



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

**Centro Interdisciplinario de Investigación para el Desarrollo
Integral Regional Unidad Oaxaca**

**Maestría en Ciencias en Conservación y Aprovechamiento de Recursos
Naturales**

Stakeholders y prácticas ambientales en negocios de artesanías de alebrijes

TESIS

Que para obtener el grado de:

Maestro en Ciencias

Presenta:

Paola Miriam Arango Ramírez

Directora de tesis:

Dra. Patricia Soledad Sánchez Medina

Santa Cruz Xoxocotlán, Oaxaca.

Julio 2015



INSTITUTO POLITECNICO NACIONAL SECRETARIA DE INVESTIGACION Y POSGRADO

ACTA DE REVISION DE TESIS

En la Ciudad de Oaxaca de Juárez siendo las 13:00 horas del día 01 del mes de Julio del 2015 se reunieron los miembros de la Comisión Revisora de Tesis designada por el Colegio de Profesores de Estudios de Posgrado e Investigación del **Centro Interdisciplinario de Investigación para el Desarrollo Integral Regional, Unidad Oaxaca (CIIDIR-OAXACA)** para examinar la tesis de grado titulada: "Stakeholders y prácticas ambientales en negocios de artesanías de alebrijes"
Presentada por el alumno:

Arango
Apellido paterno

Ramírez
materno

Paola Miriam
nombre(s)

Con registro:

B	1	3	0	1	9	8
---	---	---	---	---	---	---

aspirante al grado de: **MAESTRÍA EN CIENCIAS EN CONSERVACIÓN Y APROVECHAMIENTO DE RECURSOS NATURALES**

Después de intercambiar opiniones los miembros de la Comisión manifestaron **SU APROBACION DE LA TESIS**, en virtud de que satisface los requisitos señalados por las disposiciones reglamentarias vigentes.

LA COMISION REVISORA
Directora de tesis



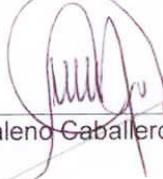
Dra. Patricia Soledad Sánchez Medina



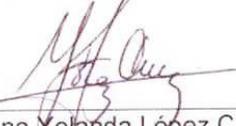
Dra. Arcella Toledo López



Dra. Luicita Lagunéz Rivera

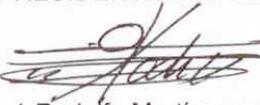


Dr. Magdalena Caballero Caballero



Dra. Juana Yolanda López Cruz

EL PRESIDENTE DEL COLEGIO



Dr. José Rodolfo Martínez y Cárdenas





INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

CARTA CESION DE DERECHOS

En la Ciudad de Oaxaca de Juárez el día 01 del mes julio del año 2015, el (la) que suscribe Arango Ramírez Paola Miriam alumno (a) del Programa de **MAESTRÍA EN CIENCIAS EN CONSERVACIÓN Y APROVECHAMIENTO DE RECURSOS NATURALES** con número de registro B130198, adscrito al Centro Interdisciplinario de Investigación para el Desarrollo Integral Regional, Unidad Oaxaca, manifiesta que es autor (a) intelectual del presente trabajo de Tesis bajo la dirección de la Dra. Patricia Soledad Sánchez Medina, y cede los derechos del trabajo titulado: "Stakeholders y prácticas ambientales en negocios de artesanías de alebrijes", al Instituto Politécnico Nacional para su difusión, con fines académicos y de investigación.

Los usuarios de la información no deben reproducir el contenido textual, gráficas o datos del trabajo sin el permiso expreso del autor y/o director del trabajo. Este puede ser obtenido escribiendo a la siguiente dirección **Calle Hornos 1003, Santa Cruz Xoxocotlán, Oaxaca**, e-mail: posgradoax@ipn.mx ó mipao04@hotmail.es Si el permiso se otorga, el usuario deberá dar el agradecimiento correspondiente y citar la fuente del mismo.

Arango Ramírez Paola Miriam



CENTRO INTERDISCIPLINARIO
DE INVESTIGACION PARA EL
DESARROLLO INTEGRAL REGIONAL
C.I.I.D.I.R.
UNIDAD OAXACA
I.P.N.

Dedicatorias

A mi familia,

A mi esposo y amigo Román Cervantes Madrid, por estar conmigo en aquellos momentos de estudio que ocuparon mi tiempo y esfuerzo, por su entrega de amor, y apoyo que me brinda día a día, fuente de inspiración para lograr mis metas.

A mis hijos Paolo y Favio, quienes soportaron mi estrés, y si no los tuviera en mi vida no estaría completa, son mi motivación, gracias por esos besos y cariño que me brindaron en esos días difíciles gracias a ellos salí adelante, los amo mis niños.

A mis padres Raúl y Blandina, por su apoyo que me brindaron al estudiar una licenciatura, para hacer posible la maestría.

Agradecimientos

Al Instituto Politécnico Nacional (IPN) que a través del CIIDIR Unidad Oaxaca brindo el apoyo para la realización de mis estudios de maestría.

Al Concejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt) por brindar el apoyo económico para la realización del posgrado.

A mi directora de tesis la Dra. Patricia Soledad Sánchez Medina, no solo por brindarme sus conocimientos y experiencia profesional, sino por el tiempo que me dedico a escucharme y alentarme seguir adelante, gracias por los consejos.

A los integrantes del comité tutorial: Dra. Arcelia Toledo, Dra. Angélica Cruz Bautista, Dra. Luicita Lagunez Rivera, Dr. Magdaleno Caballero Caballero y Dra. Juana Yolanda López Cruz por sus sugerencias y aportaciones a esta tesis.

A la Asociación Ecoalebrijes de Arrazola, por el apoyo brindado en todo el proceso de investigación, por su valiosa cooperación y disponibilidad para facilitar la información requerida en el estudio.

A mis compañeros y amigos de maestría Daysi, Sandra, Héctor, Miguel, Joseph, Eduardo, Rosario, etc. Que compartieron los efectos de estudiar la maestría gracias por el apoyo y escucharme en el momento de estrés.

Resumen.....	i
Abstract.....	ii
Introducción.....	iii
Planteamiento del problema.....	iv
Justificación.....	viii
Objetivos de investigación.....	x
1. Marco teórico.....	1
1.1. Antecedentes de la variables.....	1
1.1.1. Stakeholders.....	1
1.1.2. Prácticas ambientales.....	5
1.2. La teoria de los stakeholders.....	7
1.3. Relación entre variables stakeholders y prácticas ambientales.....	11
1.4. Hipótesis.....	16
1.5. Modelo de investigación.....	16
1.6. Conceptualización de variables.....	17
1.6.1. Prácticas ambientales.....	17
1.6.2. Stakeholders.....	18
2. Diseño metodológico.....	20
2.1. Metodología.....	21
2.2. Diseño de la muestra.....	21
2.3. Descripción de la población.....	21
2.4. Selección de la muestra.....	22
2.5. Diseño del instrumento de medición.....	22
2.6. Operacionalización de variables.....	23
2.6.1. Operacionalización de stakeholders.....	23
2.6.2. Operacionalización de prácticas ambientales.....	24
2.7. Confiabilidad de la medición.....	31
3. Resultados y conclusiones.....	35

3.1. Caracterización de la muestra.....	36
3.2. Análisis de resultados.....	39
3.3. Discusiones.....	43
3.4. Conclusiones.....	44
3.5. Implicaciones.....	46
Referencias.....	47
Anexos.....	57

Relación de tablas, gráficas y figuras

Índice de tablas

Tabla 1. Operacionalización de la variable stakeholders según referencias bibliográficas.....	60
Tabla 2. Operacionalización de la variable prácticas ambientales según referencias bibliográficas	63
Tabla 3. Operacionalización de la variable stakeholders.....	26
Tabla 4. Operacionalización de la variable prácticas ambientales.....	28
Tabla 5. Análisis factorial de la variable stakeholders.....	31
Tabla 6. Análisis factorial de la variable prácticas ambientales.....	33
Tabla 7. Correlación bivariada de Pearson entre las variables.....	39
Tabla 8. Correlación bivariada de Pearson entre las dimensiones de stakeholders y prácticas ambientales.....	39
Tabla 9. Regresión lineal entre stakeholders y prácticas ambientales.....	41

Índice de Gráficas

Gráfica 1. Total de negocios de artesanías de alebrijes encuestados.....	36
Gráfica 2. Antigüedad de los negocios de artesanías de alebrijes.....	36
Gráfica 3. Puestos de los entrevistados.....	37
Gráfica 4. Escolaridad de los entrevistados.....	37
Gráfica 5. Edad de los entrevistados.....	38
Gráfica 6. Sexo de los entrevistados.....	38

Índice de Figuras

Figura 1. Clasificación de stakeholders.....	1
Figura 2. Modelo de stakeholders.....	3
Figura 3. Modelo conceptual.....	16

Resumen

El objetivo de esta investigación fue determinar la relación de los stakeholders y las prácticas ambientales en los negocios de artesanías de alebrijes, en las poblaciones de Arrazola Xoxocotlán y San Martín Tilcajete. Esta relación se analizó desde la teoría de los stakeholders, identificando que tipo de stakeholder está influyendo para que se lleven a cabo prácticas ambientales dentro de los negocios de artesanías de alebrijes, así como que prácticas ambientales se realizan dentro de estos negocios. Para lo cual se planteó la hipótesis: existe una relación positiva y significativa entre la influencia de los stakeholders y las prácticas ambientales en los negocios de artesanías de alebrijes. Para probar la hipótesis planteada se encuestaron 164 negocios de artesanías de alebrijes en ambas poblaciones, para la recolección de datos se utilizó un cuestionario estructurado, con la técnica de entrevista cara a cara. Al aplicar el análisis de correlación y regresión simple, los resultados muestran que los stakeholders influyen de manera positiva y significativa en la ejecución de prácticas ambientales, que permiten que estos negocios obtengan productos amigables con el ambiente, (reduciendo el consumo de insumos tóxicos gasolina, pintura y empaque de plástico), y que coadyuven a preservar los recursos naturales y a disminuir los efectos ambientales.

Palabras clave: stakeholders, prácticas ambientales, negocios de artesanías de alebrijes.

Abstract

The objective of this research was to determine the relationship of stakeholders and environmental practices in business crafts of alebrijes in Arrazola Xoxocotlán, Tilcajete and San Martin population, this relationship was analyzed from the stakeholders theory, identifying what type of stakeholders is influencing in order to take place environmental practices within business alebrijes crafts, as well as which environmental practices take place within these businesses, for that the hypothesis is posed: there is a positive and significant relationship between the influence of stakeholders and environmental practices in business alebrijes crafts. To prove that hypothesis 164 alebrijes crafts businesses were in both populations, for the data collection we used a structured questionnaire with the interview technique face to face. By applying correlation analysis and simple regression, results show that stakeholders influence positively and significantly on the execution of environmental practices which allow these businesses to get environmentally friendly products (reducing consumption of toxic materials gasoline, paint and plastic package) and contribute to preserve natural resources and reduce environmental impacts.

Keywords: stakeholders, environmental practices, crafts business alebrijes.

Introducción

Dados los problemas medioambientales en los que se ve inmerso el planeta, así como el papel fundamental que pueden desempeñar las empresas (PyMES) en ellos, ha dado lugar a que los aspectos ambientales adquieran mayor importancia (De Burgos y Céspedes 2001). Estableciendo uno de los temas que más alarma a la sociedad. La degradación del medio ambiente y la preocupación social se extiende al ámbito de la empresa, de ahí la necesidad de centrar el análisis de la estrategia ambiental de la empresa en una rama o sector económico específico (Handfield et al., 1997).

Aun cuando existen estudios que plantean la importancia de llevar a cabo prácticas ambientales (Dasgupta, Hettige, & Wheeler, 2000; Bojórquez- Tapia, 1995; Hillary, 2000; Brío y Jorquera, 2002; Montabon, Srofe y Narasimham, 2007; Darmall, Henriques y Sadorsky, 2008; Gadenne, Kennedy y Mckeiver, 2009) en nuestro país éstas resultan poco significativas para las empresas como para la población.

En el contexto ambiental los stakeholders pueden presionar a las empresas a adoptar prácticas ambientales, que colaboren al cuidado y manejo del medio ambiente, ofreciendo una ventaja competitiva a las empresas que aplican las prácticas ambientales (Esty y Winston, 2006; Hart, 1995, 2005; Hart y Milstein, 2003). El término Stakeholders fue utilizado por primera vez por Freeman (1984), para referirse a cualquier individuo o grupos de individuos que pueden afectar o ser afectados por las actividades y objetivos de la empresa. Por esto, los stakeholders se consideran como un elemento importante dentro de cualquier organización, ya que poseen la capacidad de influir en las decisiones tomadas dentro de la empresa.

En el estado de Oaxaca las PyMES son la base de la economía, representan el 98% de las empresas, estas se encargan de generar el 75.2% de los empleos; (INEGI 2009). En este tipo de empresas sobresalen los negocios de artesanías, y de manera particular para las poblaciones de Arrazola Xoxocotlán y San Martín Tilcajete, donde se reportan los negocios de artesanías de alebrijes.

Considerando que la elaboración de alebrijes en el estado de Oaxaca se lleva a cabo de manera artesanal, y que es complejo que se pase de este proceso a una escala industrial. Esta investigación se llevó a cabo para analizar la relación entre stakeholders y prácticas ambientales en los negocios de artesanías de alebrijes, de las poblaciones de Arrazola Xoxocotlán y San Martín Tilcajete, identificando las acciones que se llevan a cabo para contribuir al cuidado del medio ambiente, para ello se describen los tipos de stakeholders que ejercen presión en los negocios de artesanías de alebrijes, para aplicar prácticas ambientales. Así también se analizaron que tipo de prácticas ambientales realizan los negocios de artesanías de alebrijes para reusar, reciclar y reducir y de esta manera entender como los dueños de los negocios de artesanías implementan prácticas ambientales y sobre todo conocer los antecedentes que los motivan a llevarlas a cabo. Finalmente se evaluó de qué manera influyen los stakeholders en la ejecución de las prácticas ambientales en los negocios de artesanías de alebrijes, para los dueños de estos negocios es importante aplicar prácticas ambientales, puesto que les ayudan a lograr mayor competitividad con los consumidores ya que estos consideran a sus productos son amigables con el ambiente.

La información generada en esta investigación es fundamental para el estudio de la influencia de los stakeholders y prácticas ambientales en los negocios de artesanías de alebrijes, ya que aportara conocimiento sobre la realidad de las poblaciones en estudio y la forma que están llevando sus prácticas ambientales, sustentado en una metodología científica que puede contribuir a lograr un mejor desarrollo de otros sectores artesanales. Así también los resultados de la investigación pueden ofrecer a las instituciones de gobierno que tienen a su cargo la conservación y cuidado del medio ambiente, para promover a través de programas adecuados la implementación de prácticas ambientales, en los diferentes sectores artesanales del estado de Oaxaca.

Este documento está organizado de la siguiente manera:

Primero se describe el planteamiento del problema, justificación y objetivos.

Segundo se desarrolla el capítulo 2 que inicia con la descripción del marco teórico, antecedentes de las variables, la teoría de los stakeholders, la relación entre variables hipótesis, modelo de investigación y conceptualización de la variables en estudio.

Tercero se describe el capítulo 3 que contiene la metodología de la investigación, diseño y selección de la muestra, descripción de la población, diseño del instrumento de medición, operacionalización de variables, y la confiabilidad de la medición.

Finalmente se describe el capítulo 4 que contiene la caracterización de la muestra, análisis de resultados, discusiones, conclusiones e implicaciones y limitaciones de la investigación.

Planteamiento del problema

De acuerdo con el aspecto ambiental, existe una escasa y nula disponibilidad de información clara y precisa sobre la forma en que contaminan las empresas, y las prácticas ambientales que realizan para mitigar esta, en países como el Reino Unido se ha estimado que las pequeñas y medianas empresas (PyMES) generan el 70% del total de la contaminación industrial (Gunningham, 2002; Hillary, 1995), en India se calcula que se genera el 65% de los residuos industriales (UNEP, 2003), un estudio en países asiáticos concluyó que las PyMES, pueden no ser responsables de la mayor parte del deterioro ambiental (Kent, 1991).

En nuestro país el tema de prácticas ambientales es relativamente nuevo, de hecho la primera vez que se manejó el término fue en 1999 en Guadalajara Jalisco (Wells y Galbraith, 1999). En un estudio realizado por Dasgupta, Hettige, & Wheeler, (2000), en empresas manufactureras de México, deduciendo que las prácticas ambientales orientan a las empresas a cumplir con la normatividad ambiental, por lo tanto las empresas ahorran no solo en el aspecto económico incluso en la materia prima que es utilizada en sus procesos productivos.

Aun cuando existen estudios que plantean la importancia de llevar a cabo prácticas ambientales (Dasgupta, Hettige, & Wheeler, 2000; Bojórquez- Tapia, 1995; Hillary, 2000; Brío y Jorquera, 2002; Montabon, Srofe y Narasimham, 2007; Darmall, Henriques y Sadorsky, 2008; Gadenne, Kennedy y Mckeiver, 2009) en nuestro país éstas resultan poco significativas para las empresas como para las poblaciones en estudio.

Un factor importante detectado dentro de la literatura y que ejerce presión para llevar a cabo prácticas ambientales al interior de las empresas, son los denominados grupos de interés o stakeholders (Esty and Winston, 2006; Hart, 1995, 2005; Hart and Milstein, 2003). No obstante, dentro de la literatura no se muestra homogeneidad en cuánto a qué tipo de stakeholders influye para llevar a cabo prácticas ambientales, por ejemplo, Freeman (1984) clasifica a los stakeholders en internos (trabajadores, accionistas, directivos, propietarios) y

externos (clientes, proveedores, gobierno, sociedad), por su parte Wheeler y Sillanpää (1997), los clasifica en primarios (accionistas, empleados, consumidores, proveedores y comunidades locales donde opera la empresa) y secundarios (medios de comunicación, administraciones públicas y órganos reguladores, organizaciones gubernamentales, sindicatos, competidores).

Para Falçao & Fontes (1999), stakeholders son: empleados, gerentes, proveedores, accionistas, clientes. Preston & Sapienza, (1990); y Clarkson, (1995), se refieren a los accionistas, empleados, clientes y público en general.

Otros autores han clasificado a los stakeholders por su poder y legitimidad (Álvarez et al., 2001; Céspedes et al., 2003).

Dada la diversidad en cuanto a las tipologías utilizadas de stakeholders, el tema de prácticas ambientales y su relación con los grupos de interés necesita de mayor estudio que permita detectar cuál o cuáles tipos de stakeholders influyen en mayor medida para adoptar prácticas ambientales.

Con base en lo anterior surgen las siguientes preguntas de investigación.

-¿Qué tipo de stakeholders son los que influyen para llevar a cabo prácticas ambientales?

-¿Cómo se relacionan los stakeholders con la adopción de prácticas ambientales?

Justificación

Desde el punto de vista económico a nivel mundial, las PyMES son las que representan la economía de los países, de ellas depende que las reservas sean positivas. Los países que pertenecen a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), tienen incorporadas a más del 95% de las empresas a nivel mundial, generando dos terceras partes de los empleos (OCDE 2005). En nuestro país, para el año 2003, las PyMES constituyen el 99.8% del total de empresas, y originan el 73% de los empleos en el país (INEGI 2004). En el estado de Oaxaca, las PyMES representan el 98 % formando así la base sólida de la economía del estado, produciendo el 75.2% de los empleos; (INEGI 2009).

Por lo anterior es importante que se lleven a cabo acciones para aplicar prácticas ambientales, que permitan preservar los recursos naturales y contribuir a disminuir los efectos ambientales, que son ocasionados por las PyMES, las prácticas ambientales pueden lograr mejoras en la evaluación de la contaminación y el cumplimiento ambiental de las PyMES (Parker y cols., 2009; Romo, 2005; Starkey, 1998), entre las acciones que se llevan a cabo se encuentra: la auditoría ambiental, que permite examinar el tipo de emisiones contaminantes que generan las Pymes, el grado de cumplimiento ambiental que presentan y las acciones o planes correctivos necesarios para mejorar el cumplimiento o desempeño ambiental (Bojórquez-Tapia, 1995; Carmona, 1995; Hillary, 2000; Starkey, 1998).

En un estudio que se realizó en la industria mexicana, en aquellas empresas cuyos procesos están certificados o cuentan con algún tipo de gestión ambiental en su organización, logran un mejor desempeño ambiental (Dasgupta, Hettige, & Wheeler, 2000). Esto da como resultado que si los gerentes o dueños de las empresas ponen en marcha prácticas ambientales proactivas, alcanzaran beneficios con sus acciones lo que repercutirá en lograr una mejor calidad ambiental.

Actualmente se considera que las prácticas ambientales llevadas por las PyMES, aun cuando existen las presiones externas por partes de los

stakeholders, (empleados, proveedores, clientes, gerentes, sindicatos, gobierno, sociedad), solo darán una respuesta nula, de simple cumplimiento o de una resistencia de no cumplir ambientalmente (Brío y Junquera 2002; Gunningham 2002 p 45-63; Parker y Cols 2009; Tilley 1999). También aclaran Gunningham (2002); Parker y Cols (2009) que es importante contar con presiones o demandas externas de cumplimiento ambiental por parte de sus clientes en cadenas productivas o de las autoridades competentes (stakeholders).

De aquí que Romo (2005) señala que el gobierno carece de la capacidad para vigilar el cumplimiento ambiental de las PyMES. Esto origina que dichas prácticas ambientales no se cumplan como deben de ser, ya que siempre existirán irregularidades en estas, lo que hace que se interrumpan los beneficios que se pueden obtener.

Otra forma de presionar a las empresas es por medio de la demanda del mercado o los clientes, elementos que son importantes, puesto que su decisión de compra pueden premiar o castigar a la empresa que no esté cumpliendo con prácticas ambientales de calidad (Dasgupta, Laplante, & Mamingi, 2001).

Finalmente con esta investigación se pretende contribuir en el sector manufacturero de la ciudad de Oaxaca; principalmente en las pequeñas y medianas empresas (PyMES) que se dedican a la elaboración de alebrijes; observando que tipo de prácticas ambientales se implementan o se llevan a cabo, analizar qué tipo de stakeholders son los encargados de realizar las presiones para poder implementar las prácticas ambientales, y de la misma forma como están influyendo los stakeholders en los negocios de artesanías de alebrijes; considerando a las PyMES actualmente, como la base de la economía del estado.

Objetivos de investigación

Objetivo general

Analizar la relación entre stakeholders y prácticas ambientales en los negocios de artesanías de alebrijes, con la finalidad de contribuir con un modelo que explique la realidad del sector artesanal identificando las acciones que se llevan a cabo para el cuidado del medio ambiente en las poblaciones de Arrazola Xoxocotlán y San Martín Tilcajete.

Objetivos específicos

- Describir los tipos de stakeholders que ejercen presión en los negocios de artesanías de alebrijes, para aplicar prácticas ambientales.
- Analizar qué tipo de prácticas ambientales realizan los negocios de artesanías de alebrijes.
- Evaluar de qué manera influyen los stakeholders en las prácticas ambientales en los negocios de artesanías alebrijes.

CAPITULO 1
MARCO TEÓRICO

1.1. ANTECEDENTES DE LAS VARIABLES

1.1.1. Stakeholders

Los constantes cambios que la sociedad presenta, dan origen a diversos grupos, que han surgido en el ámbito político, económico y social. Dodd (1932) identificó en General Electric cuatro grupos de partes interesadas (accionistas, empleados, clientes y público en general), los cuales influyen en el desempeño y toma de decisiones de la empresa.

En 1963 el Stanford Research Institute (SRI) estudió por primera vez a los grupos de interés, concluyó que sin el apoyo de estos grupos la organización se cae o se termina. Después de varios años que se tenían nociones que los grupos de interés existían, pero no poseían un nombre adecuado, Freeman (1984); Savage, Nix, Whitehead and Blair (1991); Wang & Dewhirst, (1992); Stenberg, (1997); Lozano (1999); Freeman (2005); Sisón (2008); Lozano (2009) los denominan como aquellos grupos o personas que son de vital importancia para la existencia de una organización y que influyen en los objetivos de ella.

¿Pero quiénes son los Stakeholders? Freeman (1984) identifica dos grandes grupos de stakeholders (figura 1). Los internos como trabajadores, accionistas, directivos, propietarios etc., que tienen una implicación directa con la empresa, y a la vez son significativos en la operación empresarial. El segundo grupo están los stakeholders externos: clientes, proveedores, gobierno, sociedad entre otros, estos se relacionan directamente y afectan las operaciones o decisiones de la empresa desde fuera. Con lo anterior Freeman argumenta que todas las empresas tienen stakeholders, que estos influyen en la toma de decisiones empresariales.

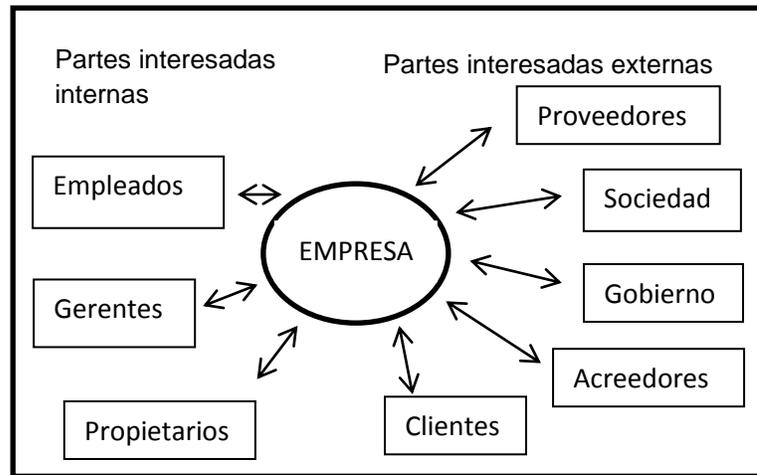


Figura 1. Clasificación de stakeholders.

Fuente: Elaboración propia, basado en la clasificación de Freeman (1984).

Posterior a la clasificación de Freeman surge la De Falcao & Fontes (1999:1) quienes definen a los stakeholders como: cualquier actor, persona, grupo, entidad clasificándolos en: empleados, gerentes, proveedores, accionistas, clientes.

Para Preston and Sapienca (1990), la definición de stakeholders involucra a clientes, empleados, accionistas y comunidad en general, considerando que la empresa debe contribuir con principios ejerciendo sus actividades y tener cuidado de no operar bajo juegos o normas que los stakeholders propongan. Es importante conocer a los grupos de interés considerando una buena relación para obtener un buen funcionamiento dentro de la misma, detectando las diferencias que puedan llevar a romper las relaciones. Además es habitual encontrar que las organizaciones identifican como sus stakeholders solamente a aquellos grupos que se encuentran organizados, es decir, aquellos grupos con los cuales la organización mantiene algún tipo de relación contractual como podría ser un sindicato (Post et al, 2002; Antonacopoulou & Meric 2005; Hax, 2006).

Para Clarkson (1995), conceptualiza a los stakeholders como: personas o grupos que poseen o reclaman propiedad, derechos o intereses en una organización, sus actividades, pasadas, presentes o futuras. Estos derechos reclamados o intereses

son el resultado de transacciones con acciones tomadas por la organización, y pueden ser legales o morales, individuales o colectivas.

Considerando la clasificación de Freedman como la más usada, completa y de las primeras clasificaciones formales los define como: primarios y secundarios, los primarios, considerados como los principales ya que sin ellos la empresa no puede sobrevivir como: los accionistas, inversionistas, empleados, clientes, proveedores, gobiernos y comunidades; los secundarios son grupos que se oponen a las políticas o programas que la organización adopta para cumplir con sus responsabilidades o para satisfacer las necesidades.

Aparecidos todos estos conceptos e identificados como grupos de interés, Clarkson, Donaldson and Preston (1995) plantea un modelo de stakeholders a los cuales define como: todas las personas o grupos de personas con legítimos intereses, que participan en una organización para obtener beneficios, donde no prima la prioridad de una serie de intereses y beneficios a costa de una tercera persona. Propone una gráfica (figura 2) donde se relacionan los grupos de interés con la empresa.

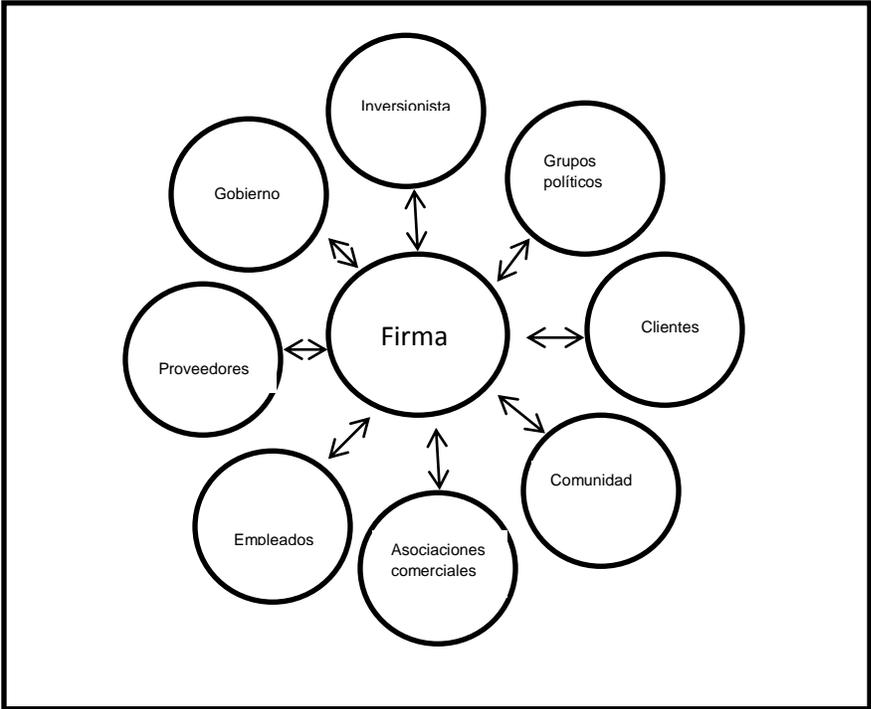


Figura 2. Modelo de Stakeholders.

Fuente: "The Stakeholders theory of the corporation: concepts, evidence and implications", por T. Donaldson y L. Preston, 1995, Academy of Management Review, 26 (1), p. 69.

Posterior a la clasificación que presentan Donaldson y Preston, donde se muestra la relación stakeholders – empresas, Wheeler y Sillanpää (1997) clasifican a los stakeholders en dos grupos de interés en primarios; donde se encuentran los accionistas, empleados, consumidores, proveedores y comunidades locales en estos opera la empresa; secundarios se encuentran los medios de comunicación, administraciones públicas y órganos reguladores, organizaciones gubernamentales, sindicatos y competidores.

Analizando las diferentes concepciones de los grupos de interés así como las clasificaciones de los mismos. Harrison y Freeman (1999), manifiestan que la información que generan los Stakeholders, permite el desarrollo de nuevos productos y estrategias dentro de una organización, esto hace que se consideren de beneficio ya que sin estos, las organizaciones no tendrían la forma de interactuar y relacionarse tanto al interior como al exterior de una sociedad.

Rodríguez et al., (2007:72), definen a los stakeholders como un grupo social de individuos afectados de una u otra forma por la existencia y acción de la empresa, con un interés legítimo, directo o indirecto, que influyen en el logro de los objetivos marcados y la conservación de la empresa.

Freeman (2004), menciona que los stakeholders *son vitales para la supervivencia y éxito de la empresa. Se debe aprender a convivir con los stakeholders, los cuales permanecerán por años y décadas entre las organizaciones formando la base y sustento de esta.*

Gomis Rodríguez et al. (2009: 15), comentan que hay diferencias entre los grupos de interés primarios y los grupos de interés secundarios. Los grupos de interés

primarios son aquellos grupos que influyen directamente en la actitud de la empresa o que pueden estar afectados por la empresa. En ese grupo se incluyen los empleados, los accionistas los clientes, los proveedores y las comunidades locales. Los grupos de interés secundarios; juegan un papel no importante, pero a su vez pueden tener repercusiones dentro de la empresa, en este grupo encontramos a los grupos de interés social, sindicatos, grupos políticos, instituciones municipales, competidores o reguladores.

1.1.2 Prácticas ambientales

Hablar de medio ambiente, su conservación, así como deterioro de nuestro planeta tierra es eminente, avanza con gran rapidez, son muy pocos los que toman alguna medida para frenar esta situación, es considerable poner en uso una educación ambiental. Al inicio de la década de los 60's (la primavera silenciosa) nace el movimiento ecologista, el cual da a conocer la forma tan veloz que se contamina el medio ambiente.

Después de varios intentos por aplicar prácticas ambientales surge un primer estudio en: Estocolmo Suecia (1972), durante la conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano, donde se reconoce el concepto de prácticas ambientales, constituido por el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA).

Posteriormente vinieron nuevas conferencias donde retoman la forma de cuidar al ambiente. Una de ella es el Coloquio Internacional sobre educación relativa al Medio Ambiente (Belgrado, 1975). Otra conferencia estuvo dirigida por la UNESCO y PNUMA en Tbilisi, antigua URSS en 1977. Y por último en 1987 se lleva a cabo el Congreso sobre educación y Formación Ambiental en Moscú.

Tomando como antecedente las conferencias anteriores sobre el tema de prácticas ambientales, surgió la más importante, la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo en Rio de Janeiro 1992, la cual aporta

grandes acuerdos internacionales y documentos de relevancia en el cuidado del Medio Ambiente.

En 1999 en Guadalajara Jalisco, México, se llevó a cabo el Segundo Congreso Iberoamericano de Educación Ambiental, sirvió de fundamento para implementar las prácticas ambientales en el país y que concientizo a las personas para que empezaran a cuidar al ambiente.

En el año 2002 se realizó la última conferencia Cumbre del Desarrollo Sostenible en Johannesburgo, Sudáfrica, donde muestra de manera formal la estructura de cómo realizar prácticas ambientales.

Posterior a estas conferencias donde se da a conocer la definición de prácticas ambientales por la ONU; y es utilizado por diversos autores como sinónimo de gestión ambiental tal es el caso de Sarkis, Gonzales y Adenso, (2010); Gadenne, Kennedy y McKeiver (2009), los cuales estudian las prácticas ambientales desde diversos puntos de vista que conllevan a una medición del entorno natural.

Dasgupta, Hettige y Wheeler (2000) establecen que gestión ambiental son los esfuerzos y tipo de estrategia adoptados por una empresa para mejorar su desempeño ambiental.

Para Gadenne, Kennedy y McKeiver (2009) que evalúan las prácticas ambientales, analizan la importancia de aplicar una gestión ambiental como programa formal e informal en la mejora de acciones y prácticas ambientales con resultados similares. De hecho dentro de las prácticas ambientales estos autores establecen categorías como: sistemas de gestión ambiental, conservación ambiental y apoyo ambiental.

Posteriormente surgen autores como: Sarkis, González y Adenso (2010) que estudian las prácticas ambientales, en las cuales incluyen al Sistema de Gestión Ambiental, involucrando sistemas formales, bases de datos que integran los procedimientos y procesos para el entrenamiento de personal y el monitoreo; sin

embargo, al medirlo sólo contemplan reciclaje, procedimientos internos de gestión ambiental y sistemas de seguridad en el trabajo.

1.2. La teoría de los stakeholders

En el estudio de las organizaciones y la relación con su entorno, se resalta la Teoría de los Stakeholders, propuesta por Freeman (1984), en donde considera a los grupos de interés como partes afectadas por la actividad de la empresa, como un elemento importante en la toma de decisiones de toda organización, de igual forma Freeman (1984), señala que el éxito de toda organización depende de su habilidad para administrar sus relaciones con los stakeholders tanto internos como externos.

Freeman (1984) define un stakeholders como cualquier persona o grupo de personas que pueden afectar el desempeño de la empresa o que es afectado por el logro de los objetivos de la organización.

Freeman (1984), considera que esta teoría presenta un grado de interés ya que si un grupo o individuo puede afectar a la empresa o de manera recíproca puede ser afectado, entonces los gerentes de una organización deben preocuparse por ese grupo, en el sentido de que se requiere una estrategia explícita para relacionarse con el grupo de interesados.

Para Ledesma (2009), confirmo que esta teoría tiene una relación entre la empresa y los accionistas, así como los grupos que muestran cierto interés en las acciones y decisiones de la organización, esto quiere decir que se busca un equilibrio entre las exigencias de los grupos de interés y de la organización sin hacer a un lado los objetivos de esta.

Aportaciones como los de Freeman (1984), Hill y Jones (1992), Donaldson y Preston (1995), Clarkson (1995), Mitchell et al., (1997), Jones y Wicks (1999),

Freeman y Wicks (2004), entre otros han permitido consolidar y aplicar la Teoría de los Stakeholders.

Autores como Donaldson y Preston (1995), realizaron aportes importantes a la Teoría de los Stakeholders, la cual se analiza desde 4 tesis.

Tesis 1:

El enfoque descriptivo: Se presenta como un modelo que describe lo que la empresa es. En él se describe a la empresa como una constitución de intereses operativos y competitivos que poseen valor. Los gerentes dan sus opiniones acerca de cómo ven a su empresa.

Tesis 2:

El enfoque instrumental: Establece un marco para analizar las conexiones, que existen entre la gestión de Stakeholders y el desempeño corporativo, estos pueden ser tanto de rentabilidad, estabilidad y crecimiento.

Por lo tanto establecen tres aspectos.

- Establece un marco para analizar las conexiones, que existen entre los Stakeholders y el logro de los objetivos de la empresa.
- La relación causa-efecto.
- Estudia la responsabilidad social de las organizaciones.

Tesis 3:

La base fundamental de la teoría de los Stakeholders es normativa e implica la aceptación de las siguientes ideas.

a).- Las partes interesadas son las personas o grupos con legítimo interés en los aspectos de procedimientos de la corporación, estas se identifican por su interés en las empresas.

b).- Los intereses de los Stakeholders tienen un valor intrínseco, es decir cada grupo de interés merece una consideración por su propio bien, no solo a causa de

su capacidad para promover los intereses de algún otro grupo, sino como los accionistas.

En este sentido se examina la función de la corporación y se identifican las directrices morales o filosóficas para la operación y administración de la corporación.

Tesis 4:

La teoría de los Stakeholders es de tipo gerencial, ya que no se limitan a describir situaciones existentes, o predecir las relaciones causa-efecto; sino también de actitudes, estructuras y prácticas, que en su conjunto constituyen las partes interesadas a manejar dentro de una organización.

En la tesis instrumental es donde se centra la parte ambiental ya que como se ha mencionado las prácticas ambientales son llevadas a partir de una causa y un efecto, que se origina dentro de una organización.

Con lo anterior Hunt y Auster (1990), mencionan que es importante contar con un plan de medio ambiente, en el cual se involucre a los empleados y los accionistas de la organización para que se lleven a cabo las acciones ambientales.

Para Buzzelli (1991), es importante contar con una junta de administración que se dedique a tratar asuntos de prácticas ambientales, y que la dirección se comprometa a cumplirlas. Posteriormente Freeman (1991:61) comenta que los grupos de interés deben tener una tendencia hacia las acciones de la organización, e influir en estos para que se lleven a cabo prácticas ambientales, por lo que nombra que existen 4 grupos de interés que ejercen presión en la organización y son:

- Los grupos reguladores.
- La organización.
- Las partes interesadas de la comunidad.

- Los medios de comunicación.

Barrett (1992), explica que los stakeholders tienen la capacidad para convencer que se realicen prácticas ambientales, considerando importante contar con ellos.

Otros autores que han estudiado al medio ambiente es Henríquez y Sadorsky (1995,1996) los cuales consideran como grupos de interés más relevantes para el aspecto ambiental a los accionistas, empleados, clientes, proveedores, gobierno, asociaciones comerciales, organizaciones ambientales, comunidad, otros grupos de presión y los medios de comunicación.

Aunado a esto se comenta “todos los Stakeholders tienen que estar involucrados; los empleados y proveedores deben tener un mayor peso, los empleados son piezas claves de cualquier organización, para que se pueda obtener éxito en la aplicación de prácticas ambientales y así realizar un cambio, y con los proveedores es desde el inicio que se deben involucrar en la adquisición de materias primas, formando cadenas verdes” (Zutshi y Sohal 2003).

El stakeholders más importante es el cliente; es necesario un cambio de percepción de éste, para que su contribución ayude a reducir el impacto medioambiental de la empresa (Handfield et al., 2005). De esta manera se podrá saber con mayor certeza, que es, lo que los clientes desean y cuál puede ser la mejor manera de satisfacer sus necesidades, hasta el momento habían sido ignorados así como los grupos ambientales y la comunidad en general, los cuales empiezan a formar una pieza fundamental del pensamiento empresarial (Laplume, Sorpar y Litz, 2008).

Gadenne et al., (2009), identifica a los clientes, proveedores y gobierno como los stakeholders que pueden influenciar a los dueños y gerentes a participar con prácticas ambientales, siendo los dos primeros los grupos más propensos a convencer a los dueños de adoptar prácticas ambientales ya que se obtendrá beneficios económicos positivos para la organización.

En la actualidad los roles de los Stakeholders se amplía cada vez más ya que los consumidores ahora tienen las armas necesarias para ejercer presión en las decisiones empresariales (Chakravorti, 2010, p 97).

Por tanto se confirma que ahora las empresas no toman decisiones basadas en sus propios intereses sino basadas en las necesidades de los Stakeholders (Mish y Scammon, 2010, p 12).

1.3. Relación entre variables stakeholders y prácticas ambientales

Fineman y Clarke (1996) afirman que la relación entre degradación ambiental y stakeholders es positiva ya que en esta se involucran a cuatro grupos, que son los encargados de hacer presión para que las industrias tomen en conciencia en el cuidado del medio ambiente. Este estudio se realizó en empresas del Reino Unido en los giros automovilísticos, supermercados, el objetivo primordial fue observar el efecto que muestran los stakeholders al aplicar prácticas ambientales en dichas organizaciones. Los grupos que intervienen en esta relación son:

1. Representados por los grupos activistas que ejercen poder hacia el cuidado del medio ambiente, presionan a las empresas para actuar con responsabilidad hacia el medio ambiente.
2. El segundo grupo, es un área normativa que se encarga, de aplicar leyes para regular al medio ambiente, con lo cual se proteger a la sociedad del daño ambiental derivado de las industrias. Estos tienen la encomienda de regular principalmente los residuos generados por las empresas, la contaminación del agua, la atmósfera, claro siempre y cuando cuidando que estos se cumplan bajo un régimen de política local o nacional o llegando a negociar simplemente.
3. El tercer grupo se encuentran los que tienen un interés indirecto en la industria como medio de cuidado ambiental, pero a la vez disfrutan de los beneficios de esta economía y son: accionistas financieros, especuladores,

banco, clientes que prefieren comprar en la actualidad productos verdes, proveedores los cuales están vinculados de manera directa con las organizaciones, medios de comunicación siendo los principales encargados de la difusión de una empresa socialmente responsable.

4. Por último se tiene a los actores internos de una empresa, que son los accionistas y empleados los principales encargados de iniciar con el trabajo ambiental.

Henríquez y Sardosky (1999) encontraron una relación positiva entre stakeholders y prácticas ambientales, para que esta relación se de manera adecuada según los autores se deben de cumplirse con los siguientes puntos:

1. Contar en la empresa con un plan medioambiental.
2. El plan debe estar por escrito.
3. Comunicar el plan a los empleados.
4. Comunicar el plan a los diferentes grupos de interés involucrados en la empresa.
5. Llevar a cabo la gestión ambiental.

Tomando en consideración estos puntos se deben realizar prácticas ambientales adecuadas en cualquier organización. Dicho estudio se realizó en 400 empresas de distintos sectores, dentro de estas empresas unas aplicaban prácticas ambientales y otras no, el objetivo de estudio es observar como las empresas se comprometen a administrar el medio ambiente y la forma en cómo influyen los grupos de interés.

Para Burgos y Céspedes (2001), existe una relación positiva entre los stakeholders y las prácticas ambientales ya que en este sentido estos autores toman a los stakeholders como la empresa, para estas la protección del medio ambiente es importante ya que se considera como un papel estratégico para ella obteniendo beneficios del medio ambiente, por lo tanto las cuestiones ambientales juegan un papel importante, considerándose como fuente de oportunidades y amenazas para la organización, representado una ventaja o desventaja

competitiva. No obstante el cuidado del medio ambiente en una empresa se está estructurando como un área de estudio de importancia en la dirección y economía de las organizaciones. Entre los aspectos que más interés despiertan desde el punto de vista de gestión ambiental son:

- Los determinantes o las causas de la adopción de las prácticas de protección ambiental.
- Las medidas de gestión ambiental que pueden aplicar las organizaciones.
- Las consecuencias que se derivan para las empresas de un entorno más sensibilizado con el medio ambiente y de una actitud más responsable con el medio natural.

De acuerdo con Fernández y Nieto (2004), existe una relación positiva y significativa entre los agentes de la empresa y las demandas ambientales, esto significa que las empresas sitúan su atención a las demandas ambientales en la cual participa la comunidad, es la encargada de ejercer cierta presión a las organizaciones para que tomen en cuenta el cuidado del medio ambiente, por lo que la comunidad se preocupa por preservar el medio ambiente, en el mismo artículo se menciona que los medios de comunicación, son los que se encargan de la difusión del cuidado del medio ambiente. Este estudio se llevó a cabo en 227 empresas manufactureras de España, el objetivo primordial de este estudio fue detectar las principales acciones que presentan los temas ambientales con respecto a la presión que ejercen los grupos de interés; tanto en su poder, legitimidad, la urgencia y la relevancia con respecto a temas ambientales, pero sobre todo analizar como la comunidad intervienen para presionar a los empresarios a realizar prácticas ambientales.

Sharma y Henríquez (2005); explica que existe una relación positiva entre los Stakeholders y las prácticas ambientales; teniendo un impacto en el desarrollo sostenible en las empresas utilizando como principal grupo de interés la demanda de los clientes en los diferentes productos que las empresas generan; así como los proveedores que son los encargados de crear una actividad social y ambiental de impactos negativos hacia la sociedad, los cuales llegan a generar residuos,

desperdicio de agua, utilización inadecuada de la energía eléctrica, entre otros, lo que ocasiona que se dé una regulación ambiental para todas las empresas. Este estudio se llevó a cabo en las industrias de Productos Forestales de Canadá; y el objetivo era analizar la forma en cómo los diferentes stakeholders influían en la adopción de prácticas ambientales en dichas organizaciones.

Claver, López y Molina (2007), identifican de manera positiva la relación stakeholders y medio ambiente, y en primer lugar se identifica que la presión de los stakeholders varia a medida que se van adoptando nuevas prácticas medio ambientales, en segundo lugar los stakeholders se preocupan fundamentalmente por aspectos relacionados con el control de la contaminación y la ecoeficiencia; en tercer lugar se considera que no solo la influencia medioambiental de los stakeholders depende del grado en que los directivos lo valoren, si no de la percepción que se tenga de estos grupos en su capacidad y/o responsabilidad que la empresa pueda ir adoptando para reducir el impacto medioambiental.

Sarkis et al., (2009) estudiaron la influencia de la presión de los grupos de interés sobre la adopción de prácticas ambientales mediados por el nivel de formación de las empresas. Identifico a los clientes, gobiernos reguladores, accionistas y la sociedad en general. Representada por las organizaciones no gubernamentales como los principales stakeholders con la capacidad de regular o movilizar la opinión pública o favor o en contra de las prácticas ambientales, que se llevaron a cabo dentro de la organización a través de diversos mecanismos como incentivos, sanciones y consejos.

Darnall, Henriques y Sadorsky (2010), llegaron a la conclusión de que existe una relación positiva entre stakeholders y prácticas ambientales, ya que estos pueden llegar a ejercer presión a las empresas para aplicar prácticas ambientales proactivas que mejoran al medio ambiente, considerando el rendimiento, como mecanismo que puede aumentar la eficiencia interna de las organizaciones y la legitimidad externa que a su vez puede llegar a la ventaja competitiva y la creación de la riqueza. Las prácticas ambientales son innovaciones gerenciales intangibles

y rutinas que requieren compromisos de la organización hacia la mejora del entorno natural.

Sarkis, Gonzalez y Adenson (2010), realizaron un análisis de ecuaciones estructurales a 157 empresas de la industria automotriz española, se llegó a la conclusión que la presión de los stakeholders, causan un efecto directo y significativo en la adopción de prácticas ambientales.

De acuerdo con Ramos y Fernández (2012) existe una relación positiva entre los stakeholders y prácticas ambientales, los grupos de interés poseen gran influencia para que se lleven a cabo prácticas ambientales en las organizaciones y que esta relación se puede observar de manera territorial, en cuanto a la gestión ambiental es un proceso continuo que se inicia en cualquier momento y se reproduce de manera permanente, es necesario estrechar los vínculos de quienes directamente se interconectan (gobierno local, empresario, cliente).

Rodríguez Gutiérrez et al., (2013) encontraron una relación positiva entre clientes, comunidad, empleados y medio ambiente con respecto a las entidades financieras españolas, el objetivo de esta investigación es analizar el fenómeno de la responsabilidad social corporativa en el sector bancario, a través de la legitimidad de los stakeholders que influyen en ellas a través del comportamiento de su entorno.

Moo y Santander (2013), descubrieron una relación directa y positiva en la implementación de buenas prácticas ambientales, al generar beneficios económicos, sociales y directos en la empresa con dicha implementación, el estudio se realizó en empresas turísticas de nuestro país.

Ramírez (2013), explicó una relación positiva entre buenas prácticas de responsabilidad social con los directivos, empleados, accionistas, y comunidad, generando resultados tangibles innovadores, sostenibles y replicables, tanto en la comunidad, como las diferentes áreas de la organización y de los grupos de interés que se encuentran involucrados; este estudio se llevó en Grupo Empresarial Nutresa de Antioquia Colombia.

Con base a todos estos argumentos de que existe una relación positiva entre stakeholders y prácticas ambientales encontradas en la literatura se llega a plantear la siguiente:

1.4. Hipótesis

H1: Existe una relación positiva y significativa entre la influencia de los stakeholders y las prácticas ambientales en los negocios de artesanías de alebrijes.

Basado en la teoría de los stakeholders se plantea el siguiente modelo de investigación.

1.5. Modelo de investigación

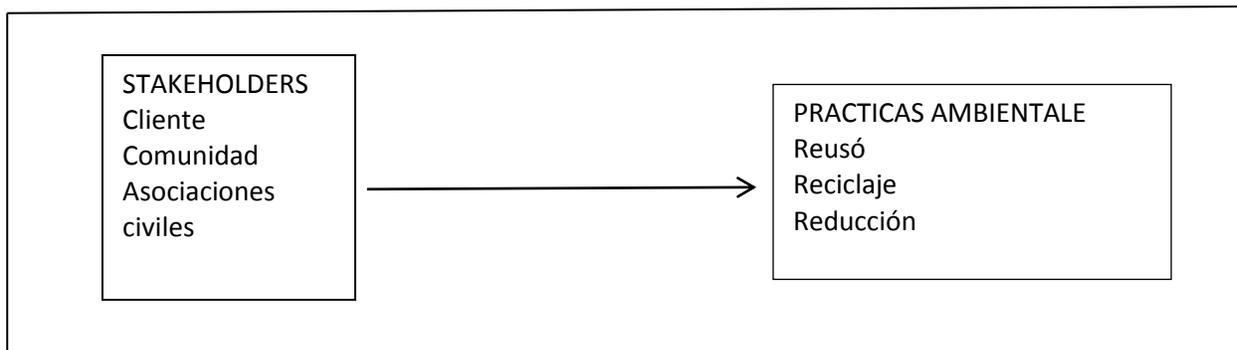


Figura 3. Modelo conceptual.

1.6. Conceptualización de variables

1.6.1. Prácticas ambientales

Christmann (2000), define a las prácticas ambientales como los cambios en los diferentes procesos de una producción, con relación a una estrategia que es la

tecnología utilizada, o una innovación que se lleva a cabo, y que esto contribuye a reducir los costos de la organización que la está implementando.

Céspedes y de Burgos (2007), dan la definición de prácticas ambientales como un conjunto de diversas acciones que se realizan en las organizaciones, teniendo como finalidad contribuir con el medio natural para obtener un desarrollo sostenible y a la vez cumplir con objetivos económicos-funcionales.

Tzschentke, Kirk y Lynch (2008), definen a las prácticas ambientales como las acciones que ayudan a minimizar el deterioro ambiental en términos de agotamiento de los recursos y de contaminación, a través de cambios tecnológicos y prácticas de operación.

Zhang, Bi y liu (2009), dan una definición de prácticas ambientales, como todas aquellas acciones que se implementan de forma voluntaria u obligada y que van con miras a la reducción de materiales tóxicos y la realización de reciclaje de materiales en el área de producción de la organización.

Rubio (2010), define a las prácticas ambientales, como las mejoras que se realizan en los procesos, que se llevan a cabo de manera cotidiana, con la finalidad de reducir pérdidas sistemáticas o accidentales de materiales, residuos, y emisiones, pretendiendo aumentar la productividad, sin recurrir a cambios en tecnología, materias primas o productos.

Con base a las definiciones aportadas por los autores Rubio (2010); Zhang, Bi y liu (2009); Tzschentke, Kirk y Lynch (2008); Céspedes y de Burgos (2007), se conceptualiza a las prácticas ambientales como las acciones de toda organización en pro de mejorar el medio ambiente, reduciendo, reciclando y reusando los materiales o recursos utilizados en sus actividades cotidianas.

1.6.2. Stakeholders

Freeman (1984); Savage, Nix, Whitehead and Blair (1991); Wang & Dewhirst, (1992); Stenberg, (1997); Lozano (1999); Freeman (2005); Sisón (2008); Lozano

(2009), definen a los stakeholders como aquellos grupos o personas que son de vital importancia para la existencia de una organización y que además influyen en ella.

Clarkson (1995) quien conceptualiza a estos grupos como: personas o grupos que tienen o reclaman, propiedad, derechos o intereses en una organización y sus actividades, pasadas y presentes o futuras.

Clarkson, Donaldson and Preston (1995) proponen un modelo de stakeholders, definido como todas las personas o grupos con legítimos intereses que participan en una organización para obtener beneficios y donde no prima la prioridad de una serie de intereses y beneficios a costa del otro.

Falcao & Fontes (1999:1), dan su definición de stakeholder como: cualquier actor, persona, grupo, entidad y a su vez los clasifican en: (empleados, gerentes, proveedores, accionistas, clientes).

Rodríguez et al., (2007:72), definen a los stakeholders como un grupo social de individuos afectados de una u otra forma por la existencia y acción de la empresa, con un interés legítimo, directo o indirecto, por la marcha de esta, y que están influyendo en la consecución de los objetivos marcados y la supervivencia de la empresa.

Claver et al., (2007), definen a los stakeholders como cualquier grupo o individuo que puede afectar al logro de los objetivos de la empresa o se puede ver afectado por los mismos.

Céspedes et al., (2009), dan una definición de stakeholders como grupos interesados en los que se encuentra el gobierno, empleados, clientes, comunidades locales, y los ecologistas que se encuentran ejerciendo presión sobre las empresas para la integración de prácticas ambientales.

Gadonne et al., (2009), definen a los stakeholders como las partes interesadas con las cuales la empresa tiene responsabilidades de acuerdo a la presión y poder de estos grupos depende la supervivencia de la organización, sin embargo

dicha supervivencia recae en los dueños de la empresa ya que estos poseen la decisión de elegir a los grupos interesados, los cuales se reconocen y se les da legitimidad en sus reclamos.

Con base en las definiciones aportadas por Gadenne et al., (2009); Céspedes et al., (2009); Clarkson, Donaldson and Preston (1995); Clarkson (1995); definen a los stakeholders como los grupos de interés de una organización que se encargan de presionar e influir a esta.

CAPITULO 2. METODOLOGÍA

2.1 Metodología

En esta sección se describe la forma en cómo se llevó a cabo la investigación, así como las características de los negocios de alebrijes encuestados, y se muestra también la validez y confiabilidad de las escalas utilizadas.

3.2 Diseño de la muestra

La investigación que se siguió en este documento fue deductiva y transversal debido a que involucra observaciones de un mismo fenómeno en un tiempo determinado (Babbie 2004). De la misma manera se presentó primero una revisión bibliográfica, para poder explicar el fenómeno de estudio y así determinar la variable dependiente e independiente que construyen el modelo de investigación (figura 3).

La selección de la muestra fue al azar y a conveniencia, el instrumento de medición fue un cuestionario con escala tipo Likert de 5 puntos de 1(poco) hasta 5 (mucho); se seleccionó la técnica de entrevista cara a cara. El estudio fue exploratorio, la unidad de análisis fueron los negocios de artesanías de alebrijes de Arrazola Xoxocotlán y San Martin Tilcajete, siendo la unidad de respuesta los dueños o gerentes.

2.3 Descripción de la población

La población de este estudio es infinita y son los negocios de Alebrijes de Arrazola Xoxocotlán y San Martin Tilcajete. En Arrazola se tiene una población de 1070 habitantes, de los cuales el 80% se dedica a la elaboración de Alebrijes (CONACULTA 2013).

San Martin Tilcajete cuenta con una población de 1631 habitantes de los cuales el 84% se dedica a la elaboración de alebrijes, principal actividad económica en la población (México desconocido 2004).

Se tomó una población de 164 negocios de artesanías de alebrijes dividida en 85 negocios en Arrazola Xoxocotlán y 79 negocios en San Martín Tilcajete, se consideraron a estos negocios de artesanías porque son las dos comunidades más representativas en cuanto a este tipo de artesanías, siendo su principal actividad, representando así un total del 80% en ambas poblaciones que se dedica a esta actividad.

2.4 Selección de la muestra

El muestreo fue no probabilístico, la selección de la muestra se determinó a conveniencia, la selección de entrevistados se llevó a cabo mediante la aplicación de la técnica de encuesta, la recolección de datos fue por medio de una entrevista, siendo el instrumento de medición un cuestionario estructurado.

2.5 Diseño del instrumento de medición

El instrumento de medición fue un cuestionario que se diseñó para el sector artesanal de negocios de alebrijes, el cuestionario contiene preguntas cerradas de valoración que se califican a través de una escala tipo Likert de 5 puntos que va desde 1 (poco) hasta 5 (mucho).

El cuestionario está estructurado en dos partes, la primera está integrada por los datos generales del encuestado en el apartado A), y los datos del negocio en el apartado B), la segunda parte cuenta con un total de 55 preguntas de las cuales 25 se refieren a la variable stakeholders y las dimensiones clientes, comunidad y asociaciones civiles, las otras 30 restantes se refieren a la variable prácticas ambientales en las dimensiones reusó, reciclaje y reducción.

El cuestionario se aplicó a los dueños y gerentes de los negocios de artesanías de alebrijes en la población de Arrazola Xoxocotlán y San Martín Tilcajete, su aplicación fue de carácter individual y la forma de contestar fue verbal a través de la entrevista cara a cara con un tiempo aproximado para contestar de 20 a 30 minutos. (anexo1).

2.6 Operacionalización de variables

2.6.1. Operacionalización de la variable stakeholders

La variable independiente de esta investigación es stakeholders y con base en las definiciones aportadas por Gadenne et al., (2009); Céspedes et al., (2009); Clarkson, Donaldson and Preston (1995); Clarkson (1995); se definen a los stakeholders como los grupos de interés de una organización que se encargan de presionar e influir en esta para implementar prácticas ambientales.

Después de hacer el análisis de los diferentes artículos como se muestra en la tabla 1 (anexo 2), esta se tomó como base bibliográfica, para poder realizar la operacionalización de la variable stakeholders, utilizando algunas de sus dimensiones, y realizando modificaciones para poder aplicarlas en el contexto de los negocios de alebrijes.

Por lo que se llegó a la definición operacional de esta variable como los grupos de interés del negocio que presionan con sugerencias, incentivos y capacitaciones para implementar prácticas ambientales. Los stakeholders identificados en los negocios de artesanías de alebrijes son clientes, comunidad, y asociaciones civiles. Para medir esta variable se utilizó una escala Likert de 5 puntos 1(nada), 2(muy poco), 3(poco), 4(regular) y 5 (mucho).

Cientes: se definió operacionalmente como la frecuencia que los clientes hacen sugerencias y recomendaciones en las actividades enfocadas al reusó, reducción y reciclaje del negocio para aplicar prácticas ambientales.

Comunidad: se definió operacionalmente como la frecuencia que la comunidad presiona, sanciona y capacita al negocio para aplicar prácticas ambientales.

Asociaciones Civiles: se definió operacionalmente como la frecuencia que las asociaciones civiles sancionan, participan, incrementan e innovan en el negocio para aplicar prácticas ambientales.

2.6.2 Operacionalización de prácticas ambientales

La variable dependiente de esta investigación es prácticas ambientales con base en las definiciones aportadas por los autores Rubio (2010); Zhang, Bi y liu (2009); Tzschentke, Kirk y Lynch (2008); Céspedes y de Burgos (2007), se conceptualiza las prácticas ambientales como las acciones de toda organización en pro de mejorar el medio ambiente, reduciendo, reciclando y reusando los materiales o recursos utilizados en sus actividades cotidianas.

Después de realizar el análisis de los diferentes artículos como se muestra en la tabla 2 (anexo 2), dicho anexo fue tomado como base bibliográfica, para poder realizar la operacionalización de la variable prácticas ambientales, utilizando algunas de sus dimensiones, realizando modificaciones para poder aplicarse al contexto artesanal, de los negocios de alebrijes.

Prácticas ambientales se definió operacionalmente como las acciones que los negocios de artesanías de alebrijes realizan en reducción, reúso y reciclaje de, residuos tóxicos, residuos sólidos y empaque en las diferentes áreas de la organización.

Para medir esta variable se utilizó una escala Likert de 5 puntos 1(nunca), 2(casi nunca), 3(a veces), 4(casi siempre) y 5 (siempre).

Reusó: se definió operacionalmente como la frecuencia en que los negocios realizan acciones de reusó de materiales o recursos en sus actividades de producción cotidianas.

Reciclaje: se definió operacionalmente como la frecuencia en que los negocios realizan acciones de reciclaje de materiales o recursos en sus actividades de producción cotidianas.

Reducción: se definió operacionalmente como la frecuencia en que los negocios realizan acciones de reducción de materiales o recursos en sus actividades de producción cotidianas.

Las referencias bibliográficas de los anexos 2, sirvieron de base para poder adecuar las dimensiones que se aplicaron en la operacionalización de las dos variables que se estudiaron, aunque estas dimensiones difieren del contexto que se está estudiando , sirve de sustento para poder realizar el estudio de investigación que se está llevando a cabo. Y solo algunos autores son los que coinciden tanto en stakeholders y prácticas ambientales por lo tanto se tomaron varios autores para sustentar dicha investigación, ya que en ocasiones solo uno coincidía en una dimensión pero se tomó de referencia. En la tabla 3 stakeholders y tabla 4 prácticas ambientales se observa la forma en cómo se operacionalizaron las variables para poder llegar a la construcción del instrumento de medición que de la misma forma se anexa en esta sección.

Tabla 3. Operacionalización de la variable stakeholders

Autor	Concepto	C. operacional	Dimensiones	Indicadores	ITEMS	Escala
Álvarez Burgos y Céspedes (2001); Darnall Henriques y Sadorsky (2008); reyes (2011); Burgos y Céspedes (2001); Mosquera (2011).	Grupos de personas interesados que se encargan de ejercer presión	El nivel de influencia de los intereses de clientes, comunidad, y asociaciones civiles en la toma de decisiones ambientales.	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes • Comunidad • Asociaciones civiles 	<ul style="list-style-type: none"> • aplicar prácticas ambientales • aceptar sugerencias de aplicar prácticas ambientales. • Realizar recomendaciones de aplicar prácticas ambientales • Regresar a comprar por aplicar prácticas ambientales 	¿Con que frecuencia los clientes realizan las siguientes acciones?	Escala tipo Likert de 5 puntos 1 nada 2 muy poco 3 poco 4 regular 5 mucho
				<ul style="list-style-type: none"> • Para presionar a los negocios de Alebrijes a aplicar prácticas ambientales. • En sancionar al negocio si no aplica prácticas ambientales. • En capacitaciones para aplicar prácticas ambientales. • Dando a conocer programas de prácticas ambientales para los vecinos. • Recompensando al negocio por aplicar prácticas ambientales. 	¿Cuál es el nivel de influencia de la comunidad en la toma de decisiones ambientales en la organización?	Escala tipo Likert de 5 puntos 1 nada 2 muy poco 3 poco 4 regular 5 mucho
				<ul style="list-style-type: none"> • Para que apliquen prácticas 	¿Las Asociaciones Civiles influyen en su	Escala tipo Likert de 5 puntos

				<p>ambientales.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Con sancionar si no aplican prácticas ambientales. • En capacitación para poder aplicar prácticas ambientales. • En el manejo de información de conocimiento de prácticas ambientales. • Para participar en foros del medio ambiente. • Para conocer diferentes países donde apliquen prácticas ambientales. • En el crecimiento de su negocio. • En incrementar sus ventas. • En dar a conocer sus productos como amigables con el ambiente. 	negocio?	<p>1 nada 2 muy poco 3 poco 4 regular 5 mucho</p>
--	--	--	--	--	----------	---

Tabla 4. Operacionalización de la variable prácticas ambientales

Autor	Concepto	C. operacional	Dimensiones	Indicadores	ITEMS	Escala
Fernandes y Machado (2013); Vásquez (2008); Mosquera (2011); Le et al. (2006); Mensah (2006); Gadennet et al. (2009).	Las acciones de toda organización en pro de mejorar el medio ambiente, reduciendo, reciclando y reusando los materiales o recursos utilizados en sus actividades cotidianas.	Las acciones que las organizaciones realizan en reducción, reúso y/o reciclaje de residuos tóxicos, residuos sólidos y empaque en las diferentes áreas de la organización.	<ul style="list-style-type: none"> Sustancias toxicas Desechos solidos Empaque. 	<ul style="list-style-type: none"> Reúsa la pintura Reúsa el agua Reúsa el agua El agua que utiliza en el proceso de producción la reúsa en las plantas. El agua que utiliza en el proceso de producción la tira en cualquier lugar. Reúsa la esencia de clavo. Reusa el barniz. La madera que le sobra la desecha. La madera que le sobra la rehúsa en compostas. La madera que le sobra en el proceso de producción la regala. 	Reusó	<p>Escala Likert De 5 puntos.</p> <p>1 = nunca 2 = casi nunca 3 = A veces 4 = casi siempre. 5 = siempre</p>
				<ul style="list-style-type: none"> Recicla sus botes de pintura. Los botes de pintura los vende a negocios de reciclaje de plástico. Desecha los botes de pintura en cualquier lugar. 	Reciclaje	<p>Escala Likert De 5 puntos.</p> <p>1 = nunca 2 = casi nunca 3 = A veces 4 = casi siempre. 5 = siempre</p>

				<ul style="list-style-type: none"> • Los botes de pintura los quema. • Acude a cursos de capacitación de reciclaje. • Recicla sus productos cuando se dañan en el proceso de elaboración. • Recicla sus pinceles. • Recicla el empaque que utiliza para sus productos • Recicla la materia prima. 		
				<ul style="list-style-type: none"> • Reduce el agua que utiliza en el proceso de producción. • Reduce la madera que utiliza en el proceso de producción. • Reduce el uso de bolsas de plástico en el empaque de sus productos. • Reduce el uso de unicel en su empaque. • Reduce el uso de hule espuma en el empaque de sus productos. • Que tanto ha reducido el uso de esmalte en sus productos. 	Reducción	<p>Escala tipo Likert de 5 puntos</p> <p>1 nada</p> <p>2 muy poco</p> <p>3 poco</p> <p>4 regular</p> <p>5 mucho</p>

				<ul style="list-style-type: none"> • Reduce el uso de gasolina para curar la madera. • En la actualidad que tanto ha reducido el uso de copal para la elaboración de sus artesanías. 		
--	--	--	--	--	--	--

Después de realizar la operacionalización de las variables stakeholders y prácticas ambientales se obtuvo tanto el concepto operacional como las dimensiones y los ítems que sirvieron de base para realizar el instrumento de medición y de esta forma poder medir dichas variables.

2.7. Confiabilidad y validez de escalas

La validez de la escala consiste en determinar la consistencia interna, validez interna y varianza explicada de cada una de las variables de modelo de investigación.

Se procedió a realizar la rotación de factores, para llevar a cabo el análisis de los datos de las variables estudiadas, se realizó mediante el Statistical Package of the Social Science (SPSS) versión 21, a dichos datos se les aplicó la prueba de KMO y esfericidad de Bartlett para comprobar si la matriz de datos era la indicada para poder realizar un análisis factorial, para tal caso se desarrolló un análisis de factores mediante la técnica de extracción por componentes principales con rotación Varimax y normalización de Kaiser por lo que fueron considerados válidos los ítems que tuvieron una carga mayor o igual a 0.5, y para determinar la confiabilidad de la variable se utilizó el coeficiente de Alfa de Cronbach.

Con respecto a la variable Stakeholders, se midió con 25 preguntas (cuestionario anexo 1) integrado por las dimensiones clientes (STAKCL1, STAKCL2, STAKCL3, STAKCL4, STAKECL5, STAKECL6), comunidad (STAKCO7, STAKCO8, STAKCO9, STAKECO10, STAKECO11, STAKCO12) y asociaciones civiles (STAKAC13, STAKAAC14, STAKAAC15, STAKAAC16, STAKAAC17, STAKAAC18, STAKAAC19, STAKAAC20, STAKAAC21, STAKAAC22, STAKAAC23, STAKAAC24, STAKAC25).

Mediante la rotación de factores cargaron 17 preguntas distribuidas en 3 factores: clientes (factor 1), comunidad (factor 2) y asociaciones civiles (factor 3). Tabla 5.

Tabla 5. Análisis factorial de la variable Stakeholders

	Componente			Comunalidades
	Clientes	Comunidad	A. C.	
¿Influyen los clientes en su negocio para...?				
Aplicar prácticas ambientales	.930	-.009	.213	.910
Aceptar sugerencias de aplicar prácticas ambientales	.888	.040	.331	.901
Realizar recomendaciones del cuidado ambiental	.894	.060	.268	.874
¿La comunidad influye...?				
Para presionar a los negocios de Alebrijes a aplicar prácticas ambientales	.070	.884	.162	.813
En sancionar al negocio si no realiza prácticas ambientales	-.051	.869	.152	.782
En capacitaciones para aplicar prácticas ambientales	.077	.870	.217	.809
Dando a conocer programas de prácticas ambientales para los vecinos	.111	.827	.269	.768
Cooperando con el negocio a través de ayuda cuando realizan alguna actividad de reforestación	-.019	.674	.316	.554
¿Las Asociaciones Civiles influyen en su negocio...?				
Con sancionar si no aplica prácticas ambientales	.023	.369	.633	.537
En el manejo de información de conocimiento de prácticas ambientales	.211	.261	.781	.723
Para participar en foros del medio ambiente	.395	.140	.735	.716
Para conocer diferentes países donde apliquen prácticas ambientales	.280	.227	.728	.661
En incrementar sus ventas	.223	.190	.819	.757
En dar a conocer sus productos fuera del país	.214	.210	.886	.875
Ayoyando económicamente para programas ambientales	.136	.173	.811	.706
Participar en programas ambientales con su estado	.207	.189	.881	.855
A innovar en el uso de sustancias amigables	.183	.244	.872	.854
Varianza total explicada	17.344	23.041	36.642	77.027
Alfa de Cronbach	.942	.910	.953	0.938
Método de extracción: Análisis de componentes principales. Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.				
a. La rotación ha convergido en 6 iteraciones.				

Fuente: elaboración propia.

Con los tres factores de stakeholders: clientes en el cual se agruparon todas aquellas acciones que realizan los clientes para influir en el negocio de artesanías y llevar a cabo prácticas ambientales; en el segundo factor esta la comunidad en este factor se agruparon todas aquellas acciones que influyen en los negocios de artesanías de alebrijes para que apliquen prácticas ambientales, y en el tercer factor están las asociaciones civiles y se agruparon los factores que influyen en los negocios de artesanías de alebrijes para aplicar prácticas ambientales se obtuvo un KMO de .884 con un nivel de significancia de .000, con una varianza explicada de 77.02% y la confiabilidad de la variable según el Alfa de Cronbach de 0.938 (tabla 5).

Para la variable prácticas ambientales se midió con un total de 26 preguntas, integrada por las dimensiones reusó (PRACR26, PRACR27, PRACR28, PRACR29, PRACR30, PRACR31, PRACR32, PRACR33, PRACR34, PRACR35); reciclaje (PRACRE36, PRACRE37, PRACRE38, PRACRE39, PRACRE40, PRACRE41, PRACRE42, PRACE43) y reducción (PRACRED44, PRACRED45, PRACRED46, PRACRED47, PRACRED48, PRACRED49, PRACRED50, PRACRED51).

Mediante la reducción de factores cargaron 9 preguntas distribuidas en tres factores: reusó, reciclaje y reducción los cuales arrojaron los siguientes resultados un KMO de .755 con un nivel de significancia de .000, una varianza total explicada de 72.993% y con una confiabilidad de Alfa de Cronbach de .810 (Tabla 6).

Tabla 6. Análisis factorial de la variable prácticas ambientales.

	Componente			Comunalidades
	Reusó	Reciclaje	Reducción	
reúsa la pintura	.727	-.081	.222	.584
reúsa el agua en el lavado de sus pinceles	.868	.147	-.058	.778
el agua que utiliza en el proceso de producción la reúsa en las plantas	.741	.105	.298	.649
los botes de pintura los vende a negocios de reciclaje de plástico	.047	.670	-.286	.533
acude a cursos de capacitación de reciclaje	.036	.741	.227	.603
recicla sus productos cuando se dañan en el proceso de elaboración	.074	.665	.362	.580

reduce el uso de unicel en su empaque	.181	.111	.958	.963
reduce el uso de hule espuma en el empaque de sus productos	.147	.075	.954	.937
que tanto ha reducido el uso de esmalte en sus productos	.199	.098	.945	.943
Varianza total explicada	16.762	34.746	21.486	72.993
Alfa de Cronbach	.710	.500	.986	0.810
Método de extracción: Análisis de componentes principales.				
Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.				
a. La rotación ha convergido en 5 iteraciones.				

Fuente: elaboración propia.

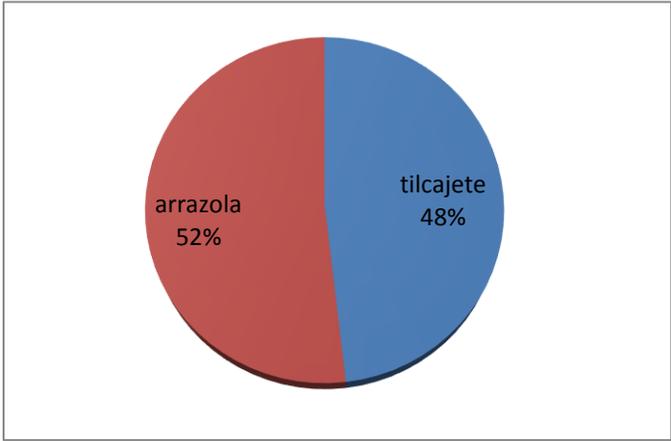
CAPITULO 3

RESULTADOS Y CONCLUSIONES

3.1. Características de la muestra

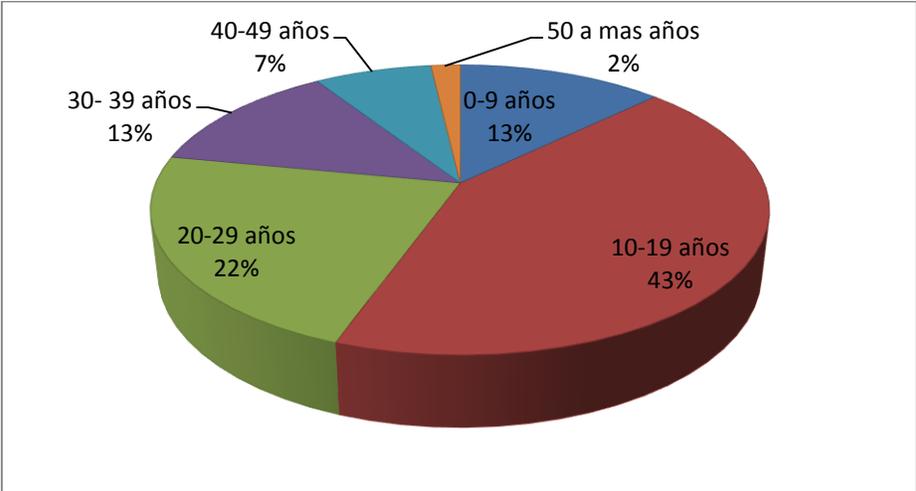
La muestra se levantó en las poblaciones de Arrazola Xoxocotlán y San Martin Tilcajete con un total de 164 encuestas las cuales representaron el 100% de la muestra determinada (Valero G, 2005).

Del total de encuestas levantadas el 52% se ubica en Arrazola Xoxocotlán y 48% se ubica en san Martin Tilcajete, como se muestra en la gráfica 1.



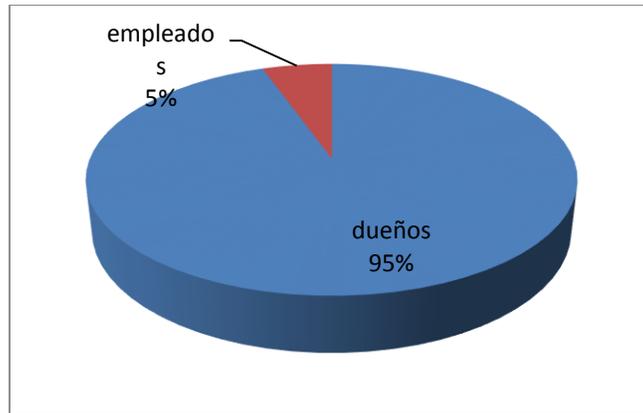
Gráfica1. Total de negocios de artesanías de alebrijes encuestados

De los 164 negocios de artesanías de alebrijes en los cuales fue aplicada la encuesta se encontró que el 13% tiene una antigüedad de haber iniciado su negocio de 0-9 años, el 43% de 10-19 años, el 22% de 20 -29 años, el 13% de 30 -39 años, el 7 % de 40 – 49 años y el 2% con más de 50 años (gráfica 2).



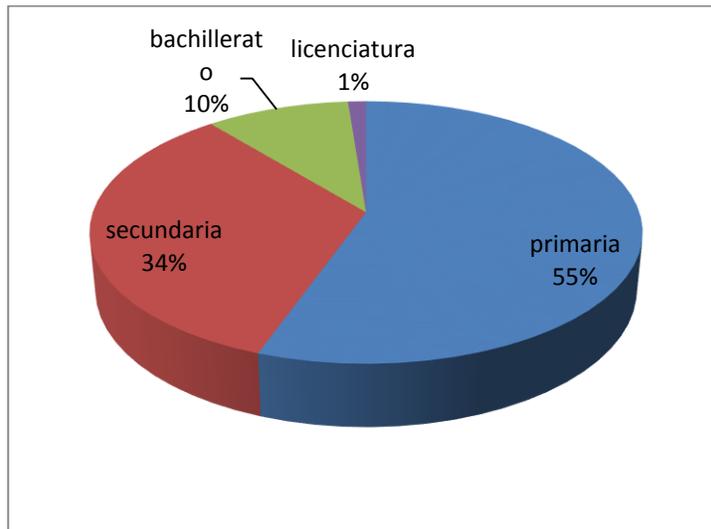
Grafica 2. Antigüedad de los negocios de artesanías de alebrijes.

De los 164 negocios de artesanías de alebrijes 156 son dueños lo que representa el 95% y 9 son empleados representan el 5% de la muestra (gráfica 3).



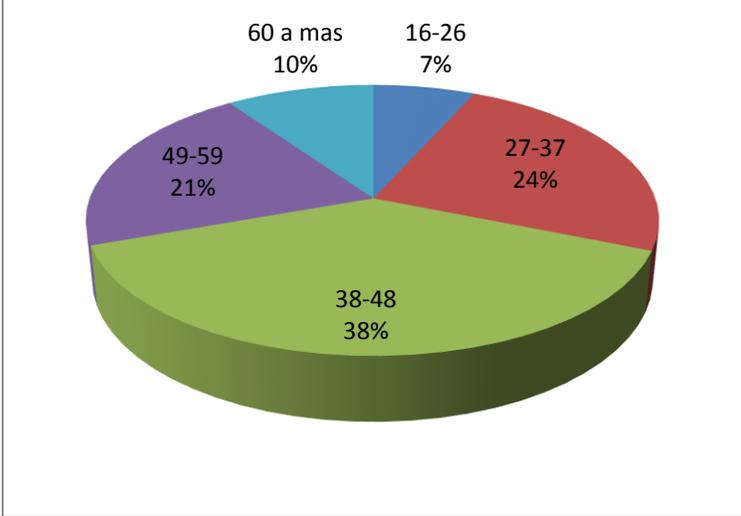
Gráfica 3. Puesto de los entrevistados.

La escolaridad de los entrevistados fue el 55% con primaria, el 34% con secundaria, el 10% con bachillerato y el 1% con licenciatura (gráfica 4).



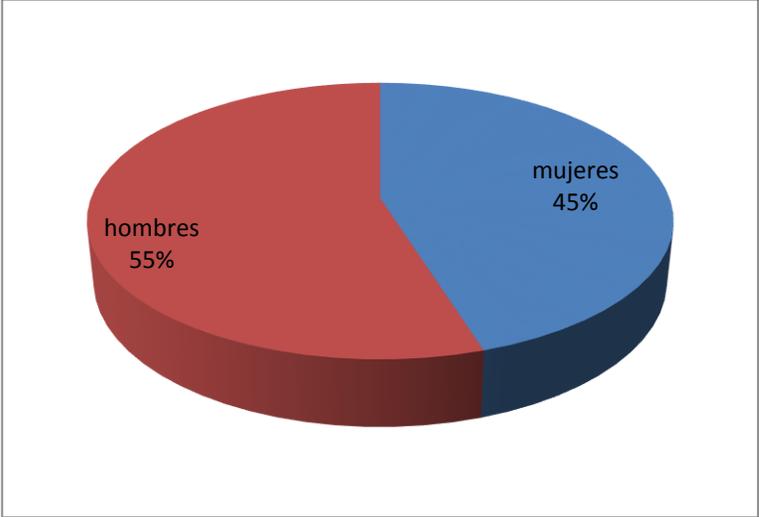
Grafica 4. Escolaridad de los entrevistados.

La edad de los entrevistados fue el 7% va de los 16 – 26 años, el 24% 27 – 37 años 24%, el 38% de 38 - 48 años, el 21% de 49 – 59 años, el 10% de más de 60 años y el (gráfica 5).



Gráfica 5. Edad de los entrevistados

El sexo de los entrevistados, el 55% hombres y el 45% mujeres del total de la muestra (gráfica 6).



Gráfica 6. Sexo de los entrevistados.

3.2. Análisis de resultados

Para el análisis de resultados y la prueba de hipótesis, se realizó una correlación bivariada de Pearson, para analizar que tanto se relacionan las variables que se estudiaron, y saber si se cumple la hipótesis planteada (tabla 7).

Hipótesis 1: *Existe una relación positiva y significativa entre la influencia de los stakeholders y prácticas ambientales en los negocios de artesanías de alebrijes.*

Tabla 7. Correlación bivariada de Pearson entre variables.

	media	desviación típica	STAKEHOLDERS	PRACTICAS AMBIENTALES
STAKEHOLDERS	1.83	0.86933	1	
PRACTICAS AMBIENTALES	2.771	0.97	.669**	1

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Se encontró que existe una relación positiva y significativa entre stakeholders y prácticas ambientales ($r=.666$, $p\leq 0.01$).

Posteriormente, para verificar la existencia de relación, entre las dimensiones de las variables prácticas ambientales y stakeholders, se realizó una correlación bivariada de Pearson, se presenta en la tabla 8.

Tabla 8. Correlación Bivariada de Pearson entre las dimensiones de stakeholders y prácticas ambientales

Correlaciones								
	CLIENTES	COMUNIDAD	ASOCIACION CIVIL	STAKEHOLDERS	REUSO	RECICLAJE	REDUCCION	PRACTICAS AMBIENTALES
CLIENTES	1							
COMUNIDAD	.145	1						
ASOCIACION CIVIL	.508**	.495**	1					
STAKEHOLDERS	.608**	.701**	.945**	1				

REUSO	.222**	.483**	.258**	.385**	1			
RECICLAJE	.323**	.368**	.505**	.532**	.201**	1		
REDUCCIÓN	.044	.749**	.481**	.584**	.364**	.293**	1	
PRACTICAS AMBIENTALES	.200*	.783**	.541**	.669**	.719**	.508**	.876**	1

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral). * La correlación es significante al nivel 0,05 (bilateral).

Se encontró que la dimensión reducción se relacionó positiva y significativamente con la dimensión de comunidad ($r=.749$; $p\leq 0.01$), por lo que esto explica que la comunidad está llevando acciones de reducción de agua, madera empaque, productos tóxicos para mejorar el medio ambiente tanto en la misma comunidad como en sus negocios.

En cuanto a la dimensión reducción con la dimensión asociaciones civiles, se relacionó positiva y significativamente ($r=.481$; $p\leq 0.01$), lo que implica que las asociaciones civiles influyen en los negocios de artesanías de alebrijes para que estos a su vez puedan obtener capacitación para los artesanos, que permita dar a conocer sus productos en el extranjero, y participar en foros del medio ambiente, al innovar el uso de sustancias amigables en los negocios de artesanías de alebrijes, todo esto con la finalidad de mejorar el cuidado del medio ambiente.

En la dimensión de reciclaje se encontró que se relaciona positiva y significativamente con la dimensión clientes ($r=.323$; $p\leq 0.01$), lo que indica que los clientes ejercen presión para que se lleven a cabo acciones de reciclaje en los negocios de artesanías; en la dimensión reciclaje con la dimensión comunidad se relacionó positiva y significativamente ($r=.368$; $p\leq 0.01$), de la misma forma la comunidad presiona para que se realicen acciones de reciclaje dentro de esta; la dimensión reciclaje con la dimensión asociaciones civiles se relacionó positiva y significativamente ($r=.505$; $p\leq 0.01$), las asociaciones civiles ejercen presión para que se lleven a cabo acciones de reciclaje en los negocios.

En la dimensión de reusó se encontró que se relaciona positiva y significativamente con clientes ($r=.222$; $p\leq 0.01$), reusó con comunidad se relaciona

positiva y significativamente ($r=.483$; $p\leq 0.01$), reusó con asociaciones civiles se relacionó positiva y significativamente ($r=.258$; $p\leq 0.01$).

Con los resultados obtenidos se acepta la hipótesis planteada, que existe una relación positiva y significativa entre la influencia de los stakeholders y las prácticas ambientales en los negocios de artesanías de alebrijes

Posteriormente se hizo un análisis de regresión para probar como la variable independiente explica a la variable dependiente (Stakeholders y prácticas ambientales).

TABLA 9: regresión lineal entre stakeholders y prácticas ambientales.

	Prácticas ambientales
Constante	2.433
Clientes	-.003
Comunidad	.681**
A. Civil	.205**
R	.802
R²	.644
Valor de F	96.33
Significancia	0.000

**Significancia a nivel menor o igual a .001.

Con los resultados obtenidos el modelo muestra lo siguiente; que los clientes no ejercen presión en las prácticas ambientales de los negocios de artesanías de alebrijes, es decir que no tienen influencia hacia las prácticas ambientales, por otra parte, el modelo de regresión esta explicado en un 80.2% del valor absoluto del coeficiente de correlación R .802, las fuerzas de asociación entre las variables, se explica por el coeficiente de determinación R cuadrada que es un .664. La

prueba F con un valor de 96.33 muestra que las prácticas ambientales están influenciadas por la comunidad y las asociaciones civiles, (stakeholders), lo cual está confirmado con un nivel de significancia de 0.000, por lo que se genera la siguiente ecuación de regresión.

$$Y = 2.43 + .681X_1 + .205X_2$$

3.3 Discusión

De acuerdo con los resultados obtenidos en esta investigación respecto a la hipótesis; donde existe una relación positiva y significativa entre la influencia de los stakeholders y las prácticas ambientales en los negocios de artesanías de alebrijes, se acepta la hipótesis ya que los stakeholders influyen para que se lleven a cabo prácticas ambientales dentro de estos negocios, el stakeholder que está influyendo es la comunidad, la cual es la encargada de ejercer presión a los negocios para que tomen en cuenta el cuidado del medio ambiente estos resultados concuerdan con los encontrados por Fernández y Nieto (2004).

Los resultados obtenidos en esta investigación, también fueron encontrados por Huang (2005) y Darnall, Henriques y Sadowsky (2008,2009), en sus estudios de industrias manufactureras demostrando empíricamente las influencias de los stakeholders regulatorios, presiones del mercado (clientes), de organizaciones sociales y de la comunidad, en la gestión y prácticas ambientales de estas empresas, dichos autores comentan que reaccionar a las presiones de los stakeholders puede llevar a usar sistemas ambientales, en sus organizaciones como acciones simbólicas, para alcanzar objetivos establecidos por la empresa en cuanto al medio ambiente. Tal es el caso de las comunidades en estudio, considerando que estas son PyMES, así que las prácticas ambientales se pueden llevar a cabo en cualquier tamaño de la organización.

De acuerdo con el artículo de Darall, Henriques and Sadowsky (2010), que fue el artículo base utilizado para sustentar esta investigación, los autores mencionan

que las prácticas ambientales no solo funcionan en las grandes empresas, sino que por el contrario, se pueden llevar a cabo en cualquier tamaño de organización, con esta investigación se está comprobando que así es, que no se requiere ser una empresa grande para implementar prácticas ambientales, y que se pueden implementar en cualquier sector industrial y artesanal, considerando a los stakeholders como los encargados de ejercer presión para que estas se lleven a cabo.

En esta investigación los resultados obtenidos en cuanto a la influencia de los stakeholders en las prácticas ambientales de los negocios de artesanías de alebrijes, se obtuvo que la dimensión clientes no presenta influencia positiva y significativa, pero se encontraron otras dimensiones como la comunidad y las asociaciones civiles, que se encargan de presionar a los dueños de negocios de artesanías de alebrijes para que se lleven a cabo las prácticas ambientales, así como lo explican Gadenne et al., (2009), en su investigación, en cuanto a la influencia de los stakeholders en el aspecto ambiental de las PyMES, son éstos los que se encargan de presionar para que los dueños cumplan con dicho requerimiento ambiental y obtener beneficios económicos positivos para la organización.

De acuerdo con las preguntas planteadas en esta investigación que tipo de stakeholders, son los que influyen para llevar a cabo las prácticas ambientales, los stakeholders, que están influyendo en los negocios de artesanías son la comunidad y las asociaciones civiles, son los encargados de ejercer presión en los negocios, considerando que estas asociaciones dan capacitando, orientando y concientizando a los dueños de los negocios respecto a las prácticas ambientales. Así como lo comenta González et al., (2011), en su estudio realizado en siete países diferentes, es de suma importancia que los stakeholders actúen como promotores del compromiso ambiental dentro de las empresas, considerando que no todos los stakeholders deben actuar de esta manera y tampoco llegan a influir con la misma intensidad.

Respecto a la segunda pregunta de investigación que se generó en esta investigación, ¿cómo se relacionan los stakeholders con la adopción de prácticas ambientales?, se encontró que se relacionan positiva y significativamente, lo que indica que las variables en estudio si se relacionan.

3.4 Conclusiones

En la actualidad el cuidado del medio ambiente está tomando gran importancia para las PyMES, así como el estudio de las prácticas ambientales a nivel empresarial, y los factores que pueden influir en estas. En esta investigación se analizó la relación entre stakeholders y prácticas ambientales, se describió y analizó cuáles son los stakeholders que influyen para que se lleven a cabo dichas prácticas ambientales en los negocios de artesanías de alebrijes.

Los resultados muestran que los stakeholders influyen de manera positiva y significativa en la aplicación de prácticas ambientales, por lo tanto, los negocios de artesanías realizan acciones que los llevan a obtener productos amigables con el ambiente, (reduciendo el consumo de insumos tóxicos gasolina, pintura y empaque de plástico), y que ayudan a preservar los recursos naturales de la región, y de esta manera ayudar a disminuir los efectos ambientales que son ocasionados por las PyMES.

Se confirmó la existencia de stakeholders que se encargan de presionar a los negocios de artesanías de alebrijes para llevar a cabo prácticas ambientales, los cuales fueron la comunidad y las asociaciones civiles y que estos stakeholders son fuertes en dicho sector, tomando en cuenta que es de suma importancia contar con presiones o demandas externas de cumplimiento ambiental (Gunningham 2002; Parker y Cols., 2009).

Adicional a esto el papel que juegan las asociaciones civiles como dimensión de los stakeholders es importante, para que las comunidades reconozcan la importancia de proteger y cuidar el medio ambiente y de la misma manera a demandar a las empresas que asuman cierta responsabilidad para con su entorno. Además de que dichas asociaciones tratan de estimular a diferentes miembros de

la comunidad para llevar acciones en pro del medio ambiente, como por ejemplo la reforestación de los diferentes lugares de las comunidades de Arrazola y san Martín Tilcajete, a utilizar materiales de empaque menos contaminante, a reducir el agua que utilizan en sus procesos de producción, en cursos de capacitación de cuidado de árboles sembrados, así como compostas.

Se concluye que las asociaciones civiles en esta investigación son parte fundamental para los artesanos de Arrazola ya que dichas asociaciones son las encargadas de presionar a los negocios para aplicar prácticas ambientales, llevar a cabo acciones de reforestación, capacitación en el uso de productos amigables, el uso y manejo de compostas, así como de realizar relaciones con diferentes mercados en el extranjero y de esta forma dar a conocer sus productos como amigables con el ambiente.

Hay que tomar en cuenta que los artesanos de Arrazola (asociación ecoalebrijes) obtiene información del cuidado del medio ambiente, por medio de conferencias a las que son invitados, intercambios con universidades, y cursos de capacitación que les dan diversas universidades del extranjero.

Esta investigación está fundamentada en la teoría de los stakeholders la cual muestra evidencia empírica que confirma sus planteamientos teóricos, ya que los negocios de artesanías de alebrijes están respondiendo a los intereses ambientales.

Del total de los entrevistados en ambas comunidades el 95%, son dueños de sus negocios de alebrijes de artesanías, y solo el 5% son empleados por lo que la información obtenida en esta investigación fue verídica, para obtener los resultados que se generaron.

En el ámbito administrativo los resultados de la investigación pueden servir para las instituciones de gobierno que tienen que ver con el desarrollo del medio ambiente, para promover a través de programas adecuados la implementación de prácticas ambientales, en los diferentes sectores artesanales del estado de Oaxaca.

En el ámbito académico el estudio de la influencia de los stakeholders y prácticas ambientales en los negocios de artesanías de alebrijes, contribuirá a la investigación sustentada en una metodología científica que generara conocimiento sobre la realidad de las poblaciones en estudio y la forma que están llevando sus prácticas ambientales, y que ayudaran a contribuir a otros sectores artesanales.

3.5. Implicaciones y limitaciones de la investigación

Esta investigación se pretende, que se utilice en futuras investigaciones para ampliar los resultados obtenidos, y así poder saber si hay otros stakeholders diferentes a los ya analizados, que ejercen presión en los negocios de artesanías de alebrijes.

Esta investigación se espera que contribuya, como base para futuras investigaciones, en las cuales se analicen las prácticas ambientales que se están llevando a cabo en los negocios de artesanías de alebrijes, para que se pueda analizar en otro sector artesanal, y realizar un comparativo.

La investigación en cuanto a prácticas ambientales en las empresas, se ha incrementado en los últimos años, al mismo tiempo han surgido diferentes corrientes teóricas, que buscan explicar la razón por la cual, las empresas deben integrar estas acciones de cuidado al medio ambiente en sus procesos.

Algunas limitaciones se encontraron en el desarrollo de esta investigación. Primero que los encuestados se sentían amenazados o indispuestos para contestar la encuesta o simplemente porque no tenían tiempo.

Segundo los encuestados se sentían amenazados en cuanto a su empresa ya que pensaban que, la información que se estaba levantando seria para poner un negocio.

Aunado a esto el instrumento y las escalas de medición fueron desarrollados a partir de estudios previos (Anexo1) y adecuados a este sector de negocios de artesanías de alebrijes. Las dimensiones utilizadas también fueron adecuadas a este sector, y es la primera vez que se validan en esta investigación de negocios

de artesanías de alebrijes. En el futuro se recomienda evaluar el papel que juegan algunos otros stakeholders como pueden ser proveedores, competidores, gobierno, trabajadores, etc.

Para futuras investigaciones se recomienda evaluar las variables estudiadas en esta investigación, además de incorporar el tamaño del negocio como variable moderadora, generando un modelo diferente al planteado y así observar si esta tiene cierta influencia en los negocios de artesanía para implementar prácticas ambientales.

Referencias

- Álvarez, M. J., Burgos, J., & Céspedes, J (2001). An analysis of environmental Management, Organizational context and performance of Spanish hotels. *Omega* 29, 457-471.
- Antonacopoulou, E. & Meric, J. (2005). From power to knowledge relationships: Stakeholder interactions as learning partnerships. En: BONNAFOUS-BOUCHER, M.; PESQUEUX, Y. (Ed.) *Stakeholders Theory. A European perspective*. New York: Palgrave-Macmillan. Pp. 125-147.
- Aragón- Correa 1998 Proactividad Medioambiental y el Rendimiento Empresarial, *The Academy of Management Journal*, Vol 41, No 5, Oct. 1998.
- Aragón, J., Hurtad, N., Sharma, S., & García, V. (2008). Environmental strategy and performance in small firms: A resource-based perspective. *Journal of Environmental Management* 86, 88-103.
- Bojórquez- Tapia, Azuara, Ezcurra E, (1995). La identificación de las prioridades de conservación en México a través de sistemas de información geográfica y modelización. *Ecological Applications*, 215-231, 1995.
- Buzzelli, D.T. (1991). Time to structure and environmental policy strategy. *Journal of Business Strategy*, 12(2): 16-20.
- Babbie, E. (2004). *The Practice Of Social Research*. 10th edition. Thomson Wadsworth, United States of America.
- Brío, J. A. Y Junquera C. B. (2002). Competitividad y situación medioambiental de los centros productivos certificados en España. *Universidad Business Review*, No, 4. Pp. 64-77.
- Carmona, María del C. (1995). Aspectos jurídicos de la Auditoria Ambiental en México. En *Pemex: ambiente y energía. Los retos del futuro*. UNAM-PEMEX.

- Céspedes, J., & de Burgos, J (2004) un análisis de las dimensiones de la gestión ambiental. *Dirección y Organización*, 5-15.
- Céspedes, J., de Burgos, J., & Alvarez, M., J. (2003) Stakeholders' environmental influence. An empirical analysis in the Spanish hotel industry. *Scandinavian Journal of Management* 19 333-348.
- Clarkson, M.B.E. (1995). A Stakeholders Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social performance. *The Academy of Management Review*. Vol.20, No 1 (jan., 1995), pp. 92-117.
- Claver, E. López, M. y Molina, J. (2007). Environmental management and firm performance: A case study. *Journal of environmental management*, 84, 606-619.
- CONACULTA (2013). Consejo nacional para la Cultura y las Artes, México.
- Chakravorti, B.(2010). Stakeholder Marketing 2.0. *Journal of Public. Policy & Marketing*. Vol. 29, pages 97-102. May 2010, DOI: 10.1509/Jppm.29.1.97.
- Christmann (2000). Effects of "Best Practices" of Environmental Management on Cost Advantage: The role of Complementary Assets. *Academy of Management journal*.
- Dasgupta S., Hettige H. & Wheeler D. (2000). Lo que mejora el cumplimiento ambiental? La evidencia de la industria mexicana, *Diario de Economía y Gestión Ambiental*, 39, (1), 39-66.
- Dasgupta, S., Laplante, B. & Mamingi, N (2001). Pollution and capital markets in developing countries. *Journal of Environmental Economics and Management* 42(3), 310-335, 2001.
- Donaldson y Lee E. Preston (1995), la teoría de las partes interesadas de la Corporación: Conceptos Evidencia e Implicaciones. *The Academy of Management Review*, vol. 20, N ° 1 (Enero, 1995), pp. 65-91, *Academy of Management*. [http:// www Jstor.org/stable/258887](http://www.Jstor.org/stable/258887).
- Darnall, N., Henriques, I., & Sadowsky, P. (2008). Do environmental management systems improve business performance in an international setting? *Journal of International Management* 14, 364-376.

- Dodd, EM. (1932). For whom are corporate managers trustees. Harvard Law Rev. 1932;45:1145-1163, at 1156.
- El Dief, M. & Font, X (2010). Los determinantes de la conducta marketing verde de hoteles, gerentes de marketing; Revista de Turismo Sostenible, 18(2): 157-174.
- Esty D. & Winston A. (2006). Green to Gold. How smart companies use environmental strategy to innovate, create value, and build competitive advantage. 20 b/w fig. 384p, 61/8x9 ¼. 09 de October 2009.
- Falçao, H. Y Fontes, J (1999). “ En quién se pone el foco? Identificando stakeholders para la formulación de la misión organizacional”, Revista Reforma y Democracia No 15, octubre 1999.
- Fernandez G. R y Nieto A. M. (2004), Stakeholders salience in corporate environmental Strategy. Vol.4 No 3 2004, pp65-76, Emerald Group publishing Limited, ISSN 1472-0701.
- Fernandez Guzzo y L. F. Machado (2013), Prácticas Ambientales y desempeño organizacional en la hotelería. Estudios y perspectivas en turismo volumen 22 pp.294-313.
- Fineman S. y Clarke K. (1996), Green Stakeholders: Industry Interpretations and response. University of Bath and University of Portsmouth Journal of management Studies 33:6 November 1996. 0022-2380.
- Freeman, E. (1984), Strategic Management: A Stakeholder Approach. Boston Pitman.
- Freeman, E. (ED). (1991) Business ethics: The state of the eat. New York Oxford University Press.
- Freeman, E. y Wicks, A. C. (2004). Stakeholders theory and “ the corporate Objective revisited”. Organization Science 15 83): 364- 369.
- Freeman, E. (2005). Stakeholder Theory. En Werhane, P,>: Freeman, R. E. (Eds.) The Blackwell encyclopedia of management, vol. II. Oxford: Blackwell Publishing. Pp 469-500.
- Gadenne (2009). La Conciencia Ambiental y las buenas prácticas ambientales, In Journal of Busines Ethics, Vol 84, 2009, p45-63.

- Gadenne, Kennedy y McKeiver, (2009). An Empirical Study of Environmental Awareness and Practices in SMEs. *Journal of Business Ethics*. 84:45-63.
- González, J., Lannelongue, G., & Queiruga, D. (2011). Stakeholders and environmental management systems: a synergistic influence on environmental imbalance. *Journal of Cleaner Production* 19, 1622-1630.
- Gomis Rodríguez et al. (2009). La Responsabilidad Social Corporativa como oportunidad para las empresas turísticas. *Rotur/ Revista de Ocio y Turismo*. Vol2, pp.11-43.
- Gunningham N. (2000). Regulating Small and Medium Sized Enterprises. *Journal of Environmental Law*. 14, 3-32.
- Gunningham (2002), stakeholders and environmental management practices: an institutional framework, *Business strategy and the environment* 2004 willey on line library. Vol. 13 1554 pages 209-222 july/ agosto 2004.
- Hart S. (1995). A Natural – Resource – Based View of the Firm. *The Academy of Management Review*, vol. 20, No 4(oct., 1995), pp. 986-1014.
- Hart S.L. & Milstein, M. 2003. Creating Sustainable Value. *Academy of Management Executive*, 17(2): 56-67.
- Handfield R, Sroufe R, & Walton S (2005). Business Strategy and the Environment. *Bus. Strat. Env.*, 14: 1-19. Doi: 10.1002/bse.422.
- Hax, H. (2006). The role of entrepreneurial ethics in a market economy. (pp. 393-404). Alcalá de Henares: Ediciones Universidad de Alcalá.
- Henríquez I, & Sadowsky, P: (1996). The determinants of an environmentally responsive firm: An empirical approach. *Journal of Environmental Economics and Management*, 30(3) : 381-895.
- Henriques y Sadowsky 1999. Determinantes del Comportamiento Estratégico Medioambiental, La Relación entre el Comportamiento Ambiental y la Percepción de la Dirección, *Academy of Management Journal*, February, 42(1): 87-99.

- Henriques I. y Sadorsky P. (1999), The relationship Environmental Commitment and Managerial Perceptions of Stakeholders Importance. The Academy of Management Journal, vol., 42, No. 1 (Feb., 1999), pp. 87-99.
- Hillary, R. (1995). Small Firms and the Environment: A Groundwork Status Report, Groundwork, Birmingham, UK.
- Hillary, R (Ed.) (2000). Small and Medium-Sized Enterprises and the Environment: Business Imperatives, Greenleaf Publishing Ltd, Sheffield. (pp.148-157).
- Hill, C.W.L., y Jones, T.M. (1992). "stakeholders-Agency Theory", Journal of management Studies, vol.29 No. 2, pp.131-154.
- Huang, Y. (2005). Management and Organization Review, 1: 329-333.doi:10.1111/j.1740-8784.2005.00017.x
- Hunt, C. B., & Auster; E.R. (1990). Proactive environmental management: Avoiding the toxic trap. Sloan Management Review, 31 (2): 7-18.
- Jones, T.M. y Wicks A.C. (1999). Convergent Stakeholder Theory. The Academy of Management review, vol.24, No 2 (1999), pp. 206-221.
- INEGI (2004) Censos Económicos de México. Inegi, Oaxaca, Oax.
- INEGI (2009) Censos Económicos de México. Inegi, Oaxaca, Oax.
- Kent, L. (1991). The relationship Between Small Enterprises and Environmental Degradation in the Developing World (with emphasis on Asia), Prepared for the Office of Small, Micro and Informal Enterprises, USAID, Estados Unidos.
- Laplume, A. Sorpar, K. y Litz, R. (2008). Teoría de los stakeholders: revisión de una teoría que nos mueve. Diario de la gestión. Vol. 34, pp. 1152-1189, ed. SAGE publications, publicado el 12/01/2008.
- Le, Bachmann L.Pamela y Uñate Barbara (2006), Gobernanza ambiental una estrategia orientada al desarrollo sustentable local a través de la participación ciudadana. Laboratorio de modelación ecológica, revista ambiental y desarrollo de CiPMA, Universidad de Chile.
- Ledesma, A. (2009). "Una aproximación teórica a la relación de la empresa turística con la ética y la responsabilidad social", Revista Ro Tur "Revista de

Ocio y Turismo”, Grupo de Investigación de turismo, Ocio y Deporte de la Universidad A Coruña (España) Volumen II.

- Lozano, J. (1999). Ética y empresa. el poliedro del liderazgo-angel castiñeira. Plaza de la edición Madrid, ed. 1999, ISBN 9788481643473.
- Lozano, J. (2009). La empresa ciudadana como empresa responsable y sostenible. Madrid: Trotta.
- Mensah (2006), propuesta de aplicación de modelo de Marketing holístico a la gestión de la responsabilidad social en el sector hotelero. Turismo y desarrollo económico IV Journales de investigación en turismo, Sevilla edición digital@tres 978-84-694-5099-4.
- México desconocido (2004). Revista No 325 marzo 2004.
- Mish, J. y Scammon, D.L. (2010). Principle-based stakeholder Marketing: Insights from Private Triple-Bottom-Line Firms. Journal of Public Policy & marketing. Vol.29: pages. 12-26.
- Mitchell et al., (1997). Theory of stakeholder. Academy of Management Review in 1997.
- Moo-Canul Ma de L. y Santander B. L (2013). Las Ecoetiquetas en el Turismo Sustentable, revista periodo sustentable. Universidad Autónoma del Estado de México, www.psus.uaemex.mx, ISSN:1870-9036, Bi- anual publicación, No 26, enero 2014.
- Montabon F., Sroufe R. & Narasimhan (2007). Un examen de los informes corporativos, prácticas de gestión ambiental y de los resultados empresariales. Diario de gestión de Operaciones, vol. 25, páginas 998-1014, ed. Elsevier 2007.
- Mosquera, B. M. (2011). Diseño e Implementación de una estrategia de adaptación empresarial a buenas prácticas ambientales en el instituto de investigaciones ambientales del pacifico-IIAP, Colombia, agosto 2011, artículo 21 del John Von Neumann.
- OCDE (2005). OECD SME and Entrepreneurship Outlook. 2005 edition. OCDE.

- Parker y Cols., (2009). Supervised risk predictor of breast cancer based on intrinsic subtypes. *J Clin oncol.* 2009 mar 10;27 (8): 1160-7 doi: 10: 1200/JCO. 2008. 18 1370. Epub 2009 feb.
- Preston and Sapienza, H (1990). Stakeholders management and corporate performance. *Journal of Behavioral Economics*, 1990, vol. 19, issue 4, pages 361-375.
- Post et al, (2002); Antonacopoulou & Meric (2005); Hax, (2006). Identificación de los stakeholders de las universidades. *Revista de ciencias sociales (Venezuela)* (Impact factor: 0.03).
- Ramos, A. y Fernández, G. (2012). El rol de los stakeholders en las prácticas ambientales de un sector de alojamientos turísticos: un análisis de caso. *Revista electrónica en gestión, Educación y tecnología Ambiental* 08/2012;7(7). DOI: 10.5902/223611705438.
- Ramírez C. F (2013), Caracterización de la Responsabilidad Social Empresarial en el Sector de Consumo Masivo: Caso Grupo Nutresa. Universidad militar Granada, especialización mercadeo de servicios, facultad de ciencias económicas Bogotá, octubre 2013.
- Ramos, A. y Fernandez G. (2012), el rol de los Stakeholders en las prácticas ambientales de un sector de alojamiento: un análisis de caso, Universidad de Buenos Aires vol. 7 p.1440-1480, marzo- agosto 2012 *ren. Elet.*
- Reyes, J.F. (2011). Recursos y Capacidades relacionados con Sistemas y tecnologías de información en la Teoría Visión de la Firma Basada en Recursos Naturales: una aproximación a la validación empírica del nuevo modelo en empresas colombianas. Tesis de Maestría en ingeniería Industrial, universidad nacional de Colombia Facultad de Ingeniería, Bogotá.
- Rodríguez G. P. Fuentes G.F. y Sánchez C. S (2013). Revelación de información sobre clientes, comunidad, empleados y medio ambiente en las entidades financieras españolas a través de las memorias de

responsabilidad social corporativa (2007-2010) , Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa. www.Elsevier.es/iedee.

- Rodríguez et al., (2007:72). E- Government and public financial reporting: the case of Spanish regional governments. *American review of Public Administration*, vol. 37, Issue 2, 2007, pp.142-177.
- Romo, D. (2005). Políticas e instrumentos para mejorar la gestión ambiental en las PyMES y promover la oferta de bienes y servicios ambientales: el caso mexicano. Serie medio ambiente y desarrollo, CEPAL/ Sociedad alemana de Cooperacion Técnica. 95.
- Rubio, V. (2010). “La gestión ambiental en la pequeña y Mediana empresa”. Departamento de industria y Medio ambiente. Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Castellón. Sáez de Viteri Arranz, D., (2000). El potencial competitivo de la empresa: recursos capacidades, rutinas y procesos de valor añadido. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*. Vol.6, N° 3,2000, pp.71-86.
- Savage, G. T., Nix, T.,Whitehead C. and Blair, J (1991). Strategies for Assessing and Managing Organizational Stakeholders. *The executive*. Vol.5, No 2 (may 1991), pp.61-75.
- Sarkis, J., González, P., & Adenso, B. (2010). Stakeholder pressure and the adoption of environmental practices: The mediating effect of training. *Journal of Operations Management*, 163-176.
- Sarkis, J.; González Torres, p. y Adenso Díaz, B. (2009). Stakeholders pressure and the adoption of environmental practices: the mediating effect of training. *Journal of operations management* 28, 163-176.
- Starkey, R (ed. (1998). *Environmental management tools for SMEs: a handbook*. Environmental Issues Series. Denmark: European Environment.
- Stenberg, R. (1997). *Successful Intelligence: how Practical and creative intelligence determine Success in life*. Ed. Plume, 1997.
- Sison, A.J. (2008). *Corporate Governance and Ethics. An Aristotelian perspective*. Cheltenham, Edward Elgar Publishing. 2008.

- Tzschentke, Kirka y Lynch, (2008). Going Green: Decisional factors in small hospitality operations. *International Journal of Hospitality Management* 27 (2008) 126-133.
- Tilley, F. (1999). The gap between the environmental attitudes and the environmental behavior of small firms. *Business Strategy and the Environment*, 8, 238-348.
- UNEP (2003) "Networks and tools for SMEs". *UNEP Industry and Environment*. 26, 4.
- Vásquez Díaz MBA E. (2009). Visión de la Responsabilidad Social Empresarial en la Universidades: caso Panama, www.usma.ac.pa-29.
- Wang, J. & Dewhirst, H. D.(1992). Boards of directors and stakeholders orientation. *Journal of Business Ethics* 11 (2): 115-123 (1992).
- Wheeler, D. Sillanpää, M (1997). La Sociedad de los interesados: un plan para maximizar el valor para los accionistas. *Revista Londres: Pitman*, citado por 338, 1997.
- Wells RP. Galbraith D. Proyecto Guadalajara. *Greener Management International* 1999;28 (Winter 1999): 90-103.
- Wong, G Wryxell, G. E. (2004). "Stakeholder influences on environmental management practices: a study of fleet operations in Hong Kong (SAR), China", *Transportation journal*, vol. 43, No. 4, pp. 22-35.
- Zhang, Bi y Liu, (2009). Drivers and barriers to engage enterprises in environmental management initiatives in Suzhou Industrial park, China.
- Zutshi, A. y Sohal, A. (2003). La auditoría del sistema de gestión ambiental en las empresas de Australasia. *Vol. 18: Emisión. 8: pp.637-648. Noviembre 2003.*

Anexo 1



Fecha: _____

Folio: _____

Encuestador: _____

INSTITUTO POLITECNICO NACIONAL

Centro Interdisciplinario de Investigación para el Desarrollo Integral Regional Unidad Oaxaca.

OBJETIVO: la presente encuesta busca recolectar información acerca del funcionamiento de los negocios de Alebrijes, en materia de stakeholders y prácticas ambientales la información será utilizada con fines académicos.

INSTRUCCIONES: por favor requisiite los datos requeridos para el apartado A y B y para los bloques C y D señale la opción que mejor se ajuste a su negocio.

A.- DATOS GENERALES DEL ENCUESTADO							
NOMBRE:							
PUESTO:		EDAD:		GENERO:		MUJER	HOMBRE
NIVEL DE ESTUDIOS	DE SIN ESTUDIOS	PRIMARIA	SECUNDARIA	MEDIA SUPERIOR	LICENCIATURA	POSGRADO	

B.- DATOS DEL NEGOCIO			
NOMBRE:		TELEFONO:	
DIRECCION:		PERTENECE A ALGUN TIPO DE ASOCIACION	
PROPIETARIO:	UNICO	SOCIEDAD	AÑOS DE TENER EL NEGOCIO

C.- STAKEHOLDERS

CLIENTES						
¿Influyen los clientes en su negocio para...?		Mucho	Regular	Poco	Muy poco	Nada
1	Aplicar prácticas ambientales	5	4	3	2	1
2	Aceptar sugerencias de aplicar prácticas ambientales	5	4	3	2	1
3	Realizar recomendaciones del cuidado ambiental	5	4	3	2	1
4	Decidir comprar sus productos porque aplica prácticas ambientales	5	4	3	2	1
5	Recomendarlo con otros clientes por aplicar prácticas ambientales	5	4	3	2	1
6	Regresar a comprar por aplicar prácticas ambientales	5	4	3	2	1
COMUNIDAD						
¿La comunidad influye....?		Mucho	Regular	Poco	Muy poco	Nada
7	Para presionar a los negocios de Alebrijes a aplicar prácticas ambientales.	5	4	3	2	1
8	En sancionar al negocio si no realiza prácticas ambientales.	5	4	3	2	1
9	En capacitaciones para aplicar prácticas ambientales.	5	4	3	2	1
10	Dando a conocer programas de prácticas ambientales para los vecinos.	5	4	3	2	1
11	Recompensando al negocio por aplicar prácticas ambientales	5	4	3	2	1
12	Cooperando con el negocio a través de ayuda cuando realizan alguna actividad de reforestación.	5	4	3	2	1
ASOCIACIONES CIVILES						
¿Las Asociaciones civiles influyen en su negocio....?		Mucho	regular	Poco	Muy poco	Poco
13	Para que apliquen prácticas ambientales.	5	4	3	2	1
14	Con sancionar si no aplican prácticas ambientales.	5	4	3	2	1
15	En capacitación para poder aplicar prácticas.	5	4	3	2	1
16	En el manejo de información de conocimiento de prácticas ambientales	5	4	3	2	1
17	Para participar en foros del medio ambiente.	5	4	3	2	1
18	Para conocer diferentes países donde apliquen prácticas ambientales.	5	4	3	2	1
19	En el crecimiento de su negocio.	5	4	3	2	1
20	En incrementar sus ventas	5	4	3	2	1
21	En dar a conocer sus productos fuera del país.	5	4	3	2	1
22	Dando a conocer sus productos como amigables con el ambiente	5	4	3	2	1
23	Apoyando económicamente para programas ambientales	5	4	3	2	1
24	Participar en programas ambientales con su estado.	5	4	3	2	1
25	A innovar en el uso de sustancias amigables	5	4	3	2	1

D.- PRÁCTICAS AMBIENTALES

REUSO

		Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
26	Reúsa la pintura	5	4	3	2	1
27	Reúsa el agua en el lavado de sus pinceles	5	4	3	2	1
28	El agua que utiliza en el proceso de producción la reúsa en las plantas.	5	4	3	2	1
29	El agua que utiliza en el proceso de producción la tira en cualquier lugar	5	4	3	2	1
30	Reúsa la esencia de clavo	5	4	3	2	1
31	Reúsa el barniz.	5	4	3	2	1
32	La madera que sobra la desecha.	5	4	3	2	1
33	La madera que le sobra la rehúsa en compostas	5	4	3	2	1
34	Reúsa el empaque de sus productos	5	4	3	2	1
35	Reúsa cualquier tipo de madera para producir sus productos	5	4	3	2	1
RECICLAJE						
		Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
36	Recicla sus botes de pintura	5	4	3	2	1
37	Los botes de pintura los vende a negocios de reciclaje de plástico	5	4	3	2	1
38	Desecha los botes de pintura en cualquier lugar.	5	4	3	2	1
39	Acude a cursos de capacitación de reciclaje.	5	4	3	2	1
40	Recicla sus productos cuando se dañan en el proceso de elaboración.	5	4	3	2	1
41	Recicla sus pinceles.	5	4	3	2	1
42	Recicla el empaque que utiliza para sus productos	5	4	3	2	1
43	Recicla la materia prima.	5	4	3	2	1
REDUCCIÓN						
		Mucho	Regular	Poco	Muy poco	poco
44	Reduce el agua que utiliza en el proceso de producción de pintado de figuras	5	4	3	2	1
45	Reduce la madera que utiliza en el proceso de producción.	5	4	3	2	1
46	Reduce el uso de bolsas de plástico en el empaque de sus productos.	5	4	3	2	1
47	Reduce el uso de unicele en su empaque.	5	4	3	2	1
48	Reduce el uso de hule espuma en el empaque de sus productos	5	4	3	2	1
49	Que tanto ha reducido el uso de esmalte en sus productos	5	4	3	2	1
50	Reduce el uso de gasolina para curar la madera.	5	4	3	2	1
51	En la actualidad que tanto ha reducido el uso de copal para la elaboración de sus artesanías.	5	4	3	2	1

Anexo 2

Tabla 1. Operacionalización de la variable stakeholders según referencias bibliográficas

AUTOR	CONCEPTO	CONCEPTO OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA
Gadenne, Kennedy y McKeiver (2009)	Grupos interesados que se encargan de ejercer presión.	Frecuencia con que los clientes afectan las decisiones en cuanto a lo ambiental.	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes 	<ul style="list-style-type: none"> • Problemas ambientales críticos afectan las decisiones de compra de los clientes. • Los clientes frecuentemente mencionan factores ambientales cuando toman decisiones. 	¿Con que frecuencia los clientes realizan las siguientes acciones?	Escala tipo Likert de 5 puntos 1 nunca 2 casi nunca 3 a veces 4 casi siempre 5 siempre
Darnall, Henriques y Sadorsky (2008)	Grupos de personas interesados que se encargan de ejercer presión	Frecuencia	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes • Comunidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Diversos clientes mayoristas. • Clientes nacionales. • Los vecinos de la comunidad. • Los grupos ambientalistas. • Las asociaciones industriales o comerciales. • Los sindicatos. 	¿Cuál es el nivel de influencia de los siguientes actores en la toma de decisiones ambientales en la organización?	Escala tipo Likert de 5 puntos 1 muy poco 2 poco 3 regular 4 mucho 5 muchísimo
Álvarez, Burgos y Céspedes (2001)	Grupos interesados que se encargan de ejercer presión	Frecuencia	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes • Comunidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Amenazan con sancionar a la organización si no protegen al medio ambiente • Recuerdan a la organización de su obligación moral que tienen con el medio ambiente. • Cooperan con la empresa a través de foros creados para compartir sus expectativas y valores con respecto al medio ambiente. 	¿Con que frecuencia la comunidad realiza las acciones	Escala tipo Likert de 5 puntos 1 muy poco 2 poco 3 regular 4 mucho 5 muchísimo
Wong y Wryxell (2004)	Cualquier grupo o individuo que pueda afectar al logro de los objetivos de la empresa o se pueda ver afectado por el mismo.	Frecuencia	<ul style="list-style-type: none"> • Directivos 	<ul style="list-style-type: none"> • Las iniciativas medioambientales son frenos de crecimiento. • El medio ambiente representa una oportunidad para la empresa. • El medio ambiente supone un coste adicional para la organización. 	¿Con que frecuencia los directivos realizan las acciones para cuidar el medio ambiente	Escala tipo Likert 60

				<ul style="list-style-type: none"> • La solución a los problemas medioambientales depende de las tecnologías y no de las acciones que pueda llevar la empresa a cabo la empresa. • La preocupación por el medio ambiente es una moda temporal. 		
Mosquera (2011)	Cualquier grupo o individuo que pueda afectar o ser afectado por el logro de los propósitos de una corporación. (Empleados, clientes, proveedores, accionistas, bancos, ambientalistas, gobierno).	Frecuencia	<ul style="list-style-type: none"> • Funcionarios • Organizaciones y/ comunidades • Proveedores 	<ul style="list-style-type: none"> • Los proveedores cumplen con las acciones ambientales. • Creen que las organizaciones están en regla con el aspecto ambiental. • Las comunidades consideran de suma importancia que la organización cumpla con las buenas prácticas ambientales. • Los proveedores cumplen con sus clientes en el cuidado ambiental. 	¿Qué grado de responsabilidad y compromiso tienen los funcionarios con las organizaciones, comunidades, y proveedores para aplicar prácticas ambientales?	Encuestas realizadas a 60 empresas. Herramienta DCIS.
Reyes (2011)	Cualquier grupo o individuo que pueda afectar los objetivos de la organización	Frecuencia	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes • Proveedores • Clientes • Regulador ambiental • Competidores 	<ul style="list-style-type: none"> •Cuál es la relación entre gerente y proveedores. • Relación entre reguladores ambientales y gerente. 	¿Con que frecuencia los stakeholders se involucran entre ellos para cuidar el medio ambiente? ¿Con que frecuencia existe una integración de los stakeholders con stakeholders del mercado?	Escala Likert de 7 puntos
De Burgos y céspedes (2001)	Cualquier grupo o persona que afecta los objetivos de la organización	Frecuencia	<ul style="list-style-type: none"> • Operaciones • Finanzas • Personal • Aprovisionamiento • Comercial 	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a nuevos mercados • Rediseño de productos y procesos • accesos a líneas de financiamiento • Criterios de selección de proveedores. 	¿Frecuencia con que los stakeholders se involucran en las actividades?	Escala de Likert de 5 puntos.
Huang (2005)	Cualquier grupo o grupos de personas que puedan afectar el logro de los objetivos de la empresa.	Frecuencia	<ul style="list-style-type: none"> • Legal 	<ul style="list-style-type: none"> • El gobierno • Los legisladores 	¿Qué tanto han influido los siguientes actores en la toma de decisiones ambientales?	Escala tipo Likert de 5 puntos
Dasgupta,	Cualquier grupo que	Frecuencia	<ul style="list-style-type: none"> • Legal 	<ul style="list-style-type: none"> • las políticas regulatorias 	¿En qué grado influyen estos	Escala tipo

Hettige y Wheeler (2000)	influye en la toma de decisiones dentro de una organización.			<ul style="list-style-type: none"> • cuantas veces han sido inspeccionados por autoridades ambientales públicas, en los últimos 3 años 	actores en la toma de decisiones en cuanto a lo ambiental?	Likert de 5 puntos.
Alvares, Burgos y Céspedes (2001)	Cualquier grupo o persona que afecta los objetivos de la organización	Frecuencia	<ul style="list-style-type: none"> • Legal 	<ul style="list-style-type: none"> • Amenazan con sancionar a la organización si no protegen al medio ambiente. • Prometen recompensas si la organización mejora su comportamiento ambiental. 	¿Con que frecuencia las autoridades, realizan las siguientes acciones?	Escala tipo Likert de 5 puntos.

Tabla 2. Operacionalización de la variable prácticas ambientales según referencias bibliográficas.

AUTOR	CONCEPTO	C. OPERACIONAL	DIEMSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA
Fernandes y Machado (2013)	Las acciones que las organizaciones realizan y permiten reducir, reusar, reciclar y controlar los impactos al medio ambiente	Frecuencia en que los negocios realizan acciones de reusó reciclaje y reducción de materiales o recursos en sus actividades de producción cotidianas.	<ul style="list-style-type: none"> • Energía • Residuos solidos • Agua 	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de lámparas económicas. • Utiliza calefacción de energía solar • Uso de jabón que no es biodegradable. • Uso de agua de lluvia. • Uso de grifos que interrumpen el flujo de agua automáticamente. 	<p>¿Con que frecuencia realizan acciones de cuidados de energía?</p> <p>¿Con que frecuencia hacen recolección selectiva de residuos sólidos?</p> <p>¿Con que frecuencia realiza acciones que cuiden el agua?</p> <p>¿Qué prácticas ambientales realiza en forma global?</p> <p>¿Elabora manuales para implementar programas ambientales?</p>	<p>Escala de Likert de 5 puntos.</p> <p>Análisis de ANOVA</p> <p>Test de Kruskal-Wallis.</p> <p>(1 corresponde a nunca y 5 a siempre)</p>
Mosquera (2011)	Esta referida a las actividades de la corporación, asumiendo la responsabilidad de los impactos que genere, creando con ello, valor para sus accionistas y la sociedad.	Frecuencia en que los negocios realizan acciones de reusó reciclaje y reducción de materiales o recursos en sus actividades de producción cotidianas.	<ul style="list-style-type: none"> • Energía eléctrica • Agua • Residuos sólidos (papel y cartón) 	<ul style="list-style-type: none"> • No se tiene una conciencia del ahorro de energía eléctrica. • Poco mantenimiento en cuestiones de aparatos eléctricos. • Uso de agua de lluvia. • Manejo del papel y el cartón 	<p>¿Se cuenta con un plan de ahorro de energía eléctrica dentro de la organización?</p> <p>¿En qué grado cuida el agua?</p> <p>¿En qué grado reciclan el papel y el cartón?</p> <p>¿En qué grado utilizan las 3 r?</p>	<p>Escala Likert De 5 puntos.</p>
Reyes (2011)	Son innovaciones a procesos menos contaminantes, la sustitución por materias primas menos contaminantes, el rediseño de procesos y el reciclaje	Frecuencia en que los negocios realizan acciones de reusó reciclaje y reducción de materiales o recursos en sus actividades de producción cotidianas.	<ul style="list-style-type: none"> • Energía • Agua • Materias primas 		<ul style="list-style-type: none"> • Usar eficientemente las materias primas. • Reducir el consumo de energía. • Ser pioneros en emprender acciones de cuidado ambiental. • Apagar las luces que no están en uso. • Reemplazar bombillas viejas por ahorradores. • Reemplazar 	<p>Escala de Likert de 7 puntos.</p> <p>1= bastante rezagado; 7= tener una ventaja muy amplia</p>

					materias primas contaminantes por otras que contaminen menos.	
Vásquez (2008)	Son impactos que le provocan al medio ambiente, para que posteriormente se haga un diagnóstico de los mismos y se procesa a hacer acciones que reduzcan dichos impactos.		<ul style="list-style-type: none"> • Energía • Agua • Desechos solidos • Sustancias toxicas 	<ul style="list-style-type: none"> • Reducción en el uso de materiales. • Reducción de uso de energía • Reducción de generación de sustancias toxicas. • Implementación de reciclaje. • Maximización en el uso de energía renovable. 	<p>¿la energía utilizada en el proceso de producción es?</p> <p>¿La cantidad de agua utilizada en la organización es?</p> <p>¿La cantidad de basura generada en la organización es?</p> <p>¿La cantidad de sustancias toxicas generadas en la organización son?</p>	<p>Escala tipo Likert de 5 puntos</p> <p>1= nulo</p> <p>5=muy alto</p>
El Dief y Font (2010)		Frecuencia en que los negocios realizan acciones de reusó reciclaje y reducción de materiales o recursos en sus actividades de producción cotidianas.	<ul style="list-style-type: none"> • Energía • Agua • Desechos solidos 	<ul style="list-style-type: none"> • Recicla su material de oficina • Utilizan grifos de ahorro de agua. • Utilizan agua de lluvia 	¿En qué grado se involucra la organización en estas acciones?	<p>Escala de Likert de 5 puntos</p> <p>1= nada</p> <p>5=total</p>
Le et. Al. (2006)		Frecuencia en que los negocios realizan acciones de reusó reciclaje y reducción de materiales o recursos en sus actividades de producción cotidianas.	<ul style="list-style-type: none"> • Ruido • Agua • Emisiones toxicas 	<ul style="list-style-type: none"> • Recoge y utiliza el agua de lluvia. • Controla los niveles de ruido en sus actividades • Controla sus emisiones toxicas al aire en sus actividades • Proporciona contenedores de reciclaje 	¿Con que frecuencia se involucra la organización en estas acciones?	<p>Escala de Likert de 5 puntos</p>

Mensah (2006)		Frecuencia en que los negocios realizan acciones de reusó reciclaje y reducción de materiales o recursos en sus actividades de producción cotidianas.	<ul style="list-style-type: none"> • Energía • Agua • Desechos solidos 	<ul style="list-style-type: none"> • Utiliza el aire acondicionado • Utilizan bombillas ahorradoras • Inodoros instalados con ahorro de agua • Compostas de sobras de alimentos 	¿En qué grado se involucran la organización en estas acciones?	Escala Likert de 5 puntos
Gadennet et al. (2009)	Evalúan las prácticas ambientales de una manera de aplicar la gestión ambiental, sistemas de gestión ambiental, conservación de gestión ambiental y apoyo ambiental	Frecuencia en que los negocios realizan acciones de reusó reciclaje y reducción de materiales o recursos en sus actividades de producción cotidianas.	<ul style="list-style-type: none"> • Programas ambientales • Auditorías ambientales 	<ul style="list-style-type: none"> • Está sujeto a auditorías ambientales a intervalos regulares • Esta suscrito a un programa certificado ambiental formal 	¿Con que frecuencia aplica estas acciones la organización?	Escala Likert de 5 puntos
Gonzales et al. (2005)		Frecuencia en que los negocios realizan acciones de reusó reciclaje y reducción de materiales o recursos en sus actividades de producción cotidianas.	<ul style="list-style-type: none"> • Políticas ambientales • Sistemas de desempeño ambiental • Planes de emergencia ambiental 	<ul style="list-style-type: none"> • Definición explícita de una política ambiental. • Objetivos claramente definidos y planes ambientales de largo plazo • Responsabilidades ambientales claramente definidas. • Planes de emergencia ambiental. • Programa de entrenamiento para todo el personal de la organización 	¿Cuál es el grado de utilización de estas acciones?	Escala tipo Likert de 5 puntos.
De Burgos y	Todas aquellas	Frecuencia	<ul style="list-style-type: none"> • Reputación e 	<ul style="list-style-type: none"> • Como cuida la imagen y 	¿En qué grado se realizan las	Escala

céspedes (2001)	actividades técnicas y organizativas que realizan las empresas para reducir el impacto ambiental que generan sus operaciones.		<p>imagen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Impacto • Recursos asignados a la protección ambiental 	<p>reputación la organización en cuestiones ambientales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuidan sus emisiones contaminantes que generan un impacto al medio ambiente • Se cuenta con una planeación de estratégica en cuanto al medio ambiente 	acciones en cuanto al cuidada del medio ambiente	Likert de 5 puntos
-----------------	---	--	---	--	--	--------------------