobierno corporativo, prácticas justas de negocios, relaciones con los consumidores, prácticas laborales, medio ambiente, interés en la comunidad y en el desarrollo.

Partiendo de estas consideraciones a continuación se realiza una aproximación de las dimensiones o variables de la RSE de acuerdo a trabajos de investigación e instrumentos de gestión.

O'Dwyer (2002, citado por Dahlsrud, 2006), investigó la percepción de la RSE por medio de entrevistas a 29 gerentes y en otro trabajo Johnson y Beatson (2005) encontraron que gerentes encuestados tuvieron dificultades para articular una definición formal de la RSE. En este sentido Dahlsrud (2006) considera que las entrevistas generalmente se hacen en un contexto específico lo que limita su alcance y por lo tanto resulta difícil utilizar los resultados en diferentes contextos.

Un trabajo perteneciente a la segunda corriente (Maignan, 2001), que ha contado con considerable aceptación y que ha sido usado por diversos investigadores durante los últimos tiempos para este fin, es el desarrollado por Carroll en 1979 y revisado por él mismo en 1991 y 1999 y algunos de los trabajos más significativos en el estudio de la RSE basados en su modelo lo confirman (Alvarado, 2008). La definición presentada en este trabajo ha sido utilizada con fines de investigación durante más de 25 años (Carroll & Shabana, 2010).

Ilustración 1. Pirámide de la responsabilidad social empresarial



Fuente: Carroll, 1991.

Otro estudio que analiza las dimensiones de la RSE es el desarrollado por Dahlsrud (2006), el cual consistió en identificar la frecuencia de veces que se mencionan cinco dimensiones de RSE en 37 definiciones consultadas en el buscador Google. El resultado fue que la dimensión ambiental obtuvo la menor frecuencia mientras que las dimensiones más frecuentes fueron stakeholders y social. Por otra parte, fueron ocho las definiciones que incluyen las cinco dimensiones, doce las que consideran cuatro y once las que consideran solo tres.

Villafán (2011) identificó las dimensiones más frecuentes de la RSE con base en 40 definiciones y seis diferentes modelos. La dimensión ambiental resultó con mayor frecuencia, le sigue aspectos éticos y legales y en tercer y cuarto lugar vinculación con la comunidad y partes interesadas, respectivamente.

Rahman, (2011) mediante la revisión de definiciones identifica 10 dimensiones de la RSE las cuales fueron apareciendo a partir de los años cincuenta. En esta década se considera la dimensión de obligación con la sociedad, posteriormente en la década de los sesenta la relación entre empresa y sociedad, para los años 70 se incluye el involucramiento de los stakeholders o partes interesadas y surge una filosofía con enfoque hacia el interés social, mejorar la calidad de vida, la responsabilidad económica, legal, ética y discrecional. En los ochenta se hace énfasis en la voluntariedad, la rentabilidad económica, cumplimiento de la legislación, ética y apoyo social y filantropía. En los años noventa considera el involucramiento de los stakeholders, protección al medio ambiente, las personas, el planeta y beneficios. Las dimensiones del siglo veintiuno integran la preocupación social y ambiental; voluntariedad, comportamiento ético, desarrollo económico, mejora de la calidad de vida de los ciudadanos, derechos humanos y laborales, lucha contra la corrupción, transparencia y rendición de cuentas.

En el año 2013, en un documento realizado por la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales del Gobierno de Chile (DIRECON, 2013), hace un comparativo de las dimensiones de cinco instrumentos internacionales de RSE. Las dimensiones resultantes con mayor frecuencia fueron derechos humanos y temas laborales, sigue en importancia medio ambiente y anticorrupción.

Los resultados de los cuatro trabajos anteriormente citados se resumen en la tabla 2 en la cual se enlista las dimensiones y se agrupan en dimensiones genéricas sumando la frecuencia de éstas de acuerdo a lo que cita el autor.

Con base en estos resultados, la dimensión que presentó mayor frecuencia fue vinculación con la comunidad, siguiéndole en igual número de frecuencia las dimensiones económica, legal, ética, ambiental y social, quedando en el nivel más bajo la calidad de vida del empleado. Es importante mencionar que la frecuencia se refiere a la cantidad de estudios que consideran a dicha dimensión, independientemente si la considera una o más veces. Otro parámetro de referencia de las dimensiones de la RSE, se puede obtener de conceptos y dimensiones que utilizan diferentes iniciativas o instrumentos de gestión de la RSE o en general aquellas que regulen el comportamiento de las empresas ya que detrás de estos instrumentos aparecen los valores de responsabilidad y sostenibilidad empresarial.

En la actualidad existen multitud de iniciativas muy diversas en su enfoque tanto del sector público, como privado como del tercer sector que actúan a nivel local o internacional. Este es uno de los principales problemas en este ámbito, ya que genera un marco en el que las empresas tienen una gran dificultad para valorar o seleccionar iniciativas relevantes para su organización (Vilanova, Lozano, & Dinares, 2006).

Tabla 2. Frecuencias de dimensiones genéricas de RSE de cuatro trabajos de investigación

Id.	Dimensión	Carrol, 1999	Dahlsrud A, 2006	Villafán, 2011	Rahman, 2011	Frecuencia
1	Dimensión económica	1	1		1	3
2	Dimensión legal	1		1	1	3
3	Dimensión ética	1		1	1	3
4	Vinculación con la comunidad	1	1	1	1	4
5	Dimensión ambiental		1	1	1	3
6	Dimensión social		1	1	1	3
7	Partes interesadas o stakeholders		1	1	1	3
8	Calidad de vida del empleado			1	1	2

Fuente: Elaboración propia con base en los trabajos de Carrol, 1999; Dahlsrud A, 2006; Villafán, 2011; Rahman, 2011.

Con base en el análisis de los conceptos y dimensiones propuestas de 18 iniciativas o instrumentos de gestión de la RSE (ver Anexo 3), se elaboró un concentrado en el que se integran las dimensiones de cada uno de los instrumentos citados, agrupándolas en dimensiones genéricas de acuerdo a su similitud e identificando la frecuencia en que las diferentes dimensiones son consideradas por éstos.

Es importante mencionar que la frecuencia se refiere a la cantidad de instrumentos que consideran a cada dimensión, independientemente si la considera una o más veces. Con base en los resultados obtenidos, la dimensión con mayor frecuencia fue los aspectos legales y éticos, le sigue con poca diferencia la dimensión ambiental, posteriormente la calidad de vida del empleado y los grupos de interés. Cabe aclarar que en este caso la dimensión ética y legal se aglomeró en una sola, ya que fue difícil separarlas debido a que algunos instrumentos las presentan con referencia a ambas a la vez.

Para hacer el comparativo entre el análisis de los cuatro trabajos de investigación y los dieciocho instrumentos de gestión, específicamente para el primer caso, fue necesario juntar las dimensiones legal y ética en una sola para que coincida con el segundo análisis, otorgando el valor máximo (cuatro) a la dimensión resultante.

Debido a que el número de elementos difiere mucho entre los dos análisis, para hacer más ilustrativo y más preciso el comparativo se calcularon las proporciones con base en el total de elementos de cada caso, es decir para A) cuatro trabajos de investigación, los valores de las dimensiones se dividieron entre cuatro y para el caso B) dieciocho instrumentos de gestión, la división fue entre dieciocho (tabla 3). Así mismo, se elaboró una gráfica que ilustra esta comparación (gráfica 2). Lo interesante de la gráfica es visualizar la tendencia de cada una de las dimensiones. Para ambos casos, la dimensión legal y ética resulta ser la de mayor peso. En los instrumentos de gestión, se da más peso a las dimensiones ambiental y calidad de vida del empleado, dejando en el nivel más bajo la dimensión económica.

Tabla 3. Comparativo de resultados entre los casos A) y B).

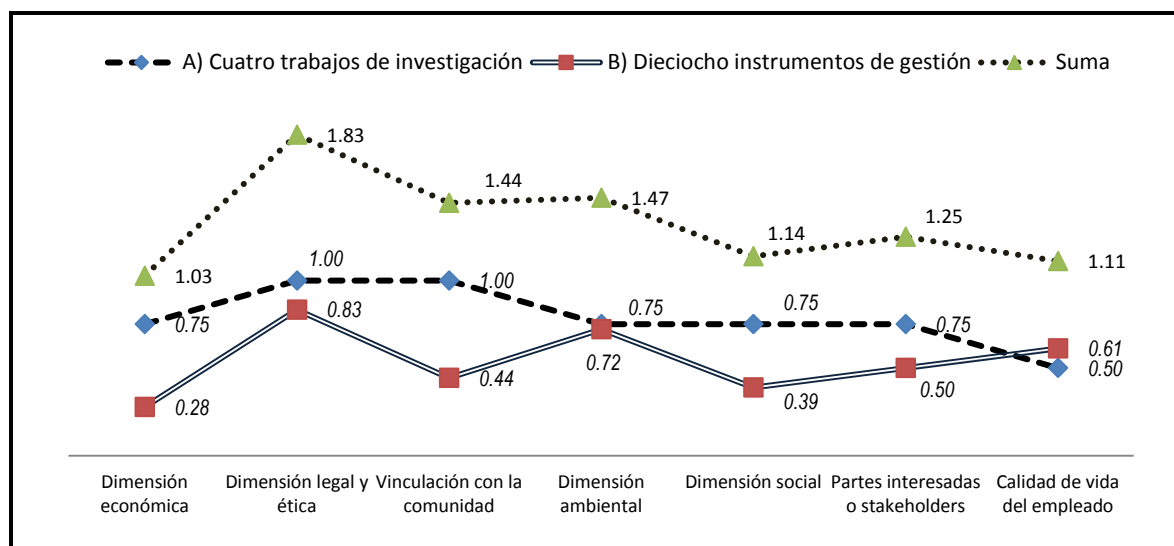
Id.	Dimensión	A) Cuatro trabajos de investigación	B) Dieciocho instrumentos de gestión	Suma
1	Dimensión económica	0.7500	0.2778	1.0278
2	Dimensión legal y ética	1.0000	0.8333	1.8333
3	Vinculación con la comunidad	1.0000	0.4444	1.4444
4	Dimensión ambiental	0.7500	0.7222	1.4722
5	Dimensión social	0.7500	0.3889	1.1389
6	Partes interesadas o stakeholders	0.7500	0.5000	1.2500
7	Calidad de vida del empleado	0.5000	0.6111	1.1111

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del análisis de dimensiones de RSE.

El análisis de los cuatro estudios realizados con anterioridad le otorga mucho peso a la dimensión de vinculación con la comunidad y poco peso a la calidad de vida del empleado.

Posiblemente estas diferencias tienen que ver con la época, ya que las dimensiones fueron consolidándose paulatinamente al paso de los años.

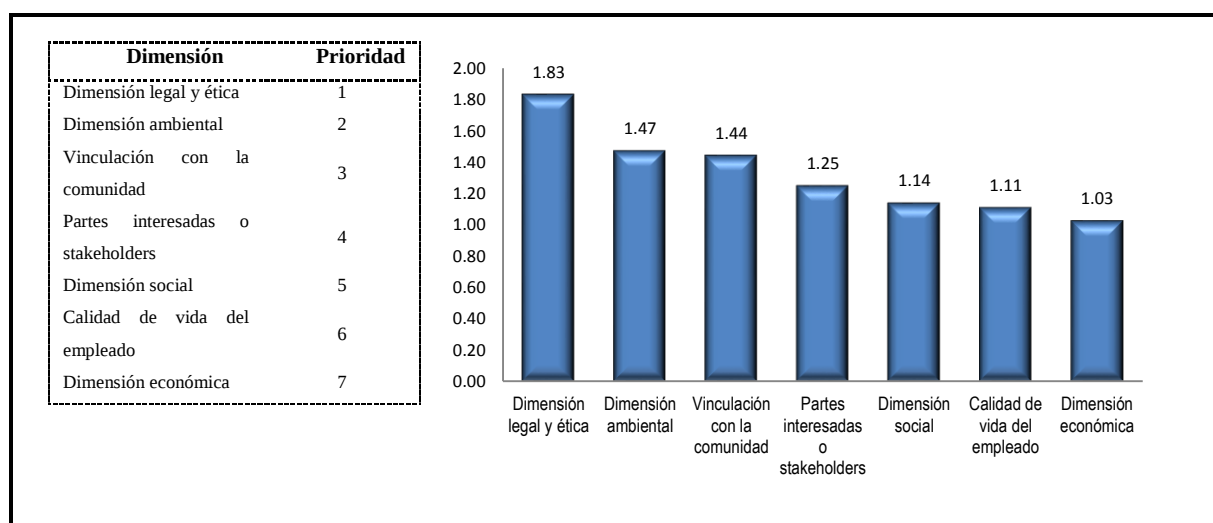
Gráfica 2. Comparativo entre los casos de análisis A) y B) y la suma de ambos



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del análisis de dimensiones de RSE.

Finalmente, para priorizar las dimensiones analizadas, se considera la suma de las proporciones de los casos A) y B), obteniendo los resultados de la gráfica que se muestra a continuación.

Gráfica 3. Priorización de las dimensiones de la RSE.



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del análisis de dimensiones de RSE.

Con base en el ejercicio realizado, la RSE se define por las dimensiones legal y ética, ambiental, vinculación con la comunidad, partes interesadas o stakeholders, dimensión social, calidad de vida del empleado y la dimensión económica. A partir de estos resultados las 7 dimensiones se integran en las variables fundamentales del desarrollo sostenible: ambiental, económica y social y que el Global Reporting Initiative (GRI) emplea como contenidos básicos específicos para la elaboración de memorias de sostenibilidad las cuales reflejan la política de responsabilidad social de las empresas y transmiten su desempeño dando cuenta tanto de sus impactos positivos como negativos (GRI, 2013b). De acuerdo a la tabla 4, en la guía G4 del GRI, se considera como categorías a las variables ambiental, económica y social y a los aspectos como dimensiones de dichas variables con la particularidad de que la categoría social se desglosa en subcategorías y éstas a su vez en aspectos, estando estas subcategorías vinculadas con cinco de las 7 dimensiones resultantes en el ejercicio de priorización anteriormente referido.

Tabla 4. Vínculo entre las variables de la RSE de la guía G4 y las 7 resultantes de la priorización

Dimensiones G4		7 Dimensiones resultantes en la priorización
Categoría	Subcategoría	
Ambiental	<i>ninguna</i>	Dimensión ambiental
Económica	<i>ninguna</i>	Dimensión económica
Social	Prácticas laborales y trabajo digno	Calidad de vida del empleado
	Derechos humanos	Dimensión legal y ética
	Sociedad*: <i>Comunidades locales</i>	Dimensión social, Vinculación con la comunidad, Partes interesadas o stakeholders
	<i>Evaluación social de proveedores</i>	
	<i>Anticorrupción</i>	Dimensión legal y ética
	Responsabilidad sobre productos	Partes interesadas o stakeholders

*Esta subcategoría se desglosó en tres apartados que se consideran como aspectos dentro de la guía G4.

Fuente: Elaboración propia con base en GRI (2013a) y las 7 dimensiones resultantes de la priorización.

Se elige la iniciativa GRI en su versión G4 para caracterizar las dimensiones de la RSE, debido a que es un referente internacional y actualmente es la más utilizada por las empresas en el mundo además de cubrir las 7 dimensiones resultantes en el ejercicio de análisis de priorización realizado en este apartado. Adicionalmente sus directrices a partir de las versiones G3 y G3.1. se vinculan en gran medida con ISO 26000 (GRI, 2011) y el contenido del G4 se vincula significativamente con los diez principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas (2000), con las líneas directrices de la OCDE para empresas multinacionales (2011) y con los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las empresas y los derechos humanos (2011) (GRI, 2013b).

2.4.4. Definición de las dimensiones de la responsabilidad social empresarial

Del ejercicio de priorización de dimensiones realizado en el presente documento, resultó una lista de siete aspectos o dimensiones las cuales fueron vinculadas con la estructura de la guía del GRI en su versión G4, integrándolas en las categorías ambiental económica y social las cuales se analizan a continuación.

- **Dimensión ambiental**

En la actualidad son muchos los desafíos a los que se enfrenta la sociedad con relación al medio ambiente. El operar de las empresas siempre tiene un impacto ambiental, independientemente de su ubicación, en este sentido para la supervivencia y la prosperidad humana se requiere que se asuma la responsabilidad ambiental, siendo éste un aspecto importante de la responsabilidad social (ISO, 2010).

La dimensión ambiental se refiere a los impactos de la organización en los sistemas naturales vivos e inertes, refiriéndose a los recursos suelo, aire y agua, así como a los diferentes ecosistemas. Aborda tanto los impactos relacionados con el suministro de insumos como puede

ser agua y energía, como del proceso para la elaboración de los productos (emisiones, efluentes, desechos). Considera además aspectos como la biodiversidad, el transporte y la repercusión de productos y servicios, así como el cumplimiento regulatorio y el gasto ambiental en la materia (GRI, 2013a).

Se puede ver la dimensión ambiental desde la perspectiva del ámbito interno y externo de la empresa. De acuerdo a Cajiga (s.f.) el primero implica la responsabilidad de los impactos derivados de sus procesos, productos y subproductos así como de la prevención y de ser el caso, la remediación de los daños. Por su parte, el ámbito externo implica realizar acciones específicas que contribuyan a preservar y mejorar los ecosistemas, con miras a generar un beneficio tanto actual como futuro.

Considerando que los problemas ambientales están estrechamente vinculados a los demás derechos sociales, para reducir el daño ambiental, las organizaciones deben adoptar un enfoque integrado que considere aspectos económicos y sociales e implicaciones ambientales de sus decisiones y actividades. La población mundial crece y aumenta el consumo a la vez que se promueven los cambios ambientales, haciéndose necesario promover el desarrollo de sociedades y estilos de vida sostenibles, identificando opciones para combatir los volúmenes y patrones de producción insostenibles (ISO, 2010).

- Dimensión económica

Cajiga (s. f.), menciona que en el ámbito interno la dimensión económica, se refiere a la generación y distribución del valor agregado entre colaboradores y accionistas, tomando en consideración las condiciones de mercado, la equidad y la justicia. En el ámbito externo, el enfoque es generar y distribuir bienes y servicios que sean útiles y rentables para la comunidad

y aportar a la causa pública con la contribución impositiva, además de tener una participación activa en los procesos de planeación económica de la región y país donde se ubica.

De acuerdo al GRI (2013a) la dimensión económica de la RSE desde una perspectiva de sostenibilidad considera los impactos de las organizaciones en la situación económica de los grupos de interés y en los sistemas económicos locales, nacionales e internacionales. Algunos impactos económicos significativos en los que puede incidir la RSE son los siguientes (GRI, 2013b):

- cambios en la productividad de organizaciones, sectores o el conjunto de la economía;
- desarrollo económico en áreas con elevados índices de pobreza;
- impacto económico de la mejora o el deterioro de las condiciones sociales o ambientales;
- disponibilidad de productos y servicios para las personas con rentas bajas;
- promoción de capacidades o conocimientos en una comunidad profesional o una zona geográfica;
- creación de puestos de trabajo en la cadena de suministro y distribución;
- estimulación, facilitación o limitación de las inversiones foráneas directas;
- impacto económico del traslado de operaciones o actividades;
- impacto económico del uso de productos y servicios.

Otra perspectiva de la dimensión económica es el análisis de beneficios económicos producidos por la RSE entre los cuales se puede considerar los siguientes (Kurucz et al. 2008, citado por Moreno, Miñano, Pérez, & Uruburu, s. f.):

- Reducción de costos: en este caso, las actividades de RSE persiguen el fin de mejorar los procesos internos para aumentar la eficiencia operativa, considerando los asuntos sociales y ambientales como medida preventiva hacia los grupos de interés, pues, el no atenderlos puede

significar un sobre costo para la actividad de la empresa. Por ejemplo costos laborales asociados a una excesiva rotación o incremento de costos asociados a la desconfianza en la relación con proveedores.

- Reducción de riesgos: este enfoque de la RSE persigue orientar las acciones de la empresa para evitar la oposición de los grupos de interés al desarrollo de su actividad, por ejemplo campañas públicas de denuncia, problemas legales y boicots de consumidores.

- Ventaja competitiva: se considera a la RSE como un generador de ventajas competitivas. De acuerdo al enfoque teórico de Resource-Based View, la RSE puede captar recursos valiosos para la empresa, en áreas como Recursos Humanos, innovación y cultura organizativa. Por otra parte considerando a la RSE en el enfoque de Base de la Pirámide, se promueve la adaptación de la empresa a nuevos mercados.

- Reputación y legitimidad: la alineación que se percibe de la empresa con los intereses y demandas de los grupos de interés, favorece la creación de valor asociada a una percepción positiva de éstos hacia la empresa. Este mecanismo para crear valor se relaciona con la licencia de la empresa para operar, marketing con causa, o la inversión socialmente responsable.

- Creación de Valor Compartido: el punto central de este enfoque de RSE es generar resultados de ganar-ganar, mediante la conexión de los intereses de las partes interesadas, y la consideración de los diferentes conceptos de acuerdo a los múltiples grupos de interés. La capacidad de la empresa para afrontar procesos de aprendizaje y cambio que permitan integrar los intereses de la comunidad de manera más amplia es un aspecto relevante para este enfoque, pues si estas estrategias pueden constituir distintas fases de la RSE de una empresa, es necesario decir que no son excluyentes entre sí, y una compañía puede decidir llevar a cabo simultáneamente distintas estrategias. Como ejemplo se menciona adoptar el enfoque de gestión

de riesgos en determinados aspectos, estrategias para la mejora del compromiso laboral, el buscar valor compartido a través de la relación con los grupos de interés.

- Dimensión social

La dimensión social desde la perspectiva del ámbito interno y externo, implica para la primera, a inversionistas, directivos, colaboradores y proveedores que comparten la responsabilidad para el cuidado y fomento de la calidad de vida en el trabajo y el desarrollo integral y pleno de ellos mismos. En el ámbito externo, la dimensión social considera el aspecto sociocultural y políticas que conllevan a implementar acciones específicas y a realizar aportaciones para coadyuvar en promover el espíritu empresarial y en el desarrollo de las comunidades y por tanto en mejorar el entorno mercado en beneficio del negocio (Cajiga, s. f.).

La dimensión social está relacionada con los impactos de las actividades de la empresa en los sistemas sociales en los que se está operando. Basado en normas y referencias internacionales, GRI (2013a) subdivide este aspecto en cuatro subcategorías: prácticas laborales y trabajo digno, derechos humanos, sociedad y responsabilidad sobre productos. En este caso la subcategoría sociedad se dividió en tres temas que corresponden a algunos de sus aspectos específicos descritos en la guía G4, quedando los temas de comunidades locales, evaluación social de proveedores, y anticorrupción.

- Prácticas laborales y trabajo digno

Esta subcategoría se vincula con la dimensión calidad de vida del empleado, resultante en el ejercicio de priorización. Las políticas de recursos humanos representan el foco principal de la RSE en el ámbito interno, las cuales deben ser coherentes con la cultura y los valores de la empresa y han de tener en cuenta aspectos como derechos humanos, gestión del talento, la búsqueda de la satisfacción del trabajador, la conciliación de la vida profesional y personal,

entre otros, además de garantizar un entorno laboral digno en condiciones de igualdad (Moreno, Uriarte, Lumbreras, & Miñano, s.f.). La gestión del capital humano, con enfoque de una empresa con visión de responsabilidad social, genera un ambiente de trabajo favorable en el cual sus miembros se desempeñan e interactúan bajo un sustento de bases justas que promueven la integridad y respeto, propiciando el desarrollo humano y profesional y coadyuvando en mejorar la calidad de vida (Cajiga, s. f.). Las prácticas laborales incluyen aquellas realizadas en el interior, por o en nombre de la organización, incluido el trabajo subcontratado, es decir se extienden más allá de la relación entre la empresa y sus empleados directos, incluyéndose además, entre otros asuntos, procedimientos disciplinarios y de quejas, reubicación de los trabajadores y terminación del empleo, la salud y seguridad e higiene industrial y en general cualquier política o práctica que afecta las condiciones de trabajo. Finalmente se considera el reconocimiento de la organización de los trabajadores y la representación ante la empresa en las negociaciones colectivas y el diálogo social (ISO, 2010).

En esta subcategoría, el GRI (2013b), considera ocho aspectos: empleo, relaciones entre los trabajadores y la dirección, salud y seguridad en el trabajo, capacitación y educación, diversidad e igualdad de oportunidades, igualdad de retribución entre mujeres y hombres, evaluación de las prácticas laborales de los proveedores y mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales.

- Derechos humanos

Cada vez crece más el consenso mundial acerca de la necesidad del respeto de los derechos Humanos en las organizaciones, para lo cual, existe todo un marco jurídico a nivel internacional de este tema compuesto por diversas leyes establecidas en virtud de tratados, convenciones, declaraciones y algunos instrumentos adicionales, siendo la principal base la Carta Internacional

de Derechos humanos de las Naciones Unidas. En este rubro se mencionan cuestiones como la no discriminación, igualdad de género, libertad de asociación y convenios colectivos; explotación infantil, trabajos forzados así como los derechos de las comunidades indígenas (GRI, 2013b).

El tema de derechos humanos se vincula con aspectos legales y éticos, definiendo a la ética como “un saber que nos orienta para tomar decisiones justas y felices” (Cortina, 1997, citado por Moreno, Uriarte, Lumbreras, & Miñano, s.f. a). Así mismo afirma que la ética de la empresa “tiene que ser una ética de la responsabilidad por las consecuencias de las decisiones” (Cortina, 2014). La empresa debe incorporar en su cultura las buenas prácticas e insertarlas en la toma de decisiones las cuales deben ser justas y prudentes, de tal manera que si dichas decisiones son buenas, estas prácticas y hábitos adquiridos se convierten en virtudes las cuales aparecen cuando es capaz de generar valor para sí misma y para los demás y tiene la capacidad de resistir la tentación de enfocarse solo en lo mejor para ella o en lo que le genera beneficios inmediatos (Muñoz, 2013).

- Comunidades locales

El GRI (2013b) especifica que la subcategoría “sociedad” de la dimensión social, se refiere a las consecuencias que una organización genera en la sociedad y en las comunidades locales. En la actualidad se acepta ampliamente el hecho de que la empresa tenga relación con las comunidades en las que opera, la cual se debe basar en la participación de éstas ya sea en forma individual o a través de asociaciones que buscan el bien público, a fin de contribuir al desarrollo de la comunidad. Las organizaciones que se relacionan de manera respetuosa con la comunidad y sus instituciones reflejan y fomentan valores cívicos y democráticos (ISO, 2010).

Se detectan las expectativas que la comunidad percibe acerca de la empresa, incluyendo la innovación y el involucramiento sostenido de miembros, autoridades u organizaciones sociales. Así pues la empresa percibe e instrumenta el compromiso y la responsabilidad social que tiene con su comunidad (Cajiga, s. f.).

El Instituto Ethos (ETHOS, 2011), considera en el tema de Comunidad, dos subtemas y cuatro indicadores: subtema “relaciones con la comunidad Local” cuyos indicadores son “administración del impacto de la compañía en la comunidad de entorno” y “relaciones con organizaciones locales”; el segundo subtema es “acción social” que contempla los indicadores “financiamiento de la acción social” e “involucración con la acción social”.

- Evaluación social de proveedores

La empresa puede provocar impactos sociales de manera directa con sus acciones y operaciones o indirectamente a través de las interacciones con sus proveedores, gobierno, comunidades, entre otros. Al respecto es importante determinar y valorar los impactos negativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro, incluyendo la violación de los derechos humanos y en específico de los derechos laborales, así como otro tipo de impactos sociales. Así pues la empresa debe implementar estrategias para identificar y priorizar a los proveedores para su evaluación en temas sociales, pudiendo usarse como referencia las auditorías, revisiones contractuales, compromisos bilaterales y los mecanismos de reclamación y denuncia (GRI, 2013b).

- Anticorrupción

La corrupción puede ser provocada ya sea por individuos o por organizaciones, ante lo cual la empresa debe contar con procedimientos de evaluación de los riesgos relacionados con la corrupción, así como mecanismos para gestionar los conflictos de interés que puedan surgir

entre empleados u otras personas que tienen relación con actividades, productos o servicios de la empresa (GRI, 2013b).

Es importante en este aspecto la comunicación y la capacitación para luchar contra la corrupción, especialmente a aquellos cargos con mayores riesgos. Estos esfuerzos no generan el efecto esperado si no se fomenta en los diversos niveles de la empresa un clima ético, donde se promueve una cultura en la que el tomar decisiones se realiza atendiendo valores de prudencia y justicia (Cortina, 2006, citada por Muñoz, 2013). En la práctica de las empresas, los códigos éticos y de conducta, tienen que estar alineados con la visión y la misión de la empresa y tener coherencia con la cultura deseada en esta misma (Moreno, Uriarte, Lumbreras, & Miñano, s.f.). Por otra parte, el debido cumplimiento de la ley y de las reglas de la sociedad, es reflejo de un comportamiento ético y existen casos en los que la legislación vigente lleva a las empresas a integrar diversidad de criterios como el ambiental y el social y por otra parte las reglas de la sociedad sugieren el respeto de su cultura. Las buenas prácticas de gobierno corporativo previene la corrupción y fomentan el comportamiento ético de las empresas, pues en el estudio de Villegas y Arbeláez (2004, citado por Barbosa, Piñeros, & Noguera, 2013) se evidencia que las buenas prácticas de gobierno corporativo se exige como requisito para poder acceder a financiación en el mercado público de valores generando mayor confianza en los inversores potenciales, ya que al ser las compañías más responsables y transparentes, el gobierno corporativo disminuye la probabilidad de actuaciones corruptas o dirección inapropiada (Barbosa, Piñeros, & Noguera, 2013). Por un lado la ética define las reglas o estándares que gobiernan la conducta de las personas dentro de la organización ya que está basada en la moral y en los valores y los estándares éticos en ésta se establecen por el comportamiento de las personas desde arriba y en cascada hasta abajo (Bourne, 2014); por otro lado la transparencia

en la estructura de gobierno y en la composición de la empresa favorecen la rendición de cuentas por parte de los órganos y los individuos pertinentes (GRI, 2013a), siendo fundamental informar de sus acciones y dialogar con los grupos de interés.

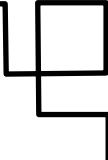
- Responsabilidad sobre productos

La subcategoría de responsabilidad sobre productos se relaciona con los grupos de interés, definido este como (GRI, 2013^a, pág. 9)

“entidades o individuos a los que pueden razonablemente afectar de manera significativa las actividades, los productos o los servicios de la organización, y cuyas acciones pueden repercutir dentro de lo razonable en la capacidad de la organización para desarrollar con éxito sus estrategias y alcanzar sus objetivos. Se incluyen aquí las entidades o individuos cuyos derechos en virtud de una ley o un tratado internacional les permiten plantear con total legitimidad determinadas exigencias a la organización”.

Los productos y servicios de las empresas afectan directamente a los grupos de interés, especialmente a los clientes, pues esperan que dichos productos o servicios den cabal cumplimiento a las funciones previstas y que no pongan en riesgo la salud y la seguridad de los consumidores o usuarios (GRI, 2013a). La responsabilidad sobre productos se refiere a los aspectos relacionados con los productos y servicios que llegan a afectar directamente a los grupos de interés, en especial a clientes. Considera cinco aspectos: Salud y seguridad de los clientes; etiquetado de los productos y servicios, comunicaciones de mercadotecnia; privacidad de los clientes; cumplimiento regulatorio (GRI, 2013b).

CAPÍTULO III



Responsabilidad Social Empresarial: Motivadores y Materialidad

Con el propósito de entender el comportamiento socialmente responsable de las empresas, mediante el análisis de algunos trabajos empíricos, en el presente capítulo se aborda el tema de los motivadores que éstas tienen para asumir dicho comportamiento, así como de las principales razones que les impiden adoptarlas.

Por otra parte y considerando la heterogeneidad de las empresas bajo la premisa de que éstas no pueden hacer de todo en el ámbito de la RSE, se trata el tema de la relevancia o materialidad, entendiéndose como aspectos relevantes o materiales a “aquellos que reflejan los impactos económicos, ambientales y sociales significativos de la organización, así como los aspectos que influirían significativamente en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés” (GRI 4, 2013a, p. 249). Al respecto se analiza el concepto de materialidad, algunas consideraciones para su determinación y prioridades de las empresas mexicanas en el contexto de la RSE.

3.1. Motivadores y limitantes en la responsabilidad social empresarial

Un tema básico para entender el comportamiento socialmente responsable de las empresas, es la motivación que éstas tienen para desarrollarlo. En ocasiones la RSE se adopta, otra veces es respuesta de presiones por parte de los grupos interés (ONG's, trabajadores, clientes) o

responde a las condiciones de la industria dependiendo del contexto histórico y sociocultural donde surge el interés por la ética (Cuevas y Vogel 2005, 2008, citado por Cuevas, 2011).

De acuerdo a Martin (2002), en su análisis del modelo de la “matriz de la virtud”, deduce que cuando existe una base civil fuerte, el comportamiento socialmente responsable de las empresas es más factible, de tal manera que si una empresa se ubica en un país de menor desarrollo, la fundamentación civil (leyes, normas, costumbres) se debilita resultando poco estimulante desarrollar conductas socialmente responsables. Por otra parte, Berman et. al. (citado por Marín, 2006), bajo el enfoque de la teoría organizacional de los stakeholders busca resolver la controversia entre si las organizaciones persiguen satisfacer a los grupos de interés por razones económicas o porque hay un compromiso moral.

Otro enfoque nos dice que la empresa disminuye su comportamiento oportunista en busca de mayores beneficios a corto plazo, con la existencia de instituciones reguladoras. John Campbell (citado por López, Contreras y Molina, 2011), afirma que factores como la situación financiera de la empresa, la economía nacional y la competencia influyen en el comportamiento responsable, el cual también está balanceado por instituciones reguladoras tanto públicas como privadas, organizaciones independientes que observan dicho comportamiento y normas institucionales.

Existen diferencias considerables de la RSE entre las diferentes regiones del mundo. Por ejemplo en América Latina y Europa radica principalmente en el nivel de desarrollo del mercado en general y en particular la legislación ya que lo que en América Latina puede ser considerado una práctica modelo de RSE en temas laborales, es el mínimo legal en otros países más desarrollados. Así mismo empresas, sociedad civil y Estado pueden cumplir con sus responsabilidades más fácilmente en países desarrollados mientras que en Latinoamérica la

empresa tiene que hacerse cargo de asuntos (educación, sanidad, acceso a servicios básicos) que no puede evitar para poder tener un entorno favorable (Peinado, 2011)

El sector empresarial de América Latina se integra principalmente por PyMES (micro, pequeñas y medianas empresas), que aunque no existe una definición regional homogénea, en este segmento se excluyen a las grandes empresas que son una minoría. En los países latinoamericanos las PyMES juegan un papel relevante ya que son generadoras de un porcentaje elevado del empleo. Este panorama hace sumamente interesante el conocer la RSE de este sector y los factores que las motivan. Se parte del contexto de la región en el cual se evidencia la influencia de las empresas familiares donde propiedad y gestión van unidas de la RSE, la cual proviene de una tradición filantrópica corporativa en la que gran parte de la acción social del sector privado se basa en creencias religiosas y ético-morales de carácter individual, pero que va evolucionando hacia una responsabilidad social más activa. (Peinado, 2011)

En un estudio realizado por la Fundación Avina (2011) acerca de la RSE en América Latina, se menciona que los principales motivadores para el cambio de comportamiento de las empresas grandes hacia una RSE son la gestión de riesgos centrada en la presión social, la reputación y la exigencia de casas matrices localizadas en países desarrollados, mientras que para las PyMES los factores que motivan este cambio son las exigencia de cumplimiento de estándares por parte de las empresas clientes, La necesidad del propietario de dejar instalada en la empresa una cultura de gestión ética para cuando él no esté presente y la voluntad del propietario de ayudar a la comunidad vecina que, en muchos casos, lo vio nacer. Al momento. Se menciona también que al momento los especialistas destacan a la presión social y al comercio internacional como los principales motivadores.

El BID realizó un estudio referente a la RSE en las PyMEs de Latinoamérica (Vives, Corral e Isusi, 2005), considerando PyMES de ocho países representativos de esa región, se obtuvo que aproximadamente el 41% de éstas consideran como principales motivos para realizar actividades de RSE externa, a razones de índole ética o religiosa y a mejorar las relaciones con la comunidad y/o autoridades públicas, mientras que la mejora de los resultados económicos tiene menor importancia. Con respecto a las acciones de RSE interna, el principal motivador fue el mejorar de la satisfacción laboral con 63.3% de las PyMEs y un 45.9% persigue mejorar los resultados económicos. Referente al aspecto ambiental la principal razón motivadora para realizar estas acciones es la mejora de los resultados económicos con 47.1% y 41.4% considera razones de carácter ético/religioso.

En este mismo estudio se identificaron las principales razones que impiden la realización de acciones socialmente responsables por parte de las PyMES, considerando el 36.1% de éstas a la falta de recursos financieros como el principal factor limitante para la realización de acciones de RSE externa, siguiéndole el argumento de que la empresa nunca se lo ha planteado con un 32.0% y finalmente el 10.9% considera que no son actividades relacionadas con la empresa. Con respecto a actividades de RSE ambientales el 45.5% considera que no tiene ningún impacto ambiental, mientras que el 29.7% dice que nunca se lo ha planteado. En conclusión la falta de conocimiento del tema y la falta de recursos financieros resultaron como las principales limitantes para la realización de acciones de RSE.

En el contexto nacional, en el año 2013, se realizó el estudio de panorama de responsabilidad social en México (ResPonsable, 2013), se identificaron las razones principales por las cuales las empresas trabajarían en RSE, a lo cual el 71% lo haría para contribuir al bienestar de la sociedad, 60.9% para la conservación ambiental y el 55.8% para proporcionar a sus

colaboradores una mejor calidad de vida en el trabajo, 38.4% lo harían para mejorar el desempeño de la organización y el 34.8% para incrementar la motivación y productividad de su personal. El 50% de las PyMES señaló que mejor calidad de vida en el trabajo es un aliciente para asumir acciones de responsabilidad social. Las razones por las cuales actualmente las empresas realizan acciones de RSE son similares visualizándose que en general las respuestas a la encuesta reflejan una visión de RSE todavía alejada de los negocios.

En cuanto a los factores limitantes o barreras para hacer RSE, en general son tres percibidas como las más importantes: falta de una visión estratégica de la RSE, falta de presupuesto y dificultad para alinear las actividades de RSE con la estrategia de la empresa. Fuera de estas limitantes, existe una diferencia importante entre la opinión de las PyMES y las empresas grandes. Por ejemplo el 31% de las primeras dice que desconoce cómo empezar en el tema contra el 4% de las empresas grandes; 40% de las empresas grandes percibe a la falta de interés e involucramiento de la dirección como una limitante, contra el 25% de las PyMES. Otro factor importante es la poca visibilidad del retorno sobre la inversión equivalente a un 34% de opinión de las empresas grandes contra el 21% de las PyMES, finalmente el 33% de éstas últimas dicen que tienen metas financieras más urgentes contra un 23% del otro grupo (ResPonsable, 2013).

En el contexto estatal, López, Contreras y Molina (2011), realizaron un estudio en 23 empresas del sector alimentario del Estado de Guanajuato, para analizar las motivaciones, prácticas y ventajas de la RSE. El 46.2% de los encuestados consideran que las empresas se comportan de manera responsable como parte de su estrategia de relaciones públicas y no como un comportamiento genuino o de apoyo a sus grupos de interés, así mismo consideran que el principal factor determinante del comportamiento socialmente responsable en la empresa son las regulaciones del tipo de industria donde se desempeña. Con respecto a los factores limitantes

consideran a la falta de entendimiento claro de la RSE por parte de la administración, como la principal barrera, siguiéndole en igual prioridad el incremento de costos y dificultad para financiar la RSE y la falta de sistemas y herramientas de monitoreo al respecto.

3.2. Materialidad desde el ámbito de la responsabilidad social empresarial

3.2.1. Sustento teórico y concepto de materialidad y relevancia

En el marco de la teoría de los grupos de interés, Freeman (1984) afirma que los directivos de la empresa deben establecer relaciones equilibradas entre los stakeholders para lo cual es necesario colaborar con ellos en la búsqueda de soluciones conjuntas a sus demandas e involucrarlos en los procesos formales de la organización. Bajo este argumento se sustenta el tema de materialidad que de acuerdo a De la Cuesta (citado por Vaca, Moreno y Riquel, 2007) constituye una de las reglas en congruencia con los objetivos de los grupos de interés para que su actuación se pueda considerar como un comportamiento socialmente responsable, junto con el principio de transparencia, verificabilidad, visión amplia, mejora continua y naturaleza social de la organización.

De acuerdo a Mitchell et al. (1997, citado por Melé, 2007), es inevitable el surgimiento de problemas que se derivan de intereses en confrontación, ante lo cual se hace necesario establecer un diálogo asertivo con los diversos grupos de interés de la empresa con el propósito de llegar a un consenso y atender a criterios de legitimidad, urgencia y poder.

La norma de principios de AccountAbility AA1000APS (2008), traduce al español el término “materiality” como “relevancia” y lo plantea como el segundo de los tres principios que ayudan a las organizaciones a entender, gestionar y mejorar el desempeño en materia de sostenibilidad. El principio de relevancia o materialidad consiste en “determinar la relevancia e importancia de un asunto para la organización y sus grupos de interés” (AccountAbility, 2008, pág. 12). En este

sentido u asunto relevante es “un tema que influirá en las decisiones, acciones y desempeño de una organización o de sus grupos de interés” (AccountAbility, 2008, pág. 12). La relevancia lleva al tercer principio, “capacidad de respuesta” definido como “la respuesta de una organización a los asuntos de los grupos de interés que afectan su desempeño en materia de sostenibilidad” (AccountAbility, 2008, pág. 14). Refleja el cómo la empresa responde a sus grupos de interés y su responsabilidad ante ellos, dependiendo dicha respuesta de los recursos disponibles, motivo por el cual se hace necesario priorizarlos (AccountAbility, 2008).

La guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad del GRI 4 (2013a, p. 249), define a los aspectos materiales como:

“aquellos que reflejan los impactos económicos, ambientales y sociales significativos de la organización, así como los aspectos que influirían significativamente en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés” y “para determinar si un aspecto es material hay que llevar a cabo un análisis cualitativo, una evaluación cuantitativa y debatir sus resultados”.

La Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), en el Documento AECA N° 1 (2003), menciona que la materialidad supone que se deben considerar las necesidades y expectativas de las partes interesadas para la toma de decisiones de las organizaciones y que para lograr el nivel adecuado de conocimiento de lo que se considera o no material en su comportamiento con respecto a la RSE, se debe mantener un flujo adecuado de relaciones con sus grupos de interés.

3.2.2. Determinación de la materialidad

De Sousa (2013), cita a la Consultora AccountAbility la cual determina que una consideración sustentable es material si:

- un asunto afecta el desempeño financiero de una compañía a corto plazo;

- un asunto afecta la habilidad de una compañía para ejecutar estrategias y políticas establecidas;
- el desempeño en dicho asunto no cumple con los estándares de mejores prácticas como está establecido por similares y competidores;
- sustancialmente afecta la conducta de los grupos de interés de una compañía;
- sustancialmente afecta la conducta de una compañía relativa a normas sociales o expectativas amplias.

AccountAbility (2008), considera que un tema es relevante en la medida en que influye en las decisiones, acciones y desempeño de la empresa o de sus grupos de interés, y se considera que una organización o empresa se adhiere al principio de relevancia o materialidad cuando cumpla con los siguientes criterios: tenga funcionando de manera continua un proceso de determinación de la relevancia que esté integrado y aplique en toda la organización; tenga acceso a las competencias y recursos necesarios para llevar a cabo el proceso de determinación y que éste aporte comprensión exhaustiva y equilibrada de sus temas relevantes de sostenibilidad y establezca un orden de prioridad. De acuerdo a esta misma iniciativa el proceso para determinar la materialidad o relevancia consiste en:

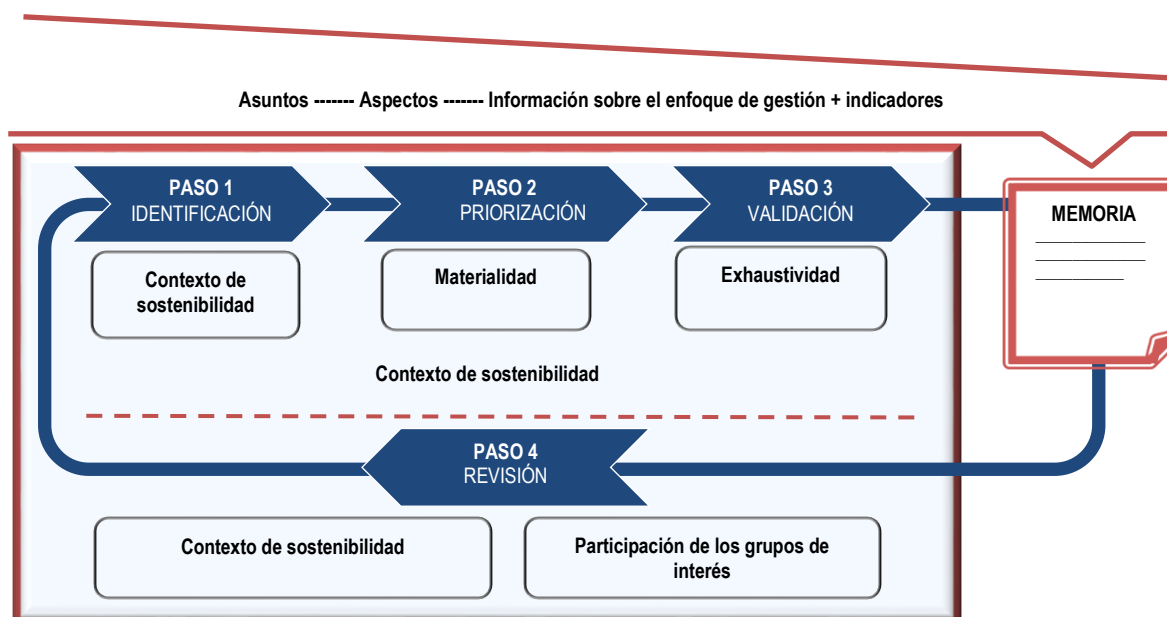
- Identificar y representar de forma justa los temas o asuntos elegidos de un amplio abanico de fuentes, que incluyan necesidades y preocupaciones de los grupos de interés, las normas sociales, las consideraciones financieras, las normas de referencia y el desempeño basado en las políticas y comprenda su contexto de la sostenibilidad.
- Evaluar la materialidad o relevancia de los temas de sostenibilidad identificados y determinar su significado, utilizando criterios y umbrales que sean creíbles, claros y comprensibles además de replicables, defendibles y asegurables.

- Tener en cuenta el contexto variable de la sostenibilidad y la madurez de los asuntos y las preocupaciones e incluir un modelo de manejo de conflictos y dilemas que se pudieran suscitar entre las diferentes expectativas relativas a la relevancia.

En el manual de la versión G4 del GRI (2013a) se especifica que deben considerarse como materiales también aquellos aspectos que son muy importantes para los principales grupos de interés, especialmente los que tienen que ver con sus propios intereses. Resalta además la importancia de analizar la relación de estos grupos con la organización y con el aspecto correspondiente. Al respecto se puede considerar entre otras características el grado en el que éstos se interesan, son o pueden ser afectados por los impactos derivados ya sea de las actividades o de los productos y las relaciones de la organización; el grado de influencia de los grupos en los resultados de la organización y el nivel de intereses que dependan de los resultados de éxito o fracaso de la misma.

En este mismo manual se describe la metodología sugerida para la determinación de los aspectos materiales y su cobertura que determinarán el contenido de dicha memoria. Se parte de la identificación de los aspectos y demás asuntos relevantes con la participación de los grupos de interés, posteriormente se establece la prioridad de dichos aspectos y asuntos basada en los principios de materialidad y de participación de grupos de interés, enseguida se procede a la validación bajo los principios de exhaustividad y participación de los grupos de interés. Al final se obtiene una lista validada de aspectos materiales y su cobertura que servirá para elaborar la lista de contenidos básicos a incluir en la memoria de sostenibilidad. Como último paso una vez que la memoria se ha publicado la organización debe revisarla, dicha revisión tiene lugar durante la preparación del siguiente ciclo de elaboración de memorias y las conclusiones servirán de base para la identificación del siguiente ciclo.

Ilustración 2. Definición de los aspectos materiales y su cobertura

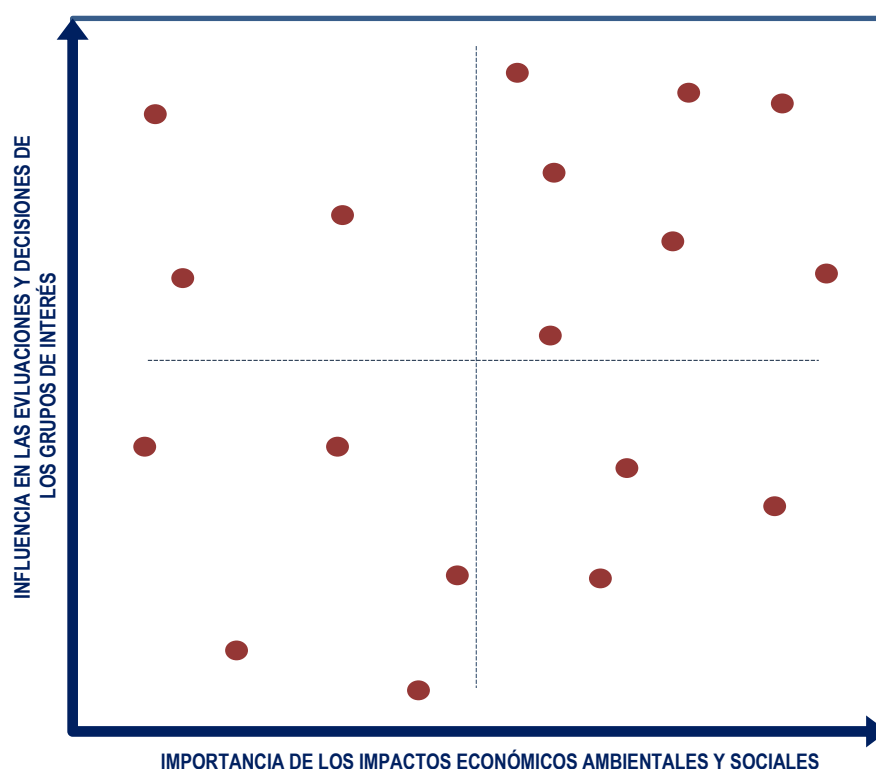


Fuente: elaboración propia con base en GRI, 2013^a.

La materialidad se ilustra en un gráfico donde se relacionan la influencia en las valoraciones y decisiones de los grupos de interés y la importancia de los impactos económicos, ambientales y sociales de la organización. Se determinan los umbrales en los cuales un aspecto se considera material, mediante diálogo y análisis cualitativo y cuantitativo con el propósito de comprender el nivel de importancia de cada aspecto. Esta determinación se realiza en la fase de priorización.

Lavado (2013), considera que el análisis de materialidad presentado en G4, representa un método que facilita y agiliza la elaboración del informe de sostenibilidad, respondiendo de manera ordenada a preguntas como: “Qué es lo que realmente interesa”, “A Quién le interesa” y “cuanto” y finalmente “Como lo gestionamos”. Por su parte, Vives (2013b) menciona que el análisis de materialidad, debe considerar además de las prioridades de la empresa y de sus grupos de interés, a los subgrupos y sus expectativas, necesidades y percepciones, interrelaciones, las coincidencias y conflictos y la capacidad de actuar e impactar a las actividades de la empresa.

Ilustración 3. Representación visual de la prioridad de los aspectos



Fuente: Elaboración propia con base en GRI, 2013a.

En 2015, Vives retoma a la materialidad pero ya no con el objeto primordial de preparación de informes sino para determinar la estrategia de sostenibilidad, aseverando que dicha materialidad define a la estrategia la cual a su vez debe guiar las acciones y estas a la comunicación, es decir el mismo análisis de lo material servirá también para estructurar el reporte respectivo. En este sentido define los siguientes 12 principios sobre materialidad para la estrategia: estrategia, universalidad, medio para la acción, especificidad, diversidad, relatividad, no todo lo que importa es importante, disparidad, nuestra sociedad, stakeholders materiales, heterogeneidad y prioridad. En función de estos principios, define un proceso dinámico, es decir, existirán empresas que pueden tener algunas etapas cubiertas por lo cual no necesariamente debe ser secuenciada. Para poder determinar los aspectos materiales y la estrategia, la empresa desarrollará las siguientes 6 etapas: quienes, qué, reacción, priorización,

acción y gestión. Las cuatro primeras etapas determinan los temas materiales, partiendo de la identificación de los grupos de interés y sus demandas, el interés de la empresa ante esas demandas, el nivel de influencia de esos grupos hacia la empresa y de la empresa hacia los grupos para finalmente priorizar los grupos y sus temas así como los intereses de la empresa.

Para hacer negocios sostenibles es necesario conocer a todos los grupos de interés para lo cual hay que identificarlos y establecer una jerarquía entre éstos para determinar su relevancia de sus modos de interacción (ORSE, CSR EUROPE, FORÉTICA, 2009). En este sentido, las exigencias de éstos determinan lo que la empresa debe hacer bien para seguir compitiendo en el mercado, es decir debe identificar las expectativas de sus “grupos de interés”, pues el evitar estos compromisos significa no estar a la par con el entorno y sus cambios (caballero, sf).

Existen diversas clasificaciones de los grupos de interés que tratan de delimitar categorías para su operacionalización. Al respecto, Los grupos se pueden clasificar en internos y externos, directos o indirectos y primarios y secundarios. Volpentesta, et. al. (2014) cita dos trabajos en los que se proponen maneras distintas de diferenciar a los grupos de interés: Ricart et al. (2002) identifican tres niveles: consustancial, contractual y contextual; el primero se refiere a aquellos grupos de interés sin los cuales no puede existir la empresa, el segundo son los grupos con los cuales la empresa tiene un contrato formal y el tercero integra a aquellos que desempeñan un papel fundamental en la consecución de la credibilidad de la empresa y de la aceptación de sus actividades y en la defensa de bienes comunes como el medio ambiente, la paz, la seguridad, la libertad o la justicia, entre otros. El segundo trabajo es el de Mitchell et al. (1997) en el que se propone un modelo dinámico para diferenciar a los grupos de interés de acuerdo al grado de afectación por la organización, y en relación al poder para influenciar en la empresa, la legitimidad de la relación con ésta y la urgencia de los reclamos hacia la misma.

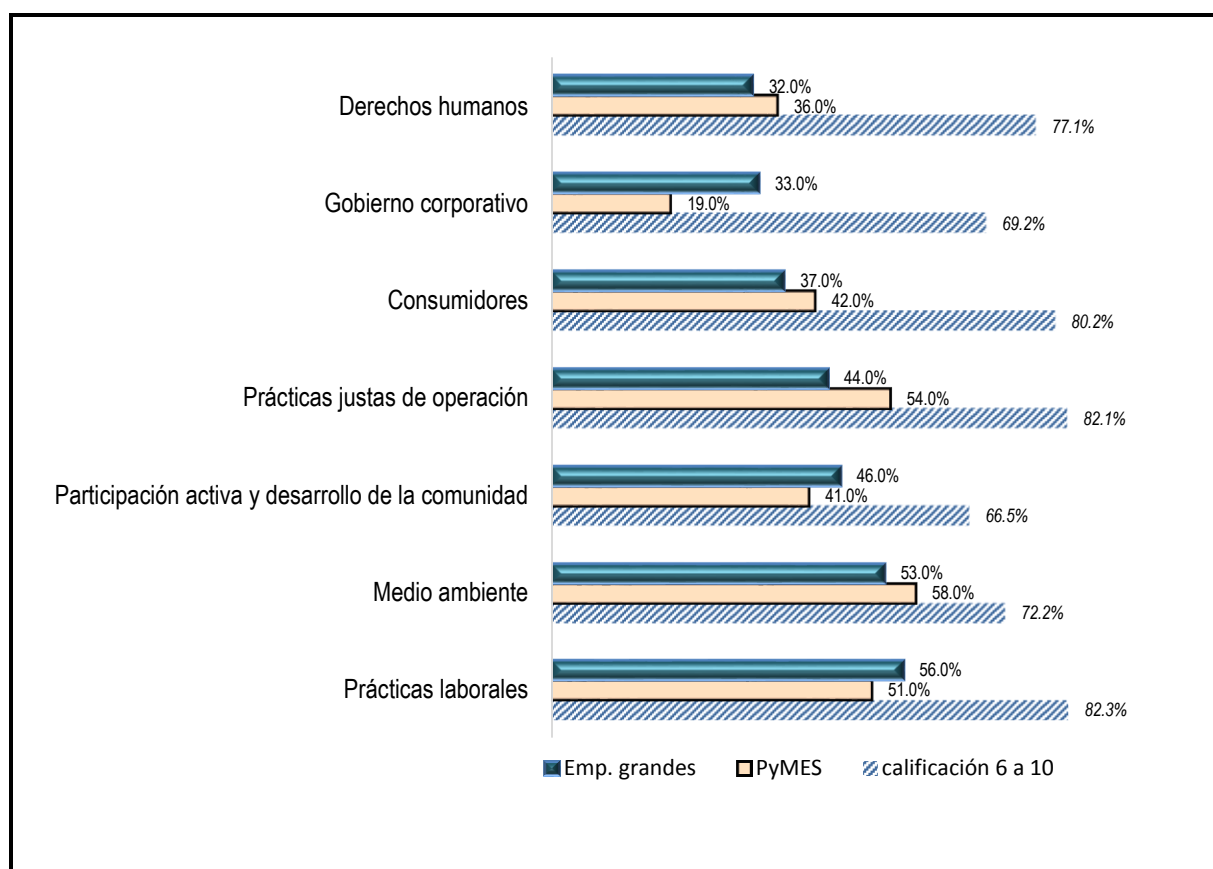
Así pues, no es posible determinar los asuntos materiales si no tenemos bien identificados a los grupos de interés de la empresa, entendiendo que la identificación de los grupos de interés se puede considerar completa solo cuando éstos están representados con su propia voz en el escenario (Bernal y Rivas, 2012).

3.2.3. Temas relevantes de responsabilidad social de las empresas en México

En el estudio de panorama de responsabilidad social en México (ResPonsable, 2013), se aplicaron encuestas a empresas para identificar sus prioridades según las materias fundamentales de la norma internacional ISO 26000, la cual considera siete temas como guía de trabajo de las empresas que ayudan a definir el alcance de su estrategia y a la identificación de los asuntos pertinentes. Se tomó en cuenta la perspectiva de colaboradores encargados o no de la responsabilidad social de 654 empresas, diferenciando las respuestas de PyMES y grandes empresas, a los cuales se les pidió calificar el nivel de importancia de las materias fundamentales para las empresas y el nivel de avance que consideran que tiene su empresa. Para las PyMES, medio ambiente fue la materia de mayor importancia con un 58 %, siguiendo las prácticas de operación justas y las prácticas laborales con un 54 % y 51 %, respectivamente. Por su parte, las empresas grandes calificaron a las prácticas laborales como la más importante con un 56 % y le siguen medio ambiente y participación activa y desarrollo de la comunidad con un 53 % y 46 %, respectivamente. Se destacan las materias de medio ambiente y prácticas laborales como de las más relevantes para ambos grupos. En cuanto a la calificación del avance en la atención de las diferentes materias, el 82.3% califica entre 6 y 10 (en escala del 1 al 10) a las prácticas laborales existiendo cierta congruencia con el nivel de importancia asignado, en cambio el tema de medio ambiente se aprecia rezagado puesto que es otra de las materias de mayor relevancia para las empresas pero con menor nivel de avance. Otro contraste que cabe destacar es el nivel

de avance en derechos humanos que ha sido mejor atendido en relación al nivel de importancia que se le asigna. En general y de acuerdo a este estudio no hay una congruencia generalizada en cuanto a la importancia de las materias fundamentales de ISO 26000 y el nivel de atención de las mismas, pudiéndose interpretar como que no se están atendiendo de manera prioritaria los aspectos materiales.

Gráfica 4. Importancia de las materias fundamentales de RSE para las empresas en México.



Fuente: Elaboración propia con base en ResPonsable, 2013.

Otro tema interesante considerado en el estudio anteriormente referido, es la identificación de las partes interesadas a lo cual el 47% de las empresas encuestadas que cuentan con programas de responsabilidad social, tiene un mecanismo para identificar quienes son sus partes interesadas, mientras que del 53% que no cuenta con este programa el 26% no tiene claro el concepto de partes interesadas. Por otra parte el 21% de las empresas se apoya en el diálogo con

las partes interesadas en la identificación de las acciones de responsabilidad social pertinentes e importantes y el 26% identifica estas acciones con base en ideas y expectativas de los colaboradores, esta última práctica la realizan el 31% de las PyMES contra el 18% de las empresas grandes. Finalmente solo el 20% de los encuestados dice conocer el tema de estudio de materialidad pero únicamente el 5% lo han aplicado, el restante 80 % no conocen el tema y de este porcentaje solo el 26% ha escuchado hablar de ello, pudiéndose interpretar como que la materialidad no es determinante en la determinación de la estrategia de RSE.

López, Contreras y Molina (2011) realizaron un estudio con 23 empresas del sector alimentario del Estado de Guanajuato acerca de la RSE como estrategia competitiva, en éste se identificó que los grupos de interés que mayor influencia tienen en la estrategia de RSE son los clientes actuales con un 19%, siguiéndolo los clientes potenciales y los accionistas con un 17% cada uno; en contraparte, los grupos que menos influyen son las ONGs con apenas un 2%, las cámaras industriales o Asociaciones y los proveedores con un 6 % y 7 %, respectivamente. Así mismo valoraron la importancia de la relación con los grupos de interés resultando la más importante (53% de frecuencia relativa) el trato con el gobierno en función de operar dentro de la ley, cumplimiento de obligaciones fiscales, etc., siguiendo en igualdad de importancia con el 50% de frecuencia relativa, el trato con sus empleados en función de sueldos, beneficios y seguridad y el trato con sus clientes en función de la calidad de sus productos, precios e información promocional. El trato con sus proveedores y el trato con la comunidad resultaron los menos importantes con un 28.6 % y 23.1 %. Finalmente definen a los accionistas, clientes de países desarrollados y clientes de países subdesarrollados como los elementos que mayor influencia ejercen en el diseño de estrategias de RSE.

Tabla 5. Factores en el diseño de la estrategia de RSE del sector alimentario de Guanajuato

Año	Frecuencia relativa (%)				
	En extremo importante	Muy importante	Importante	Poco importante	No importante
Gobierno y Reglamentación Pública	50.0	0.0	28.6	14.3	7.1
Clientes de países desarrollados	58.3	0.0	33.3	0.0	8.3
Empleados	28.6	7.1	50.0	0.0	14.3
Medios de comunicación	23.1	23.1	38.5	0.0	15.4
Líderes comunitarios en áreas afectadas por la operación de la empresa	16.7	0.0	58.3	25.0	0.0
ONG	18.2	0.0	72.7	0.0	9.1
Competidores	15.4	15.4	53.8	7.7	7.7
Reguladores internacionales	16.7	16.7	50.0	0.0	16.7
Accionistas	76.9	0.0	23.1	0.0	0.0
Asociaciones empresariales / Códigos de mejores prácticas	30.8	0.0	69.2	0.0	0.0
Clientes de países en desarrollo	54.5	0.0	36.4	0.0	9.1

Fuente: López, Contreras y Molina (2011).

Referente al sector de las agroexportadoras de brócoli del estado de Guanajuato, en su estudio de la cadena agroalimentario de brócoli en esa entidad, Espinosa, Enríquez y Ramos (2003) identifican las principales demandas derivadas de las problemáticas de esta cadena, considerándose éstas como temas relevantes. Se parte de deficiencias técnicas y tecnológicas, información de condiciones de clima y suelo insuficientes, escasa investigación, uso inadecuado de fertilizantes, empleo intensivo de mano de obra y uso irracional del agua, son las principales problemáticas que en aquel entonces aquejaban en el eslabón de la producción lo que se reflejaba en una baja calidad y encarecimiento del producto, disminuyendo la competitividad de las agroexportadoras.

CAPÍTULO IV

Análisis de la Industria del Brócoli

En este capítulo se describe el contexto en el cual se enmarca el estudio. Se inicia con una descripción resumida del panorama mundial de la producción y consumo de brócoli, para seguir con un análisis más detallado del panorama de este cultivo en México.

A nivel nacional, históricamente el Estado de Guanajuato ha ocupado el primer lugar en la producción de brócoli y ha sido el principal centro de desarrollo de la industria de hortalizas congeladas. Al respecto se expone un análisis detallado de la industria de brócoli en esa entidad con el propósito de dar a conocer las particularidades del entorno en el que operan las agroexportadoras, como la propiedad y estructura organizativa, esquemas de producción y comercialización, algunas problemáticas de la cadena productiva, el entorno laboral, ambiental y comunitario, para finalizar con una descripción del mercado destino del brócoli, principalmente el mercado estadounidense.

4.1. Panorama mundial del brócoli

Las estadísticas del sector hortícola mundial presentadas por FAO (consulta en marzo de 2015), analizan al brócoli y coliflor en un solo grupo. Con base en estos datos, durante el periodo comprendido entre los años 2000 y 2013, se han producido en el mundo 256,87 millones de toneladas de este binomio de hortalizas. Los grandes productores son China e India

representando en la producción mundial de 2013 el 41.1 y 35.3% respectivamente; le siguen muy por debajo España y México con 2.4% para el primero y 2.2% para el segundo. Otros productores importantes son Italia y Francia. Enseguida se ubican Estados Unidos, Polonia y Pakistán con volúmenes menores a 300 mil toneladas y mayores a 225 mil.

Tabla 6. Principales países productores de coliflor y brócoli durante el año 2013

País	Producción de brócoli y coliflor (ton)		
	Acumulado 2000-2013	Promedio anual 2000-2013	Total 2013
China	108,889,830.0	7,777,845.0	9,180,000.0
India	80,275,000.0	5,733,928.6	7,887,000.0
España	6,533,923.0	466,708.8	540,900.0
México	5,014,380.0	358,170.0	481,073.0
Italia	6,030,844.0	430,774.6	381,634.0
Francia	5,258,526.2	375,609.0	337,767.0
Estados Unidos de América	4,301,169.0	307,226.4	288,740.0
Polonia	3,620,914.0	258,636.7	276,030.0
Pakistán	2,983,907.0	213,136.2	229,127.0
Egipto	1,818,487.0	129,891.9	178,369.0
Reino Unido	2,638,100.0	188,435.7	155,700.0
Mundial	256,876,870.83	193,160.6	22,358,857.94

Fuente: Elaboración propia con base en FAO (consulta el 24 de marzo de 2015)⁴.

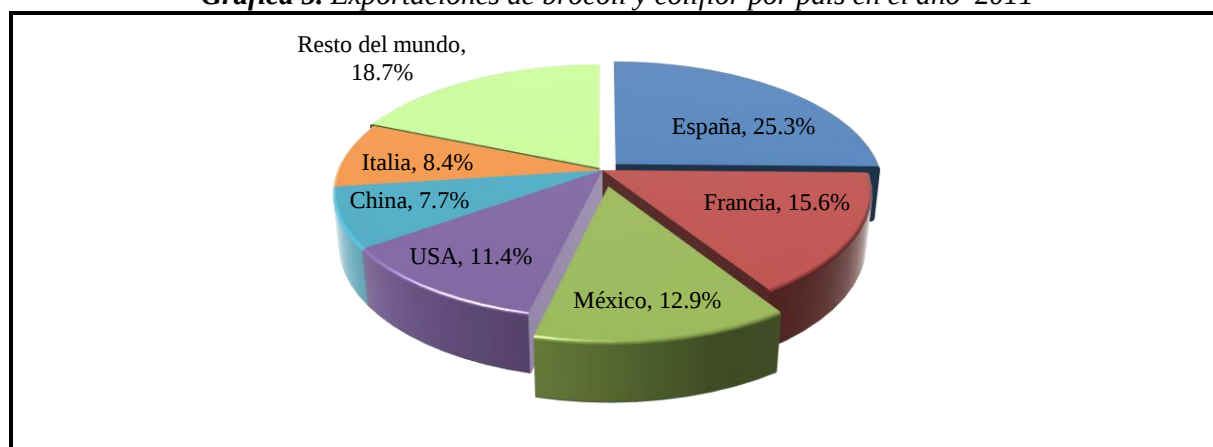
De acuerdo a las estadísticas de FAO, para el año 2012, en el mundo se cosecharon 1,204,257 hectáreas, de las cuales el 76.1% se ubicaron en Asia, 12.7% en América, 9.5% en Europa, 1.4% en África y solo un 0.3% en Oceanía; el consumo aparente a nivel mundial para el año 2011 se estima en 20.6 millones de toneladas, lo que nos lleva a un consumo per cápita de 2.95 kg, el cual pasó de 2.40 kilogramos en el 2000 a 2.95 para el 2011 con un crecimiento medio de 1.86% anual. Por regiones, Asia es el mayor consumidor de estas hortalizas con un volumen per cápita

^{4 4} Información disponible en: <http://faostat3.fao.org/browse/Q/QC/S>

de 4.04 kilogramos, le sigue Europa con 3.11 y Oceanía con 2.74; América y África consumen 0.77 y 0.43 kilogramos, respectivamente, muy por debajo del consumo mundial.

De acuerdo a las estadísticas de la FAO, en el año 2011 las exportaciones mundiales fueron de 1.14 millones de toneladas, con una participación del 25.3% de España, Francia participó con un 15.6% y México con el 12.9% del total. Referente a las importaciones la Unión Europea importó el 59.2% del total, representando el Reino Unido un 17.0% de las importaciones totales.

Gráfica 5. Exportaciones de brócoli y coliflor por país en el año 2011



Fuente: Elaboración propia con base en FAO (consultado el 23 de marzo de 2015).

4.2. Panorama del brócoli en México

En México, el sector agrícola se caracteriza por presentar una estructura productiva altamente polarizada, coexistiendo productores de subsistencia con productores comerciales. Alrededor de la mitad de los productores del país comercializa menos del 35% de su producción y destina el resto a su propio consumo. Estos productores tienen unidades de producción, pequeñas, ubicadas mayormente en tierras de temporal, y concentran su producción en cultivos básicos. En cambio, los productores comerciales, que comprenden sólo el 15% del total, comercializan la mayor parte de su producción, utilizan mano de obra asalariada, están integrados con agroindustrias y supermercados y tienen mayor acceso a información, crédito y tecnología (FAO, 2006, citado por Silva, 2007).

De acuerdo a la clasificación de grupos de cultivo que reporta el Sistema de Información Agroalimentaria de Consulta (SIACON), de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), la superficie cosechada total a nivel nacional fue de 20.7 millones de hectáreas en el 2013 de las cuales 542.9 mil corresponden a hortalizas equivalente al 2.6%, con una producción total 12.08 millones de toneladas y un valor de la producción de 60,211.0 millones de pesos.

De acuerdo a las estadísticas del ciclo agrícola 2013 reportadas por SAGARPA, la entidad con mayor volumen de producción de hortalizas es el estado de Sinaloa, representando el 17.5% del total nacional, le siguen Zacatecas y Guanajuato con el 7.2 y 7.1%, respectivamente. La participación en el valor de la producción de estos mismos es de 17.5%, 6.6% y 6.0%, respectivamente; en este mismo rubro sobresale también la participación de Sonora con el 10.2% del valor de la producción nacional de hortalizas, Baja California con el 7.8%, le siguen Jalisco con el 4.8%, Michoacán y San Luis Potosí con el 4.4% cada uno.

Tabla 7. Superficie, volumen y valor de la producción de brócoli por estado durante el año 2013

Año	Superficie cosechada		Volumen producido		Valor de la producción	
	Hectáreas	%	Toneladas	%	Miles de \$	%
Guanajuato	19322	67.4%	267138	64.2%	1196487	61.3%
Michoacán	2101	7.3%	44290	10.7%	179665	9.2%
Jalisco	2080	7.3%	32441	7.8%	135837	7.0%
Puebla	1525	5.3%	16867	4.1%	62894	3.2%
Sonora	909	3.2%	14281	3.4%	106991	5.5%
Aguascalientes	610	2.1%	10114	2.4%	52214	2.7%
Tlaxcala	254	0.9%	7252	1.7%	42741	2.2%
Baja California	375	1.3%	5933	1.4%	91047	4.7%
Querétaro	370	1.3%	4897	1.2%	23785	1.2%
Distrito Federal	582	2.0%	4497	1.1%	23431	1.2%
México	283	1.0%	4239	1.0%	20038	1.0%
Zacatecas	151	0.5%	1850	0.4%	7435	0.4%
Veracruz	42	0.1%	1000	0.2%	4000	0.2%
San Luis Potosí	36	0.1%	924	0.2%	4017	0.2%
Chihuahua	5	0.0%	50	0.0%	250	0.0%
Baja California Sur	3	0.0%	40	0.0%	272	0.0%
Suma	28648	100.0%	415812	100.0%	1951105371	100.0%

Fuente: Elaboración propia con base en SIACON SAGARPA, 2013⁵.

⁵ SIACON SAGARPA: <http://www.siap.gob.mx/optestadisticasiacon2012parcialasiacon-zip/>

Con base en datos de SAGARPA, específicamente el cultivo del brócoli durante el año 2013 se ubicó en el séptimo lugar nacional del grupo de hortalizas con respecto al valor de la producción, ocupó la sexta posición en cuanto a superficie cosechada y la octava en volumen de producción. En este mismo año, la entidad que lidera este cultivo es Guanajuato, con un 67% de la superficie nacional cosechada, 64% del volumen producido y 61.3% del valor de la producción.

Tabla 8. Datos de producción de brócoli en México durante el periodo del año 2000 a 2013.

Año	Superficie cosechada (hectáreas)	Volumen producido (toneladas)	Valor de la producción (miles de \$)	Rendimiento (toneladas por hectárea)	Precio (\$)
2000	21000	244083	607513	11.6	2489
2001	17720	224004	683714	12.6	3052
2002	16117	214922	641477	13.3	2985
2003	22027	272639	874620	12.4	3208
2004	22675	289343	917435	12.8	3171
2005	21879	290017	957051	13.3	3300
2006	18914	247823	881596	13.1	3557
2007	20053	270813	953561	13.5	3521
2008	22267	309284	1129114	13.9	3651
2009	24396	333261	1213142	13.7	3640
2010	22446	306523	1180734	13.7	3852
2011	25373	357080	1585005	14.1	4439
2012	23599	334551	1662500	14.2	4969
2013	28648	415812	1951105	14.5	4692
Tasa de crecimiento	2.4%	4.2%	9.4%	1.7%	5.0%

Fuente: Elaboración propia con base en SIACON SAGARPA, 2013

La superficie nacional cosechada de brócoli fue de 21 mil hectáreas en el año 2000 y pasó a 28.6 mil en el 2013, con una tasa de crecimiento medio anual del 2.4%; en el mismo periodo el volumen de producción se incrementó de 244.0 mil toneladas a 415.8 mil y el valor de la producción tuvo una alza de más del 220% con un incremento medio anual de 9.4%. Así mismo, el rendimiento medio ha pasado de 11.6 toneladas por hectárea a 14.5 en el 2013, equivalente a un incremento del 25% durante el periodo.

4.3. La industria del brócoli en Guanajuato

4.3.1. Antecedentes del sector

Como resultado de los procesos de globalización de los mercados se dio la recomposición del sector hortícola de exportación, de tal manera que la competencia entre las empresas obliga a los productores a mejorar los procesos productivos, mediante la combinación de nuevas formas de organización del trabajo y nuevas tecnologías con los procesos tradicionales. (Carton, 2003).

En México se tiene identificado un agrupamiento productivo de producción e industrialización de brócoli, cuyo eje central se ubica en el estado de Guanajuato. Dicho agrupamiento surge de manera inicial con la motivación de comercializar principalmente producto congelado y en una menor proporción a la comercialización de producto fresco (Espinosa, Enríquez y Ramos, 2003), aunque en los últimos años la comercialización en fresco se ha incrementado significativamente. Por lo tanto las empresas congeladoras y los productores de brócoli que suministran el producto, son los principales actores de la cadena productiva. En México, esta industria surgió a mediados de los sesentas, cuyos productos considerados entre los denominados no-tradicionales, son destinados principalmente al mercado exterior (Echánove, 2000).

Echánove reportaba en el año 2000 la existencia de 19 empresas congeladoras de hortalizas, de las cuales las 11 más importantes se localizan en el estado de Guanajuato específicamente en la zona de influencia del corredor industrial de esa entidad cerca de la carretera Panamericana y son estas mismas las que actualmente siguen dominando el mercado; las 8 empresas restantes reportadas para ese entonces se ubican en Sonora, Sinaloa, Aguascalientes, Michoacán y Querétaro. Respecto a lo anterior, es evidente la ventaja geográfica que esta zona representa

para el abasto de producto a los estados del este de Estados Unidos con relación a la zona productora del Estado de California.

4.3.2. La producción de brócoli en Guanajuato

De acuerdo a datos de INEGI, para el año 2012, el Estado de Guanajuato contribuyó con el 3.89 % del Producto Interno Bruto (PIB) nacional con un valor a precio corriente de 586,315 millones de pesos, del cual el sector primario participó con el 4.03%, el secundario con el 39.24 % y el terciario con el 56.73 %.

En este mismo año el valor de la producción del brócoli en la entidad, con base en el precio pagado al productor fue de 805.019 millones de pesos (SIACON SAGARPA, 2013), equivalente al 0.14% del valor del PIB estatal y al 3.41% del valor del sector primario.

Tabla 9. Datos producción de brócoli en Guanajuato durante el periodo 2000 a 2013.

Año	Superficie cosechada (hectáreas)	Volumen producido (toneladas)	Valor de la producción (miles de \$)	Rendimiento (toneladas por hectárea)	Precio (\$)
2000	14,558.00	157,604.20	344,105.30	10.8	2,183.40
2001	12,197.50	138,400.90	366,212.80	11.3	2,646.00
2002	10,459.20	129,520.40	311,501.60	12.4	2,405.00
2003	15,884.00	182,708.90	528,150.60	11.5	2,890.70
2004	16,708.50	200,813.40	572,176.50	12	2,849.30
2005	15,015.00	188,737.30	562,544.80	12.6	2,980.60
2006	11,723.60	143,339.90	405,329.80	12.2	2,827.80
2007	12,697.00	155,148.90	489,412.80	12.2	3,154.50
2008	13,197.00	156,901.40	487,551.00	11.9	3,107.40
2009	15,950.50	200,486.70	681,394.20	12.6	3,398.70
2010	13,500.00	172,166.00	610,667.60	12.8	3,547.00
2011	15,856.00	200,045.50	826,957.30	12.6	4,133.90
2012	14,631.90	189,870.70	805,019.60	13	4,239.80
2013	19,322.00	267,138.20	1,196,486.90	13.8	4,478.90
CMA	2.2%	4.1%	10.1%	1.9%	5.7%

Fuente: Elaboración propia con base en SIACON SAGARPA, 2013.

Históricamente Guanajuato ha sido el principal productor de brócoli a nivel nacional, representando para el año 2013 el 64.2%, con un total de 267,138.2 toneladas, cifra que supera

en mucho a las 157,604.2 toneladas reportadas para el año 2000, con un crecimiento medio anual del 4.1% en este periodo. En cuanto a superficie, durante este mismo periodo pasó de 14,558 a 19,322 hectáreas equivalente a una tasa de crecimiento medio anual del 2.2%; de igual forma los rendimientos por hectárea se incrementaron de 10.8 a 13.8 toneladas por hectárea y el precio pagado al productor pasó de \$2.18 a \$4.47 por kilogramo. Un dato sobresaliente es el valor de la producción el cual pasó de 344 millones de pesos en el año 2000 a 1,196 en el 2013, con un crecimiento medio anual estimado de 10.1%.

4.3.3. Propiedad y estructura organizativa

En el estudio realizado por Espinosa, Enríquez y Ramos (2003), en el Estado de Guanajuato, el origen del capital de las empresas puede ser 100% de participación extranjera o 100 % nacional ya que en aquel entonces no identificaron empresas con capital mixto centrándose en la línea de congelados. De acuerdo a Echánove, (2000) el capital nacional invertido en este ramo en la entidad pertenece principalmente a tres familias, quienes se iniciaron en la producción de hortalizas trabajando con contratos de producción para las empresas transnacionales Del Monte, Gerber, Campbell's, Bird's eye, etc. (Gómez, 1986).

Por otra parte ha habido integración de las empresas en diferentes instituciones que buscan entre otros propósitos proteger los intereses del sector. Al respecto a principios de la década del 2000 con la intención de atender la problemática asociada con la producción del cultivo, las congeladoras establecidas en el estado de Guanajuato integraron el “Comité Técnico de Procesadores y Exportadores de Frutas y Vegetales en General A. C.” Así mismo, en la actualidad está integrado el “Comités Estatal del Sistema Producto Brócoli del Estado de Guanajuato A. C.” que aglomera a varios elementos de la cadena productiva con el propósito de promover el desarrollo productivo y económico con la producción de un brócoli Premium.

Estas empresas también participan en el “Consejo Estatal Agroalimentario A. C.” que trata entre otros aspectos, promover la unión del sector e incidir en la definición y correcta aplicación de las políticas públicas. Recientemente este Consejo se integró a la Alianza Hortofrutícola Internacional para el Fomento de la Responsabilidad Social (AHIFORES) la cual busca fomentar las prácticas empresariales socialmente responsable en la industria hortofrutícola.

Con respecto a la relación de las empresas con los productores primarios, existe el mecanismo de abasto de la materia prima denominado agricultura por contrato, en cuyo marco las empresas elaboran acuerdos o contratos con los productores, en los que se establecen derechos y obligaciones de las partes, así como el precio pactado a pagar y los criterios de calidad del producto. En este caso existe una fuerte dependencia entre ellos, como consecuencia de la exigencia de conocimientos para operar en forma eficiente como productor primario y el soporte por parte de la congeladora, quien le permite al productor asegurar el mercado de su producto, y a su vez recibir asistencia técnica e insumos especializados para la producción (Espinosa, Enríquez y Ramos, 2003) y tratar de garantizar de esta manera la calidad de los productos. Por su parte las empresas de capital nacional además de implementar el mecanismo de agricultura por contrato aseguran parte de su abasto mediante la producción propia la cual constituye un caso claro de integración vertical y se lleva a cabo en terrenos propiedad de los empresarios y en otros que rentan a los productores, asumiendo por parte de la empresa el proceso productivo (Echánove, 2000).

4.3.4. Articulación del esquema de comercialización

De acuerdo con lo expresado durante las entrevistas aplicadas en el estudio realizado por Espinosa, Enríquez y Ramos (2003), el esquema de comercialización, implica el que las empresas desarrollen clientes mayoristas en los mercados extranjeros, particularmente los

Estados Unidos, con quienes han consolidado una relación comercial satisfactoria que permanece por varios años. Así mismo expresaron que para hacer frente a las exigencias del mercado, principalmente al estadounidense, las agroexportadoras de brócoli implementan programas intensivos de capacitación para la implantación y certificación en sistemas de calidad e inocuidad, para dar cumplimiento a las especificaciones de calidad exigida por sus clientes. Al igual que el brócoli mediante estos mismos canales de comercialización – exportación se demandan otro tipo de hortalizas lo que ha permitido una diversificación de productos, incorporando aquellos productos que se consideran atractivos para el mercado.

4.3.5. Problemática de la cadena productiva de brócoli

En el estudio realizado por Espinosa, Enríquez y Ramos, 2003, se identificaron diversas problemáticas y demandas de la cadena agroalimentaria del brócoli en Guanajuato, las cuales son clasificadas a manera de matriz de problemas en tres fases de acuerdo a problemas y demandas específicas del sistema de producción: producción primaria, industria de transformación y sector de distribución. Entre las problemáticas que actualmente siguen siendo de preocupación para el sector se destacan las siguientes:

Alta incidencia de plagas y enfermedades lo cual eleva los costos de producción, disminuye la calidad del producto y se expone a rechazos en producto de exportación por la presencia de impurezas o por rebasar las restricciones de uso de pesticidas. En general un manejo deficiente del cultivo se traduce en un producto de baja calidad.

Los costos de producción también se elevan por el costo de las materias primas y por el uso intensivo de mano de obra, principalmente en el trasplante y cosecha del producto y también en el proceso de selección y corte, situación que influye en la competitividad del producto.

Otro aspecto importante es la eficiencia en el uso del agua para la producción del cultivo ya que demanda volúmenes importantes y por lo tanto requiere del empleo de tecnologías de riego eficientes, más aún que Guanajuato es deficitario en sus mantos acuíferos.

Las certificaciones de calidad e inocuidad ya es una condicionante para acceder a los mercados extranjeros, principalmente al de Estados Unidos, lo cual ha obligado a las empresas a promover la educación de los productores en este aspecto, lo que les ha favorecido para la permanencia en el mercado. Una situación que también comienza a preocupar a las empresas es la gestión de la responsabilidad social empresarial, ya que las demandas sociales y en general de los grupos de interés son cada vez mayores.

4.3.6. Entorno laboral

Las empresas transnacionales fueron las principales impulsoras de la congelación de hortalizas, aprovechando las condiciones agroclimáticas para producir en la región bajío y abastecer la producción faltante en Estados Unidos, aunque el avance sustancioso se derivó de los menores costos de producción principalmente de la fuerza de trabajo (Gómez, M. A. (1986), ya que comparativamente la mano de obra en el campo mexicano es mucho más barata que en Estados Unidos. El cultivo del brócoli se introdujo a México a principios de la década de los 80's, como consecuencia de la popularidad que en ese entonces adquirió su consumo en los Estados Unidos así como la ventaja que presentaba la zona centro de México para su producción a bajo costo, principalmente por el uso intensivo de mano de obra durante su cosecha, pues de acuerdo a la estructura de costos el concepto de mano de obra absorbe del 30 al 40% del costo de producción (Espinosa, Enríquez y Ramos, 2003).

A la fecha, en el Estado de Guanajuato, este cultivo sigue demandando considerables cantidades de mano de obra, pues de acuerdo a los productores de la comunidad de Puerta del

Monte en el Municipio de Salvatierra, Gto., para el trasplante y cosecha de una hectárea de brócoli se ocupa alrededor de 27 personas en una jornada que representa un estimado del 10 % del total del costo de producción, lo que significa que para las 19,322 hectáreas que se cultivaron en el año 2013 en Guanajuato, se requirió el pago de 521,694 jornadas de trabajo equivalente a la generación de empleo durante los 365 días del año para 1,429 personas solo en estas dos labores de cultivo. De acuerdo a este mismo testimonio los productores contratan a los trabajadores locales y de comunidades vecinas del área de cultivo incorporando tanto hombres como mujeres generalmente sin ningún contrato formal de por medio y limitándose a un acuerdo de trabajo solamente de palabra. El pago varía de acuerdo al tipo de trabajo pero en promedio se estima en \$ 150.00 la jornada de 7 horas y se realiza en efectivo el mismo día o al final de la semana sin emitir ningún tipo de comprobación fiscal. Esta información puede variar en otras zonas de producción dentro de la Entidad.

En la fase de manejo post cosecha e industrialización del producto, específicamente para el mercado en fresco, el brócoli es empacado en campo al momento de la cosecha, mientras que para la industria de procesado se colocan las cabezas de brócoli en bandas que lo transportan a contenedores o remolques que son utilizados para acarrear el producto a la planta de procesado, la cual regularmente se encuentra próxima a la zona de producción, con la finalidad de evitar o reducir el costo asociado con el flete (Espinosa, Enríquez y Ramos, 2003). En las plantas de proceso de las agroexportadoras la formalidad laboral es distinta ya que en esta si existe un instrumento contractual formal de acuerdo a su organigrama.

4.3.7. Entorno ambiental y comunitario

De acuerdo a datos del SIAP (Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera), en el estado de Guanajuato para el año 2014 se reporta una superficie agrícola de riego de 423,869.02

hectáreas, de las cuales 20,590.5 se destinaron a la siembra de brócoli distribuidas en 33 municipios siendo Valle de Santiago el que destinó mayor superficie para este cultivo, equivalente a 20.3% del total. Los Municipios de Jaral del Progreso, San Luis de La Paz, Dolores Hidalgo, Juventino Rosas, Doctor Mora, San José Iturbide y San Miguel de Allende, con más de 1000 hectáreas cada uno acumulan un 45.6% del total que sumando con el 20.3% resulta un acumulado de 65.9% entre estos 8 Municipios, de los cuales 5 se ubican en la zona de influencia del corredor industrial de Guanajuato y tres localizados más hacia el norte cerca de la zona de influencia de la carretera federal 57 que es una de las más importantes del país.

Por cuestiones de inocuidad, para el desarrollo del cultivo del brócoli se seleccionan terrenos con disponibilidad de agua proveniente de pozos. Al respecto, en el Estado se reporta la existencia de más de 12 mil pozos, distribuidos en 20 acuíferos. De acuerdo a los reportes de superficie cultivada de brócoli por municipio citados anteriormente, los acuíferos que mayor aportan para el cultivo son: Irapuato-Valle, Silao-Romita y Valle de Celaya los cuales se reportan como sobreexplotados, pues de acuerdo a Foster, et al. (s.f.), el volumen de extracción en el estado se calcula en cerca de 4,000 Mm³/a, que se estima excede en aproximadamente en 1,200 Mm³/a al recurso renovable.

Referente a la distribución de plantas de congelamiento de hortalizas, la mayoría se ubica cerca del corredor industrial del estado, desde San Francisco del Rincón hasta Apaseo el grande, pero con mayor concentración en la zona Irapuato Celaya pues de esta manera aprovechan las ventajas de estar cerca de esta importante vía de comunicación y la conexión con las zonas productoras, caracterizadas éstas por ser tierras fértiles y disponer de agua para riego proveniente de pozo.

Ilustración 4. Distribución del cultivo de brócoli y congeladoras en Guanajuato, en el año 2014

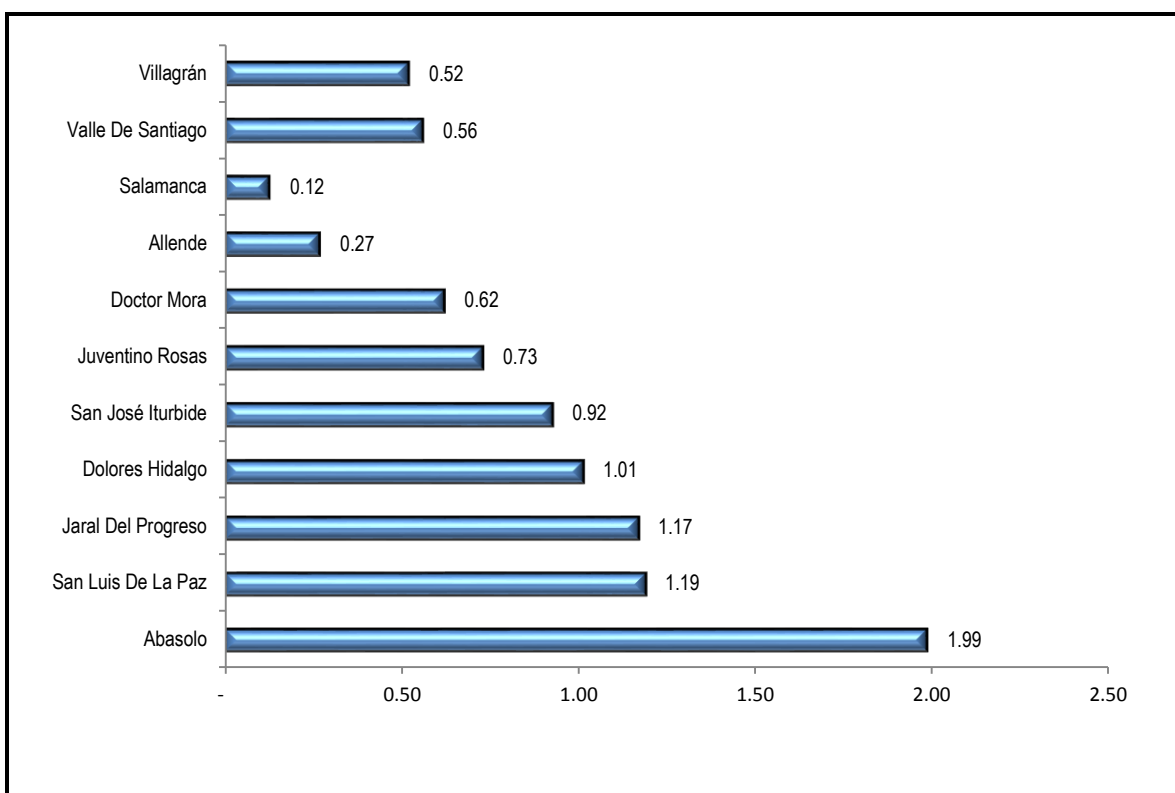


Fuente: Elaboración propia con base en información del SIAP e INEGI, 2015⁶.

Un aspecto importante para la producción de brócoli es la disponibilidad de mano de obra la cual se abastece de las comunidades ubicadas en la zona de influencia. Cabe destacar que la mayoría de estas comunidades se caracterizan por la alta expulsión de migrantes, cuya evidencia es que en el año 2010 Guanajuato ocupó el segundo lugar nacional en el Índice de Intensidad Migratoria México USA. En este sentido, la producción de esta hortaliza ha contribuido de manera importante a la generación de empleo en las comunidades rurales involucradas, incluyendo tanto a hombres como a mujeres.

⁶ Cartografía base de: "© Colaboradores de OpenStreetMap"

Gráfica 6. Índice de intensidad migratoria en el año 2010 de algunos municipios de Guanajuato



Fuente: Elaboración propia con base en CONAPO, 2010.

4.4. El mercado del brócoli de Guanajuato

En el estudio realizado por Enríquez y Ramos (2003) en el Estado de Guanajuato, del total de brócoli procesado, aproximadamente el 95% se destina a la exportación, principalmente a los Estados Unidos de América (98% de las exportaciones) y el restante 2% se destina a otros mercados como Japón y algunos países de Europa. El producto retenido en el mercado nacional es distribuido principalmente a través de centrales de abasto como producto fresco y a supermercados en ambas presentaciones.

De acuerdo a una Estimación de las exportaciones a nivel de Entidad Federativa (SAGARPA, Estimación de las Exportaciones Agroalimentarias a nivel de Entidad Federativa, 2012), durante el periodo enero a septiembre 2011, Guanajuato se ubica en el noveno lugar en cuanto al valor de las exportaciones del sector, equivalente a 585.5 millones de pesos. Los

productos que mayor aportan valor a estas exportaciones son el grupo de hortalizas que conforman los espárragos, brócolis y coliflor congelados.

Tabla 10. Exportación agroalimentaria en el estado de Guanajuato periodo 2010 a 2012

Producto	2010		2011		2012	
	Valor (miles de dólares)	Volumen (tonelada)	Valor (miles de dólares)	Volumen (tonelada)	Valor (miles de dólares)	Volumen (tonelada)
Espárragos, brócolis,... Congeladas	198,001	207,264	146,050	234,175	233,920	187,474
Coles frescos o refrigerados	93,026	131,635	128,084	135,244	98,308	109,035
Hortalizas (otras)	38,340	45,287	43,019	41,231	46,554	37,592
Lechugas	48,066	38,591	27,920	35,701	34,054	58,496
Hortalizas en conserva (otras)	26,019	26,087	30,606	36,494	32,883	32,969
Chile bell (y otros pimientos)	20,069	31,553	26,119	27,889	30,883	22,052
Productos de panadería	12,816	15,310	14,765	19,948	27,670	19,827
Espárragos frescos o refrigerados	27,029	12,859	23,098	11,146	27,081	11,359
Frambuesas, zarzamoras... Frescas	29,626	6,424	27,156	6,148	26,283	5,950
Tomate fresco o refrigerado	10,879	23,075	23,012	17,243	26,248	9,932
Resto	202,140		303,181		213,734	
Total	706,010		793,009		797,617	

Fuente: Elaboración propia con base en SICAGRO, SAGARPA, 2012⁷.

De acuerdo al Sistema de Información Comercial del Sector Agroalimentario (SICAGRO) de la SAGARPA, el grupo de espárragos y brócoli congelados lideran las exportaciones del sector con un valor de 198 millones de dólares en el 2010 representando el 28% del valor total de exportaciones del sector y de 233.9 millones equivalente al 29% del total en el 2012, aunque en el mismo periodo los volúmenes disminuyeron en un 10%; le siguen los coles frescos o refrigerados con 93 millones de dólares en 2010 y 98.3 millones en 2012, estos también

⁷ SICAGRO, SAGARPA: http://sicagro.sagarpa.gob.mx/SICAGRO_CONSULTA/filtroprod.aspx

presentaron una disminución en volumen del 17% en este periodo. Por el contrario, la lechuga que es la cuarta en el valor de exportación, tuvo un incremento el volumen exportado de 38,591 toneladas a 58,496, equivalente al 52% de incremento, aunque el valor de las exportaciones disminuyó en un 29% al pasar de 48 millones de dólares en el 2010 a 34 en el 2012.

La Secretaría de Economía en sus estadísticas de comercio exterior incluye al brócoli dentro de las siguientes fracciones arancelarias:

07041001 Coliflores y brócoli cortados

07041002 Brócoli (broccoli) germinado (frescos o refrigerados)⁸.

07041099 Los demás (coliflores y brecoles, broccoli, frescos o refrigerados).

07108004 Espárragos, brócolis (broccoli) y coliflores. (Aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas).

Tabla 11. Valor de las exportaciones según fracción arancelaria en el estado de Guanajuato

Año	Valor en miles de dólares / fracción arancelaria			Suma
	07041001	07041099	07108004	
2003	2,666.40	10,619.90	114,295.30	127,581.60
2004	3,643.90	12,090.10	139,658.30	155,392.30
2005	3,067.10	15,355.40	176,554.00	194,976.50
2006	1,423.60	17,041.90	144,196.60	162,662.10
2007	5,497.10	20,779.10	149,602.20	175,878.40
2008	9,594.20	20,734.30	180,757.90	211,086.40
2009	13,052.20	39,445.80	180,938.80	233,436.80
2010	10,400.70	47,268.50	195,760.20	253,429.40
2011	12,858.80	61,453.10	236,810.80	311,122.80
2012	9,795.00	35,235.80	163,661.60	208,692.40
2013	30,200.70	30,200.70	69,541.70	129,943.20
CMA	27.5%	11.0%	-4.8%	0.2%

Fuente: Elaboración propia con base en COFOCE⁹ (consulta el 12 de marzo de 2015).

⁸Esta presentación no se considera en el presente estudio debido a que no implica el proceso completo de producción del cultivo y su proceso de producción difiere de manera muy significativa.

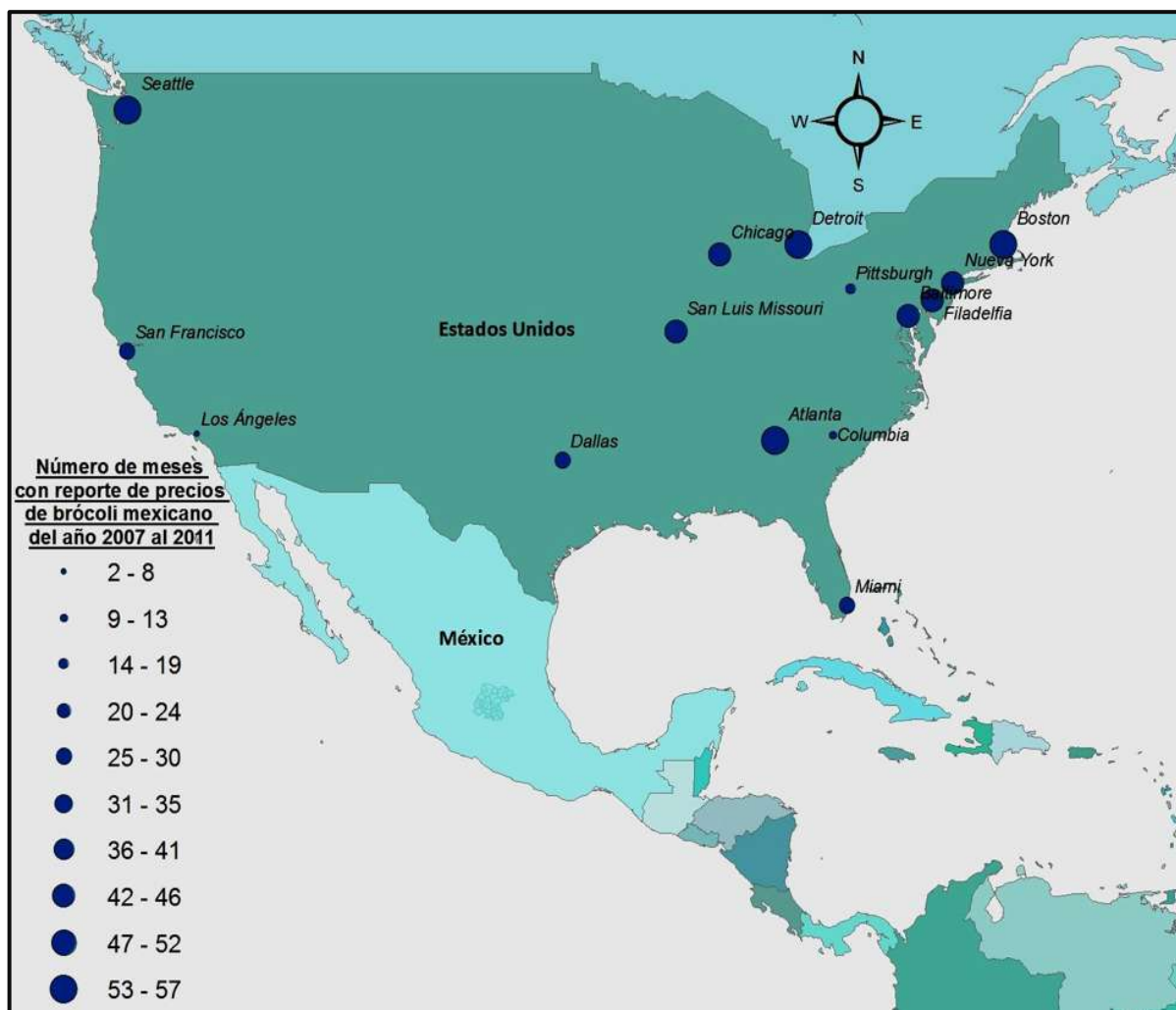
⁹ Información disponible en: COFOCE: <http://www.cofoce.gob.mx/estadisticas/>

La fracción arancelaria 07041001 correspondiente a brócoli y coliflor cortado tuvo un valor de exportación de 30.2 millones de dólares en el 2013 con una tasa de crecimiento medio anual del 27.5% desde el año 2003; el grupo de brócoli y coliflor fresco o refrigerado pasó de 10.6 millones de dólares en el 2003 a 30.2 en el 2013, equivalente a una tasa de crecimiento medio anual de 11%; el grupo de mayor valor en el que se combinan espárragos, brócolis y coliflores, se tuvo un decremento fuerte en el año 2013, mientras que en el mismo periodo la suma de las tres fracciones arancelarias pasó de 127.5 a 129.9 millones de dólares en el 2013 con un pico en 2011 de 311.1 millones. Es importante mencionar que el comercio internacional del brócoli que se produce en Guanajuato, se realiza principalmente con los Estados Unidos, que compran casi el total de las exportaciones de este vegetal, aunque también se exporta brócoli ya sea congelado o fresco a Canadá, Japón, Alemania y Nicaragua (Mexicoexport, 2016).

Con respecto al mercado de los Estados Unidos, de acuerdo a las estadísticas del Sistema Nacional de Información e Integración de Mercados (SNIIM), los precios mensuales del brócoli mexicano para el periodo 2007 a 2011 que son un indicador de la presencia de este producto, se reportan principalmente para 16 mercados, de los cuales en Seattle y Atlanta hay reporte de precios para casi todos los meses del año, le siguen Boston y Detroit con reporte de precio en el 88 % de los meses durante los cinco años referidos, Nueva York con un 77%, Baltimore, Filadelfia y San Luis Missouri con el 72% cada uno y Chicago con un 68%. Otros mercados con reportes de precios principalmente en los tres primeros y dos últimos meses del año son Dallas, San Francisco, Miami, Pittsburgh, Columbia y muy esporádicamente Los Ángeles; cabe aclarar que estos meses es durante los cuales la producción de esta hortaliza en los Estados Unidos es baja. De este análisis se puede concluir que el principal destino de las exportaciones

del brócoli mexicano es hacia la parte este del territorio Estadounidense, que son las partes más alejadas de la principal zona de producción de ese país correspondiente al Estado de California.

Ilustración 5. Presencia de brócoli mexicano en el territorio estadounidense



Fuente: Elaboración propia con base en SNIIM¹⁰ (consulta el 29 de abril de 2015) y shapefile de América tomado de: <https://tapiquen-sig.jimdo.com/descargas-gratuitas/am%C3%A9rica/> (consulta el 03 de febrero de 2017).

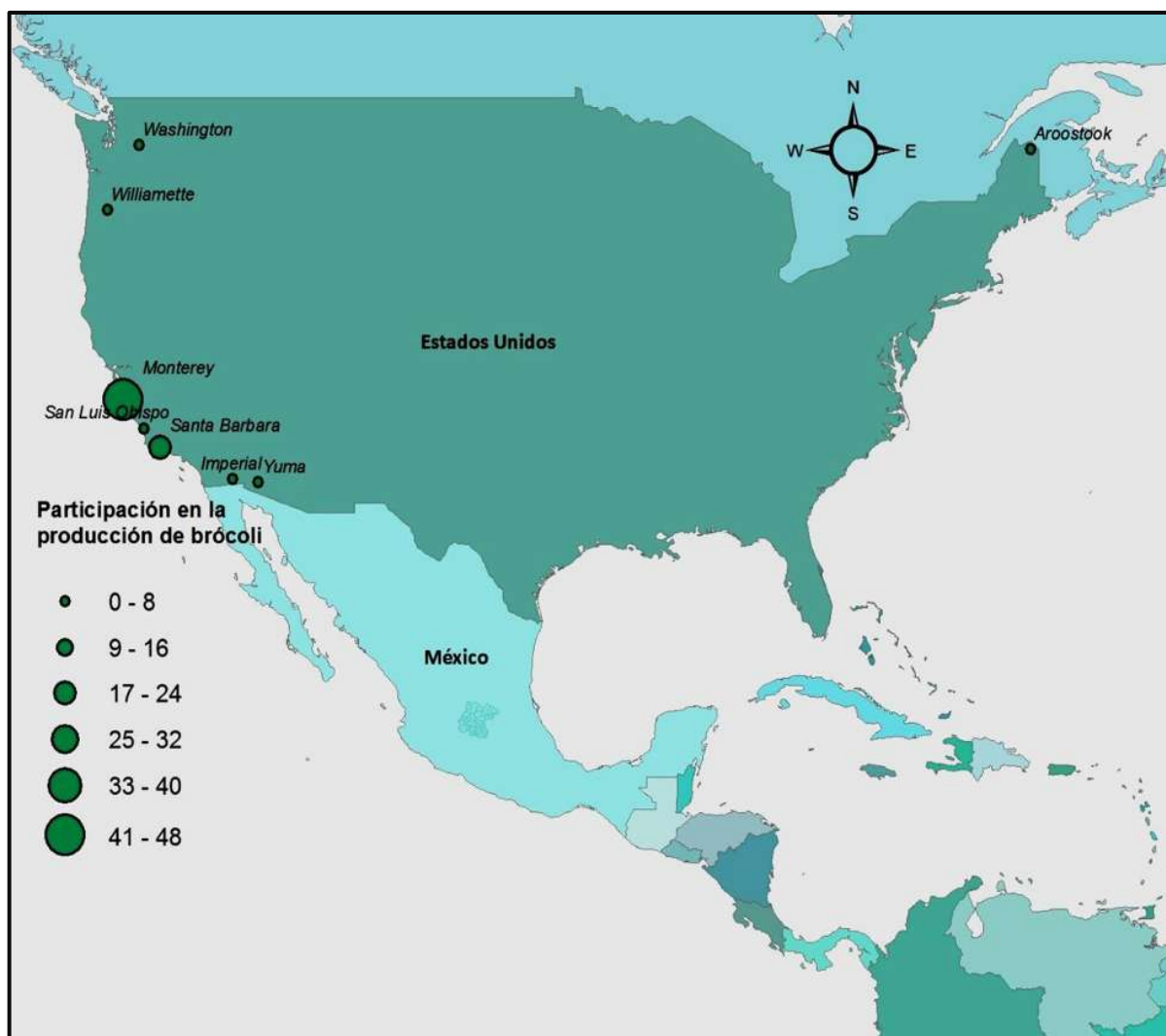
4.5. El brócoli en el mercado estadounidense

En los Estados Unidos, California es el principal estado productor de brócoli, con aproximadamente el 82%, destacando los condados de Monterrey (48%), Santa Bárbara (24%), Imperial (6%), San Luis Obispo y Fresno (Cuadro 9); representando el doceavo producto

¹⁰ Información disponible en: <http://www.economia-sniim.gob.mx/nuevo/>

agropecuario más importante de dicho estado, con un valor estimado de 537 millones de dólares en el año 2000. Arizona (Valle de Yuma) es el segundo estado productor con el 8%; Oregon (Valle de Willamette), Maine (Condado de Aroostook) y Washington, ambos, conforman entre el 6 y 7% de la producción de los Estados Unidos (Espinosa, Enríquez y Ramos, 2003).

Ilustración 6. Participación (%) de las zonas de producción de brócoli en USA



Fuente: Elaboración propia con base en Espinosa, Enríquez y Ramos, 2003, y shapefile de América tomado de: <https://tapiquen-sig.jimdo.com/descargas-gratuitas/am%C3%A9rica/> (consulta el 03 de febrero de 2017).

La producción de brócoli de los Estados Unidos, en su gran mayoría es destinada al mercado fresco, dejando un resto mínimo al mercado de procesado. De acuerdo a datos de la USDA, en

el año 2014, el 96.7 % de la producción se destinó al mercado fresco así como el 98.2 % del valor de la producción total que fue de 821.1 millones de dólares.

Tabla 12. Superficie cosechada, producción y valor de la producción del brócoli en USA

Año	Superficie cosechada (ha)	Producción (ton)			Valor (miles de dólares)		
		Total	Mercado fresco	%	Total	Mercado fresco	%
2000	58,395	921,473	884,596	96.00%	620,606	607,958	98.00%
2001	53,863	847,764	805,353	95.00%	484,467	469,694	97.00%
2002	52,770	833,476	798,096	95.80%	567,767	552,713	97.30%
2003	52,244	865,227	793,152	91.70%	603,122	571,102	94.70%
2004	52,123	865,681	786,121	90.80%	613,179	575,389	93.80%
2005	51,758	856,836	-	0.00%	539,253	0	0.00%
2006	52,972	863,640	840,870	97.40%	634,394	624,827	98.50%
2007	52,568	870,353	829,484	95.30%	694,922	671,681	96.70%
2008	51,354	911,086	880,514	96.60%	721,307	701,884	97.30%
2009	50,989	902,195	880,423	97.60%	794,124	773,124	97.40%
2010	52,689	874,934	856,337	97.90%	727,463	709,833	97.60%
2011	49,856	823,225	805,399	97.80%	639,120	628,792	98.40%
2012	51,151	928,594	910,632	98.10%	687,727	678,619	98.70%
2013	53,215	968,873	937,303	96.70%	913,520	893,336	97.80%
2014	51,961	949,369	918,071	96.70%	836,481	821,128	98.20%
CMA	-0.8%	0.2%	0.3%	0.1%	2.2%	2.2%	0.0%

Fuente: Elaboración propia con base en USDA¹¹ (consulta el 03 de junio de 2015).

La tasa de crecimiento de la producción de 2000 a 2014 fue de 0.2% anual y de 0.3% para la producción de brócoli destinado a mercado fresco. Las importaciones aumentaron a una tasa del 5.0% mientras que las exportaciones disminuyeron a un -3.1%, por el contrario las re-exportaciones aumentaron a una tasa del 4.2% aunque con volúmenes menores. El consumo aparente también aumentó pasando de 0.95 millones de toneladas en el año 2000 a 1.26 en el 2014. Haciendo la relación con los datos de población reportados por la FAO, el consumo per cápita aumentó de 3.36 a 3.91 kilogramos del 2000 al 2014 con un tasa de 1.1 % anual.

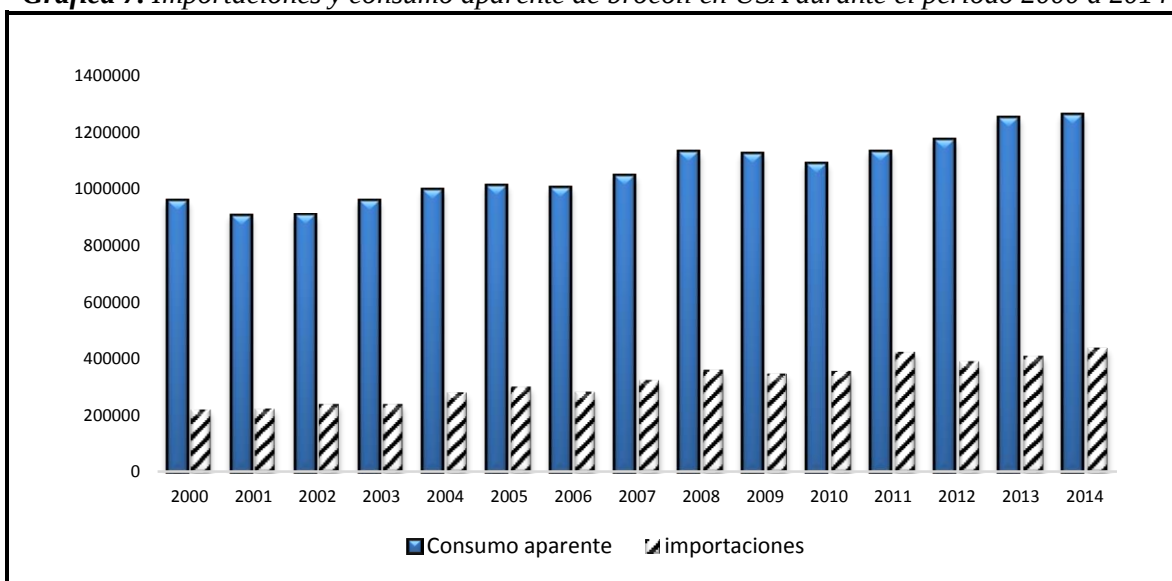
¹¹ Información disponible en: <http://www.nass.usda.gov>

Tabla 13. Consumo aparente de brócoli en USA durante el periodo 2000 a 2014

Año	Volumen en toneladas				Consumo aparente	Población (miles)	Consumo per cápita (kg)
	Producción	Importaciones	Exportaciones	Re -exportaciones			
2000	921473	219198	180,487	4,523	955661	284594	3.36
2001	847764	222794	158,432	6,584	905542	287533	3.15
2002	833476	238560	155,601	10,267	906169	290270	3.12
2003	865227	238792	141,186	5,504	957330	292883	3.27
2004	865681	279270	143,026	6,800	995126	295487	3.37
2005	856836	299308	142,751	3,462	1009931	298166	3.39
2006	863640	281221	138,474	1,983	1004404	300943	3.34
2007	870353	322759	141,058	7,198	1044856	303787	3.44
2008	911086	358905	137,350	3,981	1128659	306657	3.68
2009	902195	345149	118,451	6,051	1122842	309492	3.63
2010	874934	354566	135,752	4,987	1088762	312247	3.49
2011	823225	420237	107,745	6,063	1129654	314912	3.59
2012	928594	388044	133,767	10,194	1172678	317505	3.69
2013	968873	407530	115,829	10,918	1249656	320051	3.9
2014	949369	435615	116,306	8,045	1260633	322583	3.91
CMA	0.2%	5.0%	-3.1%	4.2%	2.0%	0.9%	1.1%

Fuente: Elaboración propia con base en USDA y FAO (consulta el 03 de junio de 2015).

La gráfica 4, ilustra la similitud entre la tendencia del consumo aparente y el de las importaciones de brócoli, lo que lleva a deducir que para satisfacer el incremento de la demanda del mercado interno las importaciones juegan un papel importante.

Gráfica 7. Importaciones y consumo aparente de brócoli en USA durante el periodo 2000 a 2014

Fuente: Elaboración propia con base en FAO y USDA (consulta el 03 de junio de 2015).

El tipo de presentación de brócoli importado en USA es en fresco, congelado y deshidratado. Durante el periodo 2000 a 2014, el volumen de brócoli fresco importado tuvo una tasa de crecimiento medio anual del 9.3% pasando de 50,128 toneladas en el año 2000 a 174,076 en el 2014 que representan el 23 y el 40% del volumen total. En este mismo periodo el brócoli congelado y deshidratado presentaron una tasa de crecimiento anual del 3.2 %.

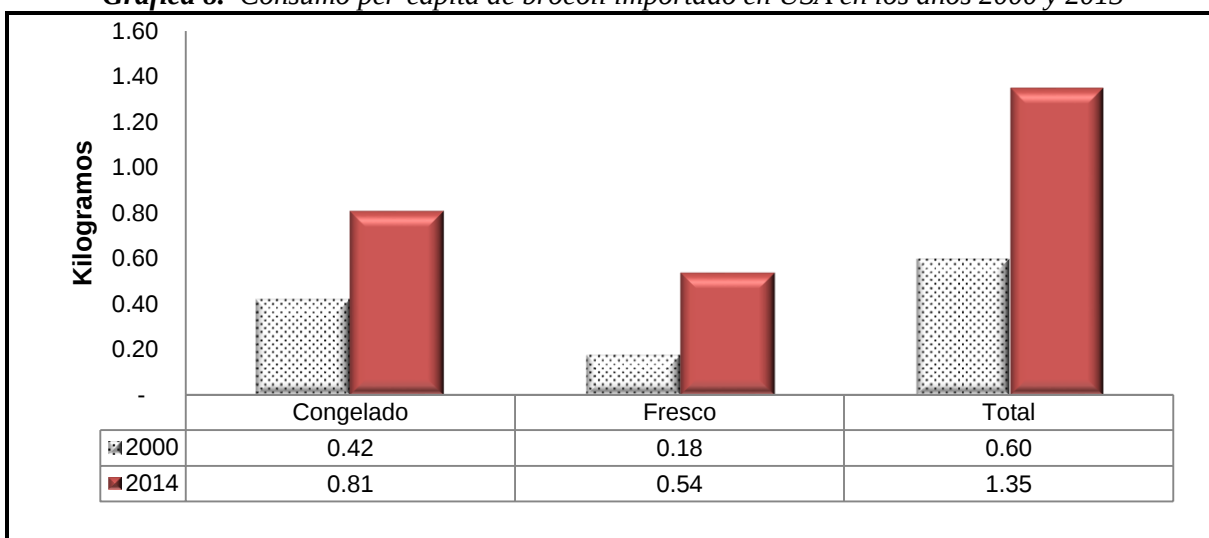
Tabla 14. Consumo del brócoli importado según presentación en los años 2000, 2010 y 2014

Año	Brócoli congelado		Brócoli fresco		Brócoli deshidratado	
	Total (ton)	Per-cápita (Kg)	Total (ton)	Per-cápita (Kg)	Total (ton)	Per-cápita (Kg)
2000	119566	0.42	50128	0.18	465	0.00164
2010	237959	0.76	115911	0.37	696	0.00223
2014	260251	0.81	174076	0.54	722	0.00224
Tasa de crecimiento	5.7%	4.8%	9.3%	8.3%	3.2%	2.3%

Fuente: Elaboración propia con base en USDA (consulta el 03 de junio de 2015).

El acelerado crecimiento de las importaciones de brócoli fresco responde a las preferencias del consumidor quienes han cambiado sus hábitos de consumo al preferir alimentos frescos y más saludables. El consumo per-cápita del brócoli fresco importado ha pasado de 0.18 kilogramos en el 2000 a 0.54 en el 2014, así mismo el consumo de brócoli congelado importado pasó de 0.42 a 0.81 en el mismo periodo.

Gráfica 8. Consumo per-cápita de brócoli importado en USA en los años 2000 y 2013



Fuente: Elaboración propia con base en FAO y USDA (consulta el 03 de junio de 2015).

Referente a los países proveedores de brócoli a los Estados Unidos (USA), de acuerdo a las estadísticas de USDA, para el año 2013 México aportó el 87.2% y el 70.5 de las importaciones a ese país en su presentación fresco y congelado, respectivamente. Su competidor más cercano es Guatemala aportando el 9.8% de brócoli congelado y 0.2% fresco; Ecuador aportó el 5.6 de brócoli congelado y Canadá participó con el 2.3% fresco y 0.2% congelado. Finalmente China que a partir del año 2002 ha venido participando con brócoli congelado, representó para el año 2013 el 2.6% del total importado.

CAPÍTULO V

Diseño Metodológico de la Investigación

En este capítulo se abordan los fundamentos metodológicos de la investigación, incluyendo la definición del alcance, enfoque y diseño. Se esquematiza el modelo conceptual de la relación entre las variables del estudio, se detalla la operacionalización de las mismas y se menciona la manera para determinar la relevancia de los aspectos de RSE. Posteriormente se describen las consideraciones del diseño de los instrumentos para la recolección de datos así como la escala de medición utilizada abordando también los fundamentos de confiabilidad y validez y explicando el método de selección de la muestra. Se finaliza el capítulo con los detalles metodológicos para la recolección y análisis de la información obtenida en campo.

5.1. Alcance y enfoque de la investigación

La presente investigación tiene un alcance exploratorio ya que la RSE es un tema poco investigado en el ámbito de las agroexportadoras del estado de Guanajuato. De igual manera el alcance correlacional también caracteriza a este estudio al estimar la influencia de las variables ambiental, económica y social en la RSE percibida por las agroexportadoras; y el alcance descriptivo al medir los niveles de relevancia y desempeño de las variables.

Pese a la controversia que ha surgido derivada de la objetividad o subjetividad de la percepción de la realidad al analizar un problema, específicamente de la dicotomía método cuantitativo y método cualitativo, la presente investigación se ajusta a un enfoque de investigación mixto el cual consistió de un proceso de recolección, análisis y vinculación de datos cuantitativos y cualitativos que complementan la investigación y que responde de manera más objetiva al planteamiento del problema. Como sustento de este método, aunque Rojas (2013) no maneja el término de investigación mixta, considera que desde la corriente del materialismo histórico y dialéctico las técnicas de recolección y análisis de datos cuantitativos y cualitativos no necesariamente pueden ser consideradas en dos bloques separados y en confrontación, ya que cambios cuantitativos originan cambios cualitativos en un mismo fenómeno, por lo tanto y de ser necesario, ambos enfoques pueden emplearse en forma complementaria con el propósito de alcanzar los objetivos de la investigación. En este sentido, algunas técnicas de recolección de información pueden proporcionar información cualitativa sin que ello signifique que éstos no puedan analizarse con procedimientos cuantitativos.

5.2. Diseño de la investigación

Mediante la investigación empírica o primaria se pretende obtener de la misma realidad investigada conocimientos nuevos, originales que contribuyan al acervo científico (Sierra, 2007). Para la obtención de dichos conocimientos se requiere definir primeramente el diseño de la investigación el cual hace referencia al conjunto específico de los métodos seleccionados para la búsqueda de nuevos hechos y en su caso para la determinación de sus conexiones; aquí se define desde la manera de seleccionar los datos, los métodos de análisis, formulación del problema, instrumentos a utilizar, entre otros aspectos (Padua, Ahman, Apezechea y Borsotti,

1996). El fin del diseño es obtener la máxima validez posible y que los resultados del estudio tengan la mayor correspondencia a la realidad (Sierra, 2007).

Con base en lo anterior, el presente estudio corresponde a una investigación empírica y de acuerdo a las clasificaciones de los diseños de investigación, se ajusta a un diseño no experimental de tipo transversal, el cual se caracteriza por no hacer variar en forma intencional las variables independientes para verificar efectos sobre otras variables, limitándose a observar el fenómeno en su contexto natural y levantando datos en un solo momento y tiempo único, con el propósito de describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento determinado (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

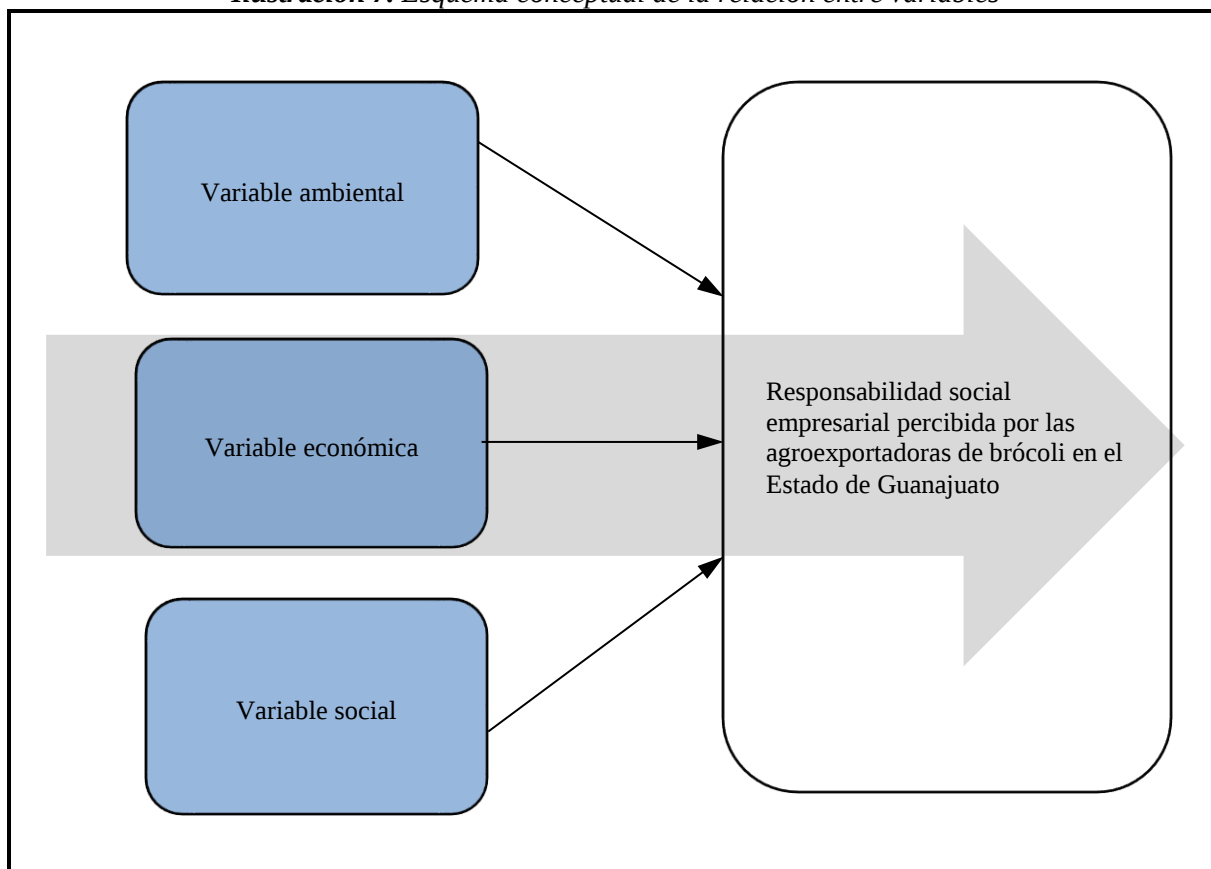
5.3. Operacionalización de las variables de estudio

Para abordar la problemática del desempeño e influencia de las variables ambiental, económica y social en la RSE percibida por las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato, se diseñó un esquema metodológico que permitiera diagnosticar la RSE de la empresa y a su vez identificar la influencia y la relevancia de las variables independientes consideradas en dicho diagnóstico con base en el nivel de influencia de los indicadores en las decisiones, acciones y desempeño tanto de la empresa como de los grupos de interés.

En este esquema metodológico se consideró la variable de responsabilidad social empresarial (RSE) percibida por las agroexportadoras como variable dependiente y los aspectos ambiental, económico y social como variables independientes.

La investigación científica enfrenta la necesidad de medir las variables de las relaciones que estudian de tal manera que mediante la definición operacional de una variable se asigna significado a ésta al especificar las operaciones o actividades que se requieren para medirla y evaluar la medición, (Kerlinger y Lee, 2002).

Ilustración 7. Esquema conceptual de la relación entre variables



Fuente: Elaboración propia.

En el capítulo II, específicamente en el apartado de conceptos y dimensiones de la RSE, se realizó un análisis para conceptualizar este constructo, resultando una lista de siete aspectos o dimensiones que se agruparon en las tres variables fundamentales de la sostenibilidad y que la guía del GRI en su versión G4 utiliza para informar el comportamiento socialmente responsable de las empresas, misma que sirvió como base para operacionalizar las variables. Se planteó una estructura más simplificada en sus variables ambiental, económica y social, y en algunos puntos, adaptada al tipo de industria en estudio incluyendo la mayor cantidad posible de indicadores de la guía G4, de tal manera que pudiera permitir elaborar un instrumento de colecta de información aplicable al contexto y con un número de ítems razonable.

Tabla 15. Operacionalización de variables

Variables		Dimensiones	Indicador
<u>Dependiente:</u> Responsabilidad empresarial	social	- Internalización de la RSE - Gestión de impactos ambientales, económicos y sociales. - Responsabilidad de la empresa por su impacto en la sociedad	- Índice de Responsabilidad Empresarial percibida
<u>Independientes</u>			
Ambiental		- Conservación de flora y fauna silvestres	- Impactos en flora y fauna - Cantidad de especies de flora y fauna que se protegen
		- Uso eficiente del agua	- Ahorro en el consumo de agua
		- Conservación del suelo	- Nivel de Impacto en el recurso suelo
		- Ahorro en el consumo energético	- Impacto ambiental del transporte - Ahorro en el consumo energético
		- Manejo de residuos y efluentes	- Volumen de residuos y efluentes - Nivel de gestión de residuos y efluentes
		- Cumplimiento regulatorio	- Sanciones por infracción
		- Evaluación ambiental de proveedores	- Impacto ambiental en la cadena de suministros - Proveedores evaluados
		- Diálogo con los grupos de interés de aspectos ambientales	- Periodicidad de Informe y diálogo con grupos de interés
Económica		- Desempeño económico	- Gastos operativos - Inversión comunitaria
		- Productividad laboral	- Índice de productividad laboral
		- Eficiencia	- Relación costo - producción
		- Consecuencias económicas	- Impacto en el desarrollo económico de la zona de influencia - Rentabilidad del negocio del productor - Impacto económico familiar
		- Prácticas de adquisición	- Porcentaje del gasto que corresponde a proveedores locales
		- Diálogo con los grupos de interés de aspectos económicos	- Periodicidad de Informe y diálogo con grupos de interés
Social		- Prácticas laborales	- Tasa de contrataciones y rotación media de empleados - Nivel de seguridad y equidad laborales - Horas de capacitación - Medidas de defensa al derecho a colectivo de trabajadores - Número de quejas laborales

Continúa en la siguiente página...

Continuación tabla 15

Variables	Dimensiones	Indicador
	- Derechos humanos	- Capacitación en derechos humanos y medidas preventivas - Inversión que incluya cláusula de derechos humanos
	- Comunidades locales	- Beneficios comunitarios - Quejas de la sociedad
	- Evaluación social de proveedores	- Impacto de prácticas laborales en la cadena de suministros - Proveedores evaluados
	- Anticorrupción	- Evaluación de riesgos de corrupción y capacitación - Casos de corrupción
	- Responsabilidad sobre productos	- Impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad - Resultado de encuestas de satisfacción de clientes
	- Diálogo con los grupos de interés de aspectos sociales	- Periodicidad de Informe y diálogo con grupos de interés

Fuente: Elaboración propia¹² con base en GRI (2013a).

Es importante mencionar que la gobernanza de la empresa no se delimitó como una variable independiente aislada y solo se consideraron como referencia a ésta, indicadores de diálogo con sus grupos de interés para la definición de sus estrategias y de informes a los mismos de las acciones de gestión de los aspectos ambientales, económicos y sociales, así como indicadores de anticorrupción y cumplimiento regulatorio.

5.4. Relevancia y desempeño de las variables independientes

Con base en la norma de principios de AccountAbility AA1000APS (2008) en la cual se refiere a materialidad como sinónimo de “relevancia”, para determinarla se debe iniciar identificando temas que incluyan además de las consideraciones financieras y normas sociales,

¹² En el anexo 1 se presenta la matriz de congruencia a detalle

a las preocupaciones de los grupos de interés, y posteriormente evaluar la materialidad, considerando el contexto variable de la sostenibilidad y la madurez de los asuntos. En la guía G4 del GRI (2013) se parte de la identificación de los aspectos y demás asuntos relevantes con la participación de los grupos de interés, se priorizan dichos aspectos y asuntos basada en los principios de materialidad y de participación de grupos de interés para posteriormente validarlos bajo los principios de exhaustividad y participación de los mencionados grupos.

En el caso específico de esta investigación y partiendo del argumento de que la relevancia debe tener en cuenta expectativas y necesidades de las partes interesadas (AECA, 2003), la relevancia de las variables independientes se determinará con base en la percepción que tengan las empresas del nivel de influencia de los indicadores o dimensiones de estas variables, en las decisiones, acciones y desempeño tanto de la organización como de sus grupos de interés (AccountAbility, 2008).

Referente al desempeño de las variables, este se refiere al valor resultante de la medición de la variable,, derivado de la percepción del nivel de suficiencia de cada uno de los ítems del cuestionario aplicado a las empresas, relacionados con las acciones de responsabilidad social realizadas por éstas en los aspectos ambiental, económico y social.

5.5. Instrumentos para la recolección de datos

Todo método de recolección de datos constituye una aproximación al conocimiento y para elegir la técnica a utilizar se debe tener en cuenta fundamentalmente la naturaleza de las variables empíricas, las características de las unidades de observación así como los factores de costo y tiempo (Sierra, 2007).

Para la recolección de los datos de las agroexportadoras se diseñó un cuestionario para ser aplicado a los gerentes o en su caso al responsable del área de responsabilidad social empresarial

de la empresa. Está diseñado para obtener respuestas directas ya sea a través de una entrevista estructurada o autoadministrando el instrumento a quien la empresa haya designado. Se consideran más de un tipo de preguntas, pero la mayoría se formuló para elegir una respuesta preestablecida de estimación de acuerdo a cinco alternativas que se contestan con base en los límites de una escala.

Debido a las implicaciones de la investigación, el cuestionario se dividió en cuatro secciones. En la primera se contempla el registro de datos de identificación de la empresa e información relacionada con su actividad. En esta misma sección se incluyen dos ítems relacionados con los motivadores y limitantes que perciben las empresas para la implementación de la RSE en las que se valoran todas las opciones de respuesta con base en cinco alternativas. Cabe aclarar que este apartado no influye en las variables de estudio pero si ayudan a fortalecer la caracterización de las empresas y de la RSE en el sector.

La segunda sección está referida al desempeño de las variables ambiental, económica y social de la empresa. En éstos los ítems se resuelven con una respuesta preestablecida de estimación de acuerdo a cinco alternativas con base en los límites de una escala.

La tercera sección se refiere a la valoración de la relevancia de cada uno de los temas con base en la percepción general de la empresa de dos criterios específicos con cinco alternativas cada uno.

La cuarta y última sección se refiere a un indicador del desempeño de la RSE percibida de forma agregada por las agroexportadoras y contempla tres ítems que al igual a los de la segunda sección, se resuelven con una respuesta preestablecida de estimación de acuerdo a cinco alternativas con base en los límites de una escala.

Tabla 16. Tipo y cantidad de ítems en el cuestionario diseñado para las agroexportadoras

Variable	Ítems que examinan desempeño de la variable	Ítems que determinan relevancia	Ítems descriptivos
Ambiental	II.1. al II.9.	III.1.a al III.9.a III.1.b al III.9.b	
Económico	II.10. al II.18.	III.10.a al III.18.a III.10.b al III.18.b	
Social	II.19. al II.33.	III.19.a al III.33.a III.19.b al III.33.b	
Responsabilidad Social Empresarial percibida	IV.1. al IV.3.		
Caracterización de la empresa*			I.1. al I.9.
Motivadores y obstáculos para la RSE*			I.10 a) al I.10 e) I.11 a) al I.11 e)
Suma	36	66	19

*Nota: no corresponden directamente a las variables de estudio

Fuente: Elaboración propia con base en el instrumento de recolección de información¹³.

Previo a la versión final del cuestionario se le hicieron varios ajustes y con el propósito de dar la mayor claridad posible a la estructura, las preguntas y las alternativas de respuesta, se realizó la prueba piloto aplicando este instrumento a tres directivos de organizaciones, lo que permitió identificar algunas deficiencias de forma y a eliminar un apartado que resultaba redundante en la determinación de la relevancia de los temas de RSE.

5.6. Escala de medición

Stevens (citado por Kerlinger y Lee, 2002, pág. 579), define la medición como “el proceso de asignación de números a objetos y eventos de acuerdo con alguna regla”, pudiéndose entender a esta regla como una escala de referencia la cual de acuerdo al nivel de medición requerido puede ser nominal, ordinal, de intervalo o de razón.

¹³ La redacción de los ítems se presenta en el cuestionario correspondiente en el anexo 5

Las escalas de actitud "consisten en una serie de reactivos relacionados de alguna manera con la actitud que se quiere medir y a los cuales el sujeto responde verbalmente o por escrito" (Marín, 1975, pp. 46-47, citado por Rojas, 2013). Esta escala proporciona información acerca del nivel de intensidad relativa que la persona manifiesta ante determinada situación u objeto, así puede haber dos declaraciones partidarias de alguna situación pero en grados diferentes (Rojas, 2013). Kerlinger y Lee (2002), consideran a la escala tipo Likert como una escala de actitud de puntuación sumada, consistente de un conjunto de reactivos con valor de actitud aproximadamente igual en el cual los participantes responden a los reactivos con un grado de intensidad entre "de acuerdo y desacuerdo". Las puntuaciones resultantes se pueden sumar o promediar con el propósito de obtener la puntuación que caracteriza la actitud del individuo y ubicarlo en algún punto de la escala de la actitud en cuestión (Kerlinger y Lee, 2002)

El instrumento para recolección de datos empleados en esta investigación utilizaron una escala ordinal tipo Likert, consistente de una serie de ítems presentados a manera de afirmaciones para medir la reacción del sujeto en una escala de cinco categorías de respuesta para todos los ítems. Se utilizaron frases acordes a cada pregunta con el propósito de reflejar mejor el comportamiento o características del objeto a calificar. Las siguientes frases categóricas a las cuales se les asignaron un valor, quedaron de la siguiente manera:

Tabla 17. Frases categóricas utilizadas de la escala Likert en el instrumento de medición

Puntuación	Frases (parte I)	Frases (parte II)	Frases (parte III)	Frases (parte IV)
5	Muy fuerte	Muy Suficiente	Demasiado	Muy alto
4	Fuerte	Suficiente	Mucho	Alto
3	Regular	Regular	Regular	Regular
2	Débil	Insuficiente	Poco	Bajo
1	Muy débil	Muy Insuficiente	Muy poco	Muy bajo

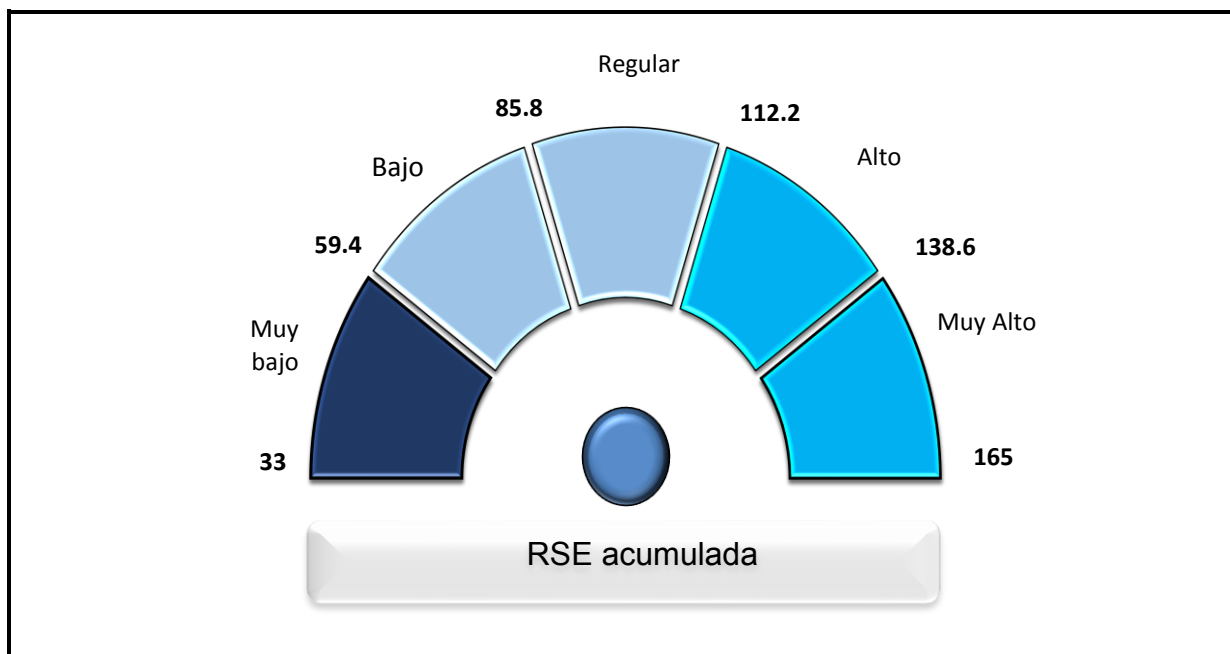
Fuente: elaboración propia con base en el instrumento de recolección de información.

Con base en esta numeración el puntaje máximo posible es el producto de multiplicar el número de ítems por el valor máximo de la escala y el puntaje mínimo posible es el total de ítems multiplicado por el valor mínimo de la escala. Para determinar la escala intermedia se hizo una resta aritmética entre los valores máximo y mínimo de la escala dividiendo el resultado entre 5 que es el número de categorías que se manejan para los ítems. Para el análisis de la información se consideraron las siguientes escalas:

- Escala que mide la RSE como valor acumulado de las variables

Contempla el acumulado de los 33 ítems de las variables independientes ambiental económica y social, presentando un valor máximo de la escala de 165 y el mínimo de 33 con un rango de escala resultante de 26.4.

Gráfica 9. Escala que mide la RSE como valor acumulado de las variables

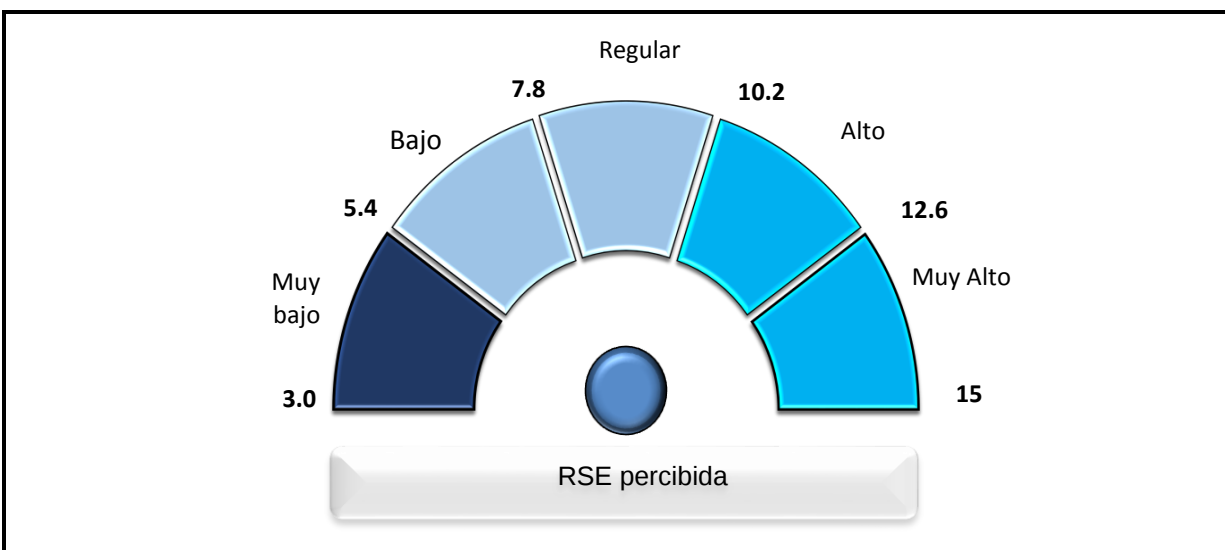


Fuente: Elaboración propia con base en la escala utilizada.

- Escala que mide la RSE percibida

Es la percepción de forma agregada de la RSE por parte de la empresa medida por 3 ítems con un valor máximo de 15 y un mínimo de 3 lo que origina un rango de escala de 2.4.

Gráfica 10. Escala que mide la RSE percibida de forma agregada

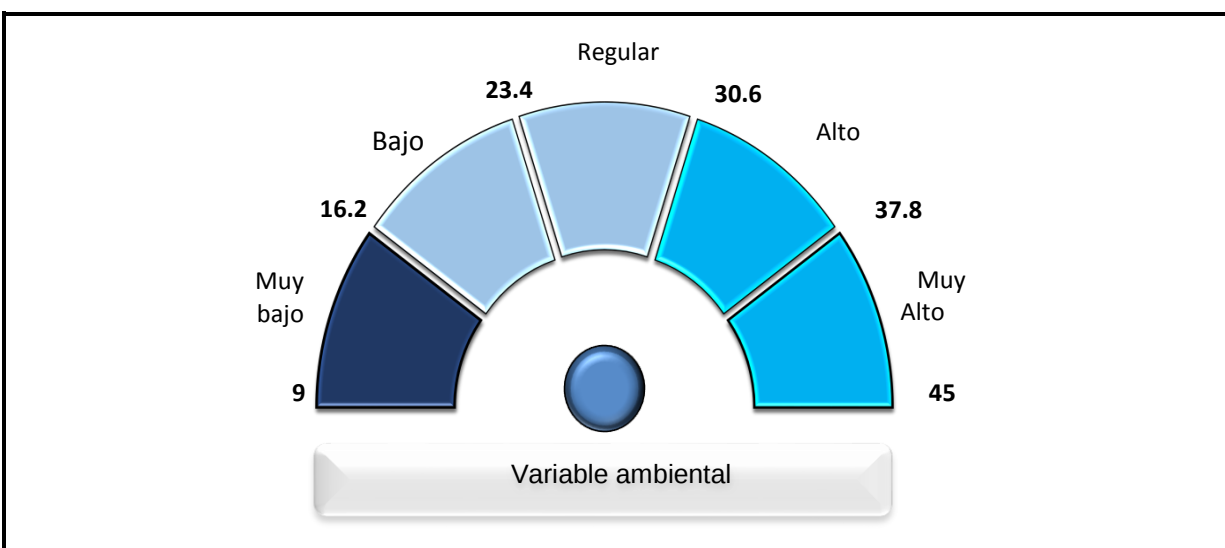


Fuente: Elaboración propia con base en la escala utilizada.

- Escala que mide por separado las variables independientes

Contempla el total de ítems de cada variable por separado, que en el caso de las variables ambiental y económica son 9 para cada una, con un valor máximo de 45 y un mínimo de 9 y un rango de escala resultante de 7.2. En el caso del aspecto social el número de ítems es 15 con valor máximo de 75 y mínimo de 15 y un rango de escala de 12.

Gráfica 11. Representación gráfica de la escala que mide el desempeño de la variable ambiental

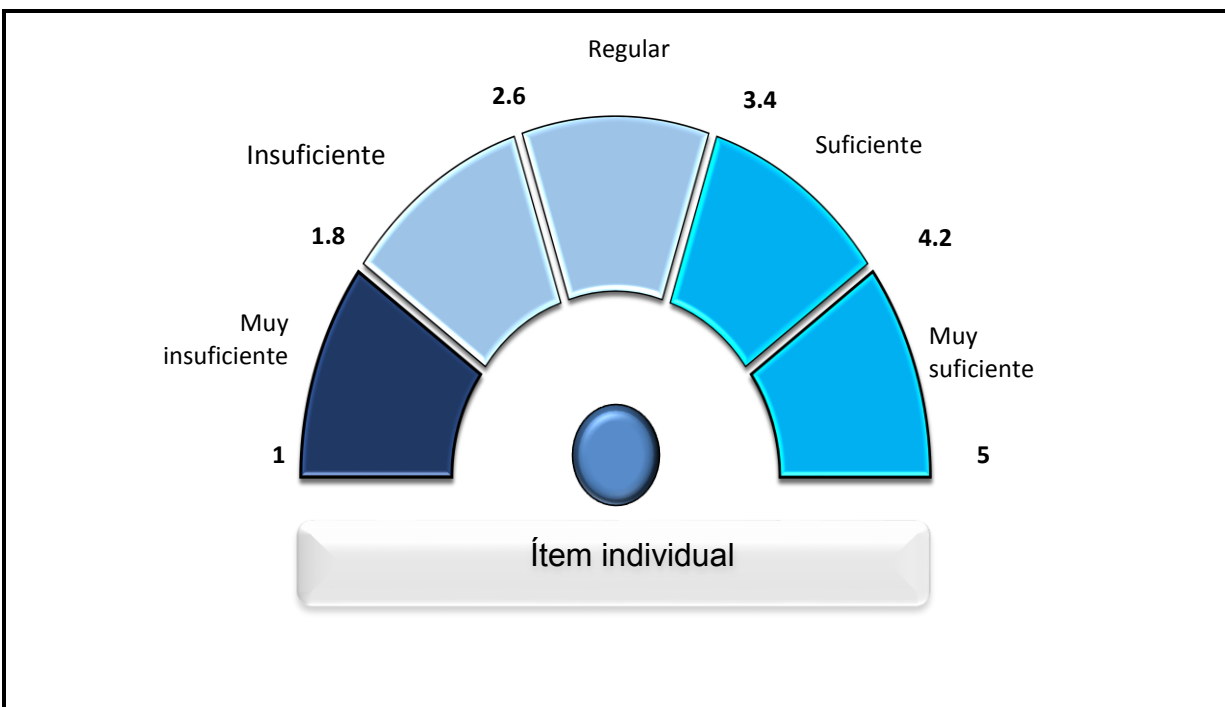


Fuente: Elaboración propia con base en la escala utilizada.

- Escala que mide cada ítem individual

Al considerar cinco categorías de respuesta el valor máximo de la escala es 5 y el mínimo 1, con un rango de escala de 0.8

Gráfica 12. Representación gráfica de la escala que mide cada ítem por separado



Fuente: Elaboración propia con base en la escala utilizada.

- Escala que mide la relevancia

Considerando que la relevancia se mide a partir del nivel de influencia de los temas en las decisiones y acciones de la empresa o de sus grupos de interés, se determinan dos grupos de escalas, uno para medir dicho nivel de influencia para cada una de las partes (empresa y grupos de interés) y el otro para medir el nivel de relevancia que es acumulativa de las dos que miden el nivel de influencia (ver gráfica 13).

Gráfica 13. Representación gráfica de las escalas que miden relevancia

VARIABLE; DIMENSIÓN	Nivel de influencia en las desiciones y acciones de la empresa y grupos de interés						Nivel de relevancia					
	Influye demasiado	Influye mucho	Influye regular	Influye poco	Influye muy poco		Muy alta relevancia	Alta relevancia	Regular relevancia	Baja relevancia	Muy baja relevancia	
Variable ambiental	45	37.8	30.6	23.4	16.2	9	90	75.6	61.2	46.8	32.4	18
Conservación de flora y fauna silvestres	5	4.2	3.4	2.6	1.8	1	10	8.4	6.8	5.2	3.6	2
Uso eficiente del agua	5	4.2	3.4	2.6	1.8	1	10	8.4	6.8	5.2	3.6	2
Conservación del suelo	5	4.2	3.4	2.6	1.8	1	10	8.4	6.8	5.2	3.6	2
Ahorro en el consumo energético	5	4.2	3.4	2.6	1.8	1	10	8.4	6.8	5.2	3.6	2
Manejo de residuos y efluentes	5	4.2	3.4	2.6	1.8	1	10	8.4	6.8	5.2	3.6	2
Cumplimiento regulatorio	5	4.2	3.4	2.6	1.8	1	10	8.4	6.8	5.2	3.6	2
Evaluación ambiental de proveedores	5	4.2	3.4	2.6	1.8	1	10	8.4	6.8	5.2	3.6	2
Diálogo con los grupos de interés de aspectos ambientales	10	8.4	6.8	5.2	3.6	2	20	16.8	13.6	10.4	7.2	4
Variable económica	45	37.8	30.6	23.4	16.2	9	90	75.6	61.2	46.8	32.4	18
Desempeño económico	5	4.2	3.4	2.6	1.8	1	10	8.4	6.8	5.2	3.6	2
Productividad	5	4.2	3.4	2.6	1.8	1	10	8.4	6.8	5.2	3.6	2
Eficiencia	5	4.2	3.4	2.6	1.8	1	10	8.4	6.8	5.2	3.6	2
Consecuencias económicas	15	12.6	10.2	7.8	5.4	3	30	25.2	20.4	15.6	10.8	6
Prácticas de adquisición	5	4.2	3.4	2.6	1.8	1	10	8.4	6.8	5.2	3.6	2
Diálogo con los grupos de interés de aspectos económicos	10	8.4	6.8	5.2	3.6	2	20	16.8	13.6	10.4	7.2	4
Variable social	75	63	51	39	27	15	150	126	102	78	54	30
Prácticas laborales	25	21	17	13	9	5	50	42	34	26	18	10
Derechos humanos	10	8.4	6.8	5.2	3.6	2	20	16.8	13.6	10.4	7.2	4
Comunidades locales	10	8.4	6.8	5.2	3.6	2	20	16.8	13.6	10.4	7.2	4
Evaluación social de proveedores	10	8.4	6.8	5.2	3.6	2	20	16.8	13.6	10.4	7.2	4
Anticorrupción	5	4.2	3.4	2.6	1.8	1	10	8.4	6.8	5.2	3.6	2
Responsabilidad sobre productos	5	4.2	3.4	2.6	1.8	1	10	8.4	6.8	5.2	3.6	2
Diálogo con los grupos de interés de aspectos sociales	10	8.4	6.8	5.2	3.6	2	20	16.8	13.6	10.4	7.2	4

Fuente: Elaboración propia con base en la escala utilizada.

5.7. Confiabilidad y validez

De acuerdo a Kerlinger y Lee (2002, págs. 582 y 583), la definición de confiabilidad tiene tres enfoques:

- “si se mide el mismo conjunto de objetos una y otra vez con el mismo instrumento de medición o uno comparable ¿se obtendrán iguales o similares resultados?”
- “¿las medidas obtenidas a partir de un instrumento de medición son las medidas *verdaderas* de la propiedad que se mide?”
- “puede definirse como la ausencia relativa de errores de medición en un instrumento de medición”

Hernández, Fernández y Baptista (2010), definen la fiabilidad o confiabilidad como el “grado en que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes” (pág. 200), es decir el nivel de congruencia o consistencia de los resultados obtenidos cuando se aplica un instrumento en ocasiones diferentes.

Existen algunas técnicas para determinar la confiabilidad de un instrumento de medición mediante el cálculo de coeficientes cuyos valores oscilan entre 0 y 1 refiriéndose este último valor a una confiabilidad máxima mientras que el cero se refiere a un error total. En el presente estudio se determinó la confiabilidad del instrumento mediante el procedimiento de consistencia interna denominada “coeficiente alfa Cronbach” siendo considerado éste el modelo más tradicional de confiabilidad (Kerlinger y Lee, 1996).

En lo que se refiere a la validez, Rojas (2013) menciona que cuando un instrumento de medición recoge la información para la que fue diseñado, se puede decir que cumple con el requisito de validez. Kerlinger y Lee (2002) afirman que una prueba es válida de acuerdo con el propósito científico o práctico de quien la utiliza pudiendo estar implicados diferentes tipos de validez ya sea de contenido, de criterio o de constructo y para el diseño del estudio de validación el investigador debe llevar en mente solo un tipo de validez, aunque algunos calculan varios coeficientes al respecto.

De acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (2010) la validez de contenido se refiere a que el instrumento de medición debe tener representados al menos a la mayoría de los componentes del dominio de contenido de las variables; cuando un instrumento de medición arroja resultados similares con los de algún criterio externo que pretende medir lo mismo, se cumple con la validez de criterio y la validez de constructo se refiere a que tanto explica el instrumento al modelo teórico empírico que subyace a la variable de interés.

Se considera que la validez de contenido y de constructo del instrumento de medición planteado en el presente trabajo se ha logrado suficientemente con base en el desarrollo del capítulo de marco teórico y conceptual de la RSE.

5.8. Selección de la muestra.

En forma general las muestras de una población se pueden clasificar en probabilísticas y no probabilísticas, las primeras utilizan alguna forma de muestreo aleatorizado en al menos una de sus etapas mientras que en las del segundo tipo éstas no se utilizan (Kerlinger y Lee, 2002)

Bajo conciencia de la situación de inseguridad y desconfianza en la que actualmente se vive, circunstancias que pueden incrementar la probabilidad de no respuesta por parte de las empresas, además de la naturaleza de la información del cuestionario empleado en este estudio y el hecho de que la participación de las empresas en el llenado del mencionado instrumento es voluntaria, en la presente investigación se seleccionó una muestra del tipo no probabilístico basada en la autoselección o participación voluntaria. Kerlinger y Lee (2002) discuten el tema de autoselección y menciona que la autoselección para muestras ocurre al seleccionar a los participantes en forma no aleatoria, cuando se “colocan ellos mismo” dentro de los grupos. Hernández, Fernández y Baptista (2010) la denominan “muestra de participantes voluntarios” o “autoseleccionada”.

Al respecto para definir la muestra se consultó y extendió la invitación a participar en el llenado del cuestionario a las 22 empresas agroexportadoras de brócoli a lo cual accedieron solamente 9, identificadas éstas en la tabla 18 con los números: 1, 3, 4, 6, 11, 15, 17, 21 y 22.

Tabla 18. Agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato

No.	Empresa Agroexportadora
1	Agrícola Amigo S.P.R. de R.L.
2	Agrícola Nieto S.A. de C. V.
3	Agrícola San Pedro S.A. de C.V.
4	Agrobastan, S. P. R. de R.L.
5	B&G Foods Manufacturing México, S. de R. L. de C. V.
6	Church Brothers México S. de R. L. de C. V.
7	Comercializadora Gab S. A. de C. V.
8	Congelados La Hacienda S. A. de C. V.
9	Covemex S.A. de C.V.
10	Expo Fresh, S. A. de C. V.
11	Expor San Antonio S. A. de C. V.
12	Frescos de Exportación S. P. R. de R. L.
13	Fresh Cooling S.A. de C.V.
14	Hortalizas Arredondo S. P. R. de R. L.
15	La Esperanza De Miranda, S. de P. R. de R. L.
16	Macu Frescos S.P.R. de R.L. de C.V
17	Mar Bran S. A. de C. V.
18	Mega Frescos Del Bajío, S.A. de C.V.
19	Mega Fresh Produce S. de R. L.
20	Productos Frugo S. A. de C. V.
21	Taylor Farms de México S. de R. L. de C. V.
22	Xtra Congelados Naturales S. A. de C. V.

Fuente: Elaboración propia con base en información de INEGI, COFOCE, CEAG y SAGARPA.

5.9. Recolección de la información y procesamiento de datos

Para la recolección de la información se analizó la estructura organizativa del gremio agro-empresarial en la entidad, considerando prudente realizar un acercamiento inicial con las

instituciones de mayor representatividad en este ámbito. Primeramente se expuso la intención del trabajo de investigación al director general del Consejo Estatal Agroalimentario de Guanajuato A. C., Ing. Ulises Esquivel Hernández, quien orientó y apoyó con información valiosa y a su vez proporcionó el contacto del Comité Estatal del Sistema Producto Brócoli del Estado de Guanajuato A.C., representado por su presidente el Ing. Fermín Vaca Delgado, quien sugirió y facilitó el contacto del Ing. Manuel Treviño González, presidente de la Asociación de Procesadores y Exportadores de Frutas y Vegetales en General A.C. A este último personaje se le planteó de manera detallada el proyecto de investigación quien a su vez lo dio a conocer a sus agremiados dentro de los cuales se encuentran las principales agroexportadoras de brócoli del estado de Guanajuato y además proporcionó los contactos para realizar la invitación a participar en dicho proyecto. A la par se recurrió a consultar la base de datos del DENUE de INEGI y páginas web de las empresas para identificar el resto de contactos, además de solicitar apoyo de personas clave de amplia trayectoria en el ámbito de las agroexportadoras de la región. Finalmente, se envió vía correo electrónico la invitación, integrada ésta por un documento de solicitud del investigador y un oficio de respaldo emitido por el Director del Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. La información de campo fue recolectada durante los meses de febrero y marzo de 2017 mediante el llenado del instrumento de medición y cuyos resultados generales se presentan en detalle en los anexos 6 y 7.

Cabe mencionar que durante la fase de campo se presentaron varias dificultades, principalmente la desconfianza de las empresas para proporcionar la información, pues algunas simplemente no contestaron el instrumento, otras manifestaron no tener interés en el estudio y otras más argumentaron que las políticas de la empresa no permiten entregar ese tipo de

información. Los cuestionarios en su mayoría fueron auto-suministrados y solamente en un caso se aplicó directamente con un representante de la empresa.

Para el análisis estadístico de la información, los datos fueron procesados en el programa Statistical Package for Social Sciences (SPSS) versión 21. La información obtenida para el análisis de las variables del presente estudio fue la distribución de frecuencias, las medidas de tendencia central, el coeficiente de correlación producto-momento de Pearson (r) y el coeficiente de determinación r^2 . El coeficiente r resulta de una prueba estadística que calcula el índice de relación entre dos variables con el propósito de obtener estimaciones más precisas referente al grado y a la dirección de las relaciones, está basado en la variación concomitante de los miembros de conjuntos de pares ordenados, es decir pueden covariar valores altos con valores altos, valores medios con valores medios, valores altos con valores bajos, etc.; el coeficiente r puede variar de +1.00 a través de 0 hasta -1.00 (Kerlinger y Lee, 2002). Hernández, Fernández y Baptista (2010) establecen los siguientes grados de correlación de r entre variables, medidas en un nivel de intervalos o razón.

-1.00 = correlación negativa perfecta.

-0.90 = Correlación negativa muy fuerte.

-0.75 = Correlación negativa considerable.

-0.50 = Correlación negativa media.

-0.25 = Correlación negativa débil.

-0.10 = Correlación negativa muy débil.

0.00 = No existe correlación alguna entre las variables.

+0.10 = Correlación positiva muy débil.

+0.25 = Correlación positiva débil.

+0.50 = Correlación positiva media.

+0.75 = Correlación positiva considerable.

+0.90 = Correlación positiva muy fuerte.

+1.00 = Correlación positiva perfecta.

Cuando r se eleva al cuadrado resulta el coeficiente de determinación r^2 que es la varianza de factores comunes, es decir el porcentaje de la variación de una variable debido a la variación de la otra variable y viceversa y se puede interpretar como que tanto explica o determina una variable la variación de la otra (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

Así mismo, debido a que el tamaño de muestra utilizado en el presente estudio es relativamente pequeño con tan solo 8 grados de libertad, y bajo el argumento de que es más probable que tamaños reducidos de muestra provoquen un bajo poder estadístico (Button, et al, 2013), resulta arriesgado el pensar que con dicha muestra se puedan sostener los supuestos de la población lo que implica una alta probabilidad de obtener estadísticos débiles. Para lograr una mayor aproximación al problema y estimar ajustes y los límites de error de los estadísticos, se optó por la aplicación del método de remuestreo denominado bootstrap considerado como el más conocido y versátil (Miranda, 2003), mediante el cual se construye un modelo de distribución empírico para determinados estadísticos partiendo de la información muestral mediante la simulación de un número elevado de muestras aleatorias a partir de los datos observados. En esta técnica trata a la muestra como si fuera la población y a partir de ella se extraen con reposición un gran número de remuestras de igual tamaño a la muestra original. Con bootstrap se afirma que una distribución de frecuencias de un estadístico $\hat{\theta}^*$ obtenido a partir de las remuestras es una estimación de la distribución muestral observada $\hat{\theta}$ (Mooney y Duval, 1993, citado por Miranda, 2003). Bickel y Krieger (1989, citado por Gil 2005) menciona

que con muestras pequeñas de 10 a 20 casos el método puede ofrecer buenos resultados, mientras que Chernick (1999, citado por Gil, 2005) lo considera inadecuado para muestras inferiores a 5 y recomienda 5000 remuestras para la solución de la mayor parte de los problemas que se plantean. Bradley Efron (2016) quien fue el pionero en impulsar el método bootstrap, afirma que en general este juega un papel secundario en cualquier análisis siendo el protagonista el algoritmo que responde a la pregunta de interés y mediante bootstrap se busca la precisión.

Bootstrap resulta útil para describir la distribución muestral de estimadores con propiedades muestrales desconocidas o que difícilmente se pueden estimar con medios analíticos. Para estimar los intervalos de confianza del estadístico existen dos procedimientos: a) el método percentil que asigna como extremos inferior y superior del intervalo de confianza $(1-\alpha)$, los percentiles $\alpha/2$ y $1-\alpha/2$ de la distribución bootstrap del estimador, y b) el método BCA o corregido para el sesgo y acelerado, el cual trata de compensar las limitaciones generadas por la asimetría en la distribución del estimador y por situaciones en las que la forma de la distribución cambia dependiendo de los valores del parámetro (Efron 1979 y 1987, citado por López y Elosua, 2004). Este último fue utilizado en el presente estudio por las ventajas que presenta ante el método percentil y para obtener el valor de los estadísticos ajustados se suma el sesgo resultante al estadístico original (IBM, s.f.); con el uso de SPSS versión 21, se emplearon 5000 remuestras para obtener los resultados de los promedios de las variables y los coeficientes de correlación de Pearson **r**.

CAPÍTULO VI

Resultados de la Investigación

En este capítulo se analiza la información obtenida en la investigación de campo y se exponen los resultados que caracterizan a las variables de estudio y la relación entre éstas. Primeramente se menciona el resultado de validez del instrumento de medición utilizado para continuar con la presentación de los datos de campo y el procesamiento estadístico, así como el concentrado de los resultados que miden la relevancia de las variables independientes.

Se procede a la fase de análisis de las variables iniciando con la medición de la RSE que es la variable dependiente haciendo lo mismo con las variables ambiental, económica y social, además de estimar su relevancia.

Enseguida se hacen los contrastes entre variables y se presentan los resultados del análisis de remuestreo bootstrap para los estadísticos de las variables de estudio, así como la prueba de hipótesis correspondiente. Finalmente de acuerdo a la información proporcionada por las agroexportadoras participantes en el estudio se realizó una caracterización del sector, así mismo se identificaron los principales motivadores y obstáculos para la implementación de acciones socialmente responsables.

6.1. Resultados de confiabilidad del instrumento de medición

El instrumento de medición de datos utilizado en la presente investigación considera 36 ítems cuantitativos para la medición de las variables dependiente e independientes obteniendo un valor alfa de Cronbach de 0.885, mientras que para los 66 ítems que determinan la relevancia de las variables el coeficiente alfa resultó de 0.932 y un resultado global del análisis conjunto para los 102 ítems dio como resultado un coeficiente alfa de Cronbach de 0.946 lo que indica un nivel de confiabilidad aceptable para los tres coeficientes calculados.

6.2. Resultados de las variables

La base para el análisis estadístico de las variables de estudio fue la información obtenida durante la fase de recolección de información en campo la cual se concentra en la siguiente matriz de datos que integra la información proporcionada por las empresas participantes:

Tabla 19. Matriz de datos para el desempeño de las variables dependiente e independientes

E.*	V. ambiental (ítem)									V. económica (ítem)									V. social (ítem)													RSE (ítem)			Σ***		
	II.1	II.2	II.3	II.4	II.5	II.6	II.7	II.8	II.9	II.10	II.11	II.12	II.13	II.14	II.15	II.16	II.17	II.18	II.19	II.20	II.21	II.22	II.23	II.24	II.25	II.26	II.27	II.28	II.29	II.30	II.31	II.32	II.33	IV.1		IV.2	IV.3
1	3	3	4	4	5	4	2	3	2	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	5	5	4	3	5	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	3	124
2	4	5	4	3	4	4	3	2	3	5	5	4	3	4	5	4	3	3	5	5	5	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	133
3	2	3	4	2	3	5	3	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	2	2	4	5	4	3	3	3	4	131
4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	5	4	2	4	4	4	3	4	2	5	4	4	3	3	4	4	3	2	1	1	3	5	4	3	4	3	4	111
5	5	5	5	3	5	5	3	2	1	5	5	3	5	3	4	3	1	3	5	5	5	4	4	5	4	5	4	2	2	5	5	2	3	3	4	5	126
6	3	4	4	4	4	4	2	2	2	3	4	3	4	4	4	3	2	2	4	2	2	3	3	3	3	4	3	2	2	3	4	1	1	3	3	3	98
7	3	2	4	3	5	5	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	5	3	4	4	4	4	115
8	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	134
9	4	3	4	3	5	5	4	3	3	5	4	3	4	3	3	4	3	3	5	5	5	4	5	5	5	5	2	2	2	5	5	3	4	5	4	5	128
Σ***	31	32	36	29	39	38	26	28	26	40	38	31	37	33	36	32	28	28	43	40	40	34	34	39	37	35	29	21	23	35	44	28	30	34	33	36	1100
Prom	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	5	3	3	4	4	4	122.2

E.*: Empresa; Σ^{**} : suma de los valores de los ítems por empresa; Σ^{***} : suma total de cada ítem de desempeño

Fuente: Elaboración propia con base en los datos obtenidos en la fase de campo

Las dimensiones de las variables independientes resultan de la agrupación y suma de cada uno de los ítems de acuerdo a la matriz de congruencia del anexo 1. A continuación se presenta el concentrado para cada una de las variables:

Tabla 20. Resultados para el desempeño de las dimensiones de las variables independientes

E.*	V. ambiental (dimensiones)								V. económica (dimensiones)						V. social (dimensiones)						
	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	E1	E2	E3	E4	E5	E6	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7
1	3	3	4	4	5	4	2	2	4	4	4	4	3	3	4	5	5	4	3	5	4
2	4	5	4	3	4	4	3	3	5	5	4	3	4	3	5	5	5	4	5	5	4
3	2	3	4	2	3	5	3	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5
4	3	3	3	4	4	3	3	3	5	4	2	4	4	2	5	4	4	3	3	4	4
5	5	5	5	3	5	5	3	1	5	5	3	5	3	3	5	5	5	4	4	5	4
6	3	4	4	4	4	4	2	2	3	4	3	4	4	2	4	2	2	3	3	3	3
7	3	2	4	3	5	5	3	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	3	3	3	3
8	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5
9	4	3	4	3	5	5	4	3	5	4	3	4	3	3	5	5	5	4	5	5	5
Σ^{**}	31	32	36	29	39	38	26	54	40	38	31	106	32	56	191	76	64	44	35	44	58
Prom.	3.4	3.6	4.0	3.2	4.3	4.2	2.9	6.0	4.4	4.2	3.4	11.8	3.6	6.2	21.2	8.4	7.1	4.9	3.9	4.9	6.4

E.*: Empresa; Σ^{**} : suma total del desempeño de cada dimensión de las variables independientes

Fuente: Elaboración propia con base en los datos obtenidos en la fase de campo.

Para explicar con mayor claridad los resultados para cada una de las dimensiones de las variables independientes en la tabla 21 se enuncia el significado de cada uno de los códigos correspondientes a dichas dimensiones.

Tabla 21. Códigos para las dimensiones de las variables independientes

Código	Indicador	Código	Indicador
A1	Conservación de flora y fauna silvestres	E4	Consecuencias económicas
A2	Uso eficiente del agua	E5	Prácticas de adquisición
A3	Conservación del suelo	E6	Diálogo con los grupos de interés de aspectos económicos
A4	Ahorro en el consumo energético	S1	Prácticas laborales
A5	Manejo de residuos y efluentes	S2	Derechos humanos
A6	Cumplimiento regulatorio	S3	Comunidades locales
A7	Evaluación ambiental de proveedores	S4	Evaluación social de proveedores
A8	Diálogo con los grupos de interés de aspectos ambientales	S5	Anticorrupción
E1	Desempeño económico	S6	Responsabilidad sobre productos
E2	Productividad laboral	S7	Diálogo con los grupos de interés de aspectos sociales
E3	Eficiencia		

Fuente: Elaboración propia.

6.2.1. Procesamiento de la variable dependiente.

La variable dependiente de la presente investigación es la responsabilidad social empresarial percibida por las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato, cuyo análisis se realizó con base en los resultados derivados de cálculos de los datos obtenidos en la fase de investigación de campo. Para comenzar a caracterizar la información a continuación se muestran las medidas de tendencia central de la variable independiente calculada de los resultados de los tres ítems respectivos, incluyendo el valor bootstrap del promedio.

Tabla 22. Medidas de tendencia central de la variable dependiente RSE percibida

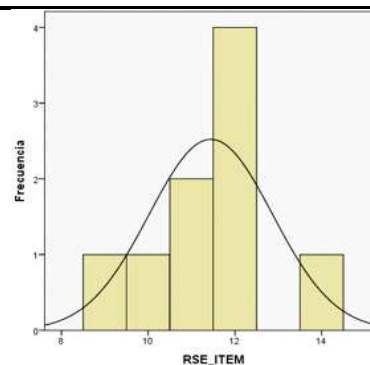
Estadístico	Responsabilidad social empresarial percibida
N	9
Rango	5
Mínimo	9
Máximo	14
Suma	103
Media	11.444
Media bootstrap	11.445
Mediana	12.00
Moda	12.00
Desv. típ.	1.424
Varianza	2.028
Asimetría	-0.023
Curtosis	0.846

Fuente: Elaboración propia con base en el procesamiento de datos obtenidos en la fase de campo.

Otra información que da cuenta de detalles importantes de la variable dependiente es la distribución de frecuencias mediante la cual se ilustra la forma como se distribuyen los datos en relación con la distribución normal.

Tabla 23. Distribución de frecuencias de la variable dependiente RSE

Valor	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
9	1	11.1	11.1
10	1	11.1	22.2
11	2	22.2	44.4
12	4	44.4	88.9
14	1	11.1	100.0
Total	9	100.0	0.0



Fuente: Elaboración propia con base en el procesamiento de datos obtenidos en la fase de campo.

6.2.2. Procesamiento de las variables independientes.

Las variables independientes de las cuales se pretende conocer el efecto en la variable dependiente, son la variable ambiental, la variable económica y la variable social. La estimación de las medidas de tendencia central incluyendo el promedio ajustado por bootstrap para estas tres variables son las siguientes:

Tabla 24. Medidas de tendencia central de las variables independientes

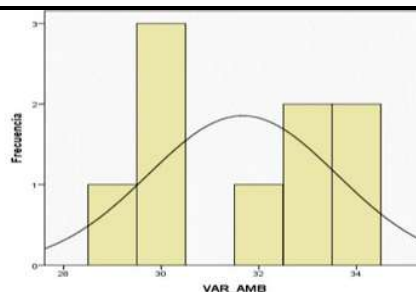
Estadístico	Variable ambiental	Variable económica	Variable social
N	9	9	9
Rango	5	10	25
Mínimo	29	29	40
Máximo	34	39	65
Suma	285	303	512
Media	31.667	33.667	56.889
Media bootstrap	31.669	33.696	56.940
Mediana	32.00	33.00	61.00
Moda	30.00	32.00	49.00
Desv. típ.	1.936	3.082	8.695
Varianza	3.750	9.500	75.611
Asimetría	-0.059	0.468	-1.110
Curtosis	-1.917	-0.238	0.008

Fuente: Elaboración propia con base en el procesamiento de datos obtenidos en la fase de campo.

Para las variables independientes se obtuvo también la distribución de frecuencias tanto numérica como gráficamente. Específicamente para la variable ambiental los resultados son los siguientes:

Tabla 25. Distribución de frecuencias de la variable ambiental

Valor	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
29	1	11.1	11.1
30	3	33.3	44.4
32	1	11.1	55.6
33	2	22.2	77.8
34	2	22.2	100.0
Total	9	100.0	0.0

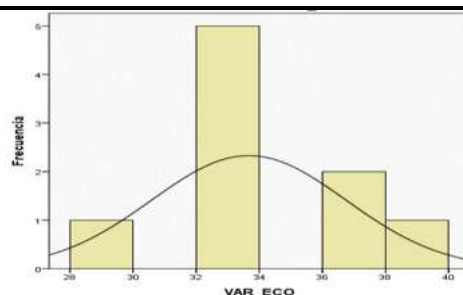


Fuente: Elaboración propia con base en el procesamiento de datos obtenidos en la fase de campo.

La distribución de frecuencias para la variable económica se presenta en tabla siguiente:

Tabla 26. Distribución de frecuencias de la variable económica

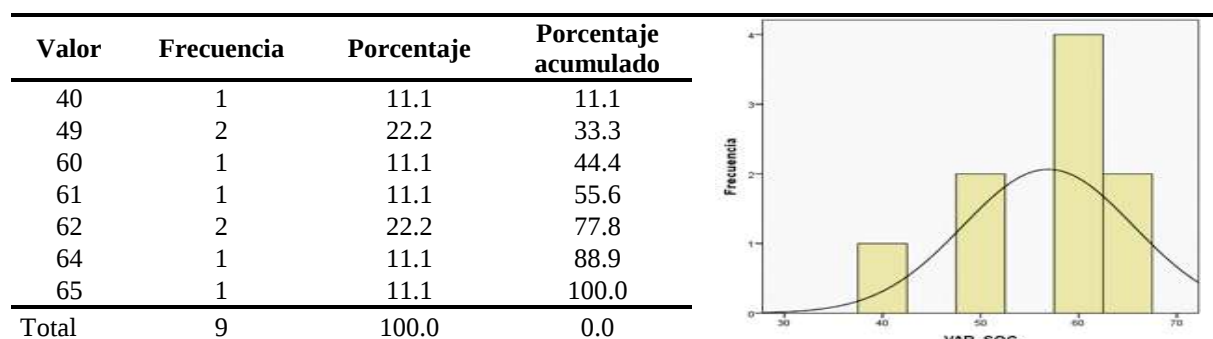
Valor	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
29	1	11.1	11.1
32	3	33.3	44.4
33	2	22.2	66.7
36	1	11.1	77.8
37	1	11.1	88.9
39	1	11.1	100.0
Total	9	100.0	0.0



Fuente: Elaboración propia con base en el procesamiento de datos obtenidos en la fase de campo.

Finalmente se calculó la distribución de frecuencias para la variable social resultando como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 27. Distribución de frecuencias de la variable social



Fuente: Elaboración propia con base en el procesamiento de datos obtenidos en la fase de campo.

6.3. Resultados de la relevancia

En el presente trabajo se considera el análisis de la relevancia de las variables independientes y se determina con base en el nivel de influencia de éstas en las decisiones, acciones y desempeño tanto de la empresa como de sus grupos de interés.

Para determinar la influencia de las variables independientes en las decisiones y acciones de la empresa se tomó como base la siguiente matriz de datos:

Tabla 28. Matriz de datos para la relevancia de las variables independientes (a. empresa)

E.*	V. ambiental									V. económica									V. social														
	III.1a	III.2a	III.3a	III.4a	III.5a	III.6a	III.7a	III.8a	III.9a	III.10a	III.11a	III.12a	III.13a	III.14a	III.15a	III.16a	III.17a	III.18a	III.19a	III.20a	III.21a	III.22a	III.23a	III.24a	III.25a	III.26a	III.27a	III.28a	III.29a	III.30a	III.31a	III.32a	III.33a
1	3	4	4	4	4	4	2	3	3	5	5	5	4	3	5	3	4	3	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	2	2	2	2	2
2	4	5	4	4	3	5	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4
3	2	5	4	5	3	4	3	2	2	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	3	3	3	5	5	5	4
4	2	4	3	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	4	3	3	2	3	2	2	4	1	1	2	5	4	3
5	5	5	5	5	5	4	2	1	2	4	4	5	2	5	4	3	1	1	2	3	4	2	3	3	1	2	2	3	3	5	5	4	2
6	4	4	4	4	4	4	1	2	2	4	4	5	4	4	4	4	2	2	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	1	3	4	2	3
7	2	3	3	4	2	4	4	2	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	5	4	3	3	4	4	5	5	4	4
8	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4
9	4	4	5	5	5	5	2	3	3	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	1	1	4	5	4	4
Σ**	30	38	35	39	35	38	25	25	27	40	40	39	34	36	38	34	31	30	40	39	39	31	33	37	30	29	30	26	22	34	41	33	30
Prom	3.3	4.2	3.9	4.3	3.9	4.2	2.8	2.8	3.0	4.4	4.4	4.3	3.8	4.0	4.2	3.8	3.4	3.3	4.4	4.3	4.3	3.4	3.7	4.1	3.3	3.2	3.3	2.9	2.4	3.8	4.6	3.7	3.3

E.*: Empresa; Σ^{**} : suma total de la relevancia (a. empresa) de cada dimensión de las variables independientes

Fuente: Elaboración propia con base en los datos obtenidos en la fase de campo.

De igual manera para determinar la influencia de las variables independientes en las decisiones y acciones de los grupos de interés se generó otra matriz específica de datos.

Tabla 29. Matriz de datos para la relevancia de las variables independientes (b. gpos. de interés)

E.*	V. ambiental									V. económica									V. social														
	III.1b	III.2b	III.3b	III.4b	III.5b	III.6b	III.7b	III.8b	III.9b	III.10b	III.11b	III.12b	III.13b	III.14b	III.15b	III.16b	III.17b	III.18b	III.19b	III.20b	III.21b	III.22b	III.23b	III.24b	III.25b	III.26b	III.27b	III.28b	III.29b	III.30b	III.31b	III.32b	III.33b
1	3	4	4	4	4	4	2	3	3	4	5	4	5	3	4	3	3	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	2	2	2	2
2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4
3	2	5	4	5	3	4	3	2	2	5	5	5	4	4	4	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5
4	2	3	3	5	4	3	3	3	4	5	5	3	3	4	4	3	3	3	5	4	3	3	1	2	3	2	1	1	1	3	5	2	3
5	5	2	2	2	4	4	1	1	2	5	5	3	1	5	4	3	2	1	3	3	3	3	3	3	2	1	1	1	1	4	4	3	2
6	4	4	4	4	4	4	1	2	2	4	4	5	4	4	4	4	2	2	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	1	3	4	2	3
7	3	2	3	4	2	2	3	2	3	4	4	3	5	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4
8	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	5	4	2	4	5	4	3	3	4	4	5	5	4	4
9	3	4	3	4	5	5	2	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	5	4	4	4	4	4	3	3	3	1	1	3	3	4	4
Σ**	29	32	30	35	33	34	23	23	26	39	40	33	33	34	34	28	27	29	40	37	35	31	32	34	31	27	26	24	21	33	37	29	31
Prom	3.2	3.6	3.3	3.9	3.7	3.8	2.6	2.6	2.9	4.3	4.4	3.7	3.7	3.8	3.8	3.1	3.0	3.2	4.4	4.1	3.9	3.4	3.6	3.8	3.4	3.0	2.9	2.7	2.3	3.7	4.1	3.2	3.4

E.*: Empresa; Σ**: suma total de la relevancia (b. gpos. de interés) de cada dimensión de las variables independientes

Fuente: Elaboración propia con base en los datos obtenidos en la fase de campo.

Al sumar la influencia de las variables en las decisiones y acciones de la empresa más la influencia en las decisiones y acciones de los grupos de interés, resulta un indicador de la relevancia de las variables. Los datos se desglosan en la siguiente matriz de datos:

Tabla 30. Matriz de datos para la relevancia de las variables independientes (a+b)

E.*	V. ambiental									V. económica									V. social														
	III.1	III.2	III.3	III.4	III.5	III.6	III.7	III.8	III.9	III.10	III.11	III.12	III.13	III.14	III.15	III.16	III.17	III.18	III.19	III.20	III.21	III.22	III.23	III.24	III.25	III.26	III.27	III.28	III.29	III.30	III.31	III.32	III.33
1	6	8	8	8	8	8	4	6	6	9	10	9	9	6	9	6	7	6	8	10	9	8	8	10	8	8	8	8	5	4	4	4	4
2	7	9	8	7	6	9	8	7	6	9	8	7	8	8	9	7	7	8	9	7	8	7	8	8	8	7	8	7	6	7	9	7	8
3	4	10	8	10	6	8	6	4	4	10	10	10	8	8	8	7	8	10	10	10	10	10	9	9	10	9	7	7	6	10	10	10	9
4	4	7	6	9	9	7	6	7	8	9	9	7	7	8	8	6	6	6	10	8	6	6	3	5	5	4	5	2	2	5	10	6	6
5	10	7	7	7	9	8	3	2	4	9	9	8	3	10	8	6	3	2	5	6	7	5	6	6	3	3	3	4	4	9	9	7	4
6	8	8	8	8	8	8	2	4	4	8	8	10	8	8	8	8	4	4	8	6	6	6	6	6	4	6	6	4	2	6	8	4	6
7	5	5	6	8	4	6	7	4	7	8	8	6	10	7	8	8	8	8	10	10	10	7	8	9	8	6	6	8	8	10	10	8	8
8	8	8	6	8	8	8	8	8	8	8	9	8	8	8	7	7	8	8	10	10	9	5	8	9	8	6	6	8	8	9	10	8	8
9	7	8	8	9	10	10	4	6	6	9	9	7	6	7	7	7	7	7	10	9	9	8	9	9	7	7	7	2	2	7	8	8	8
Σ**	59	70	65	74	68	72	48	48	53	79	80	72	67	70	72	62	58	59	80	76	74	62	65	71	61	56	56	50	43	67	78	62	61
Prom	6.6	7.8	7.2	8.2	7.6	8.0	5.3	5.3	5.9	8.8	8.9	8.0	7.4	7.8	8.0	6.9	6.4	6.6	8.9	8.4	8.2	6.9	7.2	7.9	6.8	6.2	6.2	5.6	4.8	7.4	8.7	6.9	6.8

E.*: Empresa; Σ**: suma total de la relevancia (a+b) de cada dimensión de las variables independientes

Fuente: Elaboración propia con base en los datos obtenidos en la fase de campo.

La estimación de los promedios para la relevancia de las variables independientes se estima con la información de la tabla 29 para cada una de las tres variables y se ajusta con base en el procedimiento bootstrap, cuyos resultados se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 31. Relevancia de las variables independientes

Estadístico	Variable ambiental	Variable económica	Variable social
Media	61.889	68.778	106.889
Media bootstrap	61.875	68.786	106.868

Fuente: Elaboración propia con base en el procesamiento de datos obtenidos en la fase de campo

6.4. Análisis de las variables

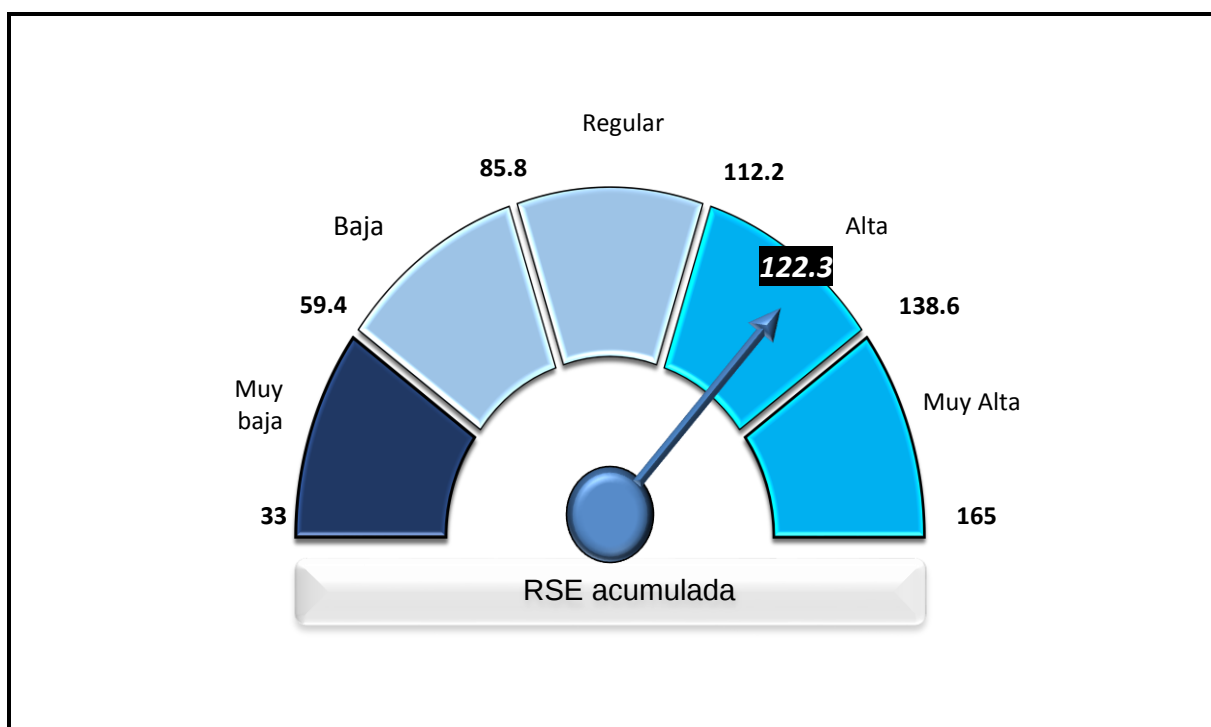
El universo de estudio de la investigación se integró por 22 empresas agroexportadoras de brócoli a las cuales se invitó a participar en el llenado del cuestionario respectivo logrando la respuesta de 9 de ellas. Este instrumento se aplicó durante los meses de febrero y marzo de 2017 y fue diseñado para la obtención de respuestas directas con base en una escala tipo Likert con cinco alternativas de respuesta y que puede ser auto administrado o como entrevista estructurada. La información obtenida se concentró en una matriz de datos para ser procesada estadísticamente y obtener los indicadores requeridos para el análisis general y específico de las diferentes variables.

6.4.1. Responsabilidad social empresarial.

La RSE de manera global se mide con base en los resultados del total de las empresas entrevistadas considerando el acumulado de los 33 ítems del cuestionario que contemplan el total de variables. El resultado promedio ajustado con bootstrap fue de 122.3 que de acuerdo a la escala corresponde a la categoría de “alta RSE” con tendencia hacia la categoría “regular RSE”; el rango estadístico es de 36, valor mínimo de 98 y máximo de 134 puntos. Las opiniones

de las empresas se distribuyeron solo en dos categorías de la escala correspondiendo el 77.8% a “alta RSE” y el restante 22.2% a la categoría “regular RSE”. Ninguna de las empresas se ubicó en las categorías extremas de la escala. En cuanto a medidas de dispersión la desviación estándar resultó de 11.98 unidades, por debajo de la mitad de las 26.4 unidades de distancia entre cada categoría de la escala.

Gráfica 14. Resultado global de la responsabilidad social empresarial

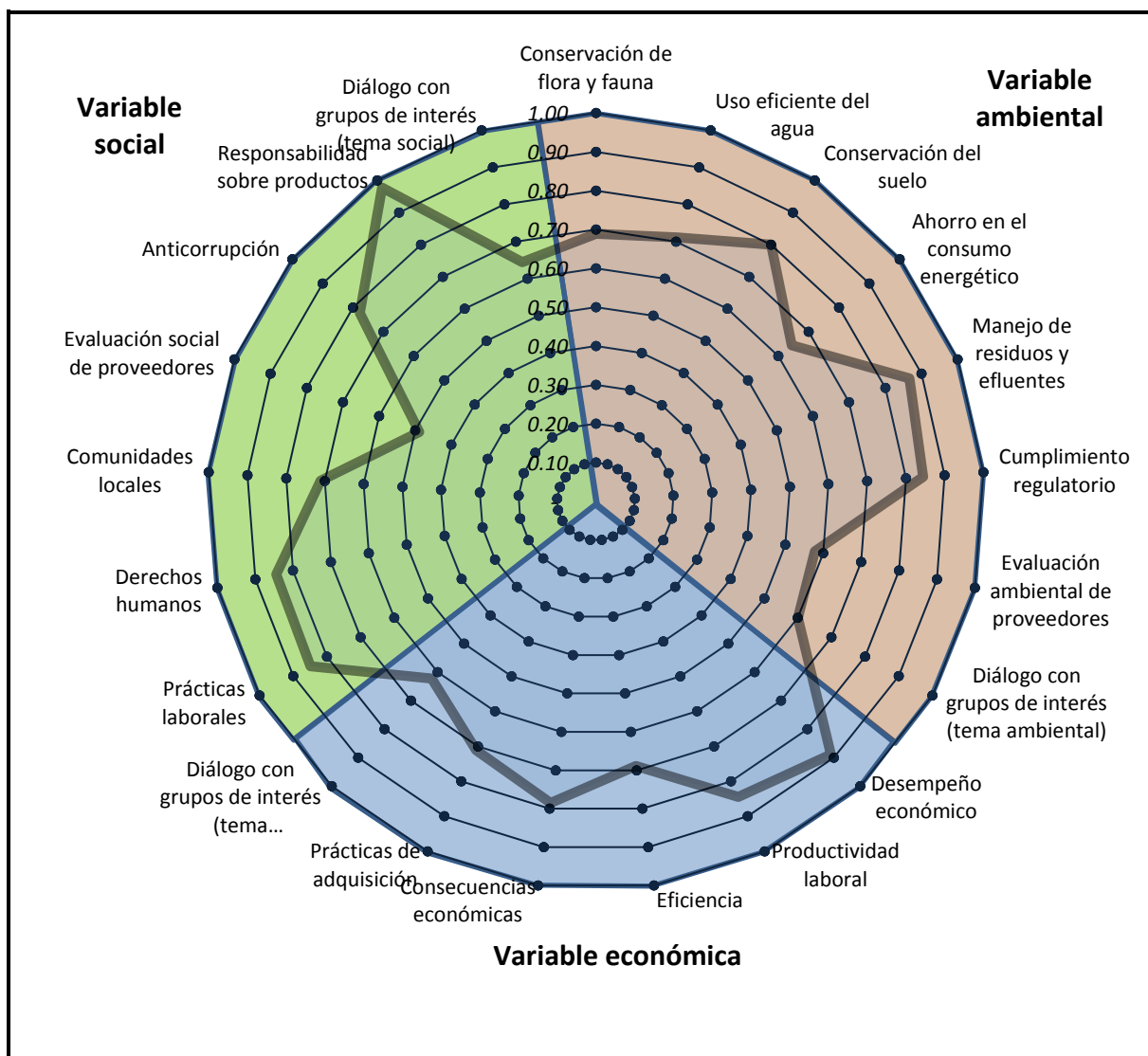


Fuente: Elaboración propia con base en el procesamiento de datos obtenidos en la fase de campo.

Las diferentes subdimensiones o dimensiones de las variables independientes contribuyen al dato global de la responsabilidad social de la empresa. En este caso la subdimensión *responsabilidad sobre productos* fue la mejor calificada siguiéndole el *desempeño económico*, *manejo de residuos y efluentes*, *prácticas laborales*, *cumplimiento regulatorio ambiental*, *derechos humanos* y *productividad*. En el extremo contrario con el menor valor asignado se ubica a la subdimensión *evaluación social de proveedores*, le sigue *evaluación ambiental de*

proveedores y el diálogo con los grupos de interés de temas ambientales y diálogo con los grupos de interés de temas económicos.

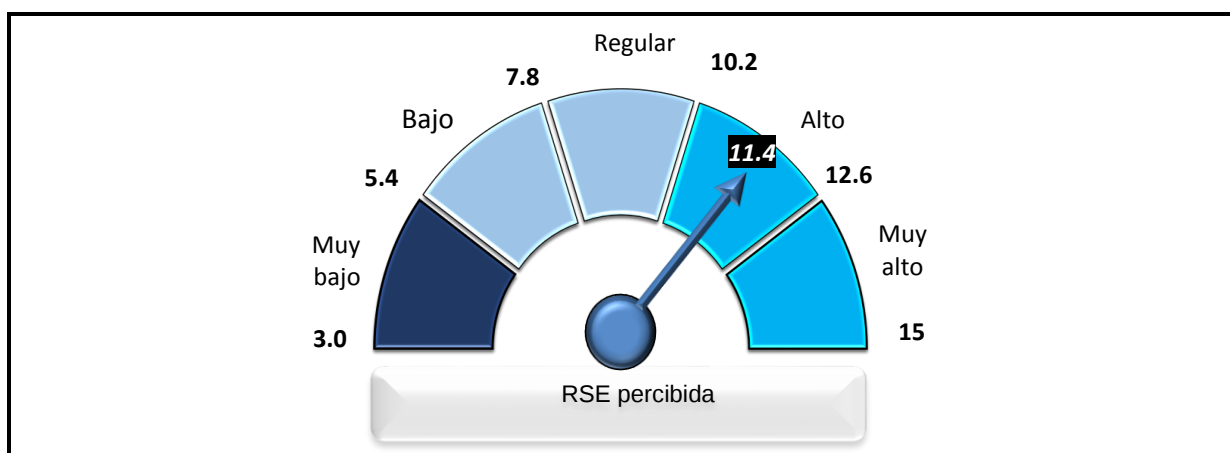
Gráfica 15. Calificación de las subdimensiones de RSE



Fuente: Elaboración propia con base en el procesamiento de datos obtenidos en la fase de campo.

Específicamente la RSE percibida se mide con tres ítems, resultando la percepción agregada de la RSE cuyo promedio fue de 11.44 ubicándose en la categoría de “alta RSE”.

Gráfica 16. Resultado de la RSE percibida de forma agregada

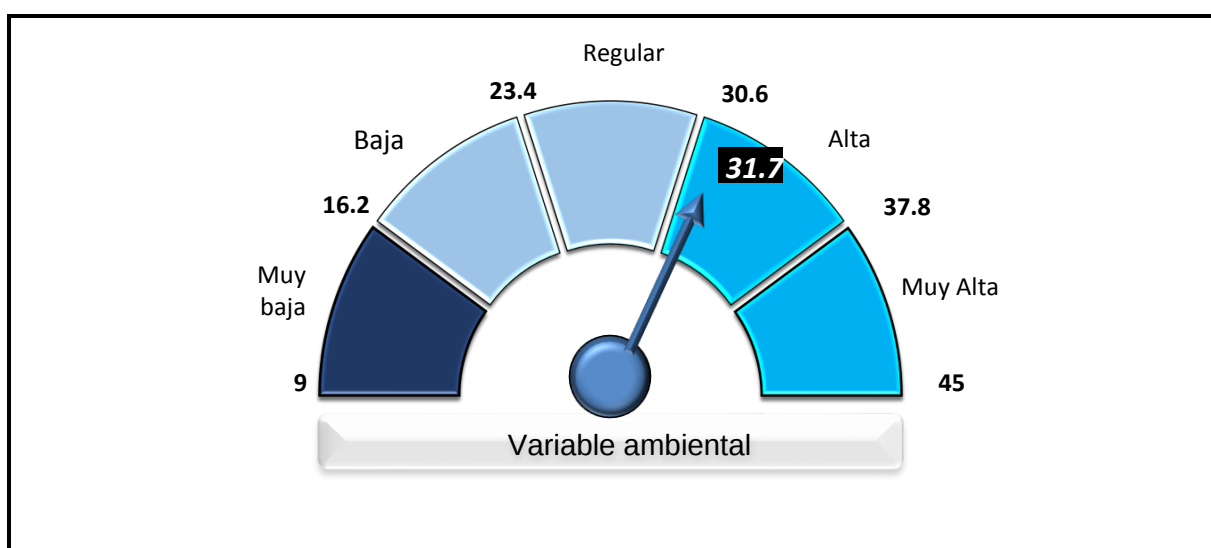


Fuente: Elaboración propia.

6.4.2. Variable ambiental.

La responsabilidad ambiental de las empresas corresponde al valor otorgado en los cuestionarios a la variable ambiental y refleja la situación del sector agroexportador de brócoli en relación a esta variable. El promedio obtenido fue de 31.7 que de acuerdo a la escala se ubica en la categoría de “alta” aunque con una marcada proximidad hacia la categoría “regular”. El valor máximo obtenido en la muestra fue de 34 y el mínimo de 29 con un rango de 5 y desviación estándar de 1.9.

Gráfica 17. Resultado de la responsabilidad ambiental

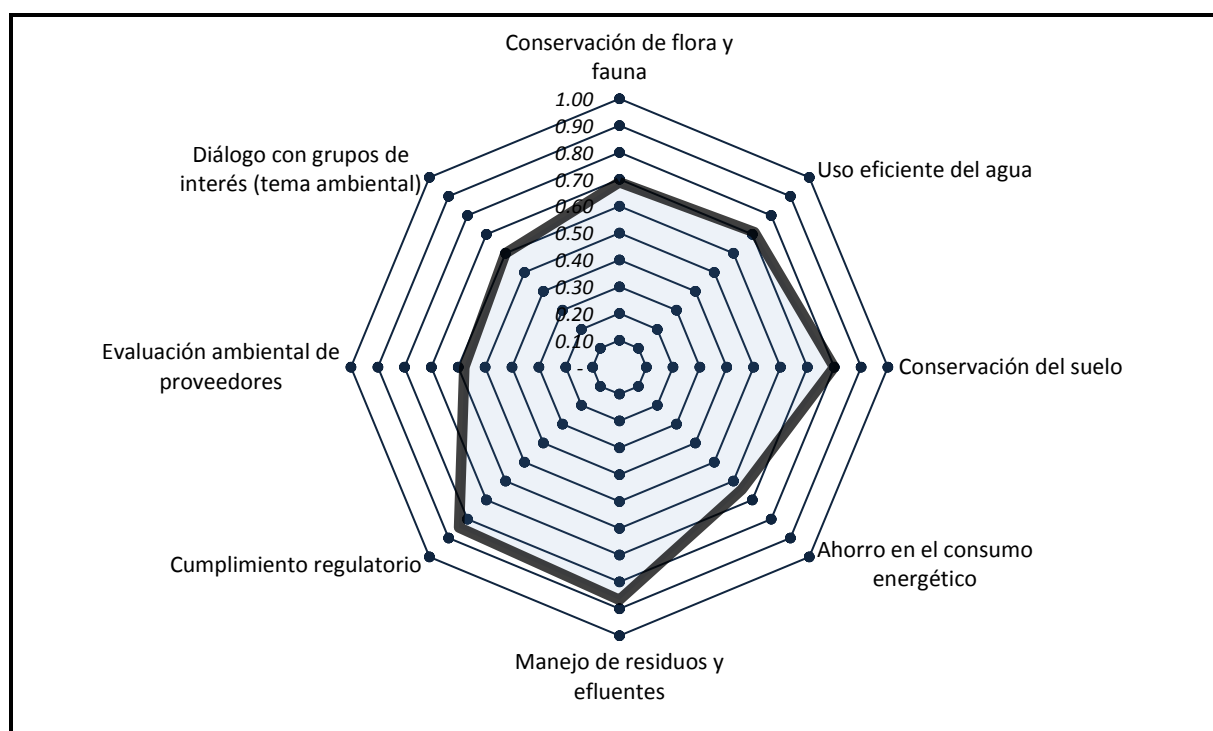


Fuente: Elaboración propia con base en el procesamiento de datos obtenidos en la fase de campo.

Con relación a la distribución de la muestra esta se distribuyó solo en dos categorías, el 55.5% de las empresas calificó como alta la responsabilidad ambiental y el restante 44.5% la calificó como regular con una marcada proximidad a la categoría alta.

Son 8 las dimensiones de la variable ambiental de las cuales el mayor valor asignado fue para *manejo de residuos y efluentes* y *cumplimiento regulatorio en materia ambiental*, le siguen *uso eficiente del agua* y *conservación de flora y fauna* quedando en las últimas posiciones el *diálogo con grupos de interés de temas ambientales* y la *evaluación ambiental de proveedores*.

Gráfica 18. Valoración de las dimensiones de la variable ambiental



Fuente: Elaboración propia con base en el procesamiento de datos obtenidos en la fase de campo.

En RSE el principio de relevancia consiste en determinar los asuntos materiales o relevantes con base en la medida en que influyan en las decisiones, acciones y desempeño de la organización o de sus grupos de interés (AccountAbility, 2008). Con base en este argumento la

relevancia de la variable ambiental resulta de la relevancia de sus dimensiones determinada por la medida en que éstas afectan las decisiones y acciones de la empresa y de los grupos de interés.

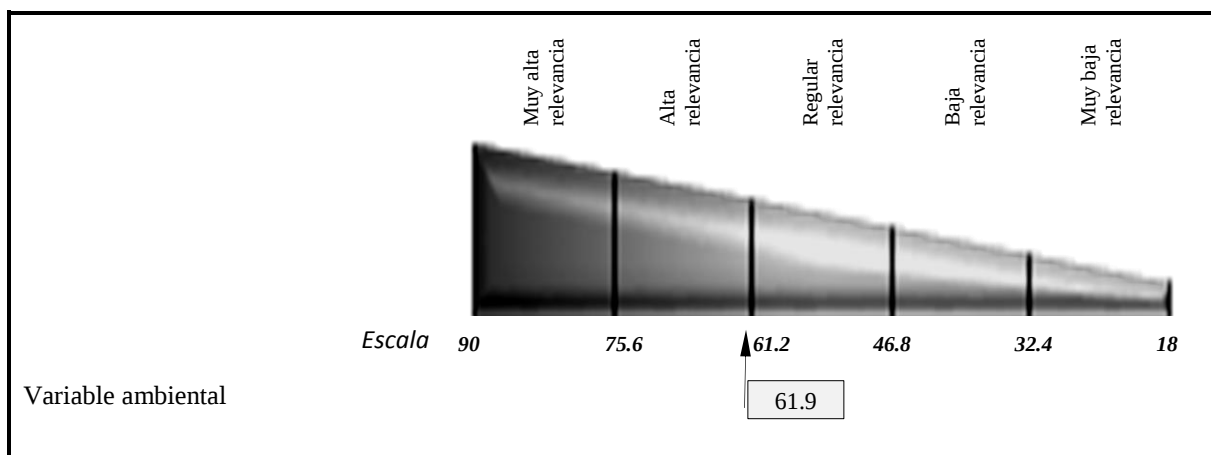
Tabla 32. Relevancia de la variable ambiental otorgada por cada empresa

Empresa	a. Medida en que influye en las decisiones de la empresa	b. Medida en que influye en las decisiones de los g. de interés	Relevancia (a+b)	
			Valor	Categoría
1	31	31	62	Alta
2	36	31	67	Alta
3	30	30	60	Regular
4	33	30	63	Alta
5	34	23	57	Regular
6	29	29	58	Regular
7	28	24	52	Regular
8	35	35	70	Alta
9	36	32	68	Alta
Σ	292	265	557	
Promedio	32.4	29.4	61.9	Alta relevancia

Fuente: Elaboración propia con base en el procesamiento de datos obtenidos en la fase de campo.

En este caso la relevancia de la variable ambiental fue de 61.9 que corresponde al promedio de las empresas y que se ubica dentro de la escala en la categoría de “alta relevancia”, escasamente por encima del límite inferior de dicha categoría.

Gráfica 19. Relevancia de la variable ambiental



Fuente: Elaboración propia con base en el procesamiento de datos obtenidos en la fase de campo.

La influencia en las decisiones y acciones de la empresa y de los grupos de interés, de cada una de las dimensiones de la variable ambiental se mide con base en una escala específica para cada una de ellas. Al respecto 5 de las 8 dimensiones de la variable ambiental influyen al menos mucho en las decisiones y acciones de la empresa y 4 influyen mucho en las decisiones y acciones de los grupos de interés.

Tabla 33. *Influencia de las dimensiones de la variable ambiental en las decisiones y acciones*

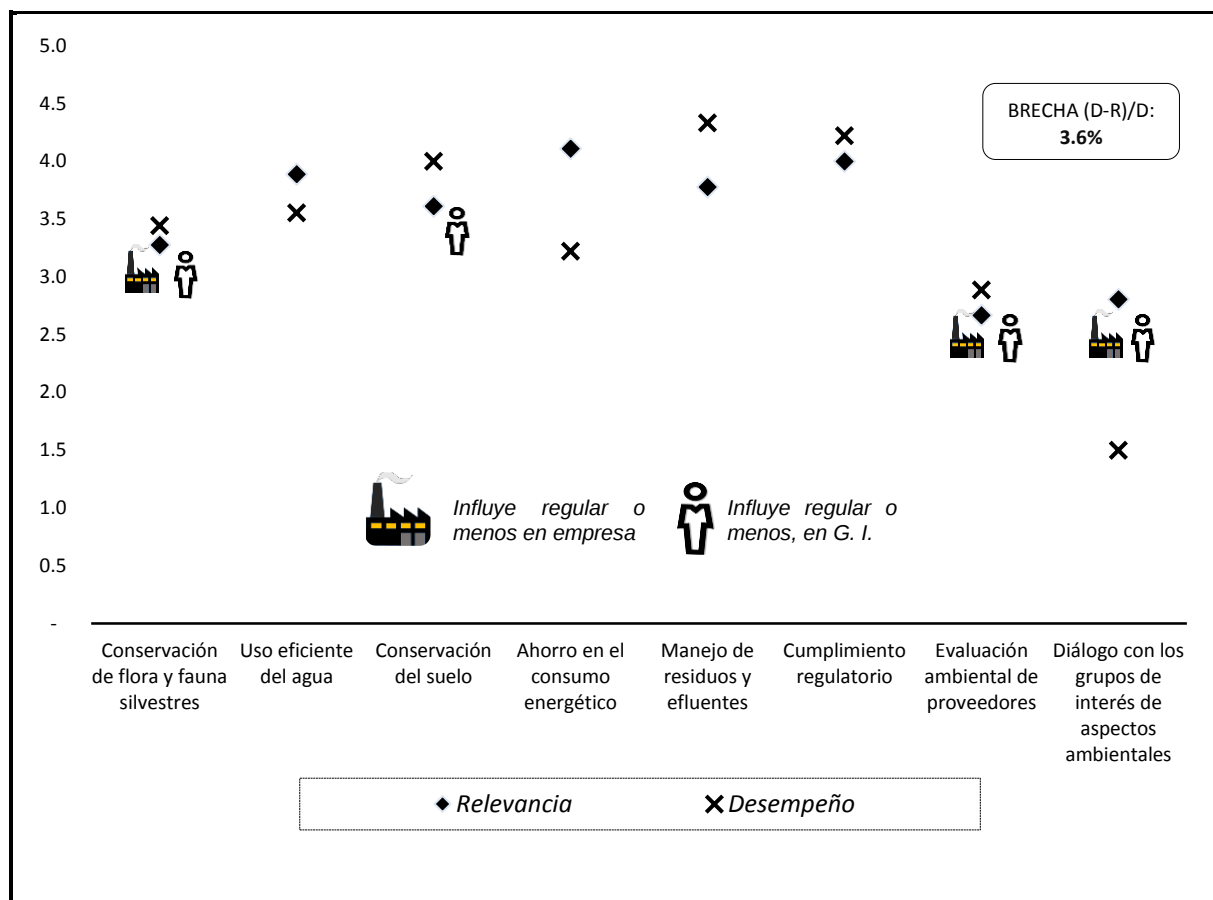
Dimensión	a. Influye en las decisiones de empresa	Categoría	b. Influye en las decisiones de g. de interés	Categoría	Relevancia	
					a+b	Categoría
A1	3.33	<i>Regular</i>	3.22	<i>Regular</i>	6.55	<i>Regular</i>
A2	4.22	Demasiado	3.56	Mucho	7.78	Alta
A3	3.89	Mucho	3.33	<i>Regular</i>	7.22	Alta
A4	4.33	Demasiado	3.89	Mucho	8.22	Alta
A5	3.89	Mucho	3.67	Mucho	7.56	Alta
A6	4.22	Demasiado	3.78	Mucho	8.00	Alta
A7	2.78	<i>Regular</i>	2.56	<i>Poco</i>	5.34	<i>Regular</i>
A8	5.78	<i>Regular</i>	5.44	<i>Regular</i>	11.22	<i>Regular</i>

Fuente: Elaboración propia con base en el procesamiento de datos obtenidos en la fase de campo

Para cada aspecto o dimensión de la variable ambiental, se determinó su relevancia y su desempeño bajo el supuesto de que aquellos aspectos más relevantes son a los que se da mayor atención. Para ilustrar esta relación se presenta la gráfica 20, en la cual se muestra un desfase en relación con este argumento principalmente en las dimensiones *diálogo con los grupos de interés de aspectos ambientales* y *ahorro en el consumo energético*, cuyo desempeño resultó marcadamente deficiente con respecto a su relevancia. Haciendo el cálculo global para la variable ambiental se obtiene una brecha de 3.6 % con respecto al desempeño, que resulta de la diferencia entre el desempeño menos la relevancia dividido entre el desempeño, lo que significa

que de acuerdo a la percepción de la empresa hay un mayor desempeño de la variable ambiental con respecto a la relevancia otorgada.

Gráfica 20. Desempeño contra relevancia de las subdimensiones de la variable ambiental

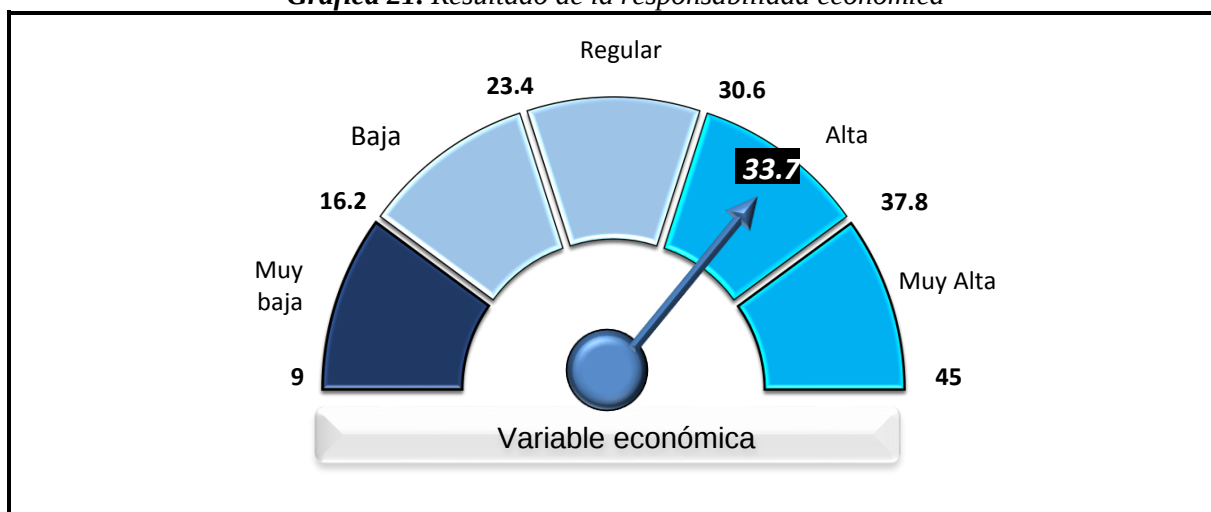


Fuente: Elaboración propia con base en el procesamiento de datos obtenidos en la fase de campo.

6.4.3. Variable económica.

El desempeño de la variable económica se refiere a la responsabilidad económica de las empresas cuyo promedio resultó de 33.7 que de acuerdo a la escala se ubica en la categoría de “alta”. El valor máximo obtenido en la muestra fue de 39 y el mínimo de 29 con un rango de 10 y desviación estándar de 3.1.

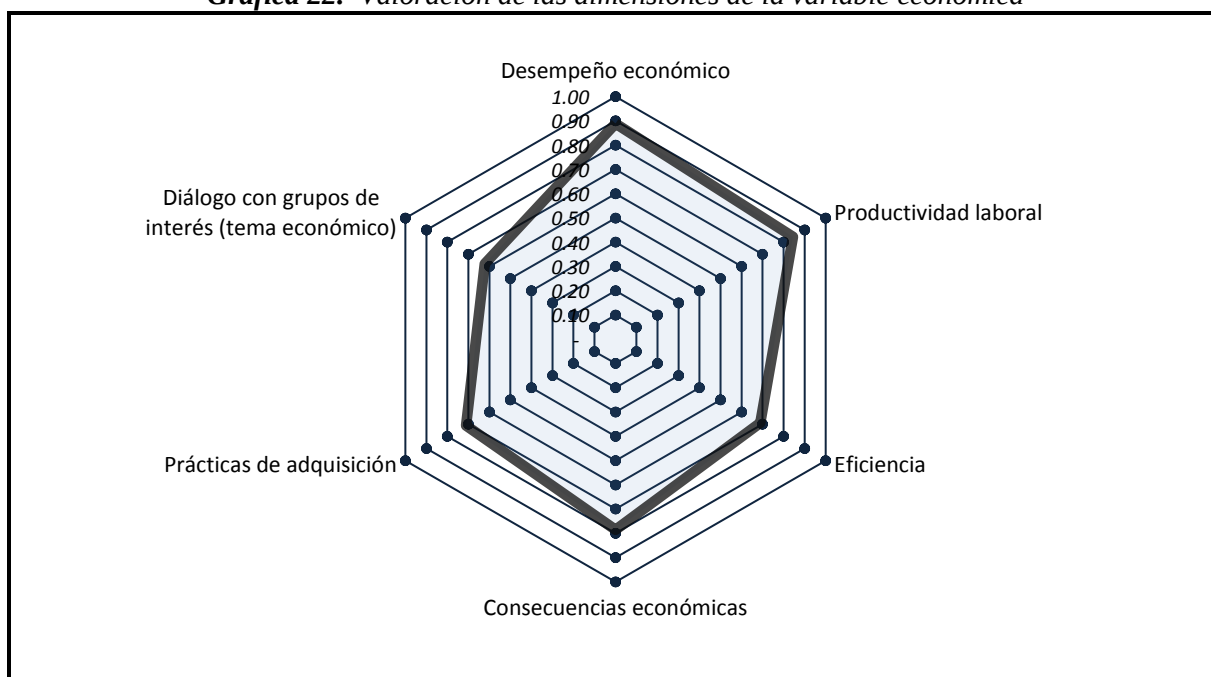
Gráfica 21. Resultado de la responsabilidad económica



Fuente: Elaboración propia con base en el procesamiento de datos obtenidos en la fase de campo.

Con relación a la distribución de la muestra el 77.8% de las empresas calificó como alta la responsabilidad económica, el 11.1% como muy alta y otro 11.1% como categoría regular. Referente a las 6 dimensiones de la variable económica la mejor calificada fue *desempeño económico* y muy cerca de éste se posicionó *productividad laboral*; por el contrario las últimas posiciones son para *eficiencia* y al final *diálogo con grupos de interés de temas económicos*.

Gráfica 22. Valoración de las dimensiones de la variable económica



Fuente: Elaboración propia con base en el procesamiento de datos obtenidos en la fase de campo.

La relevancia de la variable económica se obtuvo de la relevancia de sus dimensiones con base en la medida en que éstas afectan las decisiones y acciones de la empresa y de los grupos de interés.

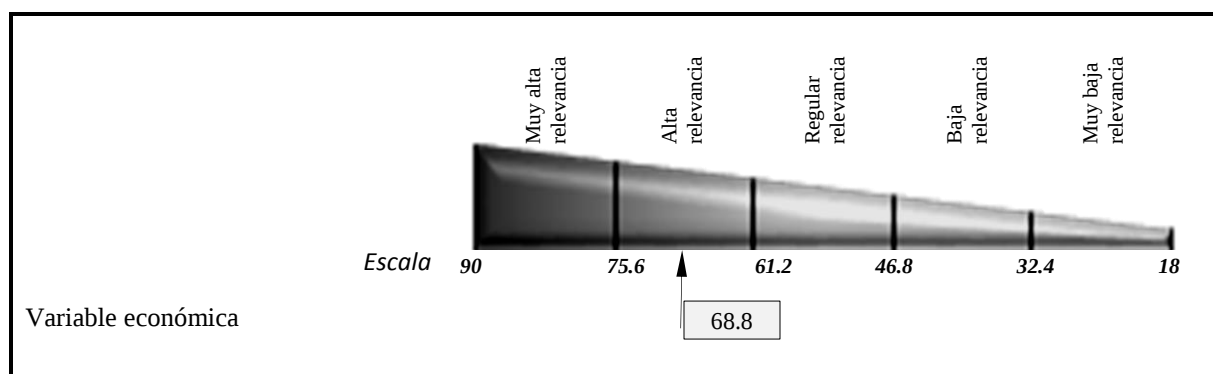
Tabla 34. Relevancia de la variable económica otorgada por cada empresa

Empresa	a. Medida en que influye en las decisiones de la empresa	b. Medida en que influye en las decisiones de los g. de interés	Relevancia (a+b)	
			Valor	Categoría
1	37	34	71	Alta
2	38	33	71	Alta
3	42	37	79	Muy alta
4	33	33	66	Alta
5	29	29	58	Regular
6	33	33	66	Alta
7	36	35	71	Alta
8	37	34	71	Alta
9	37	29	66	Alta
Σ	322	297	619	
Promedio	35.8	33.0	68.8	Alta

Fuente: Elaboración propia con base en el procesamiento de datos obtenidos en la fase de campo.

En este caso la relevancia de la variable económica fue de 68.8 que corresponde al promedio de las empresas y que se ubica dentro de la escala en la categoría de “alta”.

Gráfica 23. Relevancia de la variable económica



Fuente: Elaboración propia con base en el procesamiento de datos obtenidos en la fase de campo.

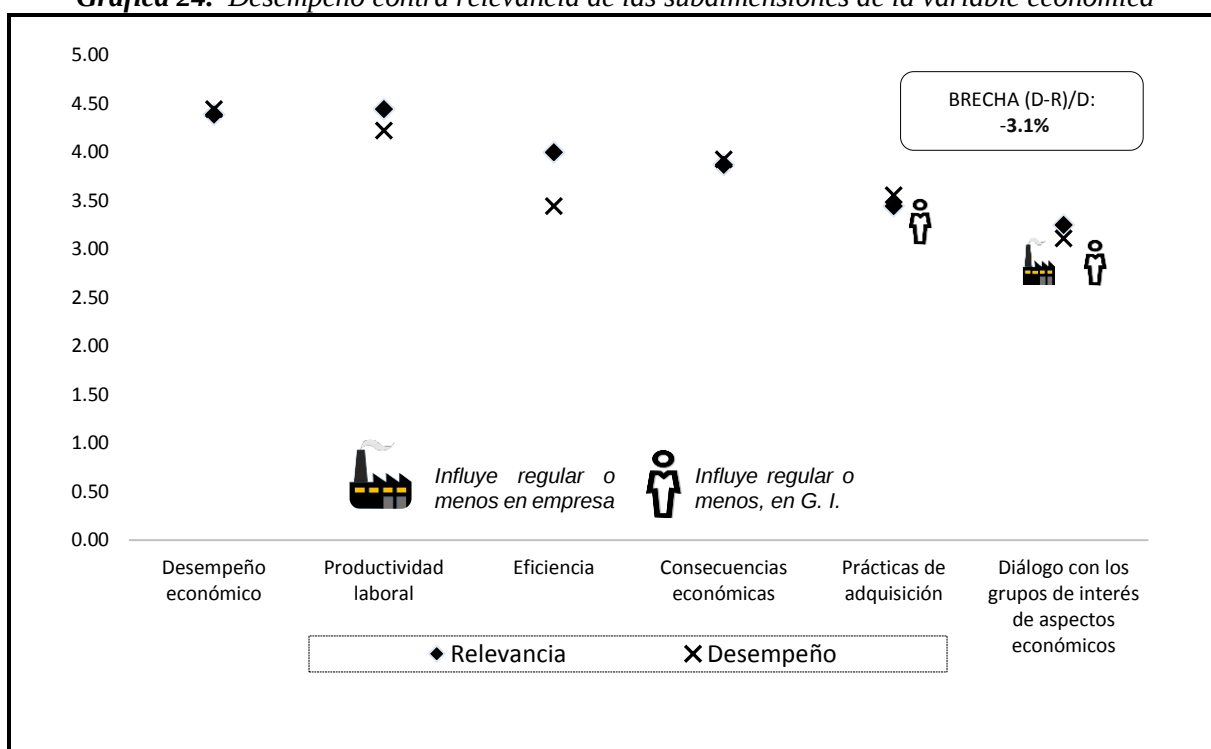
Referente al nivel de influencia en las decisiones y acciones de la empresa y de los grupos de interés de cada una de las dimensiones de la variable económica, 5 de las 6 dimensiones influyen al menos mucho en las decisiones y acciones de la empresa y 4 influyen al menos mucho en las decisiones y acciones de los grupos de interés.

Tabla 35. Influencia de las dimensiones de la variable económica en las decisiones y acciones

Dimensión	a. Influye en las decisiones de empresa	Categoría	b. Influye en las decisiones de g. de interés	Categoría	Relevancia	
					a+b	Categoría
E1	4.44	Demasiado	4.33	Demasiado	8.77	Muy alta
E2	4.44	Demasiado	4.44	Demasiado	8.88	Muy alta
E3	4.33	Demasiado	3.67	Mucho	8.00	Alta
E4	12.00	Mucho	11.22	Mucho	23.22	Alta
E5	3.78	Mucho	3.11	Regular	6.89	Alta
E6	6.78	Regular	6.22	Regular	13.00	regular

Fuente: Elaboración propia con base en el procesamiento de datos obtenidos en la fase de campo.

Una vez que se tiene determinada la relevancia de cada una de las dimensiones de la variable económica se hace el comparativo con el desempeño o calificación otorgada a cada una de ellas. De acuerdo a la gráfica 22, existe cierta congruencia entre el desempeño y la relevancia, solamente sobresale la dimensión *eficiencia*, cuya relevancia está calificada de manera notable por encima de su desempeño y en situación similar pero en menor medida se encuentra la dimensión *productividad laboral*. La brecha determinada para la variable económica resultó de -3.1% equivalente a la deficiencia en desempeño de acuerdo a su relevancia.

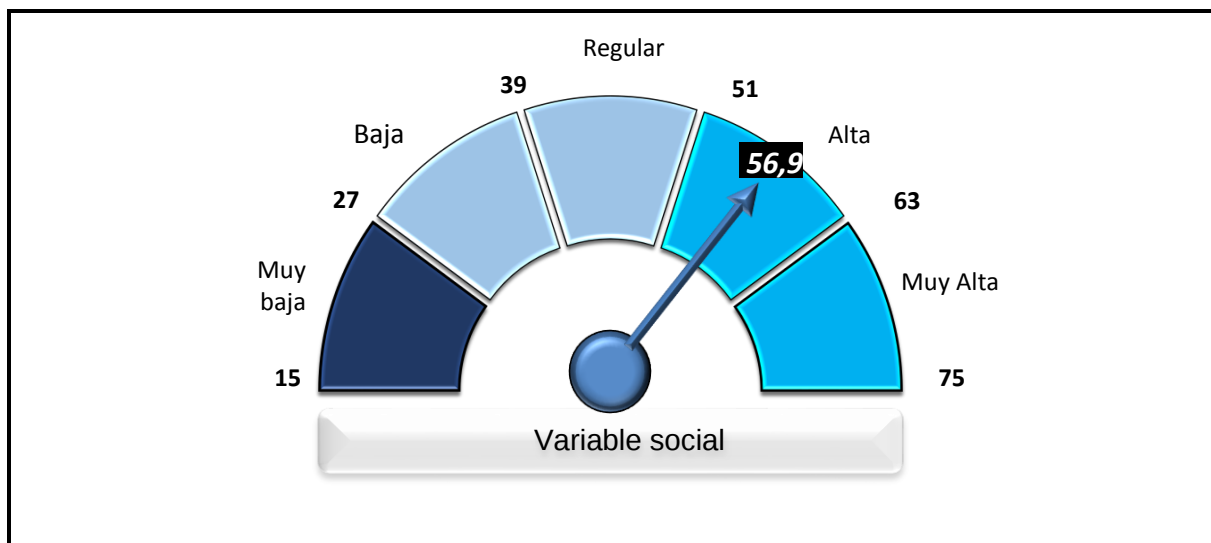
Gráfica 24. Desempeño contra relevancia de las subdimensiones de la variable económica

Fuente: Elaboración propia con base en el procesamiento de datos obtenidos en la fase de campo.

6.4.4. Variable social.

Para la variable social se obtuvo un promedio de 56.9, valor que se ubica en la categoría de “alta” dentro de la escala correspondiente. El valor máximo en la muestra resultó de 65 y el mínimo de 40 con un rango de 25 y una desviación estándar de 8.7.

Gráfica 25. Resultado de la variable social

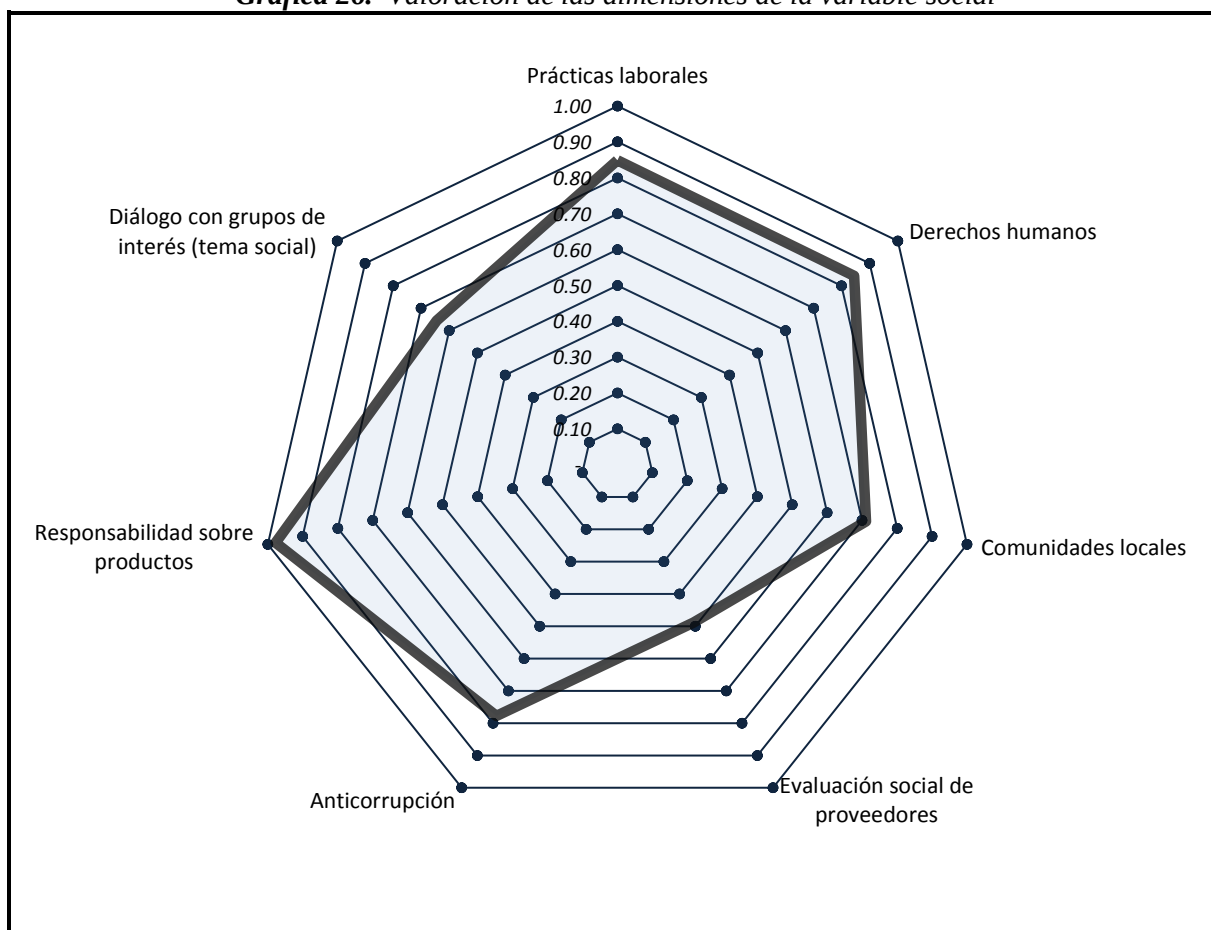


Fuente: Elaboración propia con base en el procesamiento de datos obtenidos en la fase de campo.

Referente a la distribución de la muestra el 66.7% de las empresas calificó como alta la responsabilidad social mientras que el restante 33.3% se ubicó en la categoría regular.

Con respecto a las dimensiones de la variable social la mejor calificada de un total de 7, fue *responsabilidad sobre productos*, le siguen *anticorrupción*, *prácticas laborales* y *derechos humanos*; por el contrario las últimas posiciones se obtuvieron para el tema de *diálogo con los grupos de interés de aspectos sociales* y al final se ubica el tema de *evaluación social de proveedores*.

De las tres variables independientes, la variable social es la que presenta la subdimensión mayor calificada por el sector y que corresponde a la *responsabilidad sobre productos* y es la que ha caracterizado la trayectoria del sector agroexportador en el estado de Guanajuato.

Gráfica 26. Valoración de las dimensiones de la variable social

Fuente: Elaboración propia con base en el procesamiento de datos obtenidos en la fase de campo.

Con base en la medida en que las dimensiones de la variable social afectan las decisiones y acciones de la empresa y de los grupos de interés se obtiene la relevancia de la variable social.

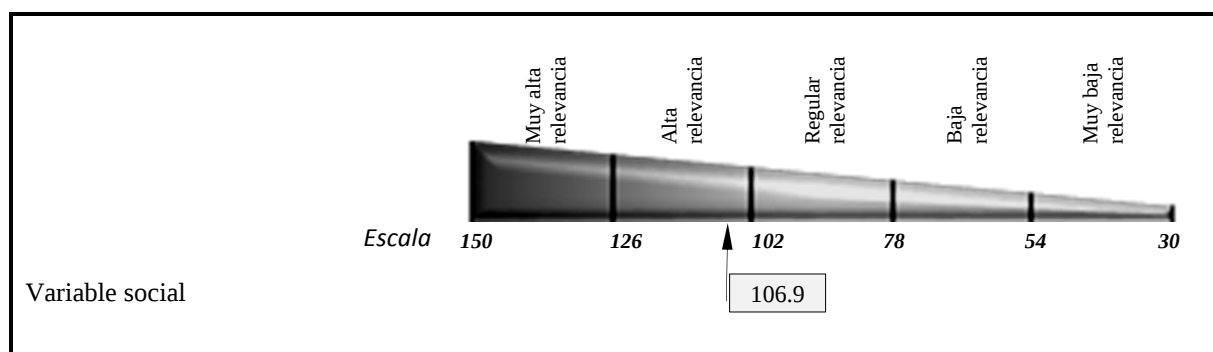
Tabla 36. Relevancia de la variable social otorgada por cada empresa

Empresa	a. Medida en que influye en las decisiones de la empresa	b. Medida en que influye en las decisiones de los g. de interés	Relevancia (a+b)	
			Valor	Categoría
1	53	53	106	Alta
2	62	52	114	Alta
3	65	71	136	Muy alta
4	44	39	83	Regular
5	44	37	81	Regular
6	42	42	84	Regular
7	63	63	126	Alta
8	61	61	122	Alta
9	60	50	110	Alta
Σ	494	468	962	
Promedio	54.9	52.0	106.9	Alta

Fuente: Elaboración propia con base en el procesamiento de datos obtenidos en la fase de campo.

La relevancia resultante para la variable social dio un valor de 106.6 que es igual al promedio obtenido de las empresas y que de acuerdo a la escala de medición se ubica en la categoría de “alta”.

Gráfica 27. Relevancia de la variable social



Fuente: Elaboración propia con base en el procesamiento de datos obtenidos en la fase de campo.

La influencia de cada una de las dimensiones de la variable social, en las decisiones y acciones de la empresa y de los grupos de interés resultó de la siguiente manera: 5 de las 7 dimensiones influyen al menos mucho en las decisiones y acciones de la empresa y 4 influyen al menos mucho en las decisiones y acciones de los grupos de interés.

Tabla 37. Influencia de las dimensiones de la variable social en las decisiones y acciones

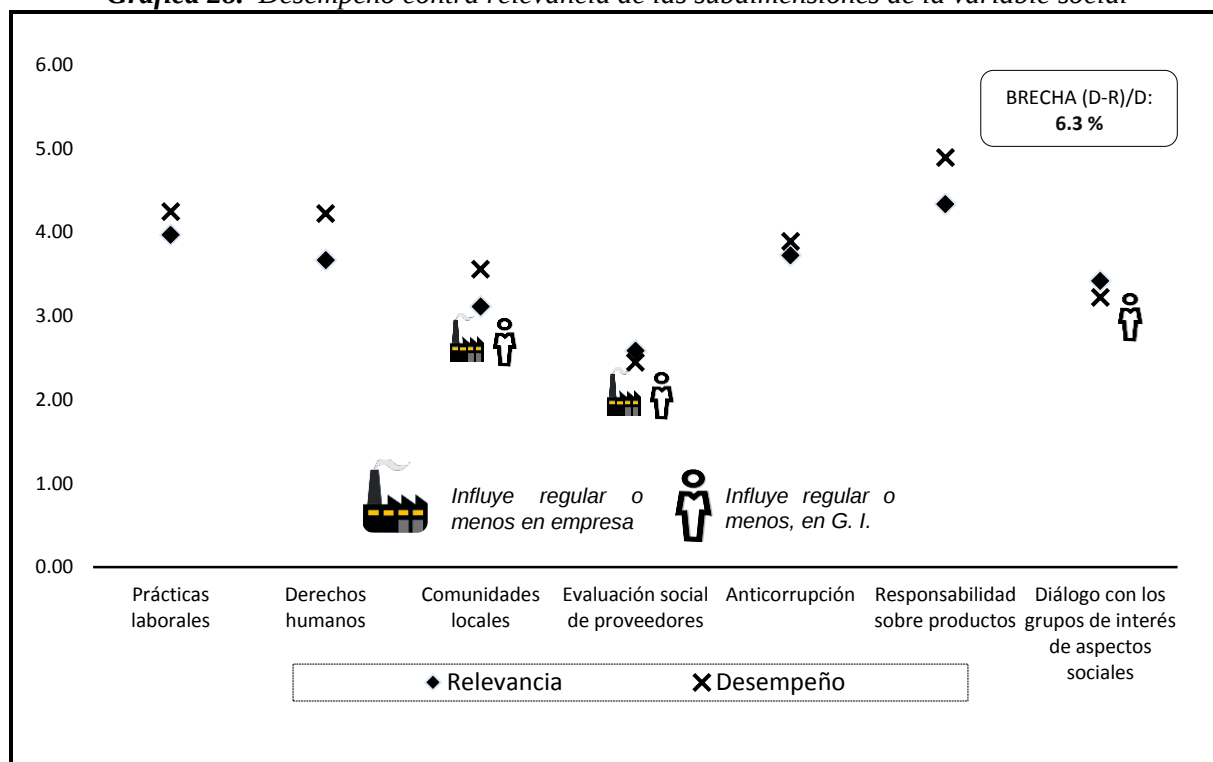
Dimensión	a. Influye en las decisiones de empresa	Categoría	b. Influye en las decisiones de g. de interés	Categoría	Relevancia	
					a+b	Categoría
S1	20.22	Mucho	19.44	Mucho	39.66	Alta
S2	7.44	Mucho	7.22	Mucho	14.66	Alta
S3	6.56	Regular	5.89	Regular	12.45	regular
S4	5.33	Regular	5.00	Poco	10.33	poco
S5	3.78	Mucho	3.67	Mucho	7.45	Alta
S6	4.56	Demasiado	4.11	Mucho	8.67	Muy alta
S7	7.00	Mucho	6.67	Regular	13.67	Alta

Fuente: Elaboración propia con base en el procesamiento de datos obtenidos en la fase de campo.

Realizando el contraste entre la relevancia y el desempeño de cada una de las dimensiones de la variable social se genera una gráfica en la cual se aprecia que en 5 de estas dimensiones se califica el desempeño por encima de la relevancia haciéndose más patente esta situación en la *responsabilidad sobre productos, derechos humanos y comunidades locales*. Finalmente al calcular la brecha global para la dimensión social se obtiene un 6.3%, lo que significa que de

acuerdo a la opinión de las empresas, es mayor el desempeño de la empresa que relevancia percibida.

Gráfica 28. Desempeño contra relevancia de las subdimensiones de la variable social



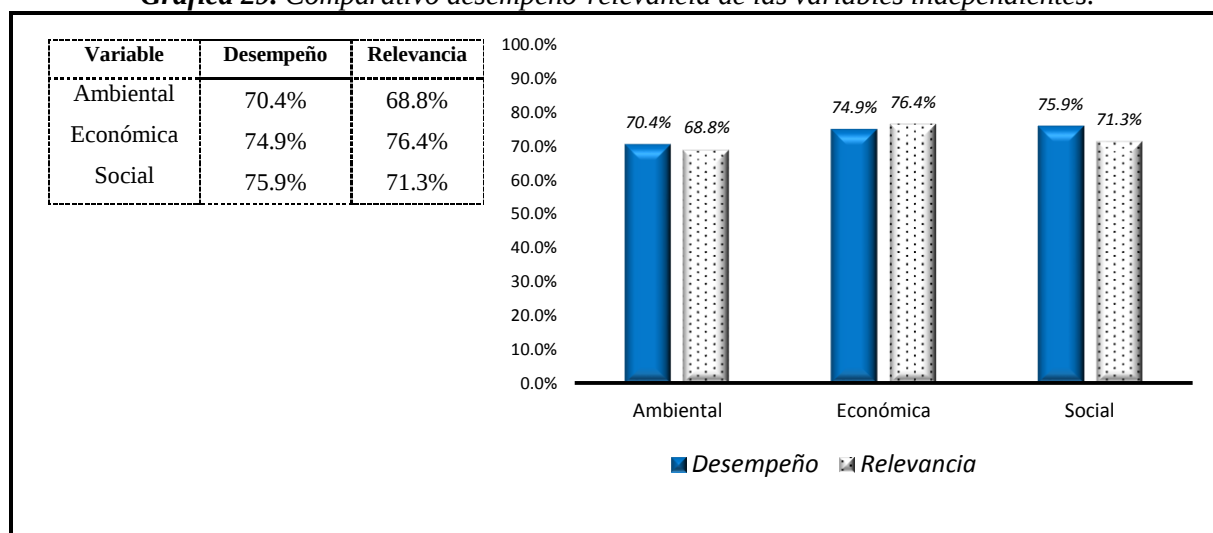
Fuente: Elaboración propia con base en el procesamiento de datos obtenidos en la fase de campo.

6.4.5. Comparativo entre variables

A manera de resumen se hace un comparativo entre las tres variables independientes. En general el desempeño fue similar para las 3 variables, ubicándose en el segmento de desempeño alto, pudiendo admitir que de acuerdo a la percepción de las empresas hay una tendencia al equilibrio entre el desempeño de las variables asumiendo el principio de la triple cuenta de resultados de la teoría del desarrollo sostenible. Analizando el desempeño en términos de porcentaje es posible dimensionar algunas diferencias entre variables. Al respecto la variable social obtuvo el mayor desempeño con un 75.9%, le sigue la económica con 74.9% y al final la variable ambiental con 70.4%; se puede apreciar que ninguna variable llega al 80% de desempeño sugiriendo importantes oportunidades de mejora en los tres aspectos de la RSE. Con

respecto a la determinación de la relevancia, la variable económica resultó la mejor calificada (76.45%) siguiendo el argumento de las teorías instrumentales en las cuales se considera a la RSE como instrumento para alcanzar objetivos económicos; al respecto, se cita la perspectiva teórica de la visión estratégica de la empresa y la perspectiva basada en los recursos, el conocimiento y el aprendizaje, que a través de acciones socialmente responsable las empresas buscan ventajas competitivas sostenibles. Siguiendo con el nivel de relevancia la variable social se ubica en segundo lugar y al final la variable ambiental se posiciona como la menos relevante.

Gráfica 29. Comparativo desempeño-relevancia de las variables independientes.



Fuente: Elaboración propia con base en el procesamiento de datos obtenidos en la fase de campo.

En cuanto al desempeño de los aspectos o dimensiones de las variables independientes, en la variable ambiental el aspecto mejor calificado fue el manejo de residuos y efluentes respondiendo en parte a los considerables avances que las empresas tienen en el tema de inocuidad agroalimentaria específicamente en el buen uso y manejo de agroquímicos (BUMA) y otros aspectos de las buenas prácticas agrícolas y de manufactura. Por el contrario el tema de uso eficiente del agua se queda muy rezagado con respecto al resto de las dimensiones ambientales, siendo que este recurso es fundamental en el eslabón de producción; de igual forma

el diálogo con los grupos de interés no ha sido debidamente atendido considerando además que es la base para diseñar e implementar la estrategia de responsabilidad social de la empresa.

En la variable económica el aspecto mejor atendido por la empresa es el desempeño económico entendido este en términos de cubrir debidamente los gastos de funcionamiento de la empresa, prestaciones a trabajadores, pago de impuestos y a proveedores e inversiones comunitarias; queda rezagado en este ámbito el diálogo con los grupos de interés de temas económicos, pudiendo interpretarse como una señal de falta de transparencia con sus grupos de interés en el ámbito económico.

Referente a la variable social, el desempeño de la responsabilidad sobre productos supera a todas las dimensiones, ya que es el tema común para las empresas y por lo tanto es en la que mayor esfuerzo dirigen, en respuesta a la legislación internacional y las exigencias de clientes y consumidores. Esta situación se explica en gran medida por la teoría institucional ya que las empresas mediante una actitud reactiva a estas exigencias tienden a volverse isomorfas (Vaca, Moreno y Riquel, 2007). Por el contrario al igual que en el aspecto ambiental y económico, en el ámbito social también el diálogo con los grupos de interés es poco atendido, sugiriendo ante ello que de acuerdo a la teoría de los grupos de interés, las agroexportadoras quedan expuestas a situaciones problemáticas derivadas de los riesgos y daños que pudieran derivarse de su actividad empresarial, situación que pudiera minimizarse con una eficiente estrategia de gestión de sus partes interesadas.

6.4.6. Contraste de las variables

De acuerdo a la naturaleza de la presente investigación en la cual se busca definir la influencia de las variables ambiental, económica y social en la RSE percibida por las agroexportadoras de brócoli del Estado de Guanajuato y su nivel de relevancia y desempeño, se

recurre al contraste de estas variables con la variable dependiente. Se parte de los resultados de la evaluación de las variables independientes realizada con base en una escala tipo Likert y la evaluación de la variable dependiente usando la misma escala en tres preguntas que definen en forma agregada la RSE percibida y permite contrastarla con los resultados de las demás variables evaluadas.

Para la variable dependiente se obtuvo una media de 11.44, un máximo de 14 y mínimo de 9, desviación estándar de 1.4 y un rango de 5. De acuerdo a la escala el resultado de esta variable con base en las tres preguntas se ubica en la categoría de “alta RSE” y con valor próximo al centro de esta categoría, similar que en la evaluación global de las 33 preguntas.

Una vez evaluadas las variables dependiente e independientes con una escala del mismo número de alternativas de respuesta, se pueden contrastar las variables, que en el presente estudio se realizó mediante la obtención de las correlaciones individuales de las variables independientes con la dependiente obteniendo con ajuste de bootstrap un coeficiente de correlación r de Pearson considerable con significancia estadística (99%) y signo positivo para la variable ambiental (0.881), medio con signo positivo para la variable social (0.484), y muy débil con signo positivo para la variable económica (0.061), estos dos últimos valores son carentes de significancia estadística. Así mismo se obtuvieron los coeficientes de determinación r^2 elevando al cuadrado el valor de r ajustado con bootstrap.

Tabla 38. Coeficientes r de Pearson y r^2 de las variables independientes con la RSE percibida

Variable	Coeficiente de correlación (r)	Estimadores bootstrap al 95%				
		Coeficiente r	r^2	Sesgo	Interv. inferior	Interv. superior
Ambiental	0.876**	0.881**	0.776	0.005	0.704	0.980
Económica	0.066	0.061	0.004	-0.005	- 0.792	0.875
Social	0.550	0.484	0.234	-0.066	- 0.163	0.888

**, Significancia al nivel 0,01 (bilateral); *, Significancia al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia con base en el procesamiento de datos obtenidos en la fase de campo.

También se contrastaron el valor promedio o desempeño de las variables independientes con su respectiva relevancia, obteniendo mediante la estimación de coeficientes de correlación r de Pearson ajustado con bootstrap, un valor de 0.162 entre el desempeño y relevancia de la variable ambiental, 0.739 para la variable económica, 0.458 para la variable social y 0.626 para la suma de las 3 variables independientes (RSE acumulada), aclarando que solo el coeficiente de correlación r de la variable económica resultó significativo al 95%.

Tabla 39. Coeficientes r de Pearson desempeño contra relevancia de variables independientes

Variable	Coeficiente de correlación (r)	Estimadores bootstrap al 95%			
		Coeficiente r	Sesgo	Interv. inferior	Interv. superior
Ambiental	0.152	0.162	0.010	- 0.698	0.976
Económica	0.737*	0.739*	0.002	0.214	0.965
Social	0.477	0.458	-0.019	- 0.385	0.930
RSE acumulada	0.621	0.626	0.004	0.096	0.955

**. Significancia al nivel 0,01 (bilateral); *. Significancia al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia con base en el procesamiento de datos obtenidos en la fase de campo.

6.5. Prueba de hipótesis

Con base en el marco de los enfoques teóricos abordados en este trabajo, se argumenta que derivado de la demanda legítima de la sociedad como grupo de interés global, por presiones de las instituciones reguladoras del comportamiento empresarial, por interés de las empresas de desarrollar una estrategia de ventaja competitiva basada en los recursos y el desarrollo humano y por el interés de conservar el planeta que abastece de recursos para la vida y la existencia misma de la empresa, el sector empresarial debe adoptar un comportamiento socialmente responsable con miras a lograr la sostenibilidad de la empresa y contribuir al desarrollo sostenible mediante un desempeño equilibrado entre sus intereses económicos y el entorno social y ambiental.

Con base en lo anteriormente argumentado y los resultados obtenidos del procesamiento de la información de campo, la hipótesis general que afirma que las variables ambiental, económica y social presentaron niveles altos de relevancia y desempeño y en la medida que aumentaron su desempeño, incrementó el valor de la responsabilidad social empresarial percibida en el año 2017 por las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato, se rechaza, pues a pesar de que las 3 variables independientes resultaron con niveles altos de desempeño y relevancia, las variables social y económica no se correlacionan de manera significativa con la variable dependiente. Estrictamente este resultado no concuerda con los preceptos de las teorías de la RSE ya que de acuerdo a los resultados ésta se explica solo por el desempeño ambiental de la empresa, aunque no se descarta la posibilidad de la existencia de un sesgo en la percepción agregada de la RSE por parte de las empresas al no tener un concepto homogéneo de lo que es un comportamiento socialmente responsable, además del efecto que pueda derivar de la baja potencia de la prueba al contar con un tamaño reducido de muestra.

La primera hipótesis específica que plantea que un mayor desempeño de la variable ambiental provocó una mayor responsabilidad social percibida en el año 2017 por las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato, se acepta cabalmente respaldada por un coeficiente de correlación r de 0.881 con significancia estadística del 99% y un coeficiente de determinación r^2 de 0.776, interpretándose que el 77.6% de la RSE percibida por las agroexportadoras se explica por el desempeño de la variable ambiental.

La segunda hipótesis específica que afirma: la responsabilidad social percibida en el año 2017 por las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato aumentó cuando el desempeño de la variable económica fue positivo, queda rechazada ya que el coeficiente de correlación r es muy débil, tan solo de 0.061 y no obtuvo significancia estadística.

La tercera hipótesis específica que se redacta como, El aumento del desempeño de la variable social provocó el incremento de la responsabilidad social percibida en el año 2017 por las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato, se rechaza al no presentar fundamento suficiente ya que a pesar de obtener una correlación positiva media (0.458), la estimación no tiene significancia estadística.

La teoría de los grupos de interés, es el marco más usado para el estudio de la RSE y afirma que la empresa, además de satisfacer a los accionistas debe atender a otros colectivos que pueden afectar o ser afectados por los resultados de la misma y sin los cuales ésta dejaría de existir. Ante este argumento resulta razonable reconocer que la empresa no puede hacer de todo y no puede atender a todos por lo tanto debe priorizar aquello que es relevante bajo el enfoque de materialidad o principio de relevancia. Para tener un indicador del cumplimiento del principio de relevancia en el actuar socialmente responsable es necesario contrastar el desempeño con la relevancia de las acciones de la empresa. Al respecto la prueba de la cuarta hipótesis que dice, Durante el año 2017 la relevancia de las variables ambiental, económica y social de la responsabilidad social empresarial de las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato incidió de manera positiva en su desempeño, queda rechazada pues la suma de la relevancia de estas tres variables correlacionadas con la suma del desempeño de las mismas no resulta con un coeficiente r estadísticamente significativo (0.626) y solamente la variable económica cumple con este precepto al obtener una correlación considerable significativa al 95% de 0.739 y un coeficiente de determinación de 0.546, dando cuenta de que el desempeño de los aspectos económicos responde en mayor medida a su nivel de relevancia. Estos resultados sugieren que las agroexportadoras de brócoli en Guanajuato, no consideran en su estrategia una priorización de los temas de RSE basada en el principio de materialidad o relevancia.

6.6. Temas relevantes en el sector agroexportador

Mediante el análisis fue posible identificar la relevancia de las variables independientes resultando ubicadas en el segmento de la escala “muy relevante”. Dentro de este segmento la más relevante es la variable económica, le sigue la variable social y al final la variable ambiental. Así mismo se procedió a ordenar las dimensiones de dichas variables con base en el nivel de influencia en las decisiones y acciones de la empresa y de sus grupos de interés. Los 3 temas de mayor relevancia son la *productividad laboral*, el *desempeño económico* y la *responsabilidad sobre productos*. En el extremo contrario se ubican en las últimas 3 posiciones la *evaluación social de proveedores*, la *evaluación ambiental de proveedores* y el *diálogo con los grupos de interés de temas ambientales*.

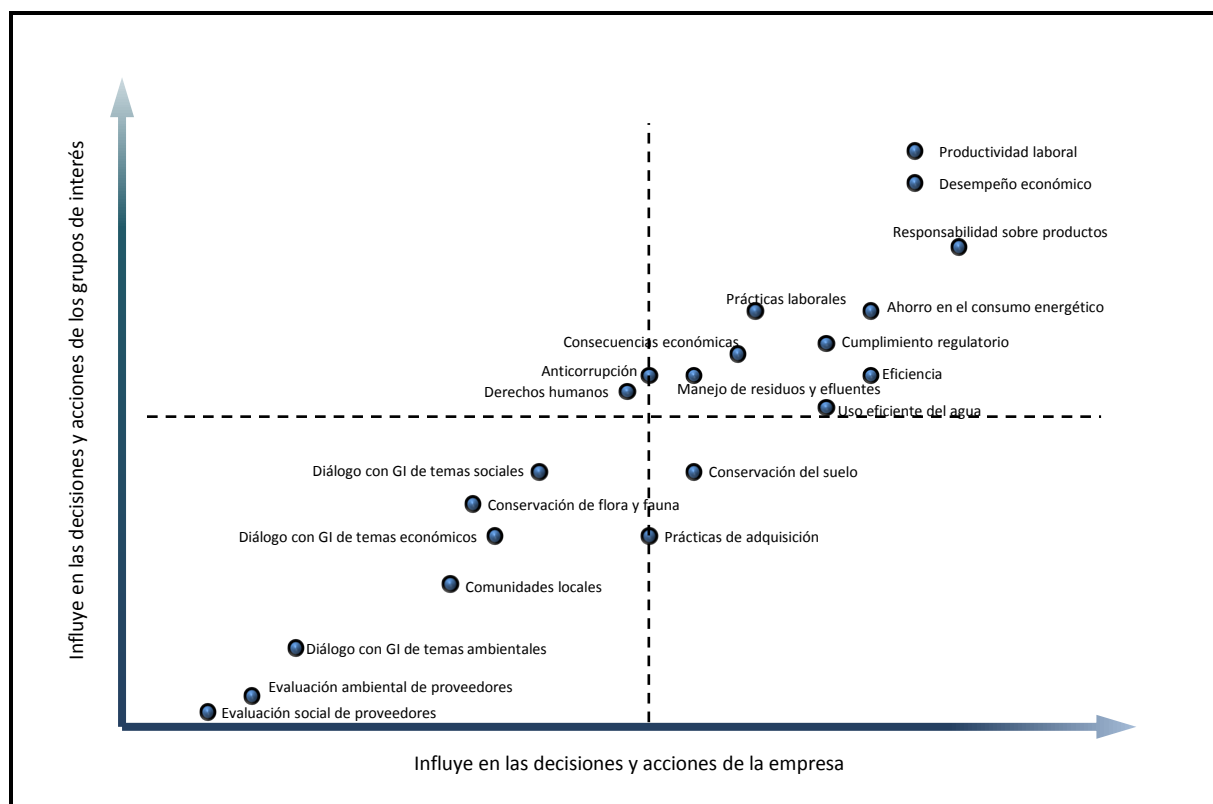
Tabla 40. Relación de temas de responsabilidad social ordenadas por nivel de relevancia

No.	Tema	No.	Tema
1	Productividad laboral	12	Derechos humanos
2	Desempeño económico	13	Conservación del suelo
3	Responsabilidad sobre productos	14	Prácticas de adquisición
4	Ahorro en el consumo energético	15	Diálogo con grupos de interés (tema social)
5	Cumplimiento regulatorio	16	Conservación de flora y fauna
6	Eficiencia	17	Diálogo con grupos de interés (tema económico)
7	Prácticas laborales	18	Comunidades locales
8	Uso eficiente del agua	19	Diálogo con grupos de interés (tema ambiental)
9	Consecuencias económicas	20	Evaluación ambiental de proveedores
10	Manejo de residuos y efluentes	21	Evaluación social de proveedores
11	Anticorrupción		

Fuente: Elaboración propia con base en el procesamiento de datos obtenidos en la fase de campo.

Con esta misma información se genera una matriz de relevancia que puede ser una aproximación a la matriz de materialidad aunque sin la participación de los grupos de interés, graficando el nivel de influencia de los temas en las decisiones y acciones de la empresa contra el nivel de influencia de los temas en las decisiones y acciones de los grupos de interés.

Gráfica 30. Matriz de relevancia del sector agroexportador de brócoli de Guanajuato



Fuente: Elaboración propia con base en el procesamiento de datos obtenidos en la fase de campo.

6.7. Características de las empresas

Fueron 9 las agroexportadoras de brócoli que accedieron participar con el llenado del instrumento de medición. La antigüedad promedio de operación de estas es de 21.7 años con un máximo de 53 y un mínimo de 6, constatando con este dato la larga trayectoria del sector. En el 55.6% de los casos el responsable del llenado del instrumento fue un gerente de área, específicamente recursos humanos, agrícola, de planta y comercial; en el 33% fue llenado por

jefes o coordinadores de área principalmente de inocuidad y seguridad y solo en un caso equivalente al restante 11.1% el responsable fue el director general.

El 66.7% de las empresas emplea a más de 250 personas, 55.6% tiene tan solo en campo este mismo rango de empleados y el 33% emplea a la vez a más de 250 en campo y a más de 250 en planta. Aquellas agroexportadoras con mayor cantidad de personal en planta son las que exportan producto congelado mientras que las que tienen mayor personal en campo y poco en planta se dedican a la exportación de brócoli fresco.

De acuerdo a la información proporcionada por las agroempresas el 44.4% de éstas se ubican en el rango de exportación estatal de brócoli menor al 5%, mientras que el restante 55.6% se posicionan en un rango superior al 10% destacando dentro de este mismo grupo las que se ubican por encima del 20% estatal que representan el 33.3% de las empresas encuestadas.

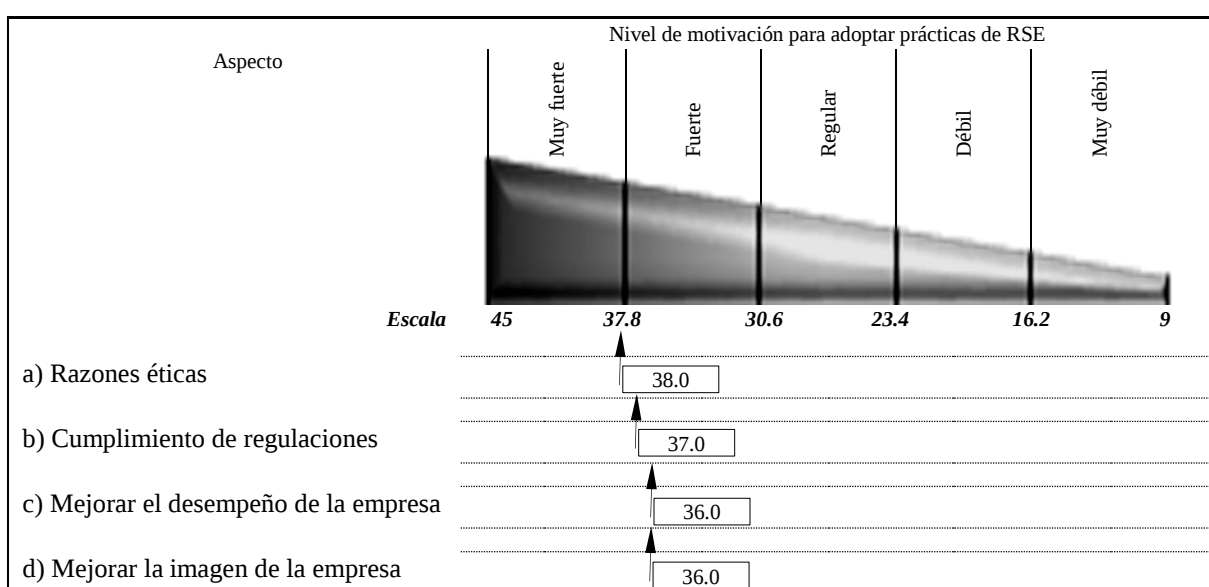
Las agroexportadoras no solo se dedican a la exportación de brócoli ya que a la par aprovechan la oportunidad de trabajar otras hortalizas o inclusive hay algunas que manejan el brócoli como producto secundario. De acuerdo a los resultados el 55.6% tienen como principal producto al brócoli con 70% o más de su volumen total comercializado incluyendo en este grupo a las empresas de mayor tamaño. Los productos asociados a la exportación de esta hortaliza son principalmente lechugas y coliflor, aunque también se mencionan zanahoria, col, apio, espinaca, espárrago y cebolla.

Para mercado nacional se destina en promedio el 12.7% del volumen de brócoli y el resto para mercado extranjero siendo el principal destino en un 77% el mercado estadounidense destacando que el 55.6% de las empresas exporta 90% o más de su volumen a este país ubicándose en este grupo a las más grandes. Con respecto a las hortalizas asociadas el 80% va a este mismo mercado quedando solo el 16% para el mercado nacional.

6.8. Motivadores y obstáculos para la responsabilidad social empresarial

Son diversos los factores que motivan a las empresas a implementar prácticas de responsabilidad social empresarial considerando para este caso calificar el nivel de motivación de cuatro aspectos: razones éticas (contribuir al bienestar de la sociedad y el medio ambiente), cumplimiento de regulaciones y presiones externas, mejorar el desempeño de la empresa y mejorar la imagen de la empresa (gráfica 31).

Gráfica 31. Motivadores para la implementación de acciones de responsabilidad social



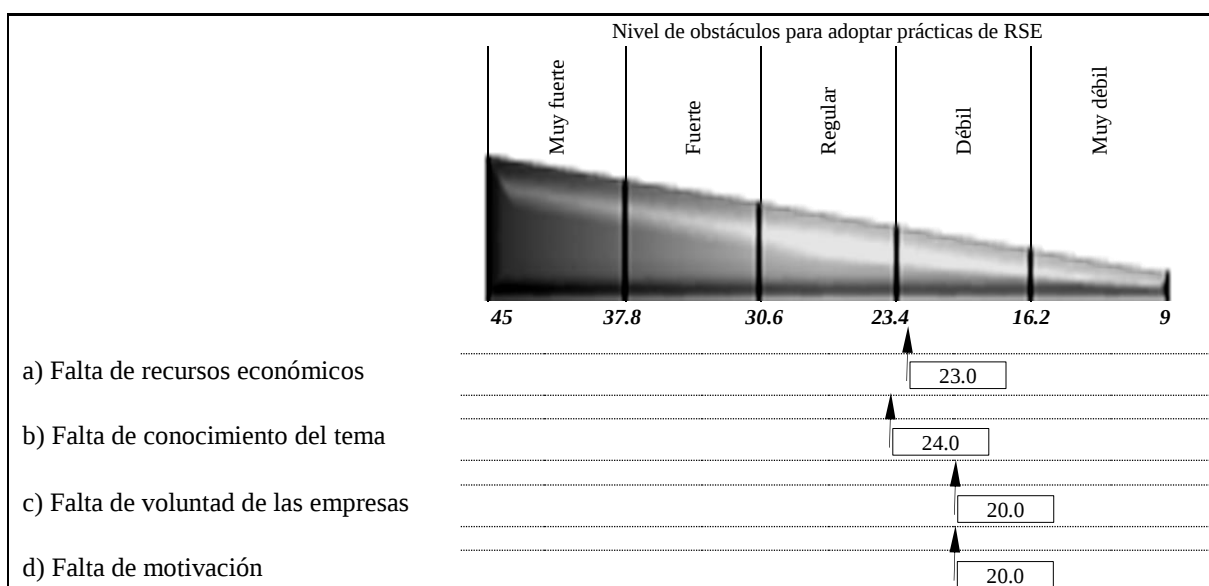
Fuente: Elaboración propia con base en el procesamiento de datos obtenidos en la fase de campo.

De acuerdo a los resultados los cuatro aspectos son considerados al menos con un nivel de motivación fuerte y aunque se calificaron de manera muy similar, las razones éticas resultó ser el principal motivador para la adopción de prácticas de RSE siguiéndole el aspecto de cumplimiento de regulaciones y presiones externas. Estos resultados coinciden parcialmente con el estudio realizado por el BID en PyMES de América Latina (Vives, Corral e Isusi, 2005) y con el estudio de panorama de responsabilidad social en México (ResPonsable, 2013) en el cual se calificó a la razones éticas o contribución al bienestar de la sociedad y a la conservación del ambiente como las principales razones que motivarían a las empresas a trabajar en RSE. Así

mismo en el estudio de López, Contreras y Molina (2011) se identificó que el principal factor determinante del comportamiento socialmente responsable en las empresas del sector agroalimentario del Estado de Guanajuato son las regulaciones del tipo de industria donde se desempeña coincidiendo con el segundo motivar del presente estudio.

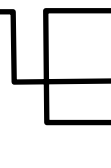
Al igual que en los motivadores para determinar los obstáculos para la adopción de prácticas de responsabilidad social por parte de las agroexportadoras se calificaron cuatro aspectos: falta de recursos económicos, falta de conocimiento del tema, falta de voluntad de las empresas y falta de motivación. Los cuatro aspectos fueron valorados de manera muy similar con valores bajos dentro del rango de obstáculo débil y regular. La falta de conocimiento del tema resultó el principal obstáculo coincidiendo con el estudio de López, Contreras y Molina (2011) y con el estudio de ResPonsable (2013) específicamente en la opinión de PyMES. Le sigue en importancia la falta de recursos económicos el cual en el estudio de Vives, Corral e Isusi (2005) resultó ser la principal limitante para las PyMES de América Latina.

Gráfica 32. Obstáculos para la implementación de acciones de responsabilidad social



Fuente: Elaboración propia con base en el procesamiento de datos obtenidos en la fase de campo.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



Como parte final de la presente investigación en este apartado se recapitulan los aspectos de mayor trascendencia para enmarcar las conclusiones derivadas de los resultados y hacer las recomendaciones pertinentes.

El sector agroexportador de brócoli del Estado de Guanajuato tiene una amplia trayectoria en el mercado internacional manteniendo durante décadas su posicionamiento como principal proveedor de esta hortaliza en el mercado estadounidense lo que ha implicado el desarrollar capacidades de adaptación a los cambios en el mercado así como al incremento de normas no arancelarias encaminadas principalmente a garantizar la inocuidad de los productos, la salud y seguridad de los consumidores. La tendencia actual es el aumento de normas ambientales y sociales además del cada vez mayor escrutinio de la sociedad relacionado con la exigencia de procesos socialmente responsables en la industria agroalimentaria.

Ante la falta de trabajos de investigación en el sector agroexportador de brócoli en el estado de Guanajuato, relacionados con la RSE, se hace necesario analizar particularidades de la situación actual de la RSE para lo cual se planteó el objetivo general de esta tesis: determinar cómo fue el nivel de relevancia y desempeño de las variables ambiental, económica y social y que influencia tuvieron en la responsabilidad social empresarial percibida en el año 2017 por las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato.

Se realizó una revisión teórica y conceptual analizando las principales perspectivas teóricas, evolución del concepto y dimensiones, además de la revisión de los motivadores y limitantes para la adopción de prácticas socialmente responsables, la relevancia y materialidad fundamentada ésta en la teoría de los grupos de interés, y finalmente el análisis de la industria del brócoli. Esta minuciosa revisión sustenta la hipótesis general planteada aseverando que, las variables ambiental, económica y social presentaron niveles altos de relevancia y desempeño y en la medida que aumentaron su desempeño, incrementó el valor de la responsabilidad social empresarial percibida en el año 2017 por las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato

Para la fase de campo se diseñó un instrumentó con estructura de escala tipo Likert con 5 opciones. Se logró recabar la información de 9 empresas agroexportadoras de brócoli de un total de 22 consultadas que operan en la entidad, equivalente a un 40.9% de la población total, integrando de esta manera la base de datos para realizar el análisis y evaluación de resultados, con el uso del software estadístico SPSS. Se agrega que debido al reducido tamaño de muestra y a la incertidumbre del tipo de distribución estadística de las variables, se optó por ajustar los estadísticos mediante el método de remuestreo denominado bootstrap, con el propósito de dar mayor solidez a los resultados.

Los datos obtenidos muestran que de acuerdo a la escala tipo Likert previamente diseñada, la RSE de las agroexportadoras de brócoli del estado de Guanajuato se ubica dentro del segmento “alta RSE”, una categoría por encima de los resultados obtenidos por Villafán (2011) para las agroexportadoras de aguacate del municipio de Uruapan, Mich., que resultó con un índice de RSE “regular”, aclarando que el modelo de medición empleado en este último estudio difiere del empleado en el presente trabajo. En cuanto al desempeño de las variables

independientes ambiental económica y social, las 3 resultaron en la categoría “alta”, existiendo congruencia con el principio de triple cuenta de resultados de la teoría del desarrollo sostenible; la variable social se posicionó como la mejor calificada en su desempeño, siguiendo la variable económica y al final la ambiental, siendo este resultado parcialmente acorde al ejercicio de priorización de dimensiones del apartado 2.4.4., en el que resulta como dimensión prioritaria la variable social (incluidos los aspectos legal y ético, vinculación con la comunidad y partes interesadas). Así mismo se determinó la relevancia de estas variables independientes con base en el nivel en que estas influyen en las decisiones y acciones de la empresa y de sus grupos de interés, resultando las 3 variables con altos niveles de relevancia, constatando la claridad que tienen las empresas de la importancia que representan los aspectos fundamentales del desarrollo sostenible. De manera complementaria se exploró la influencia del desempeño de las variables independientes en la RSE percibida por las agroexportadoras, resultando que las variables social y económica no se correlacionan de manera significativa con la variable dependiente, motivo por el cual se rechaza la hipótesis general del estudio. Al respecto no se puede descartar la posibilidad de que exista un sesgo en la percepción agregada de la RSE por parte de las empresas al no tener un concepto homogéneo de la RSE.

Por otra parte se obtuvo que el desempeño de la responsabilidad ambiental de la empresa explica el 77.6% de la RSE percibida por las agroexportadoras, mientras que los resultados no demostraron significancia en la relación del desempeño de las variables social y económica con la RSE percibida. Estos resultados llevaron a la aceptación de la primera hipótesis específica y al rechazo de la segunda y tercera hipótesis.

Respondiendo a la teoría de los grupos de interés, específicamente al principio de materialidad o relevancia, se contrastó el desempeño con la relevancia de las variables

independientes pudiendo probar que solamente el desempeño de la variable económica se explica por el 54.6 % de su relevancia, mientras que la relación entre desempeño y relevancia de las variables ambiental y social no se pudo comprobar estadísticamente. Con estos resultados quedó rechazada la cuarta hipótesis específica, pudiendo sugerir con esta evidencia que las empresas agroexportadoras de brócoli en Guanajuato, carecen de una estrategia integral de RSE basada en el principio de materialidad o relevancia. Estos resultados siguen la tendencia encontrada en el estudio “panorama de responsabilidad social en México” (ResPonsable, 2013) en el que compara la importancia de las materias fundamentales de ISO 26000 y su nivel de atención por parte de la empresa, resultando una brecha que asemeja la obtenida entre desempeño y relevancia de las variables independientes del presente trabajo.

Recordando que el análisis de este estudio fue basado en datos de solo 9 empresas, y bajo conciencia de que tamaños reducidos de muestra pueden provocar un bajo poder estadístico (Button, et al, 2013), para la obtención de resultados y pruebas estadísticas se obtuvieron valores ajustados con el método de remuestreo bootstrap con 5000 remuestras, encontrando diferencias mínimas con los valores originales, sin llegar a modificar los resultados del estudio, siendo un indicador de consistencia de los datos originales con los estimadores derivados del remuestreo. Otro valor agregado de esta prueba fueron los límites de error obtenidos para los estadísticos.

De un análisis a nivel de las dimensiones o indicadores de las variables independientes, el manejo de residuos y efluentes, resultó con el mejor desempeño dentro de la variable ambiental y por el contrario la evaluación ambiental de proveedores y el diálogo con los grupos de interés de temas ambientales, son las dimensiones menos atendidas, esta última con un alto nivel de relevancia en comparación con su bajo desempeño. Al respecto es importante mencionar que un tema crítico en el sector es el abatimiento de los mantos acuíferos en el estado de Guanajuato

y a pesar de que el indicador uso eficiente del agua se calificó en el segmento más alto de la relevancia, su nivel de atención deja mucho que desear.

Para la variable económica el indicador con mayor puntuación es el desempeño económico ligeramente por encima de la productividad laboral siendo estos mismos los calificados con mayor relevancia, en contraparte la dimensión con menor desempeño y también con menor calificación de relevancia es el diálogo con los grupos de interés de aspectos económicos.

La variable social presenta el indicador mejor calificado del total de los 21 indicadores considerados en el estudio, que es la responsabilidad sobre productos, siendo también calificado como el de mayor relevancia y coincidiendo con las particularidades de este sector económico, ya que ha sido uno de los aspectos de mayor exigencia dentro de la industria agroalimentaria, derivado principalmente de regulaciones y normas estrictas impuestas por los gobiernos a la importación de hortalizas y ante las cuales las agroexportadoras tienen que cumplir, tal como lo indica la teoría institucional al afirmar que las instituciones deben controlar y dirigir el comportamiento responsable de las empresas (Campbell, 2007, citado por Talalweh, 2011). En contraparte y similar a las variables ambiental y económica, los indicadores peor calificados en la variable social son el diálogo con los grupos de interés de aspectos sociales y al final se ubica el tema de evaluación social de proveedores.

Por otra parte se generó la matriz de relevancia con base en la información proporcionada por las empresas, graficando el nivel de influencia de cada tema o dimensión en las decisiones y acciones de la empresa contra el nivel de influencia de cada tema en las decisiones y acciones en los grupos de interés. Esta pudiera ser una aproximación a la matriz de materialidad de este sector productivo, aunque no se obtuvo la opinión directa de los grupos de interés. De acuerdo a la mencionada matriz los 3 temas de mayor relevancia para el sector agroexportador de brócoli

de Guanajuato son, la productividad laboral, el desempeño económico y la responsabilidad sobre productos, los cuales también resultaron con un desempeño destacado existiendo congruencia entre relevancia y desempeño. Después de este grupo se ubican otros temas relevantes aunque con posicionamiento menor a los anteriores destacando las prácticas laborales, ahorro en el consumo energético, las consecuencias económicas y el cumplimiento regulatorio. En el extremo contrario que corresponde a los asuntos menos relevantes se ubica el tema de la evaluación ambiental y social de proveedores, diálogo con los grupos de interés y comunidades locales. Esta última situación no obedece a la filosofía de la teoría de los grupos de interés en la que Freeman et. al (2010), afirman que la gestión de los interesados minimiza el riesgo, mejora la reputación, aumenta la percepción de equidad y aumenta el valor de la empresa a varios de sus grupos de interés, resultando en este sentido sumamente importante la comunicación con ellos, más aún que la sociedad desea obtener un mejor estado de bienestar actual y futuro surgiendo nuevas exigencias y problemas emergentes (Maignan & Ferrel, 2004), así como un mayor escrutinio social del actuar empresarial.

Otro aspecto que merece resaltar es que los principales proveedores de las agroexportadoras son los productores de brócoli ya sea en terrenos externos o en los propios terrenos de la empresa. De acuerdo a los resultados de relevancia, el actuar de estos productores con respecto al medio ambiente y al aspecto social, no resultaron relevantes para la empresa, olvidándose de la dependencia de las agroexportadoras de los ya de por sí limitados recursos naturales, que de acuerdo a la manera en que los productores los manejen, será el nivel de incertidumbre de contar o no con esos recursos en el futuro que al final determinan la existencia de la empresa, pues de acuerdo a la teoría de la dependencia de recursos el entorno es quien optimiza y determinan los criterios de aptitud de las empresas de tal manera que algunas prosperan y otras quedan

rezagadas o desaparecen (Hannan y Freeman, 1977,1987; Han, 2007; citados por Zapata y Hernández, 2014).

Finalmente, con el propósito de fortalecer el entendimiento del comportamiento socialmente responsable de las agroexportadoras de brócoli, se analizaron algunos aspectos que motivan y otros que limitan la realización de prácticas socialmente responsables por parte de la empresa, pues de acuerdo a Cuevas y Vogel (2005, 2008, citado por Cuevas, 2011), la RSE se adopta, otras ocasiones se realiza por presiones de los grupos interés o como respuesta a las condiciones de la industria dependiendo del contexto histórico y sociocultural donde surge el interés por la ética. En la presente investigación las empresas calificaron cuatro motivos por los cuales realizan acciones socialmente responsables, ubicándose en la escala de medición en los segmentos “fuerte” y “muy fuerte” motivación y resultando el mejor calificado las razones éticas (contribuir al bienestar de la sociedad y el medio ambiente), le sigue el cumplimiento de regulaciones y al final con una misma calificación se ubica el mejorar el desempeño e imagen de la empresa. Por otra parte las principales limitantes evaluadas fueron cuatro resultando ubicadas en los segmentos “débil” y “regular” limitante de la escala de medición, siendo la principal la falta de conocimiento del tema, le sigue la falta de recursos económicos y al final con igual puntaje se ubica falta de voluntad de la empresa y falta de motivación.

Los resultados obtenidos en este apartado sugieren, principalmente que las empresas por un lado, asumen la RSE como un voluntariado y por otro son reactivas a las presiones de los grupos de interés, en este caso los clientes y cumplimiento de regulaciones. Reconocen también que la RSE es todavía un tema que no se conoce plenamente por el sector y que en cierta medida lo perciben más como una carga que como una estrategia de sostenibilidad.

Recomendaciones

Para hacer referencia a algunas recomendaciones se inicia comentando que el estudio de la RSE en el sector agroexportador del estado de Guanajuato es todavía incipiente, más aún a nivel de empresa, siendo quizás este uno de los principales motivos por el cual la mayoría de las agroempresas no accedieron a participar en la presente investigación. En este sentido es deseable que se siga profundizando en el estudio del tema dentro del sector y que se deriven políticas públicas apropiadas y sustentadas científicamente, que promuevan y apoyen el actuar responsable de la empresa y la ética empresarial.

Se recomienda que las agroexportadoras analicen su estrategia de responsabilidad social ya que resultaron temas calificados como relevantes que tienen relativamente bajo desempeño sugiriendo al respecto una mayor atención y por el contrario hay temas con relevancia inferior a su desempeño, debiendo buscar el equilibrio entre estos dos aspectos. De igual forma es deseable que realicen un estudio de relevancia o materialidad con los temas de responsabilidad social más desagregados y con la participación activa de los grupos de interés, incluyendo a las instituciones para aspirar a un consenso más real de la prioridad de los diferentes temas y de esta manera obtener la base para diseñar una mejor estrategia de RSE y a la vez contar con elementos para informar acerca de su actuar socialmente responsable ya que actualmente la emisión de informes es muy limitada en el sector.

El eslabón de la producción como base de la industria agroexportadora de hortalizas debe ser considerado de manera prioritaria en la estrategia de RSE, para lo cual se requiere la implementación de una iniciativa conjunta empresa-gobierno-academia, que considere el fomento de prácticas socialmente responsables en toda la cadena, desde la preparación del terreno, la adquisición de insumos para la producción y el desarrollo del cultivo, pretendiendo

con ello consolidar paquetes tecnológicos de producción agrícola sostenibles que faciliten la incorporación de los productores a la cadena de valor bajo un enfoque de responsabilidad social y el fomento de una cultura productiva sostenible. A la par las instituciones gubernamentales relacionadas con el sector agropecuario deben promover intensamente la RSE de una manera más integral, bajo principios y normativas vigentes reconocidas internacionalmente y aprovechando la existencia y fortaleciendo el actual programa denominado “Guanajuato Zona Premium Agrícola de México”, pudiendo fomentar la realización de más eventos y de mayor impacto como talleres, foros, cursos de capacitación y acompañamiento técnico a las empresas para implementar y en su caso diseñar la estrategia de RSE. Así mismo, generar instrumentos con el suficiente respaldo científico para realizar evaluaciones periódicas y considerar un reconocimiento muy específico al buen desempeño socialmente responsable de las empresas y hacer mayor difusión de ello. Referente a la responsabilidad ambiental, el estado de Guanajuato cuenta con 23 áreas naturales protegidas en diferentes paisajes distribuidas en toda la entidad, que requieren recursos para implementar sus programas de manejo respectivos y cumplan cabalmente con sus objetivos de creación. Al respecto se recomienda establecer un vínculo entre gobierno y sector agroempresarial para promover la canalización de recursos derivados de compensaciones de servicios ambientales o de restauración de ecosistemas, ya sea como voluntariado o como cuota de impacto ambiental, para de esta manera contribuir al desarrollo sustentable de la entidad.

En el ámbito académico es deseable que se desarrolle una línea de investigación de la RSE del sector agropecuario de la entidad, que a la fecha no ha sido debidamente atendida e incorporar de manera más dinámica, además de todo el sector de hortalizas, a la industria del

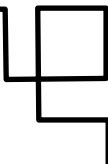
grano y del sector pecuario, para lo cual se requiere mayor vinculación entre las universidades e instituciones de investigación con este sector productivo.

Como futuras líneas de investigación se hace necesario diseñar una metodología más adaptada al ámbito agropecuario, y validada científicamente para medir la RSE con base en los temas materiales y establecer un índice de desempeño de RSE específico para el sector agroexportador del estado de Guanajuato. Así mismo es necesario abrir el análisis de la RSE en la industria de granos agrícolas y sector pecuario, así como en los diferentes eslabones de las cadenas y redes de valor.

Derivado de la negativa de varias de las agroexportadoras a participar en la investigación, para futuros trabajos que contemplen fase de campo y en línea con sugerencia de expertos, es recomendable para los investigadores considerar la alternativa de coleccionar la información, más que en lo individual, en foros o mesas de análisis con el grupo de representantes de las empresas con el propósito de lograr una mayor participación.

Finalmente, se visualiza una gran oportunidad inmediata de promover la RSE a nivel gremial integrando alianzas fuertes y promoviendo mecanismos bien aterrizados que tengan como principal foco de atención el considerar las demandas legítimas de los grupos de interés y enfocar los esfuerzos principalmente en aquellos temas que resulten materiales. Mediante esta estrategia se fortalecerá la cultura y desempeño de la RSE lo cual resulta necesario para que a las agroexportadoras se les facilite diversificar sus mercados internacionales y conservar su posicionamiento en los que actualmente incursionan.

BIBLIOGRAFÍA

-
- 
- AccountAbility. (2008). *Norma de principios de AccountAbility AA1000APS (2008)*. Madrid, España.
- Adame, C., Mohedano, A., & Benavides, M. (2012). Tendencias actuales desde la perspectiva basada en los recursos. *Nuevas Corrientes de Pensamiento Económicas, Marzo-Abril*(865), 119-130.
- AECA. (2003). *Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa*. Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, Documento AECA No. 1. Obtenido de www3.uji.es/~munoz/AECA.DOC
- Aguado, I., Echebarria, C., & Barrutia, J. M. (2008). El desarrollo sostenible a lo largo de la historia del pensamiento económico. *Revista de Economía Mundial*(21), 87-110.
- Alexandratos, N., & Bruinsma, J. (2012). *World agriculture towards 2030/2050: the 2012 revision*. (Vols. ESA Working Paper No. 12-03). Roma, Italia: FAO Agricultural Development Economics Division. Recuperado el 21 de marzo de 2015, de http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/esag/docs/Interim_report_AT2050web.pdf
- Alvarado, A. (2008). *Responsabilidad social empresarial percibida desde una perspectiva sostenicéntrica, y su influencia en la reputación de la empresa y en el comportamiento del turista*. (Tesis doctoral), Universitat de València, Departament de Comercialització i Investigació de Mercats, Valencia, Esp.

- Alvarado, A., Bigné, E., & Currás, R. (2011). Perspectivas teóricas usadas para el estudio de la responsabilidad social empresarial: una clasificación con base en su racionalidad. *Estudios Gerenciales*, 27(118), 115-137.
- Argandoña, A. (1998). The stakeholder theory and the common good. *Journal of business Ethics*, 17(9), 1093-1102.
- Avina, & Korin. (2011). *En busca de la sostenibilidad. El camino de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina y la contribución de la Fundación AVINA*. Fundación Avina. Buenos Aires, Arg.
- Barbosa, D., Piñeros, R., & Noguera, Á. (2013). Retos actuales del gobierno corporativo en torno a la creación de valor. *Criterio Libre*, 11(19), 187-204.
- Bernal, A., & Rivas, L. A. (2012). Modelos para la identificación de stakeholders y su aplicación a la gestión de los pequeños abastecimientos comunitarios de agua. *Revista Lebre*(4), 251-273.
- Boehm, F., & Lambsdorff, J. G. (2009). Corrupción y anticorrupción: una perspectiva neo-institucional. *Revista de Economía Institucional*, 2(21), 45-72.
- Bourne, L. (2014). The six functions of governance. *PM World Journal*, 3(11), 1-6.
- Button, K. S., Ioannidis, J. P., Mokrysz, C., Nosek, B. A., Flint, J., Robinson, E. S., & Munafò, M. R. (2013). Power failure: why small sample size undermines the reliability of neuroscience. *Nature Reviews | Neuroscience*, 14(May), 365-376.
- Caballero, G. (s. f.). El poder de los "grupos de interés": un cambio en la actitud de la organización. *Organización: estrategia*, 209-218. Recuperado el 9 de diciembre de 2015,

de

<http://www.fundacionseres.org/Lists/Informes/Attachments/642/El%20poder%20de%20los%20grupos%20de%20inter%C3%A9s.pdf>

Cajiga, J. F. (s. f.). *El Concepto de la responsabilidad social empresarial*. Centro Mexicano de Filantropía. Recuperado el 4 de julio de 2015, de http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf. 35

Caravedo, B. (2011). Capítulo 1. Desarrollo sostenible, ética, filantropía y responsabilidad social. En A. Vives, & E. Peinado-Vara (Edits.), *La Responsabilidad social de la empresa en América Latina* (págs. 29-44). Washington, D. C.

Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.

Carroll, A. B. (1999). CARROLL, A.B. (1999). Corporate social responsibility: evolution of a definitional construct. *Business & Society*, 38(3), 268-295.

Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). The business case for corporate social responsibility: a review of concepts, research and practice. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 85-105.

Carton, H. (2003). *El sector agroexportador de frutas y hortalizas frescas mexicano en el contexto de la apertura comercial: reestructuración productiva, productividad y remuneración del trabajo*. Cámara de Diputados, Sistema Integral de Información y Documentación, México, D. F.

Cecilio, G. (2005). *La calidad en alimentos como barrera para-arancelaria*. Series estudios y perspectivas. CEPAL, Buenos Aires. Recuperado el 6 de julio de 2015, de <http://www.cepal.org/publicaciones/xml/7/23177/DocSerie30.pdf>. 104

COFOCE. (s.f.). (*Coordinadora de Fomento al Comercio Exterior del Estado de Guanajuato*).

Recuperado el 12 de marzo de 2015, de <http://www.cofoce.gob.mx/estadisticas/>

COFOCE. (s.f.). (*Coordinadora de Fomento al Comercio Exterior del Estado de Guanajuato*).

Recuperado el 12 de marzo de 2015, de http://www.cofoce.gob.mx/a_web/2007/version%20en%20ingles/Export%20companies/Export%20companies.cfm?pagina=1

Comisión Europea. (2011). *Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas*. Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones, Bruselas. Recuperado el 4 de noviembre de 2015, de [http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/com/com_com\(2011\)0681_/com_com\(2011\)0681_es.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/com/com_com(2011)0681_/com_com(2011)0681_es.pdf)

CONAPO. (2010). *Anexo A Resultados principales del índice de intensidad migratoria México-Estados Unidos a nivel nacional*. Consejo Nacional de Población. Recuperado el 6 de julio de 2015, de http://www.conapo.gob.mx/work/models/CONAPO/intensidad_migratoria/anexos/Anexo_A.pdf

Cone-Communications. (2013). *2013 Cone Communications/Echo Global CSR Study*. Recuperado el 5 de julio de 2015, de <http://www.conecomm.com/global-CSR-study>

Correa, H., & Ibarra, A. (2009). Retrospectiva de la responsabilidad social empresarial a través del desarrollo del pensamiento económico. *Revista Universo Contábil*, 5(4), 116-133.

- Correa, M. E., & Estévez, R. (2011). Capítulo 14. Gestión de las relaciones con las partes interesadas. En A. Vives, & E. Peinado (Edits.), *La Responsabilidad social de la empresa en América Latina* (págs. 291-304). Washington D. C.
- Cortés, Á. M. (2015). Análisis de la coherencia de los informes de sostenibilidad de las empresas Ecopetrol y Meta Petroleum Limited (Pacific), con los principios teóricos de la responsabilidad social. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 10(1), 713-720.
- Cortina, A. (2014). *Ética y Responsabilidad Social de las empresas en un mundo globalizado*. Conferencia. Video publicado el día 15 de mayo de 2014. Recuperado el 8 de junio de 2015, de <https://www.youtube.com/watch?v=kl8qLTm-2Sk>
- Crespo, F. (2010). Entre el concepto y la práctica: responsabilidad social empresarial. *Estudios gerenciales*, 26(117), 119-130.
- Cuevas, R. (2011). Las dimensiones de la responsabilidad social de las empresas: una guía de lectura para su estudio. *rev.fac.cienc.econ.*, 19(1), 7-26.
- Dahlsrud, A. (2006). How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*(15), 1-13.
- De Sousa, M. (2013). Sustentabilidad y materialidad: contexto y detalles par entender lo que cuenta. Recuperado el 31 de julio de 2015, de <http://www.expoknews.com/sustentabilidadymaterialidadcontextoydetallesparaentenderloquecuenta/>
- DIRECON. (2013). *Instrumentos de Responsabilidad Social Empresarial*. Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales. Santiago, Chile. Obtenido de

<http://www.direcon.gob.cl/2013/11/instrumentos-de-responsabilidad-social-empresarial/>

- Duque, Y. V., Cardona, M., & Rendón, J. A. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de Administración (Universidad del Valle)*, 29(50), 178-206.
- Echánove, F. (2000). La industria mexicana de hortalizas congeladas y su integración a la economía estadounidense. *investigaciones Geográficas. Boletín del Instituto de Geografía. UNAM*(43), 105-121.
- Efron, B. (2016). "El bootstrap no es la estrella de la estadística, pero sí el mejor actor secundario". (F. BBVA, Entrevistador) Recuperado el 31 de enero de 2018, de <https://www.youtube.com/watch?v=Cx5pgZCdDGM>
- Epstein, E. M. (1987). The Corporate Social-Policy Process – Beyond Business Ethics, Corporate Social - Responsibility, and Corporate Social Responsiveness. *California Management Review*, 29(3), 99_114.
- ESADE. (2002). *Libro Verde de la Comisión Europea, Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Comunicación de la Comisión relativa a la responsabilidad social de las empresas una contribución empresarial al desarrollo sostenible*. Escuela Superior de Administración y Dirección de Empresas. Madrid. Esp.
- Espinosa, M., Enríquez, S., & Cervantes, A. (2003). *Cadena agroalimentaria de brócoli*. Fundación Guanajuato Produce, A. C., ITESM Campus Querétaro, Celaya, Gto.
- ETHOS. (2011). *Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial*. Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. Recuperado el 22 de julio de 2015, de http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/arquivo/0-A-bbe2011_Indic_ETHOS_ESP.pdf

- FAO. (2014). *La alimentación y la agricultura en América Latina y el Caribe*. Anuario Estadístico de la FAO. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. Santiago, Chile. Recuperado el 8 de julio de 2015, de <http://www.fao.org/3/a-i3592s.pdf>
- FAO. (s.f.). *Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación*. Recuperado el 23 de marzo de 2015, de <http://faostat3.fao.org/browse/Q/QC/S>
- FAO. (s.f.). *Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación*. Recuperado el 23 de marzo de 2015, de <http://faostat.fao.org/DesktopDefault.aspx?PageID=567&lang=es#ancor>
- Ferratto, J., & Mondino, M. C. (2008). Producción, consumo y comercialización de hortalizas el mundo. *Revista Agromensajes de la Facultad*, 24(4).
- Foster, S., Garduño, H., & Kemper, K. (sf). *México-Los 'Cotas': Avances en la Gestión Participativa del Agua Subterránea en Guanajuato 2002-2005*. BANCO MUNDIAL. Washington, D.C.: Colección de Casos Esquemáticos Caso 10. Gestión sustentable del agua subterránea, conceptos y herramientas. Recuperado el 6 de julio de 2015, de http://agua.org.mx/h2o/images/stories/BibliotecaG/docs/COTAS_Guanajuato/cotas.pdf
- Franco, R. A. (2011). Una reformulación del concepto de control. *Libre Empresa*(15), 31-72.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman.
- Freeman, R. E. (1994). The politics of stakeholder theory: some future directions. *Business Ethics Quarterly*, 4(4), 409-421.

- Freeman, R. E. (2002). 'Stakeholder Theory of the Modern Corporation'. En *Ethical Issues in Business* (págs. 38-48). Recuperado el 2 de julio de 2015, de <http://academic.udayton.edu/lawrenceulrich/Stakeholder%20Theory.pdf>
- Freeman, R., Harrison, J., Wicks, A., Parmar, B., & de Colle, S. (2010). *Stakeholder Theory: The State of the Art*. Nueva York: Cambridge University Press.
- Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. *The New York Times Magazine*. Recuperado el 8 de julio de 2015, de <http://www-rohan.sdsu.edu/faculty/dunnweb/rprnts.friedman.dunn.pdf>
- Gallopín, G. C. (s.f.). *Sostenibilidad del Desarrollo en América Latina y el Caribe: cifras y tendencias Honduras*. División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Naciones Unidas, Santiago de Chile.
- Garriga, E., & Melé, D. (2004). Corporate social responsibility theories: mapping the territory. *Journal of Business Ethics*, 53(1/2), 51-71.
- Gil Flores, J. (2005). Aplicación del método bootstrap al contraste de hipótesis en la investigación educativa. *Revista de Educación*(336), 251-265.
- Gómez, M. Á. (1986). Sistema agroindustrial de hortalizas congeladas en México. *Revista de Geografía Agrícola*(13-14), 132-145.
- GRI. (2011). *GRI e ISO 26000: Cómo usar las Directrices del GRI, en conjunto con la Norma ISO 26000*. Global Reporting Initiative. Recuperado el 2015 de noviembre de 11, de <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-GRI-ISO-Linkage-Documents-Updated-Version.pdf>

- GRI. (2013a). *G4 Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad: Manual de aplicación*. Global Reporting Initiative. Recuperado el 26 de abril de 2015, de <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-G4-Part-Two.pdf>
- GRI. (2013b). *G4 Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad: Principios y contenidos básicos*. Global Reporting Initiative. Recuperado el 26 de abril de 2015, de <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-G4-Part-One.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2010). *Metodología de la investigación* (Quinta ed.). México: McGraw-Hill.
- Herrera, J., Larrán, M., Lechuga, M. P., & Martínez, D. (2013). Determinantes de la publicación de memorias de RS en las pequeñas y medianas empresas ¿una cuestión de imagen? *Revista prisma social*(10), 271-302.
- IBM. (s.f.). *IBM Knowledge Center*. Recuperado el 25 de enero de 2018, de Corporation, International Business Machines: https://www.ibm.com/support/knowledgecenter/es/SSLVMB_22.0.0/com.ibm.spss.statistics.cs/spss/tutorials/bootstrap_telco_frequencies_statistics.htm
- INEGI. (2015). (Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática). Recuperado el 16 de marzo de 2016, de <http://www.inegi.org.mx/>
- ISO. (2010). *International Standard ISO 26000. Guidance on social responsibility. Lignes directrices relatives à la responsabilité sociétale* (Primera ed.). International Organization for Standardization. Ginebra, Suiza. Recuperado el 23 de marzo de 2015, de <http://www.cnis.gov.cn/wzgg/201405/P020140512224950899020.pdf>
- Kaku, R. (1997). The Path of Kyosei. *Harvard business review*, 75(4), 55-63.

- Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2002). *Investigación del comportamiento* (Cuarta ed.). México: McGraw-Hill.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Dirección de Marketing* (duodécima ed.). México: Pearson.
- López Jáuregui, A., & Elosua Oliden, P. (2004). Estimaciones bootstrap para el coeficiente de determinación: un estudio de simulación. *Revista Electrónica de Metodología Aplicada*, 9(22), 1-14.
- López, A., Contreras, R., & Molina, R. (2011). La responsabilidad social empresarial como estrategia de competitividad en el sector alimentario. *Cuadernos de Administración*, 24(43), 261-283.
- Lozano, J. (2000). Institutions and economic theory. The contribution of the new institutional economics, de Eric Furubotn y Rudolf Richter. *Revista de Economía Institucional*(2), 165-169.
- Maignan, I. (2001). Consumers' perceptions of corporate social responsibilities: A crosscultural comparison. *Journal of Business Ethics*, 30(1), 57-72.
- Maignan, I., & Ferrell, O. C. (2000). Measuring corporate citizenship in two countries: the case of the United States and France. *Journal of Business Ethics*, 23(3), 283-297.
- Maignan, I., & Ferrell, O. C. (2004). Corporate social responsibility and marketing: An integrative framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 32(1), 3-19.
- Marín, E. (2006). *Responsabilidad social de la gerencia del sector maquilador en Ensenada, Baja California*. (Tesis doctoral), Instituto Politécnico Nacional. Escuela Superior de Comercio y Administración: México, D. F.

- Martí, C. (2011). *RSE.- La nueva definición de responsabilidad social*. Obtenido de <http://diarioresponsable.com/politica/114-europea/14973-rse-la-nueva-definicion-de-responsabilidad-social.html>
- Martin, R. L. (2002). The Virtue Matrix: Calculating the Return on Corporate Responsibility. *Harvard Business Review*.
- McWilliams, A., & Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility: a theory of the firm perspective. *The Academy of Management Review*, 26(1), 117-127.
- McWilliams, A., Siegel, D. S., & Wright, P. M. (2006). Corporate social responsibility: Strategic implications. *Journal of Management Studies*, 43(1), 1-18.
- Medina, D. R. (1998). Una visión integral de la empresa basada en los recursos, el conocimiento y el aprendizaje. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 4(2), 77-90.
- Medina, L. M., Ramírez, C. J., & Hernández, A. B. (s. f.). Teorías sobre la Responsabilidad Social de la Empresa (RSE). Recuperado el 2 de marzo de 2015, de http://www.econ.uba.ar/www/institutos/secretaradeinv/ForoContabilidadAmbienta/resumenes/Medina_Teor%C3%ADas_sobre_la_responsabilidad.pdf
- Melé, D. (2007). Responsabilidad social de la empresa: una revisión crítica a las principales teorías. *Ekonomiaz*, 2o cuatrimestre(65), 50-67.
- Mexicoxport. (04 de febrero de 2016). <http://mexicoxport.com>. Recuperado el 14 de octubre de 2017, de <http://mexicoxport.com/noticias/17008/crece-12-exportacion-de-alimentos>
- Miranda Morales, A. (2003). *El método de remuestreo y su aplicación en la investigación biomédica*. (Trabajo para obtener el título de Especialista de 1er Grado en

Bioestadística), Ministerio de Salud Pública. Escuela Nacional de Salud Pública "Carlos J. Finlay": Ciudad de La Habana, Cuba.

Moreno, A., Miñano, R., Pérez, D., & Uruburu, Á. (s. f.). Capítulo 1. Responsabilidad Social Corporativa. Lección 3: RSE estratégica. En *Materiales de Responsabilidad Social Empresarial. Grupo de Investigación de Organizaciones Sostenibles*. Recuperado el 7 de septiembre de 2015, de https://courses.edx.org/asset-v1:OECx+B1156+1T2015+type@asset+block/Leccion4-_Gesti_n_RSE-V6.pdf

Moreno, A., Uriarte, L. M., Lumbreras, J., & Miñano, R. (s.f.). Capítulo 1. Responsabilidad Social Corporativa. Lección 2: Concepto de RSC. En *Materiales de Responsabilidad Social Empresarial. Grupo de Investigación de Organizaciones Sostenibles*. Recuperado el 07 de septiembre de 2015, de https://courses.edx.org/asset-v1:OECx+B1156+1T2015+type@asset+block/Leccion1-_Desarrollo_Sostenible-V6.1.pdf

Muñoz, J. (2013). Ética empresarial, Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y Creación de Valor Compartido (CVC). *GCG Georgetown Univesity - Universia*, 7(3), 76-88.

Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa (2015). Módulo 4, introducción a la responsabilidad social coporativa. Curso experto de responsabilidad social coporativa. España. (35 p).

Olivo, J. A. (2011). *El ocaso de las empresas socialmente irresponsables: aportes para la construcción de una teoría de la responsabilidad social de las empresas en El Salvador* (1a. ed.). San Salvador, El Salv.: Editorial Universitaria (UES).

ORSE, CSR EUROPE, & FORETICA. (2009). *Diálogo con los grupos de interés. Guía práctica para empresas y stakeholders*. Observatoire sur la Responsabilité Sociétale des

- Entreprises, Corporate Social Responsibility Europe, Forética. Recuperado el 18 de agosto de 2015, de file:///C:/Users/Miguel/Downloads/%C3%A9tude_espagnol_orse.pdf
- Padua, J., Ahman, I., Apezechea, H., & Borsotti, C. (1996). *Técnicas de investigación aplicada a las ciencias sociales*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Peinado, E. (2011). Capítulo 3. RSE en América Latina. En A. Vives, & E. Peinado-Vara (Edits.), *La responsabilidad social de la empresa en América Latina* (págs. 65-82). Washington, D. C.
- Rahman, S. (2011). Evaluation of Definitions: Ten Dimensions of Corporate Social Responsibility. *World Review of Business Research*, 1(1), 166 - 176.
- Raufflet, E., Félix, J., Barrera, E., & García, C. (2012). *Responsabilidad social empresarial* (Primera ed.). Edo. de México, Méx.: Pearson.
- ResponSable. (2013). *Panorama de la responsabilidad social en México. 1er Estudio - 2013*. México. Recuperado el 13 de marzo de 2015, de http://www.responsable.net/estudios/mexico/Panorama_Responsabilidad_Social_Mexico_2013_ResponSable.pdf
- Ricart, J. E., & Rodríguez, M. Á. (2002). *Código de conducta de gobierno para la empresa sostenible. Guía para su implementación*. Center for Business in Society, IESE, Universidad de Navarra, España.
- Rojas, C. (2010). Valoración de Recursos Minerales bajo la teoría del desarrollo sostenible. *Revista EIA*(13), 65-75.
- Rojas, R. (2013). *Guía para realizar investigaciones sociales* (Trigésima octava ed.). México: Plaza y Valdés.

- SAGARPA. (2012). *Estimación de las Exportaciones Agroalimentarias a nivel de Entidad Federativa*. Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación. Subsecretaría de Fomento a los Agronegocios. Recuperado el 22 de abril de 2015, de http://www.sagarpa.gob.mx/agronegocios/Documents/pablo/Documentos/Estima_Exp_Edo.pdf
- SAGARPA. (2015). *Mexican agricultural exporters directory. Directorio de agroexportadores mexicanos*. Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación. Recuperado el 22 de abril de 2015, de http://www.aserca.gob.mx/Documents/Directorio_General.pdf
- Santoyo, J. A., & Martínez, C. C. (s. f.). *Tecnología de Producción de Brócoli. Resultados de proyectos*. Fundación Produce Sinaloa, A. C. Culiacán, Sinaloa, Méx. Recuperado el 19 de marzo de 2015, de http://www.fps.org.mx/divulgacion/index.php?option=com_content&view=article&id=995:tecnologia-de-produccion-de-brocoli&catid=137:otros&Itemid=414
- Schuschny, A., & Soto, H. (2009). *Guía metodológica diseño de indicadores compuestos de desarrollo Sostenible*. Documento de proyecto. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Naciones Unidas, Santiago de Chile.
- Shaeffler, K. (2006). Pobreza y responsabilidad social del empresariado. Un modelo de gestión que agrega valor y crea capital social en beneficio de la comunidad. *Revista Futuros*, 4(13), 1-12.
- SIACON-SAGARPA. (2013). *(Sistema de Información Agroalimentaria de Consulta-Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación)*.

- Recuperado el 21 de abril de 2015, de <http://www.siap.gob.mx/optestadisticasiacon2012parcialasiacon-zip/>
- SICAGRO. (s.f.). *(Sistema de Información Comercial del Sector Agroalimentario)*. Recuperado el 26 de octubre de 2016, de http://sicagro.sagarpa.gob.mx/SICAGRO_CONSULTA/filtroprod.aspx
- Sierra, R. (2007). *Tesis doctorales y trabajos de investigación científica* (Quinta ed.). Madrid, España: Thomson Editores.
- Silva, F. (2007). *Contexto Internacional para el Sector Agroalimentario Mexicano. Proyecto Evaluación Alianza para el Campo*. SAGARPA, FAO. Recuperado el 17 de agosto de 2015, de http://www.sagarpa.gob.mx/programas2/evaluacionesExternas/Lists/Otros%20Estudios/Attachments/24/contexto_internacional.pdf
- SNIIM. (s.f.). *Sistema Nacional de Información e Integración de Mercados*. Recuperado el 29 de abril de 2015, de <http://www.economia-sniim.gob.mx/nuevo/>
- Talalweh, M. (2011). *La transparencia y la información de responsabilidad social y medioambiental en las empresas del mundo islámico: la cultura como factor determinante*. (Tesis doctoral), Universidad de Zaragoza, Departamento de Contabilidad y Finanzas: Zaragoza, Esp.
- Toro, D. (2006). El enfoque estratégico de la responsabilidad social corporativa: revisión de la literatura académica. *Intangible Capital*, 2(14), 338-358.
- USDA. (2014). *United States Department of Agriculture*. Recuperado el 20 de mayo de 2014, de <http://www.fas.usda.gov/>

- USDA. (2015). *United States Department of Agriculture*. Recuperado el 3 de junio de 2015, de <http://www.nass.usda.gov>
- Vaca Acosta, R. M., Moreno Domínguez, M. J., & Riquel Ligerio, F. (2007). Análisis de la responsabilidad social corporativa desde tres enfoques: stakeholders, capital intelectual y teoría institucional. En J. C. Ayala Calvo, *Conocimiento, innovación y emprendedores : camino al futuro* (págs. 3130 - 3143).
- Vargas, J. G. (2008). Perspectivas del Institucionalismo y Neoinstitucionalismo. *Ciencia Administrativa*(1), 47 - 58.
- Vargas, J. G. (s. f.). *Teoría institucional y neoinstitucional en la administración Internacional de las organizaciones*. Universidad de Guadalajara. Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas. Recuperado el 20 de abril de 2015, de <http://www.scielo.org.ar/pdf/vf/v10n2/v10n2a05.pdf>
- Veitia, E. R., Montalván, A., & Martínez, Y. (2014). Elección de indicadores sistémicos para la sostenibilidad ambiental del suelo. *Ciencias Técnicas Agropecuarias*, 23(4), 43-50.
- Vilanova, M., Lozano, J. M., & Dinares, M. (2006). *Accountability. Comunicación y reporting en el ámbito de la RSE*. Madrid, Esp.: Cuadernos FORETICA 6. Recuperado el 27 de septiembre de 2015, de http://foretica.org/index.php/biblioteca/cuadernos-foretica/cat_view/49-cuadernos-foretica?view=docman&lang=es&start=12
- Villafán, K. B. (2011). *La Responsabilidad Social Empresarial del sector agroexportador aguacatero del Municipio de Uruapan, Michoacán*. (Tesis doctoral), Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales: Morelia, Mich., Méx.

- Vives, A. (2007). *El argumento empresarial de la rse : nueve casos de América Latina y el Caribe*. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Vives, A. (2013a). Empleo y emprendimiento como responsabilidad social de las empresas. *Revista Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, 7(3), 16-33.
- Vives, A. (2013b). Matriz de materialidad: Más allá del esquema tradicional. Obtenido de <http://cumpetere.blogspot.mx/2013/11/matrizdematerialidadmasalladel>.
- Vives, A. (2013c). ¿Cómo interpretar la definición de la RSE? Obtenido de <http://cumpetere.blogspot.mx/2013/06/comointerpretarlaldefiniciondelarse>.
- Vives, A. (2015). Materialidad: 12 principios básicos y una metodología para la estrategia de RSE. IIa. Parte. Recuperado el 24 de junio de 2015, de <http://cumpetere.blogspot.mx/2015/02/materialidad-12-principios-basicos-y.html>
- Vives, A., Corral, A., & Isusi, I. (2005). *Responsabilidad social de la empresa en PyMEs de Latinoamérica*. Banco Interamericano de Desarrollo, Ikei Research & Consultancy. Washington, D. C.
- Volpentesta, J. R., Chahín, T., Alcaín, M. F., Nievas, G. R., & Spinelli, H. E. (2014). Identificación del impacto de la gestión de los stakeholders en las estructuras de las empresas que desarrollan estrategias de responsabilidad social empresarial. *Universidad & Empresa*, 16(26), 63-92.
- Waldman, D. A., Siegel, D. S., & Javidan, M. (2006). Components of CEO Transformational Leadership and Corporate Social Responsibility. *Journal of Management Studies*, 43(8), 1703-1724.

Zapata Rotundo, G. J., & Hernández, A. (2014). Origen de los recursos y ventajas competitivas de las organizaciones: reflexiones teóricas. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, Año 19(68), 735 - 759.

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de congruencia

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADOR	ÍTEM
¿Cuáles fueron los niveles de relevancia y desempeño de las variables ambiental, económica y social y cómo influyeron en la responsabilidad social empresarial percibida en el año 2017 por las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato?	Determinar cómo fue el nivel de relevancia y desempeño de las variables ambiental, económica y social y que influencia tuvieron en la responsabilidad social empresarial percibida en el año 2017 por las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato.	Las variables ambiental, económica y social presentaron niveles altos de relevancia y desempeño y en la medida que aumentaron su desempeño, incrementó el valor de la responsabilidad social empresarial percibida en el año 2017 por las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato.	<u>Dependiente:</u> Responsabilidad social empresarial percibida	- Internalización de la RSE - Gestión de impactos ambientales, económicos y sociales. - Responsabilidad de la empresa por su impacto en la sociedad	Índice de Responsabilidad Social Empresarial percibida	IV.1., IV.2., IV.3.
			<u>Independientes</u> Ambiental	- Conservación de flora y fauna - Uso eficiente del agua - Conservación del suelo - Ahorro en el consumo energético - Manejo de residuos y efluentes - Cumplimiento regulatorio - Evaluación ambiental de proveedores - Diálogo con los grupos de interés de aspectos ambientales	- Impactos en flora y fauna - Cantidad de especies de flora y fauna que se protegen - Ahorro en el consumo de agua - Nivel de Impacto en el recurso suelo - Impacto ambiental del transporte - Ahorro en el consumo energético - Volumen de residuos y efluentes - Nivel de gestión de residuos y efluentes - Sanciones por infracción - Impacto ambiental en la cadena de suministros - Proveedores evaluados - Periodicidad de Informe y diálogo con grupos de interés	II.1. II.2. II.3. II.4. II.5. II.6. II.7. II.8., II.9.
			Económica	- Desempeño económico - Productividad laboral	- Gastos operativos - Inversión comunitaria - Índice de productividad laboral	II.10. II.11.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADOR	ÍTEM
				- Eficiencia - Consecuencias económicas - Prácticas de adquisición - Diálogo con los grupos de interés de aspectos económicos	- Relación costo - producción - Índice de desarrollo económico de la zona de influencia - Rentabilidad del negocio del productor - Impacto económico familiar - Porcentaje del gasto que corresponde a proveedores locales - Periodicidad de Informe y diálogo con grupos de interés	II.12. II.13., II.14., II.15. II.16. II.17., II.18.
			Social	- Prácticas laborales - Derechos humanos - Comunidades locales - Evaluación social de proveedores - Anticorrupción - Responsabilidad sobre productos - Diálogo con los grupos de interés de aspectos sociales	- Tasa de contrataciones y rotación media de empleados - Nivel de seguridad y equidad laborales - Horas de capacitación - Medidas de defensa al derecho a colectivo de trabajadores - Número de quejas laborales - Capacitación en derechos humanos y medidas preventivas - Inversión que incluya cláusula de derechos humanos - Beneficios comunitarios - Quejas de la sociedad - Impacto de prácticas laborales en la cadena de suministros - Proveedores evaluados - Evaluación de riesgos de corrupción y capacitación - Casos de corrupción - Impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad - Resultado de encuestas de satisfacción de clientes - Periodicidad de Informe y diálogo con grupos de interés	II.19., II.20., II.21., II.22., II.23. II.24., II.25. II.26., II.27. II.28., II.29. II.30. II.31. II.32., II.33.
¿Cuál fue el vínculo entre el desempeño de la variable ambiental y la responsabilidad social percibida en el año 2017 por las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato?	Identificar cual fue el vínculo entre el desempeño de la variable ambiental y la responsabilidad social percibida en el año 2017 por las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato.	Un mayor desempeño de la variable ambiental provocó una mayor responsabilidad social percibida en el año 2017 por las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato.	<u>Dependiente:</u> Responsabilidad social empresarial percibida <u>Independiente</u> Desempeño de la variable ambiental			II.1. a la II.9. y IV.1., IV.2., IV.3.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADOR	ÍTEM
¿Cómo interactuaron el desempeño de la variable económica y la responsabilidad social percibida en el año 2017 por las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato?	Determinar la relación que existió entre el desempeño de la variable económica y la responsabilidad social percibida en el año 2017 por las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato.	La responsabilidad social percibida en el año 2017 por las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato aumentó cuando el desempeño de la variable económica fue positivo.	<u>Dependiente:</u> Responsabilidad social empresarial percibida <u>Independiente</u> Desempeño de la variable económica			II.10. a la II.18. y IV.1., IV.2., IV.3.
¿Qué efecto provocó el desempeño de la variable social en la responsabilidad social percibida en el año 2017 por las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato?	• Describir como fue el efecto del desempeño de la variable social en la responsabilidad social percibida en el año 2017 por las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato.	• El aumento del desempeño de la variable social provocó el incremento de la responsabilidad social percibida en el año 2017 por las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato.	<u>Dependiente:</u> Responsabilidad social empresarial percibida <u>Independiente</u> Desempeño de la variable social			II.19. a la II.33. y IV.1., IV.2., IV.3.
¿Cómo incidió durante el año 2017 la relevancia en el desempeño de las variables ambiental, económica y social de la responsabilidad social de las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato?	Explicar la incidencia que hubo durante el año 2017 de la relevancia en el desempeño de las variables ambiental, económica y social de la responsabilidad social de las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato.	Durante el año 2017 la relevancia de las variables ambiental, económica y social de la responsabilidad social empresarial de las agroexportadoras de brócoli en el estado de Guanajuato incidió de manera positiva en su desempeño.	<u>Dependiente:</u> Desempeño de las variables ambiental, económica y social <u>Independiente</u> Relevancia de las variables ambiental, económica y social			II.1. al II.33. y III.1.a y b. al III.33.a. y b

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 2. Perspectivas teóricas de la RSE

Subcategoría	Naturaleza de la perspectiva teórica	Contribuciones clave
CATEGORIA 1. Teorías instrumentales: <i>Consideran a la RSE como “una herramienta estratégica para alcanzar los objetivos económicos y, en última instancia, la creación de riqueza” (Garriga y Melé, 2004)</i>		
1.A. Maximización del valor de los accionistas	Teoría de la Agencia	Coelho et al. (2003a y 2003b); Friedman (1962, 1970, 1978); Jensen (2000)
	Teoría de la Agencia / Relativismo Ético	Bhide y Stevenson (1990); Carr (1968); Fieser (1996)
1. B. Estrategias para lograr ventajas competitivas	Visión Estratégica de la Empresa	Feddersen y Gilligan (2001); Hart y Christensen (2002); Porter y Kramer (2002); Prahalad y Hammond (2002)
	Visión de los Recursos y las Capacidades	Hart (1995); Litz (1996); McWilliams y Siegel (2001); McWilliams, van Fleet y Cory (2002)
	Teoría del Liderazgo Estratégico	Waldman, Siegel y Javidan (2006)
1. C. Marketing relacionado a alguna causa	Visión Estratégica de la Empresa	Barone, Miyazaki y Taylor (2000); Hoeffler y Keller (2002); Lafferty y Goldsmith (2005); Murray y Montanari (1986); Sen y Bhattacharya (2001); Sen et al. (2006); Varadarajan y Menon (1988); Webb y Mohr (1998)
CATEGORIA 2. Teorías políticas: <i>Se enfocan “en las interacciones y conexiones entre las empresas y la sociedad y en el poder y la posición de las empresas y su inherente responsabilidad” (Garriga y Melé, 2004)</i>		
2.A. Constitucionalismo Corporativo	Teoría del Servidor	Caldwell y Karri (2005); Davis (1967); Donaldson y Davis (1991)
2. B. Teoría Integradora del Contrato Social	Teoría Integradora del Contrato Social	Donaldson y Dunfee (1994); Donaldson y Dunfee (1999); Dunfee, Smith y Ross (1999); Malan (2005); Watson, Shepard y Stephens (1999)
2. C. Ciudadanía Corporativa	Ciudadanía Corporativa	Fombrun, Gardberg y Barnett (2000); Maignan y Ferrell (2000); Maignan, Ferrell y Hult (1999); Wood y Logsdon (2002)
CATEGORIA 3. Teorías Integradoras: <i>“Buscan cómo integrar en las empresas las demandas sociales, argumentando que los negocios dependen de la sociedad para su existencia” (Garriga y Melé, 2004)</i>		
3. A. Aspectos administrativos o de gestión	Teoría Institucional / Respuesta social corporativa	Ackerman (1973)
	Teoría de los Grupos de Interés / Relativismo Ético	Blowfield (2004)
	Teoría de los Grupos de Interés / Respuesta Social Corporativa/	Epstein (1987)
	Teoría Institucional / Ética Aplicada a la empresa	
	Teoría Institucional	Jones (1980)
	Teoría de los Grupos de Interés / Teoría Integradora del Contrato Social / Teoría Institucional / Teoría del Desempeño Social Corporativo	Moir (2001)
	Visión Estratégica de la Empresa / Teoría de la Respuesta Social Corporativa	Sethi (1975)
	Visión Estratégica de la Empresa / Teoría Institucional	Wartick y Mahon (1994)
3. B. Principio de Responsabilidad Pública	Teoría de los Grupos de Interés / Teoría de la Agencia / Visión de los Recursos y las Capacidades / Principio de Responsabilidad Pública	Lea (1999)
	Principio de Responsabilidad Pública / Respuesta Social Corporativa / Teoría Institucional	Preston y Post (1981)
3. C. Gestión de grupos de interés	Teoría de los Grupos de Interés / Teoría de la Agencia / Teoría del Servidor	Agle, Mitchell y Sonnenfeld (1999); Mitchell, Agle y Wood (1997)
	Teoría de los Grupos de Interés / Teoría de la Agencia / Visión Estratégica de la Empresa / Teoría del Contrato Social /	Jones (1995)
	Ética Aplicada a la empresa	
	Teoría de los Grupos de Interés / Teoría de la Respuesta Organizativa / Visión Estratégica de la Empresa	Rowley (1997)
	Teoría de los Grupos de Interés / Visión de los Recursos y las Capacidades / Teoría de la Empresa / Teoría de la Propiedad	Asher et al. (2005)

Subcategoría	Naturaleza de la perspectiva teórica	Contribuciones clave
	Teoría de los Grupos de Interés / Teoría de la Empresa	Kochan y Rubinstein (2000)
3. D. Desempeño Social Corporativo	Teoría del Desempeño Social Corporativo* / Respuesta Social Corporativa* / Ética Aplicada a la empresa* / Teoría del Liderazgo Estratégico	Carroll (1979); Swanson (1995)
	Teoría del Desempeño Social Corporativo* / Visión Estratégica de la Empresa / Teoría de la Propiedad*	Baron (2001)
	Teoría del Desempeño Social Corporativo* [Corporate Social Performance] / Respuesta Social Corporativa* / Relativismo Ético* / Teoría del Servidor	Swanson (1999)
	Teoría del Desempeño Social Corporativo/ Teoría de la Agencia / Respuesta Social Corporativa / Principio de Responsabilidad Pública	Wartick y Cochran (1985)
	Teoría del Desempeño Social Corporativo / Respuesta Social Corporativa	Wood (1991 ^a)
CATEGORIA 4. Teorías éticas: <i>Se centra en "los requerimientos éticos que cementan las relaciones entre las empresas y la sociedad" (Garriga y Melé, 2004)</i>		
4. A. Teoría Normativa de los Grupos de Interés	Ética Aplicada a la empresa / Teoría de los Grupos de Interés	Carroll (1991); Freeman, Wicks y Parmar (2004)
	Ética Aplicada a la empresa / Teoría de los Grupos de Interés / Teoría de la Propiedad	Donaldson y Preston (1995)
	Ética Aplicada a la empresa / Democracia Corporativa / Teoría de los Grupos de Interés	Freeman y Reed (1983)
	Democracia Corporativa / Teoría de los Grupos de Interés / Teoría Integradora del Contrato Social	Freeman (1994)
	Ética Aplicada a la empresa / Teoría de los Grupos de Interés / Teoría Integradora del Contrato Social	Phillips, Freeman y Wicks (2003)
4. B. Derechos Humanos	Ética Aplicada a la empresa / Teoría de los Grupos de Interés / Ciudadanía Corporativa / Ciudadanía de la Empresa / Visión Estratégica de la Empresa	Logsdon y Wood (2002)
	Derechos Humanos	Welford (2002)
	Derechos Humanos / Ciudadanía Corporativa	Wettstein y Waddock (2005)
4. C. Desarrollo Sostenible	Teoría del Desarrollo Sostenible	Van Marrewijk (2003a); Bhaskaran, Polonsky, Cary y Fernández (2006); Gladwin, Kenelly y Krause (1995)
	Teoría del Desarrollo Sostenible / Teoría de los Grupos de Interés	Byrne y Polonsky (2001)
	Teoría del Desarrollo Sostenible/ Teoría Institucional	Jennings y Zandbergen (1995)
4. D. Enfoque del Bien Común	Teoría de los Grupos de Interés / Teoría del Bien Común	Argandoña (1998)
	Teoría de la Virtud / Teoría del Bien Común / Visión Estratégica de la Empresa / Teoría del Servidor	Arjoon (2000)
	Teoría del Bien Común / Teoría Kyosei	Kaku (1997); Wokutch y Shepard (1999)

Fuente: Elaboración propia con base en Garriga y Melé (2004) y Alvarado (2008).

Anexo 3. Conceptos y dimensiones de la RSE de acuerdo a iniciativas e instrumentos

Iniciativa	Concepto de RSE	Dimensiones
ISO 26000	“Responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un Comportamiento ético y transparente” (ISO 26000:2010, p.4)	- Medio ambiente - Derechos humanos - Prácticas laborales - Gobierno organizacional - Prácticas de negocio justo / reglas de mercado - Participación de la comunidad - Consumidores / responsabilidad del producto
AA 1000 Norma de aseguramiento	Constituida por: transparencia para rendir cuentas a las partes interesadas, capacidad de respuesta para atender las preocupaciones de las partes interesadas y cumplimiento para lograr los estándares con los cuales se compromete voluntariamente, y las normas y regulaciones que debe cumplir por razones legales” (Accountability: 2003, p. 29)	- Resultado organizacional - Partes interesadas - Políticas y metas establecidas - Aseguramiento público
AECA Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas	“La responsabilidad social corporativa es el compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente, desde su compromiso social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con quienes se interactúa”. (AECA, 2003, p. 9)	- Desarrollo de la Sociedad - Medio ambiente - Compromiso social - Comportamiento responsable hacia las personas y grupos con quienes interactúa.
GRI Global Reporting Initiative	No define un concepto de RSE. Su posición es desde la Sostenibilidad: “la forma en la que contribuye la organización, o pretende contribuir en el futuro, a la mejora o al deterioro de las tendencias, avances y condiciones económicas, ambientales y sociales a nivel local, regional o global” (GRI)	- Indicador económico. - Indicador ambiental - Indicador social
SGE 21: 2008 Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable	“La Responsabilidad Social es la integración voluntaria de las preocupaciones sociales, laborales, medio ambientales y de respeto a los derechos humanos (superando el cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes) en el gobierno, gestión, estrategias, políticas y procedimientos de las organizaciones” (INGECAL, 2011, p. 3)	- Alta dirección - Clientes - Proveedores - Entorno social - Entorno ambiental - Inversores - competencia
ETHOS Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial	La relación que la empresa establece con todos sus públicos (stakeholders), a corto y a largo plazo. Los públicos correspondientes, en contacto y afinidad con la empresa, comprenden innumerables organizaciones de interés civil social y ambiental, además de aquéllos usualmente reconocidos por los gestores –público interno, accionistas y consumidores/ clientes (Ethos: 2005, p.9)	- Valores, Transparencia y Gobernanza - Público Interno - Medio Ambiente - Proveedores - Consumidores y Clientes - Comunidad - Gobierno y Sociedad
Norma SA 8000	“No es abarcativa de la totalidad de los aspectos del concepto de Responsabilidad Social, pero posee indudables ventajas para cualquier organización que desee comprometerse con los principios éticos y sociales que redundarán en ventajas de diversa índole inclusive y fundamentalmente económicas” (Aguero, 2011)	- Trabajo infantil - Trabajos forzados - Salud y seguridad en el Trabajo - Libertad de asociación y derecho de negociación colectiva - Discriminación - Medidas disciplinarias

Iniciativa	Concepto de RSE	Dimensiones
		- Horario de trabajo - Remuneración - Sistemas de gestión
Pacto Mundial	"No definen el concepto de RSE; sin embargo consideran que: Las prácticas empresariales basadas en principios universales contribuyen a la construcción de un mercado global más estable, equitativo e incluyente que fomentan sociedades más prósperas" (Pacto Mundial, 2013).	- Derechos humanos - Ámbito laboral - Medio ambiente - Anticorrupción
OCDDirectrices	"las acciones desarrolladas por negocios para consolidar sus relaciones con las sociedades en las que actúan" (DIRECON, 2013)	- Derechos humanos - Temas laborales - Medio ambiente - Participación activa en la comunidad - Competencia - Consumidores - Anticorrupción - Tecnología - Fiscalidad - Cumplimiento legal. - Respeto a instrumentos reconocidos internacionalmente - Reconocimiento de grupos de interés - Responsabilidad - Transparencia - Desarrollo sustentable - Conducta ética - Principio precautorio - Respeto por derechos humanos - Respeto a la diversidad - Bien común
NMX-SAST-004-IMNC-2004 Instituto Mexicano de Normalización y Certificación	Valores éticos, beneficios mutuos con los grupos de interés, liderazgo, participación del personal, enfoque basado en procesos, enfoque de un sistema para la gestión de la RSE y mejora continua	
CEMEFI Centro de Filantropía	"Compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas de todos sus participantes en lo económico, social o humano y ambiental, demostrando el respeto por los valores éticos, la gente, las comunidades el medio ambiente para la construcción del bien común" (CEMEFI, 2008)	- Calidad de vida - Ética - Comunidad - Medio ambiente
ACCION EMPRESARIAL Chile	"Una visión de negocios, necesaria para la sustentabilidad y competitividad de las empresas, que integran armónicamente el desarrollo económico con el respeto por los valores éticos, las personas de la comunidad y el medio ambiente, en toda la cadena de valor" (Acción Empresarial, 2012) http://www.accionrse.cl/contenidos.php?id=2	- Ética Empresarial - Medio ambiente - Compromiso con la Comunidad - Marketing Responsable - Calidad de Vida Laboral
EL PACTO GLOBAL EN Argentina	"Forma de gestión organizacional que promueve – mediante la fuerza de la acción colectiva – un civismo empresario responsable para que el mundo de los negocios pase a formar parte de la solución de los retos que plantea la globalización" (El Pacto Global en Argentina, 2004)	- Protección de los derechos humanos - No ser cómplice de abusos de los derechos humanos - Respetar la libertad de asociación y el reconocimiento de los derechos a la negociación colectiva - Apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción

Iniciativa	Concepto de RSE	Dimensiones
		- Apoyar la erradicación del trabajo infantil - Apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación - Apoyar el enfoque preventivo frente a los retos medioambientales - Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental - Favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente - Trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno http://www.pactoglobal.org.ar/content.asp?id=3
BUSINESS FOR SOCIAL RESPONSABILITY	“Operación de un negocio de tal manera que exceda las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que la sociedad tiene de la empresa. La responsabilidad social es la principal guía para la toma de decisiones y en cualquier área de la empresa” (Dahlsrud, 2006)	- Expectativas éticas - Expectativas legales - Expectativas comerciales - Expectativas públicas - Sociedad
EUROPAN COMMISSION	“Responsabilidad de la empresa por sus impactos en la sociedad y el conocimiento o el conocimiento completo de su responsabilidad social por lo que deben generar un proceso donde integre los derechos sociales, ambientales, éticos y humanos en las operaciones del negocio y en las competencias estratégicas en colaboración con sus grupos de interés” (European Commission, 2011). “La incorporación voluntaria, por parte de las empresas, de preocupaciones sociales y medioambientales a sus actividades comerciales y a sus relaciones con las partes interesadas” (Caravedo, 2011, pág. 38)	- Derechos sociales - Derechos ambientales - Derechos éticos - Derechos humanos - Colaboración con los grupos de interés
IBLF International Business Leaders Forum	“Prácticas empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto por los empleados, comunidades y el entorno, lo cual contribuirá al éxito empresarial sustentable” (Dahlsrud, 2006)	- Transparencia - Valores éticos - Respeto por los empleados - Respeto por la comunidad - Respeto por el entorno - Éxito empresarial sustentable
BID Banco Interamericano De Desarrollo	“Las prácticas de la empresa como parte de su estrategia corporativa, complementarias al negocio, que evitan daños y/o redundan en beneficios para las partes interesadas (clientes, empleados, accionistas, comunidad y entorno), de carácter voluntario, más allá de obedecer las leyes y regulaciones” (Taquia, 2006).	- Beneficios a clientes - Beneficios a empleados - Beneficios a accionistas - Beneficios a la Comunidad - Beneficios al entorno - Obedecer leyes y regulaciones
WBCSD World Business Council For Sustainable Development	«el compromiso de los negocios para contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida»(BID, 2011, pág. 36)	- Desarrollo económico sostenible - Empleados y sus familias - Comunidad local - Sociedad - Calidad de vida

Fuente: Elaboración propia con base en García de la Torre, et al., 2010; Caravedo, B. 2011; Raufflet, E., 2012; Duque Orozco, Y., et al., 2013; DIRECON, 2013.

Anexo 4. Frecuencia de dimensiones de RSE con base en dieciocho instrumentos de gestión

Dimensión genérica	Dimensión	ISO 26000	AA 1000	AECA	GRI	SGE 21: 2008	ETHOS	SA 8000	GUÍA DEL PACTO DIRECTRICES	NMX-SAST-004-IMNC-2004	CEMEFI, MEXICO	CHILE, ACCION EMPRESARIAL	BUSINESS FOR SOCIAL R.	EUROPAN COMMISSION	IBLF	BANCO INTERAM.	PACTO GLOBAL EN WBCSD	FRECUENCIA
Dimensión ambiental	Medio ambiente	1																
	Medio ambiente			1														
	Indicador ambiental				1													
	Entorno ambiental					1												
	Medio ambiente						1											
	Medio ambiente								1									
	Desarrollo sustentable									1								
	Respeto a la diversidad									1								
	Medio ambiente										1							
	Medio ambiente											1						
	Derechos ambientales												1					
	Respeto por el entorno													1				
	Beneficios al entorno														1			13
	Apoyar el enfoque preventivo frente a los retos medioambientales															1		
	Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental																1	
	Favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente																1	
Calidad de vida del empleado	Prácticas laborales	1																
	Público interno						1											
	Trabajo infantil							1										
	Trabajos forzados							1										
	Salud y seguridad en el trabajo							1										
	Medidas disciplinarias							1										
	Horario de trabajo							1										
	Remuneración							1										
	Ámbito laboral								1									
	Temas laborales									1								
	Calidad de vida										1							
	Calidad de Vida Laboral											1						
	Respeto por los empleados													1				11
	Beneficios a empleados															1		
	apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción																1	
	apoyar la erradicación del trabajo infantil																1	
	apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación																1	
	Empleados y sus familias																	1
	Calidad de vida																	1
Dimensión legal y ética	Derechos humanos	1																
	Gobierno organizacional	1																
	Prácticas de negocio justo/ reglas de mercado	1																
	Resultado organizacional		1															
	Políticas y metas establecidas		1															
	Alta dirección					1												
	Valores, transparencia y gobernanza						1											
	Libertad de asociación y derecho de negociación colectiva							1										
	Discriminación							1										
	Sistema de gestión							1										
	Derechos humanos								1									
	Anticorrupción								1									
	Transparencia en la gestión empresarial									1								
	Combate a la corrupción									1								
	Cumplimiento de leyes									1								
	Derechos humanos									1								
	Cumplimiento legal.										1							
	Respeto a instrumentos reconocidos internacionalmente											1						
	Responsabilidad											1						

Dimensión genérica	Dimensión	ISO 26000	AA 1000	AECA	GRI	SGE 21: 2008	ETHOS	SA 8000	GUÍA DEL PACTO DIRECTRICES	NMX-SAST-004-IMNC-2004	CEMEFI, MEXICO	CHILE, ACCION EMPRESARIAL	BUSINESS FOR SOCIAL R.	EUROPAN COMMISSION	IBLF	BANCO INTERAM.	PACTO GLOBAL EN WBCSD	FRECUENCIA
Vinculación con la comunidad	Transparencia									1								
	Conducta ética									1								
	Principio precautorio									1								
	Respeto por derechos humanos									1								
	Ética										1							
	Ética Empresarial											1						
	Marketing Responsable											1						
	Expectativas éticas												1					
	Expectativas legales												1					
	Derechos éticos													1				
	Derechos humanos													1				
	Transparencia														1			
	Valores éticos														1			
	Obedecer leyes y regulaciones															1		
	protección de los derechos humanos																1	
	No ser cómplice de abusos de los derechos humanos																1	
	respetar la libertad de asociación y el reconocimiento de los derechos a la negociación colectiva																1	
	trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno																1	
	Uso responsable de ciencia y tecnología									1								
	Competencia justa									1								
	Participación de la Comunidad	1																
	Comunidad						1											
	Bien común									1								
	Comunidad										1							8
	Compromiso con la Comunidad											1						
	Respeto por la comunidad													1				
	Beneficios a la Comunidad														1			
	Comunidad local																1	
Partes interesadas o stakeholders	Consumidores/responsabilidad del producto	1																
	Partes interesadas		1															
	Aseguramiento público		1															
	Comportamiento responsable hacia las personas y grupos con quienes interactúa			1														
	Clientes				1													
	Proveedores				1													
	Inversores				1													9
	Competencia				1													
	Proveedores					1												
	Consumidores y clientes					1												
	Consumidores								1									
	Reconocimiento de grupos de interés									1								
	Colaboración con los grupos de interés												1					
	Beneficios a clientes														1			
Dimensión social	Desarrollo de la sociedad		1															
	Compromiso social		1															
	Indicador social				1													
	Entorno social					1												
	Gobierno y sociedad						1											7
	Expectativas públicas												1					
	Derechos sociales													1				
Dimensión económica	Sociedad																1	
	Indicador económico				1													
	Expectativas comerciales												1					
	Éxito empresarial sustentable														1			5
Desarrollo económico sostenible	Beneficios a accionistas															1		
	Desarrollo económico sostenible																	1

FUENTE: Elaboración propia con base en dieciocho instrumentos de gestión de RSE.



UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLAS DE HIDALGO
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

PRESENTACIÓN: El objetivo del presente cuestionario es académico y tiene como finalidad elaborar un estudio de la Responsabilidad Social Empresarial del sector agroexportador de brócoli de Guanajuato. Deberá ser resuelto por la Alta Dirección o en su caso por el responsable del área de responsabilidad social corporativa de la empresa. La información obtenida es confidencial y los resultados estarán a su disposición de manera oportuna.

“Se agradece su valiosa participación”

CUESTIONARIO 1

PARTE I. INFORMACIÓN GENERAL

IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

Indicaciones: conteste en el espacio correspondiente

I.1. Nombre de la empresa:										
I.2. Ubicación de la empresa:										
I.3. Año de inicio de operaciones:										
I.4. Número de empleados en planta:	Menos de 30	☐	31-50	☐	51-100	☐	101 - 250	☐	Más de 250	☐
I.5. Número de empleados en campo:	Menos de 30	☐	31-50	☐	51-100	☐	101 - 250	☐	Más de 250	☐

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA

I.6. Actividad económica de la empresa:								
I.7. Principales productos agrícolas que comercializa (escriba el % del total de la empresa):	Producto 1:	%	Producto 2:	%	Producto 3:	%		
	<u>BROCOLI</u>		<u>Escriba el nombre</u>		<u>Escriba el nombre</u>			
I.8. Participación estatal en las exportaciones de brócoli (marque el rango):	Menos del 5%	Entre 6% y 10%	Entre 11% y 20%	Más del 20%				
	☐	☐	☐	☐				
I.9. Principales mercados destino (escriba el porcentaje promedio estimado):	a) Brócoli	1.Nacional	2.EEUU	3.Otros países				
	b) Otros productos agrícolas	1.Nacional	2.EEUU	3.Otros países				

MOTIVADORES Y OBSTÁCULOS PARA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA

Instrucciones:						
- Marque la respuesta de cada pregunta de “muy débil” a “muy fuerte”						
		Muy fuerte	Fuerte	Regular	Débil	Muy débil
I.10. Califique las razones que motivan a su empresa a adoptar prácticas de responsabilidad social		5	4	3	2	1
a) Razones éticas (contribuir al bienestar de la sociedad y el medio ambiente)		☐	☐	☐	☐	☐
b) Cumplimiento de regulaciones y presiones externas		☐	☐	☐	☐	☐
c) Mejorar el desempeño de la empresa		☐	☐	☐	☐	☐
d) Mejorar la imagen de la empresa		☐	☐	☐	☐	☐
e) Otro: _____		☐	☐	☐	☐	☐
I.11. Califique los principales obstáculos para la adopción de prácticas de responsabilidad social		5	4	3	2	1
a) Falta de recursos económicos		☐	☐	☐	☐	☐
b) Falta de conocimiento del tema		☐	☐	☐	☐	☐
c) Falta de voluntad de las empresas		☐	☐	☐	☐	☐
d) Falta de motivación		☐	☐	☐	☐	☐
e) Otro: _____		☐	☐	☐	☐	☐

PARTE II. ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA

Se entiende por **Responsabilidad Social Empresarial**: “la responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad”

Indicaciones: • En la casilla marque la respuesta en cada pregunta de “muy insuficiente” a “muy suficiente”	Valor	Muy Suficiente	Suficiente	Regular	Insuficiente	Muy Insuficiente
		5	4	3	2	1
II.1. ¿Considera suficientes las estrategias de la empresa para la conservación y fomento de flora y fauna silvestre?		☐	☐	☐	☐	☐
II.2. ¿Considera suficientes las estrategias de la empresa para el uso eficiente del agua en su actividad y la de sus proveedores?		☐	☐	☐	☐	☐
II.3. ¿Considera suficientes las estrategias de la empresa para la conservación del suelo en su actividad y la de sus proveedores?		☐	☐	☐	☐	☐
II.4. ¿Considera suficientes las estrategias de la empresa para el ahorro en el consumo de electricidad, combustible y eficiencia en el transporte de insumos y productos?		☐	☐	☐	☐	☐
II.5. ¿Considera suficientes las estrategias de la empresa para la disposición y manejo eficiente de residuos, efluentes, emisiones y envases desechados?		☐	☐	☐	☐	☐
II.6. ¿Cómo considera el cumplimiento regulatorio en materia ambiental de la empresa?		☐	☐	☐	☐	☐
II.7. ¿Considera suficientes las estrategias para la evaluación ambiental de sus proveedores?		☐	☐	☐	☐	☐
II.8. ¿En qué medida la empresa considera el diálogo con instituciones gubernamentales, grupos ambientalistas y demás grupos de interés involucrados para la definición de sus estrategias de gestión ambiental ?		☐	☐	☐	☐	☐
II.9. ¿En qué medida la empresa informa a los grupos de interés de las acciones de gestión ambiental que realiza?		☐	☐	☐	☐	☐
II.10. ¿En qué medida el desempeño económico de la empresa cubre sus gastos de funcionamiento, prestaciones a los trabajadores, pago oportuno de proveedores e impuestos y de inversiones comunitarias?		☐	☐	☐	☐	☐
II.11. ¿Considera suficiente el esfuerzo económico para incrementar la productividad y lealtad de sus empleados como consecuencia de ofrecerles un salario justo, igualdad de oportunidades, formación y posibilidades de promoción?		☐	☐	☐	☐	☐
II.12. ¿Considera suficientes las estrategias para mejorar la eficiencia mediante la reducción del costo de los insumos y los costos de gestión de residuos ante un mismo nivel de producción?		☐	☐	☐	☐	☐
II.13. ¿Cómo considera el esfuerzo de la empresa para impactar de manera positiva en el desarrollo económico de la región donde opera?		☐	☐	☐	☐	☐
II.14. ¿En qué medida considera que el precio que paga al productor agrícola contribuye a la prosperidad de su negocio?		☐	☐	☐	☐	☐
II.15. ¿En qué medida considera que el nivel del salario que paga contribuye al bienestar familiar de sus empleados?		☐	☐	☐	☐	☐

II.16. ¿En qué medida la empresa considera la inclusión económica y local y la prevención de impactos negativos en la cadena de suministros al elegir a sus proveedores?	☐	☐	☐	☐	☐
II.17. ¿En qué medida la empresa considera el diálogo con instituciones gubernamentales, accionistas, proveedores, directivos y demás grupos de interés involucrados para la definición de sus estrategias de gestión económica ?	☐	☐	☐	☐	☐
II.18. ¿En qué medida la empresa informa a los grupos de interés de las acciones de gestión económica que realiza?	☐	☐	☐	☐	☐
II.19. ¿En qué medida los trabajadores cuentan con un contrato formal, gozan de prestaciones de acuerdo a la ley y se les garantiza salud y seguridad en el ambiente de trabajo?	☐	☐	☐	☐	☐
II.20. ¿En qué medida la empresa promueve capacitación y educación entre sus trabajadores?	☐	☐	☐	☐	☐
II.21. ¿En qué medida la empresa promueve entre sus trabajadores la diversidad e igualdad de oportunidades y la igualdad de retribución entre hombres y mujeres?	☐	☐	☐	☐	☐
II.22. ¿En qué medida la empresa permite entre sus trabajadores la libertad de asociación y la negociación colectiva ?	☐	☐	☐	☐	☐
II.23. ¿En qué medida la empresa cuenta con mecanismos de reclamación en materia de prácticas laborales ?	☐	☐	☐	☐	☐
II.24. ¿Considera suficientes las estrategias para evitar la violación de los derechos humanos, la no discriminación, el trabajo forzoso y el trabajo infantil ?	☐	☐	☐	☐	☐
II.25. ¿En qué medida la empresa considera a los derechos humanos en las decisiones de inversión ?	☐	☐	☐	☐	☐
II.26. ¿Considera suficientes las estrategias para evitar los impactos negativos y fomentar los impactos positivos a las comunidades locales por la operación de la empresa?	☐	☐	☐	☐	☐
II.27. ¿En qué medida la empresa cuenta con mecanismos de reclamación de impactos sociales ?	☐	☐	☐	☐	☐
II.28. ¿Considera suficientes las estrategias para la evaluación de sus proveedores en materia de impacto social ?	☐	☐	☐	☐	☐
II.29. ¿Considera suficientes las estrategias para la evaluación de sus proveedores en materia de prácticas laborales y derechos humanos ?	☐	☐	☐	☐	☐
II.30. ¿Considera suficientes las estrategias para evitar casos de corrupción en la empresa y para promover el cumplimiento regulatorio ?	☐	☐	☐	☐	☐
II.31. ¿En qué medida la empresa considera los estándares de calidad y el cumplimiento regulatorio para garantizar la inocuidad de sus productos, la salud y seguridad de los consumidores ?	☐	☐	☐	☐	☐
II.32. ¿En qué medida la empresa considera el diálogo con instituciones gubernamentales, organizaciones civiles, empleados, comunidades locales y demás grupos de interés involucrados para la definición de sus estrategias de gestión social y laboral ?	☐	☐	☐	☐	☐
II.33. ¿En qué medida la empresa informa a los grupos de interés de las acciones de gestión social y laboral que realiza?	☐	☐	☐	☐	☐

PARTE IV. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Indicaciones:

- Marque la respuesta de cada pregunta de “muy bajo” a “muy alto”

	Valor	Muy alto 5	Alto 4	Regular 3	Bajo 2	Muy bajo 1
iv.1. ¿Cómo considera el nivel de internalización de la responsabilidad social empresarial en la cultura de la empresa?		☐	☐	☐	☐	☐
iv.2. ¿Cómo califica el nivel de eficiencia de la empresa en la gestión de impactos sociales, económicos y ambientales?		☐	☐	☐	☐	☐
iv.3. ¿Cómo califica el desempeño de la responsabilidad social de su empresa comparada con el desempeño de otras del mismo ramo?		☐	☐	☐	☐	☐

Nombre del encuestado: _____

Cargo que ocupa en la empresa: _____

“Se agradece su amable y valiosa participación”

Responsable: Juan Miguel Reyes Cisneros

Anexo 6. Resultados generales de las encuestas

Preguntas	Media	Moda	Desv. estándar	Varianza	Suma
I10. Califique las razones que motivan a su empresa a adoptar prácticas de responsabilidad social: a) Razones éticas (contribuir al bienestar de la sociedad y el medio ambiente)	4.22	5	0.833	0.694	38
I10. Califique las razones que motivan a su empresa a adoptar prácticas de responsabilidad social: b) Cumplimiento de regulaciones y presiones externas	4.11	4	0.601	0.361	37
I10. Califique las razones que motivan a su empresa a adoptar prácticas de responsabilidad social: c) Mejorar el desempeño de la empresa	4.00	4	0.500	0.250	36
I10. Califique las razones que motivan a su empresa a adoptar prácticas de responsabilidad social: d) Mejorar la imagen de la empresa	4.00	3 ^a	0.866	0.750	36
I10. Califique las razones que motivan a su empresa a adoptar prácticas de responsabilidad social: e) Otro	0.00	0	-	-	0
I11. Califique los principales obstáculos para la adopción de prácticas de responsabilidad social: a) Falta de recursos económicos	2.56	2	1.236	1.528	23
I11. Califique los principales obstáculos para la adopción de prácticas de responsabilidad social: b) Falta de conocimiento del tema	2.67	2 ^a	1.000	1.000	24
I11. Califique los principales obstáculos para la adopción de prácticas de responsabilidad social: c) Falta de voluntad de las empresas	2.22	1 ^a	1.093	1.194	20
I11. Califique los principales obstáculos para la adopción de prácticas de responsabilidad social: d) Falta de motivación	2.22	2	0.972	0.944	20
I11. Califique los principales obstáculos para la adopción de prácticas de responsabilidad social: e) Otro	0.00	0	-	-	0
II.1. ¿Considera suficientes las estrategias de la empresa para la conservación y fomento de flora y fauna silvestre?	3.44	3	0.882	0.778	31
II.2. ¿Considera suficientes las estrategias de la empresa para el uso eficiente del agua en su actividad y la de sus proveedores?	3.56	3	1.014	1.028	32
II.3. ¿Considera suficientes las estrategias de la empresa para la conservación del suelo en su actividad y la de sus proveedores?	4.00	4	0.500	0.250	36
II.4. ¿Considera suficientes las estrategias de la empresa para el ahorro en el consumo de electricidad, combustible y eficiencia en el transporte de insumos y productos?	3.22	3	0.667	0.444	29
II.5. ¿Considera suficientes las estrategias de la empresa para la disposición y manejo eficiente de residuos, efluentes, emisiones y envases desechados?	4.33	4 ^a	0.707	0.500	39
II.6. ¿Cómo considera el cumplimiento regulatorio en materia ambiental de la empresa?	4.22	5	0.833	0.694	38
II.7. ¿Considera suficientes las estrategias para la evaluación ambiental de sus proveedores?	2.89	3	0.601	0.361	26
II.8. ¿En qué medida la empresa considera el diálogo con instituciones gubernamentales, grupos ambientalistas y demás grupos de interés involucrados para la definición de sus estrategias de gestión ambiental?	3.11	4	0.928	0.861	28
II.9. ¿En qué medida la empresa informa a los grupos de interés de las acciones de gestión ambiental que realiza?	2.89	3 ^a	1.054	1.111	26
II.10. ¿En qué medida el desempeño económico de la empresa cubre sus gastos de funcionamiento, prestaciones a los trabajadores, pago oportuno de proveedores e impuestos y de inversiones comunitarias?	4.44	5	0.726	0.528	40

Preguntas	Media	Moda	Desv. estándar	Varianza	Suma
II.11. ¿Considera suficiente el esfuerzo económico para incrementar la productividad y lealtad de sus empleados como consecuencia de ofrecerles un salario justo, igualdad de oportunidades, formación y posibilidades de promoción?	4.22	4	0.667	0.444	38
II.12. ¿Considera suficientes las estrategias para mejorar la eficiencia mediante la reducción del costo de los insumos y los costos de gestión de residuos ante un mismo nivel de producción?	3.44	3	0.882	0.778	31
II.13. ¿Cómo considera el esfuerzo de la empresa para impactar de manera positiva en el desarrollo económico de la región donde opera?	4.11	4	0.601	0.361	37
II.14. ¿En qué medida considera que el precio que paga al productor agrícola contribuye a la prosperidad de su negocio?	3.67	4	0.500	0.250	33
II.15. ¿En qué medida considera que el nivel del salario que paga contribuye al bienestar familiar de sus empleados?	4.00	4	0.500	0.250	36
II.16. ¿En qué medida la empresa considera la inclusión económica y local y la prevención de impactos negativos en la cadena de suministros al elegir a sus proveedores?	3.56	4	0.527	0.278	32
II.17. ¿En qué medida la empresa considera el diálogo con instituciones gubernamentales, accionistas, proveedores, directivos y demás grupos de interés involucrados para la definición de sus estrategias de gestión económica?	3.11	4	1.054	1.111	28
II.18. ¿En qué medida la empresa informa a los grupos de interés de las acciones de gestión económica que realiza?	3.11	3	0.782	0.611	28
II.19. ¿En qué medida los trabajadores cuentan con un contrato formal, gozan de prestaciones de acuerdo a la ley y se les garantiza salud y seguridad en el ambiente de trabajo?	4.78	5	0.441	0.194	43
II.20. ¿En qué medida la empresa promueve capacitación y educación entre sus trabajadores?	4.44	5	1.014	1.028	40
II.21. ¿En qué medida la empresa promueve entre sus trabajadores la diversidad e igualdad de oportunidades y la igualdad de retribución entre hombres y mujeres?	4.44	5	1.014	1.028	40
II.22. ¿En qué medida la empresa permite entre sus trabajadores la libertad de asociación y la negociación colectiva?	3.78	4	0.667	0.444	34
II.23. ¿En qué medida la empresa cuenta con mecanismos de reclamación en materia de prácticas laborales?	3.78	3	0.833	0.694	34
II.24. ¿Considera suficientes las estrategias para evitar la violación de los derechos humanos, la no discriminación, el trabajo forzoso y el trabajo infantil?	4.33	5	0.866	0.750	39
II.25. ¿En qué medida la empresa considera a los derechos humanos en las decisiones de inversión?	4.11	4	0.782	0.611	37
II.26. ¿Considera suficientes las estrategias para evitar los impactos negativos y fomentar los impactos positivos a las comunidades locales por la operación de la empresa?	3.89	4	0.928	0.861	35
II.27. ¿En qué medida la empresa cuenta con mecanismos de reclamación de impactos sociales?	3.22	4	0.972	0.944	29
II.28. ¿Considera suficientes las estrategias para la evaluación de sus proveedores en materia de impacto social?	2.33	2	0.866	0.750	21
II.29. ¿Considera suficientes las estrategias para la evaluación de sus proveedores en materia de prácticas laborales y derechos humanos?	2.56	2	1.014	1.028	23
II.30. ¿Considera suficientes las estrategias para evitar casos de corrupción en la empresa y para promover el cumplimiento regulatorio?	3.89	4	0.782	0.611	35
II.31. ¿En qué medida la empresa considera los estándares de calidad y el cumplimiento regulatorio para garantizar la inocuidad de sus productos, la salud y seguridad de los consumidores?	4.89	5	0.333	0.111	44

Preguntas	Media	Moda	Desv. estándar	Varianza	Suma
II.32. ¿En qué medida la empresa considera el diálogo con instituciones gubernamentales, organizaciones civiles, empleados, comunidades locales... para la definición de sus estrategias de gestión social y laboral?	3.11	4	1.054	1.111	28
II.33. ¿En qué medida la empresa informa a los grupos de interés de las acciones de gestión social y laboral que realiza?	3.33	4	1.000	1.000	30
III.1. a) La conservación y fomento de flora y fauna silvestre.	3.33	4	1.118	1.250	30
III.1. b) La conservación y fomento de flora y fauna silvestre.	3.22	3	0.972	0.944	29
III.2. a) El uso eficiente del agua en su actividad y la de sus proveedores	4.22	4	0.667	0.444	38
III.2. b) El uso eficiente del agua en su actividad y la de sus proveedores	3.56	4	1.014	1.028	32
III.3. a) La conservación del suelo en su actividad y la de sus proveedores	3.89	4	0.782	0.611	35
III.3. b) La conservación del suelo en su actividad y la de sus proveedores	3.33	3 ^a	0.707	0.500	30
III.4. a) El ahorro en el consumo de electricidad, combustible y eficiencia en el transporte de insumos y productos	4.33	4	0.500	0.250	39
III.4. b) El ahorro en el consumo de electricidad, combustible y eficiencia en el transporte de insumos y productos	3.89	4	0.928	0.861	35
III.5. a) La disposición y manejo eficiente de residuos, efluentes, emisiones y envases desechados	3.89	4 ^a	1.054	1.111	35
III.5. b) La disposición y manejo eficiente de residuos, efluentes, emisiones y envases desechados	3.67	4	0.866	0.750	33
III.6. a) El cumplimiento regulatorio en materia ambiental de la empresa	4.22	4	0.441	0.194	38
III.6. b) El cumplimiento regulatorio en materia ambiental de la empresa	3.78	4	0.833	0.694	34
III.7. a) La evaluación ambiental de sus proveedores	2.78	2 ^a	1.093	1.194	25
III.7. b) La evaluación ambiental de sus proveedores	2.56	3	1.130	1.278	23
III.8. a) El diálogo con los grupos de interés para la definición y cumplimiento de estrategias de gestión ambiental	2.78	2 ^a	1.093	1.194	25
III.8. b) El diálogo con los grupos de interés para la definición y cumplimiento de estrategias de gestión ambiental	2.56	3	0.882	0.778	23
III.9. a) Que la empresa informe a los grupos de interés acerca de la definición y cumplimiento de estrategias de gestión ambiental	3.00	2 ^a	0.866	0.750	27
III.9. b) Que la empresa informe a los grupos de interés acerca de la definición y cumplimiento de estrategias de gestión ambiental	2.89	3	0.782	0.611	26
III.10. a) La medida en la que el desempeño económico de la empresa cubre sus gastos de funcionamiento, prestaciones a los trabajadores, pago oportuno de proveedores e impuestos y de inversiones comunitarias	4.44	4	0.527	0.278	40
III.10. b) La medida en la que el desempeño económico de la empresa cubre sus gastos de funcionamiento, prestaciones a los trabajadores, pago oportuno de proveedores e impuestos y de inversiones comunitarias	4.33	4	0.500	0.250	39
III.11. a) El esfuerzo económico para incrementar la productividad y lealtad de sus empleados como consecuencia de ofrecerles un salario justo, igualdad de oportunidades, formación y posibilidades de promoción	4.44	4	0.527	0.278	40
III.11. b) El esfuerzo económico para incrementar la productividad y lealtad de sus empleados como consecuencia de ofrecerles un salario justo, igualdad de oportunidades, formación y posibilidades de promoción	4.44	4	0.527	0.278	40

Preguntas	Media	Moda	Desv. estándar	Varianza	Suma
III.12. a) Las estrategias para mejorar la eficiencia mediante la reducción del costo de los insumos y los costos de gestión de residuos ante un mismo nivel de producción	4.33	4 ^a	0.707	0.500	39
III.12. b) Las estrategias para mejorar la eficiencia mediante la reducción del costo de los insumos y los costos de gestión de residuos ante un mismo nivel de producción	3.67	3	0.866	0.750	33
III.13. a) El esfuerzo de la empresa para impactar de manera positiva en el desarrollo económico de la región donde opera	3.78	4	0.833	0.694	34
III.13. b) El esfuerzo de la empresa para impactar de manera positiva en el desarrollo económico de la región donde opera	3.67	4	1.225	1.500	33
III.14. a) La contribución del precio que paga la empresa al productor agrícola a la prosperidad del mismo	4.00	4	0.500	0.250	36
III.14. b) La contribución del precio que paga la empresa al productor agrícola a la prosperidad del mismo	3.78	4	0.667	0.444	34
III.15. a) La contribución del nivel del salario que paga a sus empleados al bienestar familiar	4.22	4	0.441	0.194	38
III.15. b) La contribución del nivel del salario que paga a sus empleados al bienestar familiar	3.78	4	0.441	0.194	34
III.16. a) La inclusión económica y local y la prevención de impactos negativos en la cadena de suministros al elegir a sus proveedores	3.78	4	0.667	0.444	34
III.16. b) La inclusión económica y local y la prevención de impactos negativos en la cadena de suministros al elegir a sus proveedores	3.11	3	0.601	0.361	28
III.17. a) El diálogo con los grupos de interés para la definición y cumplimiento de estrategias de gestión económica	3.44	4	1.236	1.528	31
III.17. b) El diálogo con los grupos de interés para la definición y cumplimiento de estrategias de gestión económica	3.00	3	0.707	0.500	27
III.18. a) Que la empresa informe a los grupos de interés acerca de la definición y cumplimiento de estrategias de gestión económica	3.33	4	1.225	1.500	30
III.18. b) Que la empresa informe a los grupos de interés acerca de la definición y cumplimiento de estrategias de gestión económica	3.22	3 ^a	1.202	1.444	29
III.19. a) Que los trabajadores cuenten con un contrato formal, gocen de prestaciones de acuerdo a la ley y se les garantiza salud y seguridad en el ambiente de trabajo	4.44	5	1.014	1.028	40
III.19. b) Que los trabajadores cuenten con un contrato formal, gocen de prestaciones de acuerdo a la ley y se les garantiza salud y seguridad en el ambiente de trabajo	4.44	5	0.726	0.528	40
III.20. a) Promover capacitación y educación entre sus trabajadores	4.33	5	0.866	0.750	39
III.20. b) Promover capacitación y educación entre sus trabajadores	4.11	5	0.928	0.861	37
III.21. a) Promover la diversidad e igualdad de oportunidades y la igualdad de retribución entre hombres y mujeres	4.33	5	0.866	0.750	39
III.21. b) Promover la diversidad e igualdad de oportunidades y la igualdad de retribución entre hombres y mujeres	3.89	4	0.782	0.611	35
III.22. a) Permitir entre sus trabajadores la libertad de asociación y la negociación colectiva	3.44	3	0.882	0.778	31
III.22. b) Permitir entre sus trabajadores la libertad de asociación y la negociación colectiva	3.44	3	0.882	0.778	31
III.23. a) Contar mecanismos de reclamación en materia de prácticas laborales	3.67	4	0.866	0.750	33
III.23. b) Contar mecanismos de reclamación en materia de prácticas laborales	3.56	4	1.130	1.278	32

Preguntas	Media	Moda	Desv. estándar	Varianza	Suma
III.24. a) Contar con estrategias para evitar la violación de los derechos humanos, la no discriminación, el trabajo forzoso y el trabajo infantil	4.11	5	0.928	0.861	37
III.24. b) Contar con estrategias para evitar la violación de los derechos humanos, la no discriminación, el trabajo forzoso y el trabajo infantil	3.78	3 ^a	1.093	1.194	34
III.25. a) Considerar a los derechos humanos en las decisiones de inversión	3.33	4	1.323	1.750	30
III.25. b) Considerar a los derechos humanos en las decisiones de inversión	3.44	4	1.014	1.028	31
III.26. a) Contar con estrategias para evitar los impactos negativos y fomentar los impactos positivos a las comunidades locales por la operación de la empresa	3.22	4	0.833	0.694	29
III.26. b) Contar con estrategias para evitar los impactos negativos y fomentar los impactos positivos a las comunidades locales por la operación de la empresa	3.00	3	1.118	1.250	27
III.27. a) Contar con mecanismos de reclamación de impactos sociales	3.33	3 ^a	0.707	0.500	30
III.27. b) Contar con mecanismos de reclamación de impactos sociales	2.89	3	1.167	1.361	26
III.28. a) Evaluar a sus proveedores en materia de impacto social	2.89	4	1.269	1.611	26
III.28. b) Evaluar a sus proveedores en materia de impacto social	2.67	4	1.414	2.000	24
III.29. a) Evaluar a sus proveedores en materia de prácticas laborales y derechos humanos	2.44	1 ^a	1.236	1.528	22
III.29. b) Evaluar a sus proveedores en materia de prácticas laborales y derechos humanos	2.33	1	1.323	1.750	21
III.30. a) Contar con estrategias para evitar casos de corrupción en la empresa y para promover el cumplimiento regulatorio	3.78	4 ^a	1.202	1.444	34
III.30. b) Contar con estrategias para evitar casos de corrupción en la empresa y para promover el cumplimiento regulatorio	3.67	3	1.118	1.250	33
III.31. a) Considerar los estándares de calidad y el cumplimiento regulatorio para garantizar la inocuidad de sus productos, la salud y seguridad de los consumidores	4.56	5	1.014	1.028	41
III.31. b) Considerar los estándares de calidad y el cumplimiento regulatorio para garantizar la inocuidad de sus productos, la salud y seguridad de los consumidores	4.11	5	1.054	1.111	37
III.32. a) El diálogo con los grupos de interés para la definición y cumplimiento de estrategias de gestión social y laboral	3.67	4	1.000	1.000	33
III.32. b) El diálogo con los grupos de interés para la definición y cumplimiento de estrategias de gestión social y laboral	3.22	2 ^a	1.093	1.194	29
III.33. a) Que la empresa informe a los grupos de interés acerca de la definición y cumplimiento de estrategias de gestión social y laboral	3.33	4	0.866	0.750	30
III.33. b) Que la empresa informe a los grupos de interés acerca de la definición y cumplimiento de estrategias de gestión social y laboral	3.44	4	1.014	1.028	31
IV.1. ¿Cómo considera el nivel de internalización de la responsabilidad social empresarial en la cultura de la empresa?	3.78	4	0.667	0.444	34
IV.2. ¿Cómo califica el nivel de eficiencia de la empresa en la gestión de impactos sociales, económicos y ambientales?	3.67	4	0.500	0.250	33
IV.3. ¿Cómo califica el desempeño de la responsabilidad social de su empresa comparada con el desempeño de otras del mismo ramo?	4.00	4	0.707	0.500	36

Anexo 7. Tablas de frecuencias por pregunta

I10. Califique las razones que motivan a su empresa a adoptar prácticas de responsabilidad social:

a) Razones éticas (contribuir al bienestar de la sociedad y el medio ambiente)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Regular	2	22.2	22.2	22.2
	Fuerte	3	33.3	33.3	55.6
	Muy fuerte	4	44.4	44.4	100.0
	Total	9	100.0	100.0	

I10. Califique las razones que motivan a su empresa a adoptar prácticas de responsabilidad social:

b) Cumplimiento de regulaciones y presiones externas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Regular	1	11.1	11.1	11.1
	Fuerte	6	66.7	66.7	77.8
	Muy fuerte	2	22.2	22.2	100.0
	Total	9	100.0	100.0	

I10. Califique las razones que motivan a su empresa a adoptar prácticas de responsabilidad social:

c) Mejorar el desempeño de la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Regular	1	11.1	11.1	11.1
	Fuerte	7	77.8	77.8	88.9
	Muy fuerte	1	11.1	11.1	100.0
	Total	9	100.0	100.0	

I10. Califique las razones que motivan a su empresa a adoptar prácticas de responsabilidad social:

d) Mejorar la imagen de la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Regular	3	33.3	33.3	33.3
	Fuerte	3	33.3	33.3	66.7
	Muy fuerte	3	33.3	33.3	100.0
	Total	9	100.0	100.0	

I10. Califique las razones que motivan a su empresa a adoptar prácticas de responsabilidad social:

e) Otro

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	0	9	100.0	100.0	100.0

I11. Califique los principales obstáculos para la adopción de prácticas de responsabilidad social:

a) Falta de recursos económicos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy débil	1	11.1	11.1	11.1
	Débil	5	55.6	55.6	66.7
	Regular	1	11.1	11.1	77.8
	Fuerte	1	11.1	11.1	88.9
	Muy fuerte	1	11.1	11.1	100.0
	Total	9	100.0	100.0	

I11. Califique los principales obstáculos para la adopción de prácticas de responsabilidad social:

b) Falta de conocimiento del tema

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy débil	1	11.1	11.1	11.1
Débil	3	33.3	33.3	44.4
Válidos Regular	3	33.3	33.3	77.8
Fuerte	2	22.2	22.2	100.0
Total	9	100.0	100.0	

I11. Califique los principales obstáculos para la adopción de prácticas de responsabilidad social:

c) Falta de voluntad de las empresas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy débil	3	33.3	33.3	33.3
Débil	2	22.2	22.2	55.6
Válidos Regular	3	33.3	33.3	88.9
Fuerte	1	11.1	11.1	100.0
Total	9	100.0	100.0	

I11. Califique los principales obstáculos para la adopción de prácticas de responsabilidad social:

d) Falta de motivación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy débil	2	22.2	22.2	22.2
Débil	4	44.4	44.4	66.7
Válidos Regular	2	22.2	22.2	88.9
Fuerte	1	11.1	11.1	100.0
Total	9	100.0	100.0	

I11. Califique los principales obstáculos para la adopción de prácticas de responsabilidad social:

e) Otro

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 0	9	100.0	100.0	100.0

II.1. ¿Considera suficientes las estrategias de la empresa para la conservación y fomento de flora y fauna silvestre?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Insuficiente	1	11.1	11.1	11.1
Regular	4	44.4	44.4	55.6
Válidos Suficiente	3	33.3	33.3	88.9
Muy Suficiente	1	11.1	11.1	100.0
Total	9	100.0	100.0	

II.2. ¿Considera suficientes las estrategias de la empresa para el uso eficiente del agua en su actividad y la de sus proveedores?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Insuficiente	1	11.1	11.1	11.1
Regular	4	44.4	44.4	55.6
Suficiente	2	22.2	22.2	77.8
Muy Suficiente	2	22.2	22.2	100.0
Total	9	100.0	100.0	

II.3. ¿Considera suficientes las estrategias de la empresa para la conservación del suelo en su actividad y la de sus proveedores?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	1	11.1	11.1	11.1
Suficiente	7	77.8	77.8	88.9
Muy Suficiente	1	11.1	11.1	100.0
Total	9	100.0	100.0	

II.4. ¿Considera suficientes las estrategias de la empresa para el ahorro en el consumo de electricidad, combustible y eficiencia en el transporte de insumos y productos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Insuficiente	1	11.1	11.1	11.1
Regular	5	55.6	55.6	66.7
Suficiente	3	33.3	33.3	100.0
Total	9	100.0	100.0	

II.5. ¿Considera suficientes las estrategias de la empresa para la disposición y manejo eficiente de residuos, efluentes, emisiones y envases desechados?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	1	11.1	11.1	11.1
Suficiente	4	44.4	44.4	55.6
Muy Suficiente	4	44.4	44.4	100.0
Total	9	100.0	100.0	

II.6. ¿Cómo considera el cumplimiento regulatorio en materia ambiental de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	2	22.2	22.2	22.2
Suficiente	3	33.3	33.3	55.6
Muy Suficiente	4	44.4	44.4	100.0
Total	9	100.0	100.0	

II.7. ¿Considera suficientes las estrategias para la evaluación ambiental de sus proveedores?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Insuficiente	2	22.2	22.2
	Regular	6	66.7	88.9
	Suficiente	1	11.1	100.0
	Total	9	100.0	100.0

II.8. ¿En qué medida la empresa considera el diálogo con instituciones gubernamentales, grupos ambientalistas y demás grupos de interés involucrados para la definición de sus estrategias de gestión ambiental?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Insuficiente	3	33.3	33.3
	Regular	2	22.2	55.6
	Suficiente	4	44.4	100.0
	Total	9	100.0	100.0

II.9. ¿En qué medida la empresa informa a los grupos de interés de las acciones de gestión ambiental que realiza?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy insuficiente	1	11.1	11.1
	Insuficiente	2	22.2	33.3
	Regular	3	33.3	66.7
	Suficiente	3	33.3	100.0
	Total	9	100.0	100.0

II.10. ¿En qué medida el desempeño económico de la empresa cubre sus gastos de funcionamiento, prestaciones a los trabajadores, pago oportuno de proveedores e impuestos y de inversiones comunitarias?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Regular	1	11.1	11.1
	Suficiente	3	33.3	44.4
	Muy Suficiente	5	55.6	100.0
	Total	9	100.0	100.0

II.11. ¿Considera suficiente el esfuerzo económico para incrementar la productividad y lealtad de sus empleados como consecuencia de ofrecerles un salario justo, igualdad de oportunidades, formación y posibilidades de promoción?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Regular	1	11.1	11.1
	Suficiente	5	55.6	66.7
	Muy Suficiente	3	33.3	100.0
	Total	9	100.0	100.0

II.12. ¿Considera suficientes las estrategias para mejorar la eficiencia mediante la reducción del costo de los insumos y los costos de gestión de residuos ante un mismo nivel de producción?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Insuficiente	1	11.1	11.1
	Regular	4	44.4	55.6
	Suficiente	3	33.3	88.9
	Muy Suficiente	1	11.1	100.0
	Total	9	100.0	100.0

II.13. ¿Cómo considera el esfuerzo de la empresa para impactar de manera positiva en el desarrollo económico de la región donde opera?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Regular	1	11.1	11.1
	Suficiente	6	66.7	77.8
	Muy Suficiente	2	22.2	100.0
	Total	9	100.0	100.0

II.14. ¿En qué medida considera que el precio que paga al productor agrícola contribuye a la prosperidad de su negocio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Regular	3	33.3	33.3
	Suficiente	6	66.7	100.0
	Total	9	100.0	100.0

II.15. ¿En qué medida considera que el nivel del salario que paga contribuye al bienestar familiar de sus empleados?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Regular	1	11.1	11.1
	Suficiente	7	77.8	88.9
	Muy Suficiente	1	11.1	100.0
	Total	9	100.0	100.0

II.16. ¿En qué medida la empresa considera la inclusión económica y local y la prevención de impactos negativos en la cadena de suministros al elegir a sus proveedores?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Regular	4	44.4	44.4
	Suficiente	5	55.6	100.0
	Total	9	100.0	100.0

II.17. ¿En qué medida la empresa considera el diálogo con instituciones gubernamentales, accionistas, proveedores, directivos y demás grupos de interés involucrados para la definición de sus estrategias de gestión económica?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy insuficiente	1	11.1	11.1	11.1
Insuficiente	1	11.1	11.1	22.2
Válidos Regular	3	33.3	33.3	55.6
Suficiente	4	44.4	44.4	100.0
Total	9	100.0	100.0	

II.18. ¿En qué medida la empresa informa a los grupos de interés de las acciones de gestión económica que realiza?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Insuficiente	2	22.2	22.2	22.2
Válidos Regular	4	44.4	44.4	66.7
Suficiente	3	33.3	33.3	100.0
Total	9	100.0	100.0	

II.19. ¿En qué medida los trabajadores cuentan con un contrato formal, gozan de prestaciones de acuerdo a la ley y se les garantiza salud y seguridad en el ambiente de trabajo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Suficiente	2	22.2	22.2	22.2
Válidos Muy Suficiente	7	77.8	77.8	100.0
Total	9	100.0	100.0	

II.20. ¿En qué medida la empresa promueve capacitación y educación entre sus trabajadores?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Insuficiente	1	11.1	11.1	11.1
Válidos Suficiente	2	22.2	22.2	33.3
Muy Suficiente	6	66.7	66.7	100.0
Total	9	100.0	100.0	

II.21. ¿En qué medida la empresa promueve entre sus trabajadores la diversidad e igualdad de oportunidades y la igualdad de retribución entre hombres y mujeres?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Insuficiente	1	11.1	11.1	11.1
Válidos Suficiente	2	22.2	22.2	33.3
Muy Suficiente	6	66.7	66.7	100.0
Total	9	100.0	100.0	

II.22. ¿En qué medida la empresa permite entre sus trabajadores la libertad de asociación y la negociación colectiva?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Regular	3	33.3	33.3	33.3
Suficiente	5	55.6	55.6	88.9
Muy Suficiente	1	11.1	11.1	100.0
Total	9	100.0	100.0	

II.23. ¿En qué medida la empresa cuenta con mecanismos de reclamación en materia de prácticas laborales?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Regular	4	44.4	44.4	44.4
Suficiente	3	33.3	33.3	77.8
Muy Suficiente	2	22.2	22.2	100.0
Total	9	100.0	100.0	

II.24. ¿Considera suficientes las estrategias para evitar la violación de los derechos humanos, la no discriminación, el trabajo forzoso y el trabajo infantil?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Regular	2	22.2	22.2	22.2
Suficiente	2	22.2	22.2	44.4
Muy Suficiente	5	55.6	55.6	100.0
Total	9	100.0	100.0	

II.25. ¿En qué medida la empresa considera a los derechos humanos en las decisiones de inversión?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Regular	2	22.2	22.2	22.2
Suficiente	4	44.4	44.4	66.7
Muy Suficiente	3	33.3	33.3	100.0
Total	9	100.0	100.0	

II.26. ¿Considera suficientes las estrategias para evitar los impactos negativos y fomentar los impactos positivos a las comunidades locales por la operación de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Insuficiente	1	11.1	11.1	11.1
Regular	1	11.1	11.1	22.2
Suficiente	5	55.6	55.6	77.8
Muy Suficiente	2	22.2	22.2	100.0
Total	9	100.0	100.0	

II.27. ¿En qué medida la empresa cuenta con mecanismos de reclamación de impactos sociales?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Insuficiente	3	33.3	33.3	33.3
	Regular	1	11.1	11.1	44.4
	Suficiente	5	55.6	55.6	100.0
	Total	9	100.0	100.0	

II.28. ¿Considera suficientes las estrategias para la evaluación de sus proveedores en materia de impacto social?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy insuficiente	1	11.1	11.1	11.1
	Insuficiente	5	55.6	55.6	66.7
	Regular	2	22.2	22.2	88.9
	Suficiente	1	11.1	11.1	100.0
	Total	9	100.0	100.0	

II.29. ¿Considera suficientes las estrategias para la evaluación de sus proveedores en materia de prácticas laborales y derechos humanos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy insuficiente	1	11.1	11.1	11.1
	Insuficiente	4	44.4	44.4	55.6
	Regular	2	22.2	22.2	77.8
	Suficiente	2	22.2	22.2	100.0
	Total	9	100.0	100.0	

II.30. ¿Considera suficientes las estrategias para evitar casos de corrupción en la empresa y para promover el cumplimiento regulatorio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Regular	3	33.3	33.3	33.3
	Suficiente	4	44.4	44.4	77.8
	Muy Suficiente	2	22.2	22.2	100.0
	Total	9	100.0	100.0	

II.31. ¿En qué medida la empresa considera los estándares de calidad y el cumplimiento regulatorio para garantizar la inocuidad de sus productos, la salud y seguridad de los consumidores?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Suficiente	1	11.1	11.1	11.1
	Muy Suficiente	8	88.9	88.9	100.0
	Total	9	100.0	100.0	

II.32. ¿En qué medida la empresa considera el diálogo con instituciones gubernamentales, organizaciones civiles, empleados, comunidades locales... para la definición de sus estrategias de gestión social y laboral?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy insuficiente	1	11.1	11.1	11.1
Insuficiente	1	11.1	11.1	22.2
Válidos Regular	3	33.3	33.3	55.6
Suficiente	4	44.4	44.4	100.0
Total	9	100.0	100.0	

II.33. ¿En qué medida la empresa informa a los grupos de interés de las acciones de gestión social y laboral que realiza?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy insuficiente	1	11.1	11.1	11.1
Válidos Regular	3	33.3	33.3	44.4
Suficiente	5	55.6	55.6	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.1. a) La conservación y fomento de flora y fauna silvestre.

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Poco	3	33.3	33.3	33.3
Regular	1	11.1	11.1	44.4
Válidos Mucho	4	44.4	44.4	88.9
Demasiado	1	11.1	11.1	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.1. b) La conservación y fomento de flora y fauna silvestre.

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de los grupos de interés?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Poco	2	22.2	22.2	22.2
Regular	4	44.4	44.4	66.7
Válidos Mucho	2	22.2	22.2	88.9
Demasiado	1	11.1	11.1	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.2. a) El uso eficiente del agua en su actividad y la de sus proveedores

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	1	11.1	11.1	11.1
Válidos Mucho	5	55.6	55.6	66.7
Demasiado	3	33.3	33.3	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.2. b) El uso eficiente del agua en su actividad y la de sus proveedores

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de los grupos de interés?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Poco	2	22.2	22.2	22.2
Regular	1	11.1	11.1	33.3
Muchos	5	55.6	55.6	88.9
Demasiado	1	11.1	11.1	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.3. a) La conservación del suelo en su actividad y la de sus proveedores

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	3	33.3	33.3	33.3
Muchos	4	44.4	44.4	77.8
Demasiado	2	22.2	22.2	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.3. b) La conservación del suelo en su actividad y la de sus proveedores

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de los grupos de interés?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Poco	1	11.1	11.1	11.1
Regular	4	44.4	44.4	55.6
Muchos	4	44.4	44.4	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.4. a) El ahorro en el consumo de electricidad, combustible y eficiencia en el transporte de insumos y productos

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muchos	6	66.7	66.7	66.7
Demasiado	3	33.3	33.3	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.4. b) El ahorro en el consumo de electricidad, combustible y eficiencia en el transporte de insumos y productos

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de los grupos de interés?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Poco	1	11.1	11.1	11.1
Regular	1	11.1	11.1	22.2
Muchos	5	55.6	55.6	77.8
Demasiado	2	22.2	22.2	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.5. a) La disposición y manejo eficiente de residuos, efluentes, emisiones y envases desechados

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Poco	1	11.1	11.1	11.1
Regular	2	22.2	22.2	33.3
Muchos	3	33.3	33.3	66.7
Demasiado	3	33.3	33.3	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.5. b) La disposición y manejo eficiente de residuos, efluentes, emisiones y envases desechados

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de los grupos de interés?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Poco	1	11.1	11.1	11.1
Regular	2	22.2	22.2	33.3
Muchos	5	55.6	55.6	88.9
Demasiado	1	11.1	11.1	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.6. a) El cumplimiento regulatorio en materia ambiental de la empresa

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muchos	7	77.8	77.8	77.8
Demasiado	2	22.2	22.2	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.6. b) El cumplimiento regulatorio en materia ambiental de la empresa

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de los grupos de interés?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Poco	1	11.1	11.1	11.1
Regular	1	11.1	11.1	22.2
Muchos	6	66.7	66.7	88.9
Demasiado	1	11.1	11.1	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.7. a) La evaluación ambiental de sus proveedores

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy poco	1	11.1	11.1	11.1
Poco	3	33.3	33.3	44.4
Regular	2	22.2	22.2	66.7
Muchos	3	33.3	33.3	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.7. b) La evaluación ambiental de sus proveedores

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de los grupos de interés?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy poco	2	22.2	22.2	22.2
	Poco	2	22.2	22.2	44.4
	Regular	3	33.3	33.3	77.8
	Mucho	2	22.2	22.2	100.0
	Total	9	100.0	100.0	

III.8. a) El diálogo con los grupos de interés para la definición y cumplimiento de estrategias de gestión ambiental

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy poco	1	11.1	11.1	11.1
	Poco	3	33.3	33.3	44.4
	Regular	2	22.2	22.2	66.7
	Mucho	3	33.3	33.3	100.0
	Total	9	100.0	100.0	

III.8. b) El diálogo con los grupos de interés para la definición y cumplimiento de estrategias de gestión ambiental

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de los grupos de interés?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy poco	1	11.1	11.1	11.1
	Poco	3	33.3	33.3	44.4
	Regular	4	44.4	44.4	88.9
	Mucho	1	11.1	11.1	100.0
	Total	9	100.0	100.0	

III.9. a) Que la empresa informe a los grupos de interés acerca de la definición y cumplimiento de estrategias de gestión ambiental

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Poco	3	33.3	33.3	33.3
	Regular	3	33.3	33.3	66.7
	Mucho	3	33.3	33.3	100.0
	Total	9	100.0	100.0	

III.9. b) Que la empresa informe a los grupos de interés acerca de la definición y cumplimiento de estrategias de gestión ambiental

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de los grupos de interés?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Poco	3	33.3	33.3	33.3
	Regular	4	44.4	44.4	77.8
	Mucho	2	22.2	22.2	100.0
	Total	9	100.0	100.0	

III.10. a) La medida en la que el desempeño económico de la empresa cubre sus gastos de funcionamiento, prestaciones a los trabajadores, pago oportuno de proveedores e impuestos y de inversiones comunitarias

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Mucho	5	55.6	55.6	55.6
	Demasiado	4	44.4	44.4	100.0
	Total	9	100.0	100.0	

III.10. b) La medida en la que el desempeño económico de la empresa cubre sus gastos de funcionamiento, prestaciones a los trabajadores, pago oportuno de proveedores e impuestos y de inversiones comunitarias

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de los grupos de interés?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Mucho	6	66.7	66.7	66.7
	Demasiado	3	33.3	33.3	100.0
	Total	9	100.0	100.0	

III.11. a) El esfuerzo económico para incrementar la productividad y lealtad de sus empleados como consecuencia de ofrecerles un salario justo, igualdad de oportunidades, formación y posibilidades de promoción

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Mucho	5	55.6	55.6	55.6
	Demasiado	4	44.4	44.4	100.0
	Total	9	100.0	100.0	

III.11. b) El esfuerzo económico para incrementar la productividad y lealtad de sus empleados como consecuencia de ofrecerles un salario justo, igualdad de oportunidades, formación y posibilidades de promoción

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de los grupos de interés?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Mucho	5	55.6	55.6	55.6
	Demasiado	4	44.4	44.4	100.0
	Total	9	100.0	100.0	

III.12. a) Las estrategias para mejorar la eficiencia mediante la reducción del costo de los insumos y los costos de gestión de residuos ante un mismo nivel de producción

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Regular	1	11.1	11.1	11.1
	Mucho	4	44.4	44.4	55.6
	Demasiado	4	44.4	44.4	100.0
	Total	9	100.0	100.0	

III.12. b) Las estrategias para mejorar la eficiencia mediante la reducción del costo de los insumos y los costos de gestión de residuos ante un mismo nivel de producción

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de los grupos de interés?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Regular	5	55.6	55.6	55.6
	Mucho	2	22.2	22.2	77.8
	Demasiado	2	22.2	22.2	100.0
	Total	9	100.0	100.0	

III.13. a) El esfuerzo de la empresa para impactar de manera positiva en el desarrollo económico de la región donde opera

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Poco	1	11.1	11.1	11.1
Regular	1	11.1	11.1	22.2
Válidos Mucho	6	66.7	66.7	88.9
Demasiado	1	11.1	11.1	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.13. b) El esfuerzo de la empresa para impactar de manera positiva en el desarrollo económico de la región donde opera

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de los grupos de interés?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy poco	1	11.1	11.1	11.1
Regular	2	22.2	22.2	33.3
Válidos Mucho	4	44.4	44.4	77.8
Demasiado	2	22.2	22.2	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.14. a) La contribución del precio que paga la empresa al productor agrícola a la prosperidad del mismo

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	1	11.1	11.1	11.1
Válidos Mucho	7	77.8	77.8	88.9
Demasiado	1	11.1	11.1	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.14. b) La contribución del precio que paga la empresa al productor agrícola a la prosperidad del mismo

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de los grupos de interés?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	3	33.3	33.3	33.3
Válidos Mucho	5	55.6	55.6	88.9
Demasiado	1	11.1	11.1	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.15. a) La contribución del nivel del salario que paga a sus empleados al bienestar familiar

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Mucho	7	77.8	77.8	77.8
Válidos Demasiado	2	22.2	22.2	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.15. b) La contribución del nivel del salario que paga a sus empleados al bienestar familiar

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de los grupos de interés?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Regular	2	22.2	22.2	22.2
	Mucho	7	77.8	77.8	100.0
	Total	9	100.0	100.0	

III.16. a) La inclusión económica y local y la prevención de impactos negativos en la cadena de suministros al elegir a sus proveedores

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Regular	3	33.3	33.3	33.3
	Mucho	5	55.6	55.6	88.9
	Demasiado	1	11.1	11.1	100.0
	Total	9	100.0	100.0	

III.16. b) La inclusión económica y local y la prevención de impactos negativos en la cadena de suministros al elegir a sus proveedores

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de los grupos de interés?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Poco	1	11.1	11.1	11.1
	Regular	6	66.7	66.7	77.8
	Mucho	2	22.2	22.2	100.0
	Total	9	100.0	100.0	

III.17. a) El diálogo con los grupos de interés para la definición y cumplimiento de estrategias de gestión económica

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy poco	1	11.1	11.1	11.1
	Poco	1	11.1	11.1	22.2
	Regular	1	11.1	11.1	33.3
	Mucho	5	55.6	55.6	88.9
	Demasiado	1	11.1	11.1	100.0
	Total	9	100.0	100.0	

III.17. b) El diálogo con los grupos de interés para la definición y cumplimiento de estrategias de gestión económica

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de los grupos de interés?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Poco	2	22.2	22.2	22.2
	Regular	5	55.6	55.6	77.8
	Mucho	2	22.2	22.2	100.0
	Total	9	100.0	100.0	

III.18. a) Que la empresa informe a los grupos de interés acerca de la definición y cumplimiento de estrategias de gestión económica

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy poco	1	11.1	11.1	11.1
Poco	1	11.1	11.1	22.2
Regular	2	22.2	22.2	44.4
Mucho	4	44.4	44.4	88.9
Demasiado	1	11.1	11.1	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.18. b) Que la empresa informe a los grupos de interés acerca de la definición y cumplimiento de estrategias de gestión económica

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de los grupos de interés?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy poco	1	11.1	11.1	11.1
Poco	1	11.1	11.1	22.2
Regular	3	33.3	33.3	55.6
Mucho	3	33.3	33.3	88.9
Demasiado	1	11.1	11.1	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.19. a) Que los trabajadores cuenten con un contrato formal, gocen de prestaciones de acuerdo a la ley y se les garantiza salud y seguridad en el ambiente de trabajo

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Poco	1	11.1	11.1	11.1
Mucho	2	22.2	22.2	33.3
Demasiado	6	66.7	66.7	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.19. b) Que los trabajadores cuenten con un contrato formal, gocen de prestaciones de acuerdo a la ley y se les garantiza salud y seguridad en el ambiente de trabajo

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de los grupos de interés?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	1	11.1	11.1	11.1
Mucho	3	33.3	33.3	44.4
Demasiado	5	55.6	55.6	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.20. a) Promover capacitación y educación entre sus trabajadores

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	2	22.2	22.2	22.2
Mucho	2	22.2	22.2	44.4
Demasiado	5	55.6	55.6	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.20. b) Promover capacitación y educación entre sus trabajadores

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de los grupos de interés?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Regular	3	33.3	33.3	33.3
	Mucho	2	22.2	22.2	55.6
	Demasiado	4	44.4	44.4	100.0
	Total	9	100.0	100.0	

III.21. a) Promover la diversidad e igualdad de oportunidades y la igualdad de retribución entre hombres y mujeres

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Regular	2	22.2	22.2	22.2
	Mucho	2	22.2	22.2	44.4
	Demasiado	5	55.6	55.6	100.0
	Total	9	100.0	100.0	

III.21. b) Promover la diversidad e igualdad de oportunidades y la igualdad de retribución entre hombres y mujeres

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de los grupos de interés?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Regular	3	33.3	33.3	33.3
	Mucho	4	44.4	44.4	77.8
	Demasiado	2	22.2	22.2	100.0
	Total	9	100.0	100.0	

III.22. a) Permitir entre sus trabajadores la libertad de asociación y la negociación colectiva

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Poco	1	11.1	11.1	11.1
	Regular	4	44.4	44.4	55.6
	Mucho	3	33.3	33.3	88.9
	Demasiado	1	11.1	11.1	100.0
	Total	9	100.0	100.0	

III.22. b) Permitir entre sus trabajadores la libertad de asociación y la negociación colectiva

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de los grupos de interés?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Poco	1	11.1	11.1	11.1
	Regular	4	44.4	44.4	55.6
	Mucho	3	33.3	33.3	88.9
	Demasiado	1	11.1	11.1	100.0
	Total	9	100.0	100.0	

III.23. a) Contar mecanismos de reclamación en materia de prácticas laborales

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Poco	1	11.1	11.1	11.1
Regular	2	22.2	22.2	33.3
Muchos	5	55.6	55.6	88.9
Demasiado	1	11.1	11.1	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.23. b) Contar mecanismos de reclamación en materia de prácticas laborales

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de los grupos de interés?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy poco	1	11.1	11.1	11.1
Regular	2	22.2	22.2	33.3
Muchos	5	55.6	55.6	88.9
Demasiado	1	11.1	11.1	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.24. a) Contar con estrategias para evitar la violación de los derechos humanos, la no discriminación, el trabajo forzoso y el trabajo infantil

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	3	33.3	33.3	33.3
Muchos	2	22.2	22.2	55.6
Demasiado	4	44.4	44.4	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.24. b) Contar con estrategias para evitar la violación de los derechos humanos, la no discriminación, el trabajo forzoso y el trabajo infantil

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de los grupos de interés?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Poco	1	11.1	11.1	11.1
Regular	3	33.3	33.3	44.4
Muchos	2	22.2	22.2	66.7
Demasiado	3	33.3	33.3	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.25. a) Considerar a los derechos humanos en las decisiones de inversión

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy poco	1	11.1	11.1	11.1
Poco	2	22.2	22.2	33.3
Muchos	5	55.6	55.6	88.9
Demasiado	1	11.1	11.1	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.25. b) Considerar a los derechos humanos en las decisiones de inversión
 ¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de los grupos de interés?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Poco	2	22.2	22.2	22.2
Regular	2	22.2	22.2	44.4
Mucho	4	44.4	44.4	88.9
Demasiado	1	11.1	11.1	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.26. a) Contar con estrategias para evitar los impactos negativos y fomentar los impactos positivos a las comunidades locales por la operación de la empresa

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Poco	2	22.2	22.2	22.2
Regular	3	33.3	33.3	55.6
Mucho	4	44.4	44.4	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.26. b) Contar con estrategias para evitar los impactos negativos y fomentar los impactos positivos a las comunidades locales por la operación de la empresa

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de los grupos de interés?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy poco	1	11.1	11.1	11.1
Poco	1	11.1	11.1	22.2
Regular	5	55.6	55.6	77.8
Mucho	1	11.1	11.1	88.9
Demasiado	1	11.1	11.1	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.27. a) Contar con mecanismos de reclamación de impactos sociales

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Poco	1	11.1	11.1	11.1
Regular	4	44.4	44.4	55.6
Mucho	4	44.4	44.4	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.27. b) Contar con mecanismos de reclamación de impactos sociales

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de los grupos de interés?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy poco	2	22.2	22.2	22.2
Regular	4	44.4	44.4	66.7
Mucho	3	33.3	33.3	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.28. a) Evaluar a sus proveedores en materia de impacto social
 ¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy poco	2	22.2	22.2	22.2
Poco	1	11.1	11.1	33.3
Válidos Regular	2	22.2	22.2	55.6
Mucho	4	44.4	44.4	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.28. b) Evaluar a sus proveedores en materia de impacto social
 ¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de los grupos de interés?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy poco	3	33.3	33.3	33.3
Poco	1	11.1	11.1	44.4
Válidos Regular	1	11.1	11.1	55.6
Mucho	4	44.4	44.4	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.29. a) Evaluar a sus proveedores en materia de prácticas laborales y derechos humanos
 ¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy poco	3	33.3	33.3	33.3
Poco	1	11.1	11.1	44.4
Válidos Regular	3	33.3	33.3	77.8
Mucho	2	22.2	22.2	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.29. b) Evaluar a sus proveedores en materia de prácticas laborales y derechos humanos
 ¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de los grupos de interés?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy poco	4	44.4	44.4	44.4
Válidos Regular	3	33.3	33.3	77.8
Mucho	2	22.2	22.2	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.30. a) Contar con estrategias para evitar casos de corrupción en la empresa y para promover el cumplimiento regulatorio

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Poco	2	22.2	22.2	22.2
Regular	1	11.1	11.1	33.3
Válidos Mucho	3	33.3	33.3	66.7
Demasiado	3	33.3	33.3	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.30. b) Contar con estrategias para evitar casos de corrupción en la empresa y para promover el cumplimiento regulatorio

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de los grupos de interés?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Poco	1	11.1	11.1	11.1
Regular	4	44.4	44.4	55.6
Válidos Mucho	1	11.1	11.1	66.7
Demasiado	3	33.3	33.3	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.31. a) Considerar los estándares de calidad y el cumplimiento regulatorio para garantizar la inocuidad de sus productos, la salud y seguridad de los consumidores

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Poco	1	11.1	11.1	11.1
Válidos Mucho	1	11.1	11.1	22.2
Demasiado	7	77.8	77.8	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.31. b) Considerar los estándares de calidad y el cumplimiento regulatorio para garantizar la inocuidad de sus productos, la salud y seguridad de los consumidores

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de los grupos de interés?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Poco	1	11.1	11.1	11.1
Regular	1	11.1	11.1	22.2
Válidos Mucho	3	33.3	33.3	55.6
Demasiado	4	44.4	44.4	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.32. a) El diálogo con los grupos de interés para la definición y cumplimiento de estrategias de gestión social y laboral

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Poco	2	22.2	22.2	22.2
Válidos Mucho	6	66.7	66.7	88.9
Demasiado	1	11.1	11.1	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.32. b) El diálogo con los grupos de interés para la definición y cumplimiento de estrategias de gestión social y laboral

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de los grupos de interés?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Poco	3	33.3	33.3	33.3
Regular	2	22.2	22.2	55.6
Válidos Mucho	3	33.3	33.3	88.9
Demasiado	1	11.1	11.1	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.33. a) Que la empresa informe a los grupos de interés acerca de la definición y cumplimiento de estrategias de gestión social y laboral

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Poco	2	22.2	22.2	22.2
Regular	2	22.2	22.2	44.4
Mucho	5	55.6	55.6	100.0
Total	9	100.0	100.0	

III.33. b) Que la empresa informe a los grupos de interés acerca de la definición y cumplimiento de estrategias de gestión social y laboral

¿El tema influye en las decisiones, acciones y desempeño de los grupos de interés?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Poco	2	22.2	22.2	22.2
Regular	2	22.2	22.2	44.4
Mucho	4	44.4	44.4	88.9
Demasiado	1	11.1	11.1	100.0
Total	9	100.0	100.0	

IV.1. ¿Cómo considera el nivel de internalización de la responsabilidad social empresarial en la cultura de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Regular	3	33.3	33.3	33.3
Alto	5	55.6	55.6	88.9
Muy alto	1	11.1	11.1	100.0
Total	9	100.0	100.0	

IV.2. ¿Cómo califica el nivel de eficiencia de la empresa en la gestión de impactos sociales, económicos y ambientales?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Regular	3	33.3	33.3	33.3
Alto	6	66.7	66.7	100.0
Total	9	100.0	100.0	

IV.3. ¿Cómo califica el desempeño de la responsabilidad social de su empresa comparada con el desempeño de otras del mismo ramo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Regular	2	22.2	22.2	22.2
Alto	5	55.6	55.6	77.8
Muy alto	2	22.2	22.2	100.0
Total	9	100.0	100.0	

Anexo 8. Coeficientes de correlación r de Pearson y coeficientes de determinación r^2

Correlaciones entre el desempeño de variables dependiente e independientes

		I	II	III	IV
I. V_AMB	Correlación de Pearson	1			
	Sig. (bilateral)				
II. V_ECO	Correlación de Pearson	.084	1		
	Sig. (bilateral)	.830			
III. V_SOC	Correlación de Pearson	.473	.703*	1	
	Sig. (bilateral)	.199	.035		
IV. RSE_ITEM	Correlación de Pearson	.876**	.066	.550	1
	Sig. (bilateral)	.002	.865	.125	

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral); * La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Correlaciones entre el desempeño y relevancia de las variables

Relevancia/desempeño		I. V_AMB	II. V_ECO	III. V_SOC	RSE_SUMA
V_AMB_relev	Correlación de Pearson	.152	.346	.595	.546
	Sig. (bilateral)	.697	.362	.091	.129
V_ECO_relev	Correlación de Pearson	-.379	.737*	.247	.308
	Sig. (bilateral)	.315	.023	.521	.420
V_SOC_relev	Correlación de Pearson	.155	.792*	.477	.575
	Sig. (bilateral)	.690	.011	.195	.105
RSE_Relev	Correlación de Pearson	.069	.835**	.544	.621
	Sig. (bilateral)	.859	.005	.130	.074

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral); * La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Coeficientes de determinación r^2 entre el desempeño de variables dependiente e independientes

	I	II	III	IV
I. V_AMB	1.000			
II. V_ECO	0.007	1.000		
III. V_SOC	0.224	0.494*	1.000	
IV. RSE_ITEM	0.767**	0.004	0.303	1.000

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral); * La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Coeficientes de determinación r^2 entre el desempeño y relevancia de variables

	I. V_AMB	II. V_ECO	III. V_SOC	IV. RSE_SUMA
V_AMB_relev	0.023	0.120	0.354	0.298
V_ECO_relev	0.144	0.543*	0.061	0.095
V_SOC_relev	0.024	0.627*	0.228	0.331
RSE_Relev	0.005	0.697**	0.296	0.386

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral); * La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Anexo 9. Resultados del análisis bootstrap

Estadísticos descriptivos resultantes del análisis bootstrap para 5000 submuestras a un intervalo de confianza del 95%

Estadísticos descriptivos bootstrap para el desempeño de las variables

		Estadístico	Bootstrap ^a			
			Sesgo	Error típico	Intervalo de confianza al 95% de BCa	
					Inferior	Superior
RSE_ITEM	Media	11.444	.0003	.4491	10.5556	12.3333
	Desv. típ.	1.42400	-.12544	.33600	.86603	1.74005
V_AMB	Media	31.6667	.0021	.6051	30.6667	32.6667
	Desv. típ.	1.93649	-.12955	.25568	1.58114	2.04803
V_ECO	Media	33.6667	.0289	.9809	31.8889	35.6667
	Desv. típ.	3.08221	-.23507	.62394	2.06155	3.62864
V_SOC	Media	56.8889	.0515	2.7704	50.6667	62.2222
	Desv. típ.	8.69546	-.78294	2.01936	4.84195	10.34139
N válido (según lista)	N	9	0	0		

a. A no ser que se indique lo contrario, los resultados autodocimantes se basan en 5000 muestras de muestreo bootstrap

Estadísticos descriptivos bootstrap para la relevancia de las variables

		Estadístico	Bootstrap ^a			
			Sesgo	Error típico	Intervalo de confianza al 95% de BCa	
					Inferior	Superior
V_AMB_relev	Media	61.8889	-.0138	1.8418	57.6667	65.8889
	Desv. típ.	5.81903	-.44161	1.07515	4.10623	6.61572
V_ECO_relev	Media	68.7778	.0086	1.8013	65.8889	71.6667
	Desv. típ.	5.73973	-.55810	1.47759	4.17665	6.53410
V_SOC_relev	Media	106.8889	-.0210	6.3752	94.7778	118.3979
	Desv. típ.	20.20795	-1.43790	3.18114	15.57598	22.03974
N válido (según lista)	N	9	0	0		

a. A no ser que se indique lo contrario, los resultados autodocimantes se basan en 5000 muestras de muestreo bootstrap

Correlaciones de Pearson resultantes entre el desempeño de variables dependientes e independientes con análisis bootstrap para 5000 submuestras a un intervalo de confianza del 95%

		I.	II.	III.	IV.
I. V_AMB	Correlación de Pearson	1			
	Sig. (bilateral)				
	Bootstrap ^c Sesgo	0			
	Típ. Error	0			
	Intervalo de confianza al 95% de BCa				
II. V_ECO					
	Correlación de Pearson	.084	1		
	Sig. (bilateral)	.830			
	Bootstrap ^c Sesgo	-.003	0		
	Típ. Error	.399	0		
III. V_SOC					
	Intervalo de confianza al 95% de BCa				
	Inferior	-.846			
	Superior	.778			
	Correlación de Pearson	.473	.703*	1	
IV. RSE_ITEM	Sig. (bilateral)	.199	.035		
	Bootstrap ^c Sesgo	-.051	-.021	0	
	Típ. Error	.311	.172	0	
	Intervalo de confianza al 95% de BCa				
	Inferior	-.274	.289		
	Superior	.853	.933		
	Correlación de Pearson	.876**	.066	.550	1
	Sig. (bilateral)	.002	.865	.125	
	Bootstrap ^c Sesgo	.005	-.005	-.066	0
	Típ. Error	.060	.464	.306	0
	Intervalo de confianza al 95% de BCa				
	Inferior	.704	-.792	-.163	
	Superior	.980	.875	.888	

**. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Correlaciones de Pearson entre desempeño y relevancia de las variables con análisis bootstrap para 5000 submuestras a un intervalo de confianza del 95%

					I. V_AMB	II. V_ECO	III. V_SOC	RSE_SUMA
V_AMB_relev	Correlación de Pearson				.152	.346	.595	.546
	Sig. (bilateral)				.697	.362	.091	.129
	Bootstrap ^d	Sesgo			.010 ^e	.007	.005	.008
		Típ. Error			.382 ^e	.286	.190	.204
		Intervalo de confianza al 95% de BCa	Inferior		-.698 ^e	-.498	-.015	-.095
			Superior		.976 ^e	.941	.949	.948
V_ECO_relev	Correlación de Pearson				-.379	.737*	.247	.308
	Sig. (bilateral)				.315	.023	.521	.420
	Bootstrap ^d	Sesgo			.069 ^f	.002 ^g	.034 ^g	.026 ^e
		Típ. Error			.360 ^f	.161 ^g	.264 ^g	.254 ^e
		Intervalo de confianza al 95% de BCa	Inferior		-.913 ^f	.214 ^g	-.475 ^g	-.178 ^e
			Superior		.848 ^f	.965 ^g	.942 ^g	.795 ^e
V_SOC_relev	Correlación de Pearson				.155	.792*	.477	.575
	Sig. (bilateral)				.690	.011	.195	.105
	Bootstrap ^d	Sesgo			.024 ^e	-.016	-.019	-.020
		Típ. Error			.395 ^e	.133	.308	.265
		Intervalo de confianza al 95% de BCa	Inferior		-.748 ^e	.433	-.385	-.197
			Superior		.942 ^e	.969	.930	.953
RSE_Relev	Correlación de Pearson				.069	.835**	.544	.621
	Sig. (bilateral)				.859	.005	.130	.074
	Bootstrap ^d	Sesgo			.029	-.006	.001	.004
		Típ. Error			.410	.105	.248	.225
		Intervalo de confianza al 95% de BCa	Inferior		-.640	.565	-.038	.129
			Superior		.854	.974	.938	.953

*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

**. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

d. A no ser que se indique lo contrario, los resultados autodocimantes se basan en 5000 muestras de muestreo bootstrap

e. Based on 4999 samples

f. Based on 4996 samples

g. Based on 4997 samples