

**RESPONSABILIDAD SOCIAL Y PERMANENCIA EMPRESARIAL EN PYMES
AGRÍCOLAS: EVIDENCIA EMPÍRICA EN MÉXICO¹**

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND STAY IN AGRICULTURAL SMB:
EMPIRICAL EVIDENCE IN MEXICO

María De Los Ángeles Cervantes Rosas²
Myrna Delfina López Noriega³

Para citar este artículo: Cervantes, M, y López, M. (2014). "Responsabilidad Social y permanencia empresarial en pymes agrícolas: evidencia empírica en México". *Revista Inquietud Empresarial*. Vol. XIV (1), p.p. 49-62

Fecha de recepción: 07 de abril de 2014
Fecha de Aceptación: 18 de junio de 2014

¹ Artículo de Investigación científica y tecnológica como resultado parcial del proyecto de investigación titulado: "Responsabilidad social para la permanencia de agronegocios".

² Maestra en Administración de la Universidad de Occidente (México), doctorante en Ciencias Administrativas, colaboradora del cuerpo académico Desarrollo Regional y Organizacional. maria.cervantes@udo.mx

³ Doctora en Administración por la Universidad del Sur, colaboradora del cuerpo académico de la Universidad Autónoma del Carmen. mdlopez@pampano.unacar.mx

RESUMEN

La Responsabilidad Social (RS) constituye un elemento clave para la sostenibilidad de las empresas. Sin embargo, las pequeñas y medianas empresas (Pymes) del sector agrícola se han visto afectadas por eventos naturales como las heladas, la sequía, huracanes; aunado al bajo poder adquisitivo de la moneda, el difícil acceso a los apoyos gubernamentales, el incremento de los costos de producción, mercados de consumo contraídos y el escaso o nulo financiamiento, sin mencionar los problemas derivados de la falta de seguridad; lo que origina que las prácticas de responsabilidad social pasen a segundo término. La relación de la empresa con su entorno, sin duda, es una búsqueda constante del equilibrio en el uso de la tierra con el fin de preservarla como un recurso natural que ha dado de comer a muchas generaciones. Desde este enfoque, consideramos que el estudio de las prácticas de responsabilidad social y su relación con la permanencia de las empresas nos puede brindar información importante, no solamente del futuro de las agrícolas guasavenses sino de la conservación de la superficie que nos alimenta. Los principales hallazgos de esta investigación llevada a cabo en el municipio de Guasave, Sinaloa, México; reflejan un débil involucramiento en las acciones de responsabilidad social empresarial excepto por una de las agrícolas que ya obtuvo el distintivo de empresa socialmente responsable y cuyo objetivo empresarial abarca tanto lo económico, lo social y lo ambiental.

PALABRAS CLAVE

Responsabilidad social, permanencia empresarial, Pymes agrícolas.

ABSTRACT

The Social responsibility (SR) is a key element for the sustainability of companies. However, small and medium-sized enterprises (SMEs) in the agricultural sector have been affected by events such as frost, drought, hurricanes; coupled with the low power purchasing of currency, difficult access to Government support, the rise in the cost of production, contracted consumption markets and little or no funding, not to mention the problems arising from the lack of security; which leads to the practices of social responsibility to pass to second term. The relationship of the company with their environment, is certainly a constant search for balance in the use of land in order to preserve it as a natural resource that has given food to many generations. Using this approach, we believe that the study of the practices of social responsibility and its relationship with the permanence of the companies we can provide... The main findings of this research carried out in the municipality of Guasave, Sinaloa, Mexico; they reflect a weak involvement in corporate social responsibility actions except for one of the farm that already obtained the distinction of socially responsible business and whose business objective covers both economic, social and environmental issues.

KEYWORDS

Social responsibility, business retention, agricultural SMEs.

INTRODUCCIÓN

Las últimas décadas del siglo XX, y los umbrales del actual, se han distinguido por una Responsabilidad Social Empresarial (RSE) fortalecida como una herramienta clave para alcanzar la sostenibilidad empresarial, bajo un contexto socioeconómico de un modelo de producción sustentado en el mínimo plazo, la máxima flexibilidad y el menor precio, en el marco de una economía que actúa bajo un sistema global, y de un sector público amenazado por la pérdida de influencia en favor de la empresa con un mayor poder económico y político, pero apoyada por los poderes públicos a escala nacional e internacional que paradójicamente ponen en tela de juicio su función reguladora y arbitral (Fauchère, 2006).

Dentro de este contexto, la Responsabilidad Social (RS) forma parte de la gestión de las empresas transnacionales, que buscan mejorar su situación competitiva y generar valor de marca, mediante la divulgación de aquellas “buenas prácticas” ejecutadas a los segmentos de interés, lo que no sucede con las pequeñas y medianas empresas (PyMES) mexicanas, que a pesar del camino recorrido en los últimos años, la RSE está lejos aún de ser un asunto de interés general, con todo y el carácter vital que tiene para cualquier organización. Falta investigación y análisis sobre la temática, además de intercambio auténtico y réplica efectiva de experiencias exitosas, una mirada autocrítica a la RS que provenga de sus protagonistas.

El tema de la RSE es aún un campo fructífero para el debate, sobre cuál es el papel de cada uno de sus actores, su alcance geográfico, la cadena de valor en la responsabilidad de las organizaciones, quién debe asumir las responsabilidades inherentes a las cuestiones sociales y/ o medioambientales (Vázquez, 2006), incluso sobre su conceptualización.

Es evidente que, a pesar de que la RSE es vista como un instrumento que puede ser utilizado para crear valor adicional a la empresa, estas ventajas no aparecerán simplemente por incorporar de manera ocasional programas, proyectos o por financiar acciones filantrópicas. Para que la RSE pueda ser entendida como una estrategia capaz de generar ventaja competitiva debe ser cuidadosamente diseñada para que sea central a la misión de la empresa, debe atender con el mismo carácter estratégico los objetivos sociales que los financieros, debe hacer uso de los recursos, capacidades únicas y competencias centrales que posee para diseñar estrategias diferenciadoras, debe tomar en cuenta e incorporar las demandas de los stakeholders primarios, debe buscar sinergias entre la I+D (Toro, 2006: 338), quedando sobreentendido que sus resultados forman parte de una inversión a largo plazo. Además, incide en el futuro de nuestra sociedad (Chandler y Werther, 2014).

Así pues, desde la gestión estratégica de las organizaciones transnacionales, la RS es señalada como parte de sus prácticas, pero casi ninguna se revela cuánto se invierte en su desarrollo e implementación, ni tampoco se ofrece orientación suficiente para la toma de decisiones corporativas. En consecuencia, el resultado es a menudo un conjunto de acciones filantrópicas y de RS desligadas de la estrategia de la empresa y sin impacto social significativo, ni capacidad para fortalecer su valor intangible a largo plazo. A pesar de lo anterior, se ejemplifica la sustentabilidad a través de los grandes corporativos, dejando de lado los obstáculos que enfrentan pequeñas y medianas empresas en la búsqueda de ese camino.

Los partidarios de la RSE o Responsabilidad Social Corporativa (RSC), como también se le conoce, argumentan su inclusión en el mundo de los negocios como parte de la obligación moral, la sustentabilidad, la licencia y la reputación

que toda organización debe de tener como parte de su actuación económica con el compromiso responsable y ético hacia la sociedad. Esto convierte a la RSE en un factor determinante a la hora de garantizar, no solo la competitividad de las organizaciones, sino su propia sostenibilidad.

En el caso de la agricultura, la innovación y la responsabilidad ambiental y social, son requisitos indispensables para disponer de la oferta agroindustrial eficiente y competitiva que demandan los mercados modernos, que cumpla las exigencias legales y garantice la mayor seguridad para el usuario, el medio ambiente y el consumidor.

La evolución de la RSE

Si bien no figura con claridad una fecha exacta de la aparición del término de RSE o RSC, se tiene claro que en la década de los cincuenta, Bowen (1953) fue el pionero del concepto moderno de la RSE, al sugerir que las empresas deberían tomar en cuenta las consecuencias sociales de sus decisiones, desde esta perspectiva del management, el directivo de una empresa tiene la obligación de perseguir políticas, tomar decisiones y seguir líneas de acción para los objetivos y valores de la sociedad (Paladino, 2004). Los trabajos de Bowen marcaban la separación del pensamiento filantrópico de la RS que hasta ese momento se le otorgaba, vinculándola más a la estrategia empresarial que a una dádiva esporádica.

Una década más tarde, Davis formuló la ley de oro de la responsabilidad, en su escrito "Five Propositions for Social Responsibility" (1975), que establecía la relación entre la RS de los empresarios y el poder social de las empresas; sostenía que la RSE se sustentaba en las decisiones tomadas por los empresarios. Esta concepción de la RSE iba más allá del impacto financiero.

Fisher (2004) señala que la evolución del concepto moderno de la RSE fue descrita por Carroll (1979); durante los años 60 y 70, las definiciones de RSE se expandieron y proliferaron dando paso a enfoques en investigación empírica y temas alternativos tales como el de desempeño en RSE y la teoría de los stakeholders de Carroll, que marcaron los años 80.

Así, a partir de la década del 70, la RS continuó consolidándose, en cuya evolución destacan tres aspectos fundamentales: la definición de los niveles de RSE; segundo, la diferencia entre obligación y reacción; y por último, la integración de la responsabilidad como parte fundamental de las actividades empresariales (Paladino, 2004). En esta década, la RS se enunció en una declaración de 74 páginas del Comité de Investigaciones y Políticas del Committee for Economic Development (CED), titulada "Las responsabilidades sociales de la corporación comercial", donde se concluyó que la mayoría de la población cree que las corporaciones no se han preocupado lo suficiente por los problemas sociales; reconocía al comercio como una institución básica en cualquier sociedad moderna, de vital importancia en el bienestar general así como en su propia aceptación pública (Lattuada, 2009).

Como parte del proceso evolutivo del concepto y las teorías sobre la RSE, encontramos a Friedman (1970), Carroll (1979), Freeman (1984), Donaldson y Preston, (1995), como algunos de los principales contribuyentes.

Para Friedman (1962), uno de los pioneros en estudiar la RSE desde el enfoque shareholders, "Sólo los individuos tienen responsabilidades no así las corporaciones, que son personas artificiales cuya única responsabilidad social es la de obtener

beneficios por y para los accionistas”, con ello apoyaba la concepción del directivo como una persona contratada para maximizar el beneficio de los accionistas.

Según Lozano (1999), Friedman planteó un enfoque economicista en cuanto a la responsabilidad de las organizaciones basado en dos etapas: inicialmente con una orientación hacia el individuo que interactúa en el mercado, en la que se argumenta que solo para el caso de un monopolio tendría sentido hablar de responsabilidad por parte de las empresas. Para 1970, en una segunda etapa, hace referencia a la empresa argumentando que la responsabilidad de las organizaciones se basa única y exclusivamente en la maximización de los beneficios económicos para éstas, y los efectos sociales generados por su acción se limitan al pago de impuestos, a la generación de empleo y al cumplimiento legal de la normatividad; las empresas son personas jurídicas y en este sentido pueden tener responsabilidades artificiales o contractuales, pero no se puede decir que los negocios en su conjunto poseen responsabilidades (Friedman, 1970).

Es importante tomar en cuenta que la postura de Friedman, no consideraba que las empresas tuvieran un impacto más allá de lo económico ni su incidencia, tanto en lo social como en lo medioambiental. En contrapartida, Carroll plantea a la RSE con una visión integradora y reflexiva, que abarca las expectativas económicas, legales, éticas y filantrópicas de la sociedad en un momento determinado del tiempo. En consecuencia, Carroll distingue cuatro componentes de la RSE: la económica, legal, ética y filantrópica (1979).

De manera paralela a la teoría de la RSE, surge la teoría de los stakeholders o grupos de interés, siendo considerada uno de los enfoques más fuertes en la estrategia. Si bien, el término no es atribuible a Freeman (1984), es quien lo introduce en el concepto de RSE, la estrategia y la ética organizacional. Según él, la empresa debe adquirir un compromiso moral con “cualquier grupo o individuo que pueda afectar o ser afectado por el logro de los propósitos de una corporación. Stakeholders incluye a empleados, clientes, proveedores, accionistas, bancos, ambientalistas, gobierno u otros grupos que puedan ayudar o dañar a la corporación” (Freeman, 1984).

Este enfoque continuó suministrando las bases para conceptos y temas relacionados, hasta que en los 90 Drucker (1999) analizó la RSE como posibilidad de negocios. El interés se centró en la conversión de los problemas sociales en oportunidades comerciales, una visión utilitaria que contemplaba, al menos, el aporte de las empresas al ámbito comunitario; sostiene que la empresa debe convertir su RS en una oportunidad de negocio de la problemática social, integrando las necesidades de la sociedad con la actividad empresarial y con la consiguiente capacidad de producción, de generación de trabajos bien remunerados y de riqueza.

En la misma década de los 90, Freeman retoma la teoría de los stakeholders en la que planteaba la necesidad de que los ejecutivos de las empresas considerasen las preocupaciones de otros actores ligados al negocio. El dilema que propone esta teoría al enfrentar intereses de grupos distintos, reside en la esencia de toda gestión empresarial, consistente en la adjudicación de unos recursos escasos con el fin de satisfacer prioridades que están en competencia.

Dentro de este orden de ideas, quienes actualmente desarrollan planes de RSE se enfrentan con el dilema de implementar prácticas que satisfagan a diferentes stakeholders, ante la limitante de que quienes participan no sólo son diferentes sino contrapuestos, pudiendo ocasionar antagonismos internos. Por lo que, será fundamental diseñar un plan de los distintos públicos que involucra una acción de RSE, no sólo para establecer quiénes son los beneficiarios sino para cargar de

contenido y direccionamiento a la acción de RS, sin considerar que muchas veces sus prácticas no se sabe a quiénes están dirigidas, cuáles son las metas a las que apunta y qué sentido persiguen.

Es evidente que en los 90 los conceptos fundamentales que giran alrededor de la RSE: son el desempeño social de la empresa, la ciudadanía corporativa y el contrato social. El desempeño social de la empresa se orienta a la capacidad que tiene ésta de accionar ante las demandas de la sociedad: "los procesos de sensibilidad social de una empresa incluían a stakeholders que ayudarán a identificar los agentes implicados, así como a definir y gestionar las políticas necesarias que atendiesen sus intereses" (Wood en Fernández, 2005: 33).

En tanto, el término ciudadanía corporativa fue definido como la conjunción entre la variación de mínimos deberes legales y éticos por un lado, y un comportamiento responsable y proactivo por el otro (Fernández, 2005). Por último, Donaldson y Preston (1995) fundamentan la RSE desde la teoría del contrato social que sostiene que las empresas no podrían existir sin la cooperación y el compromiso de la sociedad. El contrato social es algo no escrito, aquello establecido implícitamente entre la sociedad y las empresas.

El concepto de la RSE

El concepto de la RSE en Latinoamérica ha evolucionado de manera más lenta, con periodos más largos en su desarrollo desde la perspectiva de la filantropía. En el norte de México, en la década de los 40, los grandes empresarios de Monterrey mostraron preocupación por brindar beneficios sociales a sus trabajadores, incluso antes que el Estado mismo (Pérez, 2001). Pasando por la acción filantrópica y después por el planteamiento de inversión social, actualmente se aborda el tema en función de la filosofía de RSE. De lo anterior se deduce que hablar de una definición común en torno al concepto de RSE en Latinoamérica y México sería arriesgado, dado el proceso de maduración en el que aún se encuentra.

Sin embargo, no se pueden dejar de lado las diversas propuestas actuales en la definición de la RSE tras el advenimiento de la globalización, el aceleramiento de la actividad económica, la conciencia ecológica y el desarrollo de la tecnología, en el que destaca la perspectiva integrada en las empresas, más allá del simple cumplimiento legal, la creación de utilidades, y la filantropía.

Así, encontramos a Cortina (1998), Argandoña (1998), Fernández (1999) y el mexicano Carlos Llano (1997), entre otros, que consideran que la empresa se rige más que nada por las leyes y principios que derivan de las personas. Por lo que, a decir de Fernández "... el ser socialmente responsable no significa sólo cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento, avanzando voluntariamente hacia nuevas exigencias-mayor inversión en capital humano, mejor relación con los interlocutores, mayor respeto al medio ambiente" (1999).

De la misma manera, McWilliams y Siegel (2001), definen la RSE como "Las acciones que parecen promover algún bien social, más allá de los intereses de la empresa y de lo que exige la legislación". En tanto, Marín, Rubio y Aragón (2003), entienden a la RSE como "La forma en la que la empresa afronta sus obligaciones de tipo económico, legal, ético o discrecional en beneficio de todos sus grupos de interés".

Martén (2005: 22), señala que: "La responsabilidad social empresarial surge como

expresión de la voluntad de las empresas de actuar responsablemente de acuerdo con los intereses sociales y como fiel reflejo de los valores éticos que se ponen de manifiesto en el respeto a las personas, al medio ambiente y a las reglas del juego de la sociedad”.

En México, el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), cuyo propósito es el de apoyar a la empresa a iniciar en el camino de la RSE, a mejorar o medir sus prácticas ha señalado que la RSE:

“Es el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común” (Cajiga, 2010).

Ciertamente, se pueden encontrar tantas conceptualizaciones como autores e iniciativas sobre la RSE que se revisen. Desde la perspectiva empresarial, su contenido depende del contexto específico en el que opera. Por lo que se suele referir a las “prácticas o acciones socialmente responsables” de la empresa; sin embargo, en ellas hay una constancia en cuanto a ciertas consideraciones:

- Su cumplimiento está por encima de la legalidad.
- El carácter voluntario de sus acciones.
- Denota un compromiso cívico de la empresa, y de quienes la integran, con respecto al desarrollo social del medio en el cual impactan sus actividades.
- Y, finalmente el marcado respeto por la dignidad humana, que tienen todas ellas.

Así mismo, el CEMEFI publica el decálogo de la ESR que se resume en los siguientes puntos:

- 1.- Cultura de competitividad responsable
- 2.- Combate a prácticas de corrupción
- 3.- Respeto a los derechos humanos
- 4.- Condiciones laborales favorables para la calidad de vida
- 5.- Contribuir a la preservación del medio ambiente
- 6.- Colaborar en la solución de las necesidades sociales del entorno en el que opera
- 7.- Apoyo a causas sociales
- 8.- Desarrollo de la comunidad
- 9.- Atención de temas sociales de interés público por medio de alianzas con otras empresas
- 10.- Involucra a personal, accionistas y proveedores en programas de inversión y desarrollo social

Es este decálogo el que se toma como base para evaluar las prácticas de responsabilidad social de las empresas para otorgar el distintivo por parte del

CEMEFI.

En conclusión, se puede señalar que el concepto de RSE ha evolucionado radicalmente a lo largo de los años, a pesar de que no se ha logrado un consenso en su alcance y significado. Éste se ha desarrollado desde una perspectiva internacional meramente económica, en el que los recursos destinados por las empresas a acciones sociales eran considerados un gasto de la función de marketing, a una perspectiva mucho más amplia, en que se supone como una obligación más de la empresa hacia sus stakeholders, dejando de ser considerada como un gasto sino más bien como una inversión.

La Responsabilidad Social y la permanencia empresarial

Garza (2000) señala que uno de los principales objetivos empresariales es permanecer en el mercado, sin embargo, lograrlo no es nada fácil ya que el riesgo del fracaso siempre está presente en la vida empresarial. Para Mosqueda (2008) el fracaso empresarial se presenta cuando existen problemas serios de liquidez y solvencia derivados del incumplimiento de los objetivos financieros y estratégicos marcados por la gerencia, que se derivan principalmente de un sistema de gestión ineficiente, donde la gestión se vuelve cada vez más difícil por la rapidez del cambio (Filion, 2003).

Las principales causas a que se atribuye el fracaso empresarial son: la insolvencia y la falta o mala administración (Hernández, 2006), los flujos de efectivo negativos (Navarrete y Sansores, 2011), escasez de recursos (Mercado, 2007) y uso inadecuado (Morales, 2004), planificación insuficiente, falta de atención en la calidad, estructuras inadecuadas, falta de información, productividad insuficiente, financiamiento inadecuado, escaso y caro, poca atención a los mercados internacionales (Soto y Dolan, 2003), falta de capacitación y habilidades del empresario y falta de adaptación al entorno (Fong, 2007, Ghemawat, 2007).

Para que las empresas puedan permanecer en el mercado, se requiere principalmente, que el dirigente posea conocimientos y habilidades que la guíen por el camino del éxito (Estrada, García y Sánchez, 2009), trazando los objetivos claramente y dando seguimiento al cumplimiento de los mismos, tomando medidas activas para mejorar la sociedad en virtud de la existencia de la empresa (Dess, Lumpkin y Taylor, 2004).

En México, Greaves (2006) señala que los empresarios mexicanos dieron respuestas diferentes en cuestión de responsabilidad social “en términos de su enfoque, grado de compromiso y nivel de complejidad”, resultado de la influencia de las nuevas tendencias, o de los procesos locales autónomos. Se puede concluir que en México el desarrollo de la RSE parte de una visión filantrópica para finalmente llegar, un tanto obligada por la dinámica económica globalizadora, a ser considerada como una inversión socialmente responsable.

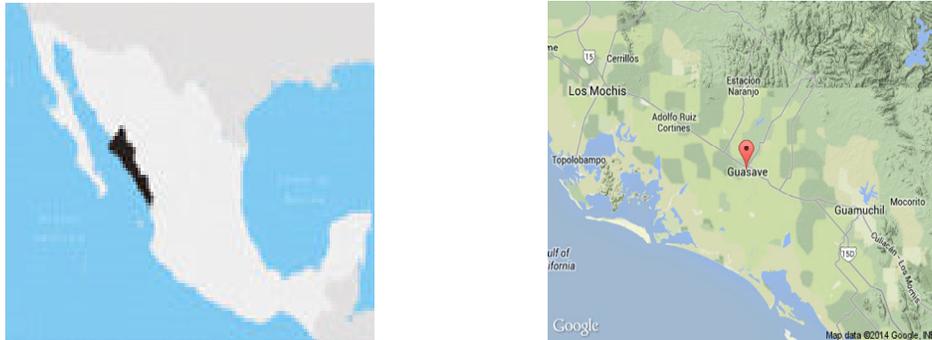
Indudablemente, esta variedad de respuestas han hecho progresar el pensamiento en este campo, pero ninguna ofrece suficiente orientación para las difíciles decisiones que deben tomar los líderes de las organizaciones. El resultado es una mezcla desarticulada de acciones filantrópicas y de RSE desligadas de la estrategia de la empresa y sin ningún impacto social significativo ni capacidad de fortalecer su valor intangible a largo plazo. Lo que sin duda, ventila el desarrollo incipiente de la RSE en este país, tanto en su alcance en términos cuantitativos como cualitativos.

Los líderes de cualquier organización que busque su permanencia a largo plazo en el mercado deben tener claro que la RS no se trata de filantropía ni de simples obras sociales, es un compromiso con el lugar, las personas y el tiempo. El ser socialmente responsable es una decisión estratégica que debe formar parte de la planeación y estar coherentemente alineada con los objetivos de las organizaciones.

El Municipio de Guasave

La presente investigación se lleva a cabo en la ciudad de Guasave, ubicada en el estado mexicano de Sinaloa. Guasave está situado en la llanura costera del Pacífico, a la entrada del Golfo de California; es conocido como el “Corazón Agrícola de México” debido principalmente a que la agricultura ocupa el 70% de la superficie municipal.

Figura No. 1 Ubicación de Guasave, Sinaloa.



Fuente: Elaboración propia

METODOLOGÍA

Para llevar a cabo la presente investigación se optó por el estudio de casos, ya que según Eisenhardt y Grabner (2007) permite analizar la realidad de un fenómeno en su contexto y aprovechar su riqueza; es el estudio de la particularidad y la complejidad de un caso singular para destacar las diferencias sutiles (Stake, 1999); para Fong (2007) el estudio de caso permite explorar y describir fenómenos poco estudiados al interior de las organizaciones; como se trata de un estudio de casos múltiple, su utilidad radica en el análisis de las variaciones de cada uno de los casos; cuyo objetivo es obtener resultados que expliquen la relación de las prácticas de RSE con la permanencia en el mercado de las agrícolas guasavenses. Para la investigación se seleccionaron cuatro casos por considerar que se cuenta con la evidencia suficiente (Stake, 1999), y pueden permitir analizar las diferencias y variaciones (Fong, 2007). A partir de la información recopilada por medio de entrevistas no estructuradas a los gerentes, se clasificó la información de acuerdo con las prácticas de RS, los resultados se muestran a continuación.

RESULTADOS

Por razones de confidencialidad, se omite el nombre de las empresas y solamente se identifican con un número que va del uno al cuatro. La investigación se centra en la percepción que los gerentes y colaboradores expresaron en el proceso de recolección

de información así como en la observación directa. En cada caso se presenta la personalidad jurídica, el número de empleados, el crecimiento experimentado en los tres últimos años así como las expectativas de crecimiento para los próximos tres años, el número de productos y el número de competidores considerados fuertes.

Los cuatro casos seleccionados para el análisis:

Agrícola	1	2	3	4
Personalidad Jurídica	Persona moral	Persona moral	Persona moral	Persona moral
Número de empleados	12	15	25	32
Crecimiento en los últimos tres años	(15%)	12%	50%	25%
Crecimiento esperado	5%	5%	20%	25%
Número de productos	5	3	3	6
Número de competidores fuertes	5	5	7	4

En el caso de la primera empresa, inició operaciones desde 1973, está constituida como sociedad anónima, actualmente cuenta con doce empleados y por el rango de sus ingresos de acuerdo con la estratificación de empresas de la Secretaría de Economía, es de tamaño pequeño. En los últimos tres años ha tenido un decrecimiento del 15% debido principalmente a las afectaciones derivadas de situaciones climáticas, al exceso de competencia, falta de apoyos del gobierno, mercados de consumo contraídos, apertura de fronteras y problemas para acceder a grandes compradores. El dirigente entrevistado señala que para la empresa son muy importantes los aspectos ambientales pero considera que el cumplir con las regulaciones ambientales no tiene ningún efecto sobre el crecimiento y la permanencia de la empresa. Además considera que no se ejerce ninguna presión externa para el cumplimiento de dichas regulaciones por lo que no hay inversión para la reducción de desperdicios ni plan para la prevención de contaminantes.

En el caso de la empresa número dos, inició operaciones hace diez años, tiene un total de quince trabajadores fijos y el número se duplica en temporada alta; es de tamaño pequeño; en sus inicios la figura jurídica era la de una persona física pero debido a la necesidad de formalidad y financiamiento cambia a Sociedad de Producción Rural de Responsabilidad Limitada, es una compañía que opera con el 90% de capital familiar; el líder es el fundador pero quien dirige y toma la mayoría de las decisiones pertenece a la segunda generación; consideran que la empresa ha tenido un crecimiento constante porque existe mucha confianza y comunicación al interior; los pagos tanto a los empleados como a los que rentan las tierras para producción son justos y atractivos en el mercado; los objetivos de la empresa están plenamente identificados y las estrategias que se diseñan están en función del conocimiento del sector y de los cambios en el entorno. El cambio climático ha afectado severamente a esta empresa, los costos del agua para riego y los insumos, así como la inseguridad sobre todo en el traslado del personal al campo. Una de las acciones que más les ha favorecido es el uso de fertilizante orgánico porque le agrega valor al producto. Consideran que las principales prácticas de responsabilidad social es el respeto y la protección al medio ambiente y el valor que se le da al elemento humano no sólo como parte de la empresa sino como integrante de una comunidad que tiene que superar sus rezagos, en los cuales la empresa juega un papel fundamental.

La empresa número 3 cuenta con doce empleados, número que se incrementa al doble en temporada alta; opera como persona moral debido a la necesidad de

formalización; inició operaciones hace más de doce años y ha tenido un incremento en los ingresos aproximado al 50%; realiza cambios en sus productos en el corto plazo y tiene más de cinco competidores fuertes; sus ventajas competitivas se basan en la calidad de los productos, el procesamiento de los pedidos y la habilidad para cubrir requerimientos especiales de los clientes; hacen inversiones importantes en software y tecnología por lo que basan el crecimiento de la empresa en el uso del internet. La principal problemática a la que se enfrentan es la falta de financiamiento y el escaso apoyo del gobierno. Se presta una especial atención a los aspectos ambientales ya que además del compromiso con la comunidad consideran muy importante preservar el entorno para las generaciones futuras y además, el cumplir con las regulaciones ambientales tiene un efecto positivo en el crecimiento y desarrollo de la empresa. Cuentan con un plan de prevención de contaminantes y la alta gerencia ejerce presión en empleados, clientes y proveedores para concientizar de la importancia de dicho cuidado. Otro punto considerado relevante es que se destinan recursos adicionales para la reducción de desperdicios, mantenimiento de maquinaria, planes de seguridad e higiene y para cumplir con la normatividad contable.

Por último, la cuarta empresa, su origen se remonta a los años cuarenta aunque se constituye como persona moral en 1990 debido a la necesidad de formalización derivada de la formación organizacional de su dirigente; de acuerdo con número de empleados y rango de ingresos se considera mediana; es una empresa que opera con finanzas sanas, debido a que se capitaliza más del 50% de las utilidades; es una empresa que busca la calidad en los productos y para ello, cuentan con un campo experimental. Para darle un valor agregado a los productos se trabaja la tierra, se mejoran los procesos de cultivo y cosecha, limpieza del producto, logística, se llevan a cabo esfuerzos para concretar eslabones en la cadena de valor; se realizan estudios de mercado por firmas de consultoría para producir con base en las necesidades del mercado, ofreciendo calidad, disponibilidad y precio; la capacitación de los empleados es muy relevante por lo que se creó un departamento que se encarga de este elemento considerado fundamental en la vida empresarial; se tienen protocolos para el manejo de productos de alto riesgo, químicos y residuos. Se firman códigos de conducta con los proveedores y los clientes para evitar la corrupción; se participa con proveedores, clientes y comunidad en mejora de espacios educativos principalmente, involucrando a alumnos y padres de familia. Buscan el crecimiento hacia adentro por medio de la producción de fertilizante orgánico, nutrir los suelos, producir composta y humus, aprovechar los esquilmos, usar mano de obra adecuada sin involucrar trabajo infantil ni mujeres embarazadas, y, por último optimizar el uso de los recursos; en el caso del agua, por medio de la tecnificación se ha reducido el uso al 30%.

CONCLUSIONES

Como se puede apreciar en el análisis llevado a cabo en las cuatro empresas agrícolas, las prácticas de responsabilidad social empresarial son incipientes en la región de Guasave, a excepción de la última empresa que por cierto en este año, el Centro Mexicano para la filantropía le acaba de otorgar el distintivo de empresa socialmente responsable. En el caso de las tres primeras empresas, no cuentan con un código de ética ni tienen publicados sus valores con el fin de combatir la corrupción; en todas se da el respeto a los derechos humanos, contribuyen a la preservación del medio ambiente y a la mejora de la economía regional generando empleos, sin embargo, no tienen personal destinado a identificar y apoyar causas sociales como parte de su estrategia empresarial excepto el último caso que se involucra con la comunidad en la que opera.

Los objetivos de las empresas se enfocan en el crecimiento y la permanencia en el mercado (Garza, 2000; Mosqueda, 2008) pero tienen que adaptarse rápidamente a los cambios (Filion, 2003), buscando cumplir con sus objetivos que en algunos casos no tienen claramente definidos y el enfoque es el aspecto económico. De acuerdo con Dess y otros (2004), estas agrícolas buscan el mejoramiento de la sociedad en donde la empresa existe, los empresarios agrícolas guasavenses deben ir más allá de las obligaciones jurídicas de manera voluntaria (Cajiga, 2010) lo que consideramos que se va ir logrando de manera paulatina, por lo pronto, el primer paso ya está dado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Argandoña, A. (1998). "La teoría de los stakeholders y el bien común". Documento de Investigación. N.355.
- Bowen, H. R. (1953). "Social Responsibilities of the Businessman". (Harper & Row, New York).
- Cajiga, J. (2010). "El concepto de Responsabilidad Social Empresarial". Centro Mexicano para la Filantropía. Recuperado 18/10/2010 de: <http://www.cemefi.org/esr/pdf/E1%20concepto%20de%20Responsabilidad%20Social%20Empresarial%20vers08.pdf>.
- Carroll, A. (1979). "A three-dimensional conceptual model of corporate performance". *Academy of management review*, vol. 4 n° 4, pp. 497-505
- Chandler, D. y Werther, W. (2014). "Strategic Corporate Social Responsibility. Stakeholders, globalización and sustainable value creation". Sage Publications. California.
- Cortina, A. (1998). "Ética de la empresa". Editorial Trotta, Madrid.
- Davis, K., (1975). "Five Propositions for Social Responsibility". *Business Horizons*, Vol. 18.
- Dess, G., Lumpkin, G. y Taylor, M. (2004). "Strategic Management. Text & Cases". Irwin Mc Graw Hill. New York, NY.
- Donaldson, T. y Preston, I. (1995). "The stakeholder theory of the corporation: concepts, evidence and implications". *Academy of management review*, No. 20, pp. 65-91.
- Drucker, P. (1999). "La sociedad poscapitalista". Editorial Apóstrofo, Barcelona, p.102.
- Estrada, R., García, D. y Sánchez, V. (2009). "Factores determinantes del éxito competitivo en la Pyme: Estudio empírico en México". *Revista Venezolana de Gerencia*. Vol. 14. No. 46. Abril-Junio. Pp. 169-182.
- Fauchère, B. (2006). "La responsabilidad social de las empresas y los códigos de conducta ¿nuevos retos o viejos debates?". *Lan Harremanak: Revista de Relaciones Laborales*, Núm. 14, pp, 93-124.
- Fernández, R. (2005). "Administración de la responsabilidad social corporativa". Madrid: Thomson, p. 225
- Fernández, J. (1999). "Ética y responsabilidad social y modelos de empresa". *Papeles de Ética, Economía y Dirección*. IESE, Universidad de Barcelona. España. 1999
- Filion, L. (2003). "Entrepreneurs et propriétaires-dirigeants de PME". *Les PME Bilan et perspectives*. Tercera Edición. GREPME Inter-Universitaires, Traducción de Leonor E. López Canto. Canadá.

- Fisher, J. (2004). "Social Responsibility and ethics: Clarifying the concepts". (Vol. 52). Heidelberg, Alemania: Springer.
- Fong, C. (2007). "La importancia de la Pyme como objeto de investigación. En La Pyme en México. Situación actual y retos estratégicos". Universidad de Guadalajara. México.
- Freeman, E. (1984). "Strategic management: A Stakeholder Approach". Pittman, (Boston).
- Friedman, M. (1962). "Capitalism and Freedom". Chicago: University of Chicago Press.
- Friedman, M. (1970). "The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits". The New York Times magazine, September 13, pp. 122-126.
- Garza, J. (2000). "Administración contemporánea". McGraw-Hill. México
- Ghemawat, P. (2007). "Las claves del futuro del negocio global". Revista de antiguos alumnos del IEEM, IESE Business School.
- Greaves, P. (2006). "Empresarios mexicanos ante la responsabilidad social". Universidad Iberoamericana, A.C., México.
- Eisenhardt, K. y Grabner, M. (2007). "Theory building from cases: Opportunities and challenges". Academy of Management Journal. No. 50. Pp. 25-32.
- Hernández, S. (2006). "Introducción a la Administración. Teoría general administrativa: origen, evolución y vanguardia". Cuarta Edición. Corea
- Lattuada, P. (2009). "RSE: Responsabilidad Social Empresaria. La tríada RSE". Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, Cuaderno 28, Año 9, pp. 103-116
- Llano, C. (1997). "Dilemas éticos de la empresa contemporánea". Fondo de Cultura Economica USA, p. 313
- Lozano, J. M. (1999). "Ética y empresa". Simancas Ediciones (traducción de María Fernández Gómez), Valladolid, España.
- Marín, J., Rubio, A. y Aragón, A. (2003). "La responsabilidad social corporativa en la empresa: Un estudio bajo la perspectiva de recursos y capacidades". Universidad de Murcia, Murcia.
- Martén, I. (2005). "Responsabilidad social empresarial: un debate de actualidad". Economistas, 106, pp. 22-30.
- McWilliams, A. y Siegel, D. (2001). "Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective". Academy Management Review, 26(1), pp. 117-127.
- Mercado, S. (2007). "Administración de las pequeñas y medianas empresas. Estrategias de crecimiento". México: Publicaciones Administrativas Contables Jurídicas.

Morales, J. (2004). "Decaimiento, mortandad y sobrevivencia organizacional: Gestión estratégica de las organizaciones mexicanas en el neoliberalismo". En Revista Denarius de Economía y Administración. Número 36.

Mosqueda, J. (2008). "Indicadores del fracaso en las empresas mexicanas. Modelo ponderado de valuación del riesgo". IMEF México.

Navarrete, E. y Sansores, E. (2011). "El fracaso de las micro, pequeñas y medianas empresas en Quintana Roo, México. Un análisis multivariante". Revista Internacional de Administración y Finanzas. Volumen 4. Número 3

Paladino, M. (2004). "La responsabilidad de la empresa en la sociedad. Construyendo la sociedad desde la tarea directiva". Ariel, Buenos Aires, p.42.

Pérez, M. (2001). "La responsabilidad social corporativa en México: ¿Ser o parecer? Análisis de la comunicación en 25 empresas del país". Red DirCom Iberoamericana. En [http:// www.reddircom.org/textos/marielaperez.pdf](http://www.reddircom.org/textos/marielaperez.pdf), consulta el 15 de febrero de 2014.

Soto, E. y Dolan, S. (2003). "Las Pymes ante el reto del siglo XXI. Los nuevos mercados globales". Thomson Editores. México

Stake, R. (1999). "Investigación con estudio de casos". Ediciones Morata

Toro, D. (2006). "El enfoque estratégico de la responsabilidad social corporativa". Intangible capital, No 14, vol. 2, pp. 338-358. Oct-dic de 2006, Catalunya, España.

Vázquez, O. (2006). "Responsabilidad social empresarial: matices conceptuales". Lan Harremanak: Revista de Relaciones Laborales, Núm. 14, Enero 2006, p. 13-23

