

INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

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

**MAESTRÍA EN CIENCIAS EN CONSERVACIÓN Y
APROVECHAMIENTO DE RECURSOS NATURALES**

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU
INFLUENCIA EN EL DESEMPEÑO A TRAVÉS DE LA ECO-
INNOVACIÓN EN RESTAURANTES DE MADRID Y OAXACA**

Presenta:

ESTEFANIA IVETTE VILLAVICENCIO ANTONIO

Directoras de tesis:

DRA. PATRICIA SOLEDAD SÁNCHEZ MEDINA

DRA. JUANA YOLANDA LÓPEZ CRUZ

OAXACA, MÉXICO, DICIEMBRE 2018.

ÍNDICE

Resumen

Abstract

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

11

12

1.1 Planteamiento del problema.

17

1.1.1 Pregunta de investigación.

17

1.2 Justificación.

17

1.3 Objetivos.

22

1.3.1. Objetivo general

22

1.3.2. Objetivos específicos

22

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO.

24

2.1.1 Antecedentes de responsabilidad social empresarial.

24

2.1.2 Antecedentes de desempeño.

26

2.1.3 Antecedentes de eco-innovación.

28

2.1.4 Antecedentes del tema de investigación.

30

2.1.5 Antecedentes de la teoría basada en los recursos.

32

2.2 Teoría basada en los recursos.

37

2.3 Relación entre variables y formulación de hipótesis.

48

2.3.1 Relación entre variables responsabilidad social empresarial, desempeño y eco-innovación.

49

2.3.2 Contextualización de la unidad de análisis.

52

2.4 Conceptualización de Variables.

53

2.4.1 Responsabilidad social empresarial.

53

2.4.2 Desempeño.

55

2.4.3 Eco-innovación.

56

2.4.4 Crisis.

58

2.5 Hipótesis de investigación.

59

2.6 Modelo de investigación.

59

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA.

61

3. Metodología de la investigación

61

3.1 Diseño de la investigación

62

3.2 Descripción de la población de estudio

63

3.3 Unidad de análisis

63

3.4 Descripción del tamaño de la muestra

63

3.4.1 Selección de la muestra

64

3.5 Descripción del lugar de la muestra

64

3.6 Diseño del instrumento de medición

67

3.7 Validez y confiabilidad del instrumento de medición	69
3.8 Operacionalización de variables.	70
3.8.1 Responsabilidad Social Empresarial.	71
3.8.1.1 Responsabilidad social.	71
3.8.1.2 Responsabilidad económica.	71
3.8.1.3 Responsabilidad ambiental.	72
3.8.1.4 Medición de la variable responsabilidad social empresarial	72
3.8.2. Desempeño.	73
3.8.2.1 Desempeño económico.	73
3.8.2.2 Desempeño ambiental.	73
3.8.2.3 Desempeño social.	74
3.8.2.4 Medición de la variable desempeño	74
3.8.3 Eco-innovación.	75
3.8.3.1 Eco-innovación de proceso.	75
3.8.3.2 Eco-innovación de producto.	76
3.8.3.3 Medición de la variable eco-innovación	76
3.8.4 Crisis	77
3.8.4.1 Crisis económica	77
3.8.4.2 Medición de la variable crisis	77
CAPÍTULO 4	
RESULTADOS Y DISCUSIONES	80
4.1 Características de la muestra	80
4.2 Análisis de resultados	83
4.3 Discusiones	91
CAPÍTULO 5	
CONCLUSIONES	95
5.1 Conclusiones de la investigación	95
5.2 Implicaciones	99
5.3 Limitaciones	100
Bibliografía	102
Figuras	
Figura 1. La relación entre el análisis tradicional “fortalezas-debilidades-oportunidades-amenazas”, y el modelo basado en recursos y modelos de atractivo de la industria.	37
Figura 2. La relación entre la heterogeneidad de los recursos y la inmovilidad, el valor, la rareza, la imitabilidad y la sustituibilidad, y la ventaja competitiva sostenida.	42
Figura 3. Tecnologías ambientales preventivas.	47

Imágenes

Imagen 1. Centro histórico de la ciudad de Oaxaca	65
Imagen 2. Casco antiguo de la ciudad de Madrid (distrito centro).	66

Tablas.

Tabla 1. El ciclo de vida de la teoría basada en recursos: documentos clave seleccionados.	33
Tabla 2. análisis factorial de la variable responsabilidad social empresarial	72
Tabla 3. análisis factorial de la variable desempeño	74
Tabla 4. análisis factorial de la variable eco-innovación	76
Tabla 5. análisis factorial de la variable crisis	77
Tabla 6. Resultados de correlación bivariada de Pearson de las variables.	84
Tabla 7. Resultados de correlación bivariada de Pearson de las dimensiones.	84
Tabla 8. Correlación parcial de RSE, desempeño y eco-innovación.	86
Tabla 9. Resultados de la regresión jerárquica.	87
Tabla 10. Resultados de la regresión simple entre RSE y Desempeño.	88
Tabla 11. Resultados de la regresión simple entre RSE y Eco-innovación.	89
Tabla 12. Resultados de la regresión simple entre Eco-innovación y Desempeño.	89
Tabla 13. Resultados de la regresión múltiple entre RSE, Eco-innovación y Desempeño.	90

Anexos

Anexo 1. Operacionalización de la variable responsabilidad social empresarial.	113
Anexo 2. Operacionalización de la variable desempeño.	117
Anexo 3. Operacionalización de la variable eco-innovación.	120
Anexo 4. Instrumento de medición.	123



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

SIP-14-BIS

ACTA DE REVISIÓN DE TESIS

En la Ciudad de Oaxaca siendo las 13:00 horas del día 29 del mes de octubre del 2018 se reunieron los miembros de la Comisión Revisora de la Tesis, designada por el Colegio de Profesores de Estudios de Posgrado e Investigación de CIIDIR OAXACA para examinar la tesis titulada: Responsabilidad Social Empresarial y su influencia en el Desempeño a través de la Eco-innovación en restaurantes de Madrid y Oaxaca

Presentada por el alumno:

Villavicencio Antonio
Apellido paterno Apellido materno
Nombre(s) Estefania Ivette

Con registro:

B	1	6	0	2	0	5
---	---	---	---	---	---	---


aspirante de:


Maestría en Ciencias en Conservación y Aprovechamiento de Recursos Naturales

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


LA COMISIÓN REVISORA

Directores de tesis


Dra. Patricia Soledad Sánchez
Medina


Dra. Juana Yolanda López Cruz


Dr. Magdalena Caballero
Caballero


Dra. Arcelia Toledo López

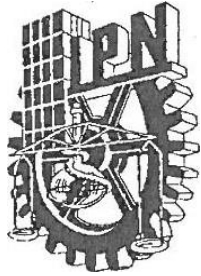

M. en A. Dora Lilia Guzmán Cruz

PRESIDENTE DEL COLEGIO DE PROFESORES


Dr. Salvador Isidro Belmonte Jiménez



CENTRO INTERDISCIPLINARIO DE INVESTIGACIÓN PARA EL DESARROLLO INTEGRAL REGIONAL
C.I.I.D.I.R.
UNIDAD OAXACA



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

CARTA CESIÓN DE DERECHOS

En la Ciudad de México, D.F. el día 28 del mes de noviembre del año 2018, el (la) que suscribe Estefania Ivette Villavicencio Antonio alumno(a) del Programa de MAESTRÍA EN CIENCIAS EN CONSERVACIÓN Y APROVECHAMIENTO DE

RECURSOS NATURALES, con número de registro BI 60205, adscrito(a) al Centro

Interdisciplinario de Investigación para el Desarrollo Integral Regional, Unidad Oaxaca, manifiesto(a) que es el (la) autor(a) intelectual del presente trabajo de Tesis bajo la dirección del (de la, de los) Dres. Patricia Soledad Sánchez Medina y Juana Yolanda López Cruz y cede los derechos del trabajo titulado "Responsabilidad Social Empresarial y su influencia en el Desempeño a través de la Eco-innovación en restaurantes de Madrid y Oaxaca" 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 (de la) autor(a) y/o director(es) del trabajo. Este puede ser obtenido escribiendo a las siguientes direcciones estefania_vill@hotmail.com. Si el permiso se otorga, el usuario deberá dar el agradecimiento correspondiente y citar la fuente del mismo.

Estefania Ivette Villavicencio Antonio

Nombre y firma del alumno(a)



CENTRO INTERDISCIPLINARIO DE INVESTIGACIÓN PARA EL DESARROLLO INTEGRAL REGIONAL
C.I.I.D.I.R.
UNIDAD OAXACA

Agradecimientos

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), por el apoyo recibido para la realización este trabajo de investigación.

Al Instituto Politécnico Nacional (IPN), a través del CIIDIR - Unidad Oaxaca, por apoyar mis estudios de maestría y el desarrollo de mi investigación.

A la Universidad Complutense de Madrid, por aprobar mi estancia de investigación.

A la Doctora Patricia Soledad Sánchez Medina, por ser guía y compartir su experiencia personal y profesional en esta tesis de investigación.

A la Doctora Juana Yolanda López Cruz, por ser guía en este trabajo y por confiar en mí cuando me acerqué al programa.

Al Doctor Javier Amores Salvadó, por permitirme trabajar bajo su tutela en la estancia de investigación en España y aportar también a este trabajo.

Al comité revisor de tesis: Dr. Magdaleno Caballero Caballero, Dra. Arcelia Toledo López y a la Mtra. Dora Lilia Guzmán Cruz, por el tiempo que dedicaron para realizar aportes a lo largo de este trabajo de investigación, por su ayuda y sus palabras de ánimo.

A los restauranteros y empresarios en Madrid y Oaxaca que accedieron a participar en esta investigación, por su valiosa cooperación y disponibilidad, porque sin ellos este trabajo no habría podido realizarse.

A mi familia y amigos, que supieron entender mis tiempos y con su buen humor aligeraban la presión.

A los compañeros de la sala de estudiantes, por su apoyo y sus muestras de afecto, a pesar de los momentos de estrés, juntos nos motivamos para terminar la tesis.

A las personas lindas que me permitió conocer esta investigación, gracias por sus consejos, por su tiempo y cariño, les tengo presentes, aunque algunos estén lejos.

Resumen

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMES) desempeñan actualmente una actividad financiera y laboral sustancial para la economía de diversos países a nivel mundial, sin embargo, actualmente han sido poco analizadas respecto a su alcance ambiental. Dentro de la industria dedicada al servicio, analizar el papel de acciones como la eco-innovación en la relación entre responsabilidad social empresarial y desempeño se vuelve relevante debido a que podrían permitir al segmento restaurantero de Oaxaca y Madrid una mejora en su desempeño, además de encontrar estrategias que permitan al contexto Oaxaqueño tener un mejor desempeño a largo plazo sin descuidar la parte ambiental dentro de este tipo de empresas, esto es necesario teniendo en cuenta que autores como Hillary (2000), sugieren que las PyMES son responsables de un 90% de la contaminación mundial. Esta investigación adopta un enfoque cuantitativo, el tipo de estudio persigue un propósito exploratorio y descriptivo donde es importante resaltar que el tema ha sido poco examinado. De acuerdo con la dimensión temporal se realiza un estudio de corte transversal, como método para la recolección de datos se utilizó la encuesta, la cual está basada en un cuestionario estructurado con preguntas cerradas valoradas en una escala tipo Likert de 5 puntos y el tamaño de muestra fue de 80 cuestionarios aplicados en España y México. El instrumento de medición ha permitido conocer la realidad de los sectores en las ciudades de Madrid y Oaxaca, mientras que los datos recolectados en estas ciudades permiten concluir que tanto la eco-innovación como la responsabilidad social empresarial influyen positiva y significativamente en el desempeño.

Palabras clave: Responsabilidad social empresarial, eco-innovación, desempeño, MiPyMES y restaurantes.

Abstract

Small and medium-sized enterprises (SMEs) currently perform a substantial financial and labor activity for the economy of several countries worldwide, however, they have been little analyzed at present regarding their environmental scope. Within the service industry, analyzing the role of actions such as eco-innovation in the relationship between corporate social responsibility and performance becomes relevant, because it could allow the restaurant segment of Oaxaca and Madrid to improve their performance, in addition to find strategies that allow the Oaxacan context to have a better long-term performance without neglecting the environmental part within this type of companies, this is necessary taking into account that authors such as Hillary (2000), suggest that SMEs are responsible for 90% of global pollution. This research adopts a quantitative approach, the study pursues an exploratory and descriptive purpose where it is important to highlight that the subject has been little examined. According to the temporal dimension, a cross-sectional study is carried out, as a method for data collection the survey is used, which is based on a structured questionnaire with closed questions assessed on a 5-point Likert scale. The sample size was 80 questionnaires applied in Spain and Mexico, the measurement instrument has allowed to know the reality of the sectors in the cities of Madrid and Oaxaca, while the data collected in these cities allow to conclude that both, eco-innovation as corporate social responsibility influence performance positively and significantly.

Keywords: Corporate social responsibility, eco-innovation, performance, MSMEs and restaurants.

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN

Las micro, pequeñas y medianas empresas desempeñan actualmente una actividad financiera y laboral sustancial para la economía de diversos países a nivel mundial, gracias a que representan, tan sólo en 2011, el 1.4% del producto interno bruto nacional y el 13% del PIB turístico según cifras de la CANIRAC (Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados), quien también expone que hasta 2012 se tenían contabilizados, en el directorio estadístico nacional de unidades económicas del INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía), un total de 428,000 restaurantes, que se traducen a 450,000 en 2016 según la revista Forbes (2016), a nivel nacional este sector genera 1,300,000 empleos directos y además reportan una cifra de 3,250,000 empleos indirectos.

La importancia de las cifras anteriores obliga a analizar el sector no únicamente de manera económica, sino a profundizar en aspectos como el enfoque ambiental que estos negocios podrían estar adoptando, debido a que autores como Li (2014), sugieren que las prácticas de manejo ambiental realmente permitirán menores costos de operación, menores deshechos y altos márgenes de beneficio.

Lo anterior se torna de relevancia específica para esta investigación debido a que explica la importancia que adquieren los comportamientos empresariales hacia el medio ambiente. Tomando en cuenta que uno de los objetivos que provienen de esta lógica y que ha tomado fuerza comercial en la época contemporánea, es la inclusión de la preocupación ambiental y las acciones por parte de las organizaciones en favor de dirigir un comportamiento ambientalmente amigable. En una revisión reciente Nebel y Wright en Sánchez Castañeda (2014. p.35), interpretan las acciones de preocupación por la incertidumbre ambiental como “el comienzo del movimiento ambientalista moderno...”, que parte de la obra

“Primavera Silenciosa” de Rachel Carson (1962), donde se consignan los impactos ambientales probados científicamente a principio de los años sesenta y de donde se desprende la búsqueda de cambio en los procesos productivos y las políticas mundiales, además de promover un mayor conocimiento en el tema y la reducción del impacto ambiental. Dado que las exigencias de los consumidores han cambiado, las empresas optan por incorporar a sus procesos, productos y servicios, prácticas más amigables con el ambiente, como lo exponen (Chan, 2011, D’Souza y Taghian 2005 y Ottman 1992).

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Pese a que las pequeñas y medianas empresas son una fuerza sustancial para la economía de una gran cantidad de países, éstas actualmente han sido poco analizadas respecto a su alcance ambiental, en consecuencia, se evidencia un vacío debido a que no existen modelos adecuados que aborden la temática ambiental para explicar la realidad de las micro, pequeñas y medianas empresas en países subdesarrollados (Sánchez-Medina, Díaz-Pichardo, Bautista-Cruz y Toledo-López 2015). Sin embargo, existen estudios que se han realizado en países desarrollados los cuales muestran que los negocios del sector dedicado al servicio que cuentan con acciones de tipo ambiental tienen una mejor calificación por parte de sus clientes que los que no cuentan con ellas (Peiró-Signes, Cegarra-Oña, Verma, Mondéjar-Jiménez y Vargas-Vargas 2014). Por tanto, la incorporación de prácticas como las eco-innovaciones se tornan relevantes como una estrategia hacia las preocupaciones desarrolladas por quienes exigen comportamientos sustentables.

Dentro de la literatura sobre gestión ambiental se ha identificado que la eco-innovación repercute directamente en el desempeño de una empresa cuando se

estiman factores ambientales (Chandler, Keller y Lyon, 2000; Zahra Y Covin, 1995, Zahra y Neubaum, 1998 en Hull y Rothenberg, 2008). Por tanto, es importante también reconocer la relevancia de estudios que analicen el aspecto ambiental, el cual podría estar influyendo en el sector restaurantero en México y España. Siguiendo este principio, autores como: Porter y Van Der Linde (1995), Hart (1997) y Trung y Kumar (2005), postulan que la parte ambiental tiene un efecto positivo en el desempeño de las empresas, ya que las prácticas ambientales son percibidas como un instrumento que facilita a la organización aumentar y mejorar sus niveles de desempeño.

En este ámbito, Cheng, Yang y Sheu (2014), han estudiado los diferentes tipos de eco-innovación desde un punto de vista holístico, a partir de los cuales sugieren que los gerentes deben entender la interdependencia y las relaciones de co-evolución entre los diferentes tipos de eco-innovación (innovación eco-organizacional, eco-proceso e innovaciones de eco-producto), ya que estos tipos de eco-innovación afectan en el desempeño de las empresas. En un sentido similar Zhang y Walton (2016), encontraron que, aunque la orientación ambiental de las empresas verdes no tiene influencia directa en el desempeño empresarial, sí aumenta el efecto positivo de la eco-innovación sobre el desempeño.

García-Pozo, Sánchez-Ollero y Ons-Cappa, (2016), mencionan que en los últimos años el respeto por el medio ambiente ha sido tomado en cuenta por los turistas como una actividad de responsabilidad de consumo, ellos encontraron en el contexto español que la introducción de medidas eco-innovadoras tienen una influencia positiva y significativa sobre la productividad del trabajo, esto se expone, ya que esta productividad ha sido medida en otros estudios para evaluar el desempeño (de la Hoz, Fontalvo y Morelos 2014), lo anterior, pese a que la crisis económica redujo el crecimiento de la productividad.

Autores como Rexhepi, Kurtishi y Bexheti (2013), sugieren que la eco-innovación es una variable que puede ser explicada a través de la responsabilidad social empresarial (RSE), pues ellos afirman que en la actualidad la RSE, así como la innovación son la base de las competencias empresariales y reconocen que las empresas deben abordar problemáticas tanto sociales como ambientales, ya que su éxito en el futuro dependerá de cómo transformen estos desafíos en oportunidades para la innovación. Estos autores señalan que la eco-innovación tiene un papel importante como la nueva disciplina cuyo objetivo es reportar productos y procesos que contribuyen al desarrollo sustentable.

Hull y Rothenberg (2008), conectan variables como la innovación, la responsabilidad social y el desempeño, ya que en su estudio examinan la responsabilidad social empresarial (conceptualizada como una evaluación multidimensional del desempeño social empresarial), que mejora el desempeño financiero (permitiendo que la firma se diferencie) y proponen que esta relación es moderada por la innovación, (ya que la innovación impulsa la diferenciación de la empresa) puesto que la innovación es un conductor significativo del desempeño financiero. El artículo que se describe es de los pocos estudios cercanos al análisis de las variables que se pretenden investigar (responsabilidad social empresarial, desempeño y eco-innovación), que se han encontrado hasta el momento.

Considerando las variables a estudiar en esta investigación, se hace indispensable conocer la situación actual de la unidad de análisis en los contextos a analizar del sector restaurantero. Por consiguiente, se tiene que en México el sector restaurantero se encuentra considerado como una importante fuente de generación de empleos, destacando un impacto de este sector en ramas económicas, sin embargo, a últimas fechas en el estado de Oaxaca el desempeño

del sector ha decrecido debido a problemas presentados dentro de la entidad que afectan directamente sobre la economía de los oaxaqueños y sobre el desempeño económico de las empresas, principalmente en la imagen que se tiene frente al turismo nacional e internacional. De acuerdo con El Universal (2016), la industria restaurantera había generado para ese año apenas un 2% de crecimiento, que significa la mitad del ritmo al que se expandió en su mejor año el 2007, el diario menciona también que existe una complejidad económica en el sector, puesto que los negocios Oaxaqueños han reportado en su punto más crítico una baja en las ventas de hasta un 90% además de que el 40% de los restaurantes en Oaxaca ha tenido que recurrir a paros técnicos. Mendoza (2010), añade que la crisis, que derivó de la crisis financiera mundial en 2008, ha tenido terribles efectos en México y particularmente en el estado de Oaxaca, los cuales se ven reflejados en los principales indicadores económicos. Mendoza (2010), además señala que las afectaciones al desempeño de las empresas en el estado de Oaxaca se acentúan con la escasa afluencia de turismo. Lo anterior propone el decremento del desempeño económico y muestra aproximaciones a una posible crisis económica.

Por su parte, los negocios de restauración¹ en España han sufrido una caída importante en el número de sus establecimientos activos, presumiblemente a raíz de la crisis económica que afecta al país, como lo describe el diario El Economista (2015), pues revela que de acuerdo con los datos que la Federación Española de la Hostelería (Fehr), 44.582 establecimientos han cerrado, lo cual es una condición adversa que recae sobre la sociedad en general, pero principalmente sobre los involucrados en este sector, puesto que engrosa la pérdida de empleos en el país. Bajo el supuesto de los daños causados por la crisis al país europeo, Fernández de Guevara, Perez, Serrano (2015), exponen que, en muchos países, la intensidad de

¹ * Aquellos establecimientos que se ocupan de proporcionar a los viajeros, tanto españoles como extranjeros, y a los residentes, servicios de alimentación y bebidas.

la crisis económica actual y su duración ha generado consecuencias muy severas, que se representan en pérdidas de renta, riqueza y empleo para buena parte de la población.

Según esta información ambos contextos atraviesan por dificultades económicas, lo cual hace inevitable comparar sus economías que, contrario a lo que sucedía hace algunos años, a últimas fechas presentan ciertas similitudes. El INEGI (2017), indica que México aparece en un nivel muy cercano a España respecto a las comparaciones internacionales, al mostrar cifras de: 2, 059.69 miles de millones de dólares de EU para México, contra con 1,894.55 miles de millones para España, relativas a los países con las economías más grandes del mundo. Según datos estadísticos que miden el tamaño económico, el nivel de precio, y el nivel de bienestar material de los países. Además de que se muestra el mismo escenario para las consideraciones de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos) en las cuales se señala una semejanza de unidades entre estos países.

Resulta importante mencionar que el sector restaurantero puede tener actividades ambientalmente inadecuadas, las cuales suelen provocar una relación negativa con los clientes, autores como Chou, Cheng y Wang (2012), observan que la innovación tiene efectos positivos sobre la actitud y la intención de adoptar prácticas ambientales en restaurantes y por su parte autores como Namkung y Jang (2014), examinan que existe una disposición de los clientes a pagar un poco más por las prácticas verdes de un restaurante.

Como se ha mencionado anteriormente, no existen modelos que expliquen la problemática ambiental en las pequeñas y medianas empresas en países subdesarrollados, asociado a esto se tiene que los contextos donde se plantea la

investigación (México y España) son considerablemente diferentes, sin embargo actualmente muestran cierta semejanza, debido a que existen factores a nivel contextual que inciden en el comportamiento de las PyMES (Mendoza 2010; Fernández de Guevara *et al.* 2015), para cada contexto.

Con relación a la parte ambiental, se plantea que, la contribución de este trabajo se centra en la problemática de un país en el cual no se cuentan con modelos económicos que expliquen la realidad en el ámbito ambiental, para la cual se propone además la generación de cierto aporte dirigido a la problemática existente en la inconsistencia en los resultados, proponiendo una postura a esta contradicción.

Por lo que se postula la siguiente pregunta de investigación:

1.1.1 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cómo afecta la eco-innovación la relación entre responsabilidad social empresarial y desempeño a los negocios del sector restaurantero de Oaxaca y Madrid?

1.2 JUSTIFICACIÓN.

El sector restaurantero en el mundo es uno de los más demandados diariamente por diferentes tipos de clientes, debido a que comercia con una necesidad primaria para el ser humano. Existen diferentes conceptos y propuestas entre estos negocios, sin embargo, todos buscan un mismo fin; obtener un beneficio

económico a través de la venta de alimentos, por ende, se torna importante contar con cierta información contundente del ámbito empresarial, con recursos como censos económicos y otras fuentes que ayuden a su investigación.

La importancia actual del sector restaurantero es de tal magnitud que está contemplada como la actividad turística más importante según cifras del DENU (Diccionario Estadístico Nacional de Unidades Económicas) INEGI en 2016, el cual reporta que existen 420,310 negocios de preparación de comida en el territorio mexicano y a manera más específica se contempla una cifra de 17,411 restaurantes activos en el estado de Oaxaca. Lo anterior representa una cantidad sustancial dentro de una de las ciudades con mayor captación de turismo nacional y extranjero. De acuerdo con el diario británico *The Independent* (2016), Oaxaca se encuentra situado en una posición privilegiada, puesto que ha sido elegido como uno de los 8 sitios más interesantes del mundo para disfrutar de la comida.

Según el INEGI (2012), se registra a la industria restaurantera como el segundo mayor empleador a nivel nacional, superando en cuanto a la ocupación laboral se refiere al conjunto de personas ocupadas en los sectores de pesca, minería, electricidad, agua y distribución de gas por ductos. A partir de estas cifras se recalca la importancia del sector restaurantero para el producto interno bruto y la generación de empleos. Oaxaca es un estado subdesarrollado que ha sido una de las entidades con mayores índices de pobreza, de acuerdo con *La Jornada* (2016), en la última medición del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL), que es el organismo del estado encargado de la medición de la pobreza; las cifras han aumentado, puesto que se indica que aproximadamente 62 de cada 100 Oaxaqueños vivían en pobreza.

De acuerdo con la última auditoría realizada por la Auditoría Superior de la Federación (ASF) al estado en el periodo de 2011-2014, Oaxaca reportó ser la tercera proporción más alta del país con índices de pobreza respecto al total de habitantes de un estado, puesto que fue únicamente superado por Chiapas y Guerrero. Debido a la alta marginación, pobreza y al desempleo que existe en la entidad, se vuelve fundamental desarrollar investigaciones que en cierta medida impulsen estrategias que puedan hacer evolucionar al sector e impactar de manera positiva en la sociedad, ya que hasta el momento la falta de empleo es un factor importante para considerar.

Por otra parte, en el contexto español se tiene que existen 350 000 negocios de hostelería, en un estudio presentado por Coca-Cola se resalta que la dimensión de los bares es importante; pues postula que existe 1 bar por cada 132 personas. Específicamente la ciudad de Madrid, la cual ha sido nombrada en su momento como: “la ciudad de los restaurantes y bares” debido a su importante número de negocios en este rubro, cuenta con 9,788 establecimientos del sector restaurantero (restauración en España), según el diario El Mundo (2016), con datos de La Caixa, quien dispone de información económica española, sitúa a Madrid como líder en este tipo de establecimientos en el país español hasta 2013, y en información más reciente dicho diario también señala que al 2016, acorde al censo del Ayuntamiento de Madrid sobre actividades en locales abiertos la capital cuenta con 14,989 negocios con servicios de comidas y bebidas. No obstante, entre 2008 y 2012 se han cerrado 50.000 bares, de acuerdo con datos FEHR referidos a aquellos que han cancelado licencia, y las ventas en el sector hostelero han sufrido una caída acumulada de alrededor de un 22% (unos 13.000 millones de euros menos). En concreto, en 2012, las ventas disminuyeron cerca de un 6% en el conjunto de la restauración (3.000 millones de euros menos) debido principalmente al fenómeno derivado de la crisis económica española. Es importante resaltar que en este contexto se incluye en la concepción del sector de restauración según Fernández (2015), a “aquellos establecimientos que se ocupan de proporcionar a los viajeros,

tanto españoles como extranjeros, y a los residentes, servicios de alimentación y bebidas”, Quien también explica que esta definición comprende todo tipo de establecimientos, como son: los restaurantes tradicionales, cafeterías, bares o restaurantes de reciente aparición, o también denominados neo restauración tales como take away, fast food, verding, etc.

Los datos mencionados con anterioridad tanto en el contexto mexicano como español resaltan la importancia que tiene el sector restaurantero para ambos contextos. En el aspecto económico de la parte empresarial, propia de la administración de este sector, se busca que exista un desempeño óptimo y que esto genere cierta maximización de beneficio. En esta investigación se toma a la variable Responsabilidad social empresarial como una estrategia de prestigio hacia el cliente o consumidor directo, y se desarrolla no solo como responsabilidad de la empresa si no de publicidad indirecta, ya que es una estrategia que genera prestigio y a su vez confianza en el cliente, el CEMEFI (Centro Mexicano para la Filantropía) es la asociación encargada de promover la adquisición del distintivo de esta práctica y otorga una lista de las empresas comprometidas con esta estrategia que han obtenido voluntariamente el distintivo ESR (Empresa Socialmente Responsable), que actualmente lo sustentan 1126 empresas en México.

Dentro del ámbito ambiental se tiene que, de acuerdo con Llorente-Bousquets y Osegueda (2008), según las cifras que aporta la Comisión Nacional para el Conocimiento y el Uso de la Biodiversidad (CONABIO), México posee del 10 al 12% de las especies del mundo, lo que estimaría una cantidad aproximada de entre 180,000 y 210,000 especies en la república, teniendo en cuenta esta estimación, es importante resaltar que todo impacto que se realiza en el medio ambiente recae directamente hacia la biodiversidad. El modelo de esta investigación resulta importante debido a que calcula estrategias sustanciales en el área ambiental, ya que trabaja la variable de eco-innovación; orientada a la

implementación de prácticas ambientales y/o a la administración responsable de los recursos naturales dentro del contexto a investigar, a últimas fechas el estudio del aspecto ambiental dentro de las empresas ha sido muy importante, por lo tanto, desarrollar investigaciones que de cierta manera estén empleando variables ambientales se hace trascendental, por ende, se utilizan tales criterios de conciencia, lo cual es una parte que toma importancia puesto que como lo menciona Hillary (2000), las PyMES producen el 70% de la contaminación mundial, aunque esto se pretenda desestimar señalando a las grandes empresas como las principales emisoras.

Para sustentar este documento se ha encontrado en la literatura un importante trabajo que comparte una dirección de dimensiones con la propuesta de esta investigación; Hull y Rothenberg (2008), proponen la conjunción de tres variables las cuales buscan explicar el desempeño de una empresa centrándose en la variable desempeño y en la variable; desempeño social corporativo que anteriormente se ha propuesto en esta investigación como una medida de la Responsabilidad social empresarial, estos autores también toman en cuenta la variable innovación. Cabe mencionar que este estudio es el único recurso encontrado hasta el momento y por ello se resalta también la trascendencia de la contribución y el valor de este trabajo de investigación, ya que no existen investigaciones que se centren o bien estudien este tema, o que den una orientación similar o en su defecto cercana a lo que se pretende proponer en esta investigación. Es debido a la carencia de estudios que analicen estas variables en conjunto, que la investigación que se planea realizar tenga un alcance significativo, puesto que se contemplan diferentes ámbitos como, por ejemplo: el aspecto económico, el aspecto social, el aspecto ambiental y en mayor medida el aspecto científico o académico, que es donde reside la importancia de esta investigación, ya que en la actualidad se carece de estudios que presenten propuestas lo que con este documento podría postular y explicar cómo se desenvuelven estas variables y cuál es su evolución

dentro del desarrollo de los sectores y contextos a estudiar para con esto sentar bases hacia estudios posteriores si fuese el caso.

1.3 OBJETIVOS:

1.3.1. OBJETIVO GENERAL:

Analizar el papel de la eco-innovación en la relación entre responsabilidad social empresarial y desempeño en restaurantes de Oaxaca y Madrid para implementar estrategias en el sector restaurantero de Oaxaca que les permitan tener un mayor desempeño a largo plazo.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Identificar los tipos de Eco-innovación que caracterizan al sector restaurantero.
- Identificar dentro del desempeño acciones de diferenciación entre ambos contextos (Oaxaca y Madrid), con la finalidad de implementar estrategias en el sector restaurantero Oaxaqueño que les permitan tener un mejor desempeño.
- Identificar los tipos de acciones de RS que llevan a cabo los restaurantes en Oaxaca y Madrid.

CAPÍTULO 2

2. MARCO TEÓRICO

2.1.1 ANTECEDENTES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.

Hablar de los antecedentes de la responsabilidad social empresarial (RSE) es retroceder en el tiempo hacia autores como Carroll (1979), quien representa un clásico dentro de la literatura de RSE, este autor argumenta que la RSE es la responsabilidad social de un negocio, la cual incluye cuatro factores determinantes: 1) responsabilidad económica, 2) responsabilidad legal, 3) responsabilidad ética y 4) responsabilidad discrecional (que son expectativas filantrópicas que la sociedad tiene de las organizaciones en un momento dado).

En el trabajo de Carroll (1979) se indica una fecha importante, en la cual se incorpora la responsabilidad social al mundo corporativo, al tomar en cuenta el trabajo de Howard R. Bowen's (Social Responsibilities of the Businessman, 1953) como "una publicación que puede marcar la era moderna de la responsabilidad social", ya que muchos lo consideran como el primer libro definitivo en materia de RSE, además de dictaminar que a partir de este libro, muchos autores comenzaron a trabajar en el desarrollo del concepto de responsabilidad social.

El artículo de Carroll 1979 también hace referencia clave a la argumentación de Milton Friedman 1962, quien acepta forzosamente que la doctrina de la responsabilidad social es "fundamentalmente subversiva" y quien en general expone que: El único público al que la empresa debe rendir cuentas es a sus accionistas. Y que el único objetivo que debe buscar la empresa es la maximización del beneficio.

Friedman tiene una importancia relevante en los antecedentes de RSE debido a que su propuesta, dirigida a los stockholders se contrapone a las teorías que se perfilan adecuadas para estudiar la RSE, ya que prioriza el ámbito económico, sobre la responsabilidad.

Freeman (1994) y por su parte McWilliams y Siegel (2000), aportan estudios sobre el impacto de la RSE en la rentabilidad de la empresa, y refieren que la RSE se apoya en acciones que están encaminadas a favorecer el bienestar social.

A medida que el tiempo transcurre, algunos autores se han dado a la tarea de continuar con los estudios referentes a la RSE, McWilliams, Siegel y Wright (2006), argumentan que la responsabilidad social son aquellas situaciones en las que la empresa va más allá de la conformidad y se involucra con acciones para el bien social, hacia el interés de la empresa y hacia lo que es requerido por la ley.

Por su parte, Salehi y Azari (2009) en Saeidi, Sofian, Saeidi, Saeidi, Saeidi (2015), rememoran la hasta ahora inexistente concreción formal de un concepto de RSE, y recuerdan que el ámbito económico es la principal razón para establecer negocios e incorporar comportamientos éticos, exponen también que la fuerza y motivación detrás de este interés por la responsabilidad social empresarial, aunado a la sensibilidad ambiental, conducen a la exigencia sostenible que buscan los clientes en productos y servicios.

Rodríguez-Fernández (2016), toma en cuenta conceptos importantes e incorpora en su artículo planteamientos ligados a la RSE como el que la empresa debe devolver algo a la sociedad, por lo que se deben plantear acciones con alto contenido social y no únicamente buscar el beneficio hacia la rentabilidad. Este

autor, describe también el hecho de que las empresas conscientes se están enfocando cada vez más en la parte social y plantea que las preocupaciones por las principales dimensiones de la RSE están obligando a las empresas a incorporar sistemas que tomen en cuenta las observaciones de la ley, enfocadas en el bien hacia la sociedad y particularmente hacia los involucrados de la empresa. En este documento se proponen dos modelos de análisis para la RSE y sus dimensiones, con lo que se abre una brecha para revelar la situación de las empresas que están interesadas en la RSE desde un punto de vista económico, ya que estas empresas representan un factor importante en la aplicación de esta estrategia y contribuyen a la mejora social y la protección ambiental.

2.1.2 ANTECEDENTES DE DESEMPEÑO.

A través del tiempo un número considerable de autores se han esforzado por intentar explicar una definición del desempeño, y a su vez, del término “evaluación de desempeño”, al parecer, es necesario retomar sus aportaciones para tener un panorama fundamentado de cuánto tiempo se ha investigado esta variable y hacia donde se perfila su uso.

Taylor en Chiavenato (1987), hace referencia al “desempeño operativo” desde el año 1911 y lo enmarca como el corazón de la producción, dando con esto una de las primeras orientaciones del desempeño en el ámbito empresarial, y donde después otros autores encontrarían un vínculo para intentar definir lo que posteriormente haría referencia al término dirigido hacia la producción o incluso hacia el comportamiento de las personas en diferentes situaciones y en específico cuando se enfrentan a una evaluación.

Chiavenato (1987:54), formula una idea del desempeño, la cual sugería “la remuneración basada en el tiempo (empleados pagados por mes, por día o por hora) no estimulaba a ningún empleado a trabajar más, y debería ser sustituida por la remuneración de cada operario, (salario por pieza, por ejemplo) quien produce poco gana poco, y quien produce mucho gana en proporción a su producción”. Es decir, se comienza a generar el concepto de desempeño en función a la productividad.

Harris (1994), maneja el término como una evaluación que es motivada a través de distintos factores y a su vez lo plantea desde una perspectiva operaria, propone que existe un importante nexo con la motivación, principalmente si esta se concede en una recompensa de valor. Retoma a Cleaveland, Murphy y Williams (1989) argumentando que la evaluación formal del desempeño es usada para diferentes propósitos, incluyendo las decisiones de recursos humanos, retroalimentación y programas de evaluación. Este autor menciona también que, aunque ha habido una cantidad considerable de investigaciones centradas en esta evaluación del desempeño, la mayor parte de ellas se enfocan en entender y mejorar la habilidad del evaluador.

Más recientemente Schneier y Beatty (1985) en Madureira (2002), valoran una definición más simple del desempeño, como un comportamiento que ya ha sido evaluado, esto tomando en cuenta que se analiza el concepto de desempeño por sí solo, es decir, sin que le preceda el criterio de evaluación, ya que éste a su vez estaría redundando en el término de desempeño.

Después de esta primera concepción y considerando al desempeño como una manifestación independiente, Anibal y Costa en Madureira (2002), califican al desempeño como “la operación que consiste en evaluar el nivel de competencia de

una persona en relación con el nivel exigido por el puesto de trabajo que ella tiene” he aquí la presencia de la connotación laboral que muestran estos autores, y que va más allá de una actitud personal. En este sentido Murphy y Cleveland (1991) en Madureira (2002), señalan que existen críticas frente a estas opiniones, las cuales pueden ser evaluadas. Aquí se plantea una falta de empatía hacia comportamientos asociados con, por ejemplo, motivaciones personales, capacidades individuales y tipos de cualquier posible relación que se daría entre el evaluador y el evaluado.

2.1.3 ANTECEDENTES DE ECO-INNOVACIÓN

Para comenzar a describir los antecedentes de la variable eco-innovación, primero se tiene que hacer un repaso analítico por los antecedentes y los requerimientos que conlleva por sí mismo el término innovación, a continuación, se presenta la evolución de esta variable desde que surgen las bases para su conformación.

Comprender la Innovación o en su defecto la eco-innovación lleva al ejercicio necesario de definir cómo y quienes han intentado explicarlas, para comenzar es necesario recordar que estos términos tienden a encaminarse a la búsqueda de la mejora en diferentes aspectos de un producto o procedimiento. En el artículo de Oslo (1997: 56) podemos encontrar una declaratoria de innovación como: la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización de un lugar de trabajo o las relaciones exteriores. Oslo (1997), menciona cuatro tipos de innovación que en seguida se enlistan: innovaciones de producto, innovaciones de proceso, innovaciones organizativas e innovaciones de mercadotecnia. Aquí se denota

claramente que el término innovación está únicamente orientado a la parte empresarial, dejando a un lado la consideración ambiental.

Klemmer, Lehr y Löbbe., (1999) en Reenings (2000), enmarcan que los impactos de la innovación de los instrumentos de política ambiental han introducido el término “Innovación ambiental” o “Eco-innovación” (en su forma sintetizada). Eco-innovaciones son todas las medidas de los actores relevantes (empresas, políticos, uniones, asociaciones, iglesias, hogares) que desarrollan nuevas ideas, comportamientos, productos y procesos aplicados o introducidos, los cuales contribuyen a una reducción de cargas ambientales o a objetivos planteados con una visión sustentable. De acuerdo con esto tenemos que: Las eco-innovaciones pueden ser desarrolladas por empresas u organizaciones sin fines de lucro, y pueden ser o no negociadas en los mercados, y su naturaleza puede ser 1) tecnológica, 2) organizacional, 3) social o 4) institucional.

Reenings (2000) señala que para la investigación en los temas de desarrollo sustentable, las categorías de la OCDE descritas en Oslo (1997), son útiles, pero no suficientes; son utilizables porque las innovaciones en productos y procesos incluyen tecnologías ambientales y porque las innovaciones organizacionales incluyen ciertas medidas como lo son las eco- auditorías (Auditorías ambientales), sin embargo, plantea que existe una debilidad en dicho concepto debido a que no hace distinción explícita en innovaciones ambientales y no ambientales. Por lo tanto, este autor hace hincapié en que la definición general de innovación es un término neutral, diferente a la innovación orientada hacia el desarrollo sustentable.

Según Kemp y Pearson (2008: 7), “la eco-innovación es la producción, asimilación o la explotación de un producto, proceso de producción, servicio o gestión o método de negocio que es una novedad en la organización (desarrollada

o adoptada) y que implica, a lo largo de su ciclo de vida, una reducción de los riesgos ambientales, la contaminación y otros impactos negativos del uso de recursos (incluyendo el uso de energía) en comparación con las alternativas relevantes”.

La Comisión Europea engloba el término eco-innovación directamente en el apartado de comunicación del Programa Marco Competitividad e Innovación (CIP por sus siglas en inglés) 2007- 2013, con el slogan “Eco-innovación, cuando los negocios se comprometen con el medioambiente” y reconoce a la eco-innovación en Miret-Pastor, Segarra-Oña, Peiró-Signes, (2011), como cualquier forma de innovación que permita mejorar la implantación de medidas hacia el desarrollo sustentable, lo cual, puede convertirse en un aprovechamiento mejor empleado de los recursos, y un menor impacto sobre el medio ambiente.

2.1.4 ANTECEDENTES DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN

Existen pocos artículos que indiquen una relación directa entre RSE, desempeño a través eco-innovación, principalmente por la naturaleza actual en los estudios de la relación de estas variables con esta manera de interacción. Dentro de los documentos cercanos a este análisis de los antecedentes se pueden exponer que:

Partiendo de los orígenes fundamentados que se han tocado en esta investigación, se asume el artículo de McWilliams y Siegel (2000), como un análisis importante en la propuesta de la relación entre responsabilidad social empresarial y desempeño, en donde se argumenta que la relación entre RSE y desempeño es resultado de las preocupaciones de las partes interesadas de una empresa hacia los compromisos con las diferentes dimensiones en las que debe comprometerse

ésta, es decir, sus ámbitos económico, social y ambiental, tomando en cuenta por un lado, las empresas que han dedicado más recursos a este compromiso y en contraste, los empresarios de corporaciones que se han resistido a adoptar la RSE argumentando que es una inversión adicional que resulta débil con sus esfuerzos orientados a maximizar su beneficio.

Hull y Rothenberg (2008), estudiaron la relación entre el desempeño social corporativo, el desempeño financiero y la innovación, anterior a esto, se había analizado el tema únicamente como una relación sencilla, la cual es analizada en McWilliams y Siegel (2000). Hull y Rothenberg analizan la relación desde el desempeño social de la empresa, el cual McWilliams y Siegel (2000: 606) califican como: “una medida de la responsabilidad social empresarial”. El desempeño social corporativo es mostrado como una parte especificada de la relación entre las tres dimensiones de la RSE y conlleva a la relación con los clientes y proveedores, la relación con los accionistas y la relación con la comunidad civil, y además destaca la satisfacción laboral de sus empleados, lo cual muestra preocupación por una parte importante de la empresa, y en cierta medida de los involucrados. Estos autores establecen a la innovación en este estudio como una variable que podría moderar la relación entre el DSC (Desempeño Social Corporativo que es parte de la RSE) y el Desempeño, lo cual según la investigación impulsaría la diferenciación de la empresa.

Abernathy y Clark, (1985) en Hull y Rothenberg (2008), mencionan que la innovación ha sido una fuerza poderosa en el incremento de nuestro estilo común de vida a través de la historia, y debido a esto toman a la innovación como una parte importante, puesto que ellos aluden a que algunos trabajos han examinado esta variable poniendo especial atención a la demanda del mercado, en donde también mencionan que “el enfoque no se ha dado propiamente en el proceso de innovación en sí mismo, sino en aquellos aspectos ambientales de la empresa (o industria) que

estimulan o retrasan el avance técnico” Hull y Rothenberg (2008): 782. Este artículo es importante porque hace mención a la parte ambiental y cómo la innovación podría estar dirigida en cierta medida a temas ambientales, es decir, no solo contempla la parte de la innovación en el sentido tecnológico y de progreso o como una mejora, sino que además incrementa la atención a la innovación en materia ambiental empresarial, lo que para esta investigación se hace de especial importancia puesto que se incluye una variable ambiental que es la eco-innovación, la cual interviene en la relación principal.

2.1.5 ANTECEDENTES DE LA TEORÍA BASADA EN LOS RECURSOS.

Como primer antecedente de esta teoría se ha identificado el trabajo de Penrose (1959), en el cual se considera a la empresa como un conjunto único de recursos productivos. Sin embargo, Barney, Ketchen y Wright (2011), señalan que, aunque algunos trabajos anteriores habían identificado recursos organizacionales como importantes (por ejemplo, Penrose, 1959), la TBR no comenzó a tomar forma hasta los años ochenta. Los autores mencionan que esa década estuvo dominada por marcos que se enfocaron externamente, como por ejemplo el modelo de cinco fuerzas de Porter (1980), pero el surgimiento gradual de la TBR comenzó a redirigir la atención dentro de las organizaciones (Hoskisson, Hitt, Wan y Yiu, 1999).

Para explicar los antecedentes y la evolución de la teoría basada en los recursos se incluye a continuación la siguiente tabla propuesta por Barney (2011), en la cual se indican las contribuciones clave a esta teoría en las distintas etapas de su evolución; introducción, crecimiento y madurez.

Tabla 1. El ciclo de vida de la teoría basada en recursos: documentos seleccionados.

Autor(es) y fecha	Contribución clave
<i>Etapa de introducción</i>	
Penrose, 1959.	Teorizó sobre cómo los recursos de una empresa influyen en su crecimiento; en particular, el crecimiento se ve limitado cuando los recursos son insuficientes.
Lippman y Rumelt, 1982.	Explicaron los conceptos de inimitabilidad y ambigüedad causal; Estos conceptos se convirtieron en elementos centrales de la teoría basada en los recursos.
Wernerfelt, 1984.	Hizo hincapié en el valor de centrarse en los recursos de las empresas más que en sus productos; acuñó el término Resource-based view (TBR).
Barney, 1986.	Teorizó sobre cómo la cultura organizacional podría ser una fuente de ventaja competitiva sostenida.
Dierickx y Cool, 1989.	Desarrollaron la noción de que los recursos son especialmente útiles cuando no hay sustitutos efectivos disponibles.
Barney, 1991.	Presentó y desarrolló los principios básicos de la TBR; Presentó una definición detallada de los recursos; Y articuló el conjunto completo de características que hacen de un recurso una fuente potencial de ventaja competitiva (es decir, valiosos, raros, inimitables y no sustituibles).

- Harrison, Hitt, Hoskisson, y Ireland, 1991. Destacaron el valor de los recursos y la sinergia entre los recursos en el contexto de la diversificación.
- Castanias y Helfat, 1991. Caracterizaron a los CEO como recursos firmes que poseen cualidades (idiosincrásicas) variables y cantidades de habilidades generales, específicas del sector y específicas de la empresa.
- Fiol, 1991. Identidad organizacional propuesta como una competencia básica que conduce a una ventaja competitiva.
- Conner, 1991. Yuxtapone la TBR con la economía de la organización industrial para demostrar que la TBR se estaba desarrollando como una nueva teoría de la empresa.

Etapas de crecimiento

- Mahoney y Pandian, 1992. Delinearon aún más la TBR relacionándola con competencias distintivas, economía organizacional y teoría sobre la organización industrial.
- Kogut y Zander, 1992. Introdujo el concepto de capacidades combinatorias; Destacó la importancia del conocimiento como recurso.
- Amit y Schoemaker, 1993. Dividieron la construcción global de recursos en recursos y capacidades.
- Peteraf, 1993. Describió las condiciones bajo las cuales existe ventaja competitiva
- Hart, 1995. Introdujo y desarrolló un spin-off (efecto indirecto) conceptual de la TBR llamada la teoría basada en los recursos naturales de la empresa.

- Grant, 1996. Articuló la visión basada en el conocimiento de la empresa como un spin-off de la TBR.
- Miller y Shamsie, 1996. Probaron el vínculo recursos-desempeño mientras se miden los recursos directamente; Ganador del premio anual de mejor trabajo (Journal) de la Academy of Management.
- Conner y Prahalad, 1996. Identifican situaciones en las que la aplicación de argumentos basados en el oportunismo y argumentos basados en el conocimiento pueden conducir a predicciones opuestas sobre la organización de la actividad económica.
- Oliver, 1997. Teorizó sobre cómo la TBR y la teoría institucional pueden en conjunto, explicar mejor la ventaja competitiva sostenida.
- Teece, Pisano, y Shuen, 1997. Se basaron en ideas de la TBR para introducir el concepto de capacidades dinámicas; en particular, explicaron la ventaja competitiva como resultado de la confluencia de activos, procesos y caminos evolutivos.
- Coff, 1999. Inició la discusión de cómo las ganancias excesivas derivadas de los recursos podrían ser apropiadas (tomadas) por varias partes interesadas.
- Combs y Ketchen, 1999. Examinaron cómo conciliar las predicciones competidoras de la TBR y la economía organizacional sobre la elección de la forma organizacional.

Etapas de madurez

- Alvarez y Busenitz, 2001. Explicaron las contribuciones de la TBR a la investigación emprendedora y articularon otras contribuciones que podrían hacerse.
- Priem y Butler, 2001a, 2001b; Barney, 2001. Debatieron la utilidad de la TBR como una teoría de la estrategia y la organización.
- Wright, Dunford, y Snell, 2001. Explicaron las contribuciones de la teoría basada en los recursos (TBR) a la investigación de gestión de recursos humanos y articuló otras contribuciones que podrían hacerse.
- Barney, Wright, y Ketchen, 2001. Identificaron el impacto de la TBR en temas relacionados.
- Makadok y Barney, 2001. Construyeron una teoría sobre la información que las empresas deberían enfatizar cuando intentan comprar recursos escasos.
- Makadok, 2001. Sintetiza ideas sobre el exceso de beneficios ofrecidos por la TBR y la teoría sobre capacidades dinámicas.
- Lippman y Rumelt, 2003. Iniciaron la discusión de las micro fundaciones de la TBR introduciendo una perspectiva de pagos.
- Irlanda, Hitt y Sirmon, 2003. Introdujeron el espíritu empresarial estratégico como el reconocimiento de los recursos necesarios para explotar las oportunidades de crecimiento con el fin de crear y mantener la ventaja competitiva.
- Winter, 2003. Introdujo y explicó el concepto de capacidades de orden superior.

Fuente: Barney, Ketchen y Wright. (2011). Tabla 1. El ciclo de vida de la teoría basada en recursos: documentos seleccionados.

2.2 LA TEORÍA BASADA EN LOS RECURSOS.

La teoría basada en los recursos, Barney (1991), sugiere que las empresas obtienen ventajas competitivas sostenibles mediante la implementación de estrategias que exploten sus fortalezas internas respondiendo a oportunidades, mientras neutralizan amenazas externas y evitan debilidades internas. Barney (1991), menciona que la mayoría de las investigaciones orientadas a recursos de ventaja competitiva sostenible se han enfocado en aislar las oportunidades y amenazas de una empresa, describiendo sus fortalezas y debilidades o analizando cómo se combinan para elegir estrategias.

Aunque tanto el análisis interno (de las fortalezas y debilidades organizacionales) como el análisis externo (de las oportunidades y amenazas) han recibido cierta atención dentro de la literatura (Figura 1). Los trabajos recientes tienden a centrarse en analizar principalmente las oportunidades y amenazas de una empresa en su ambiente competitivo, por lo que esta teoría intenta describir las condiciones del entorno que favorecen altos niveles de desempeño empresarial.

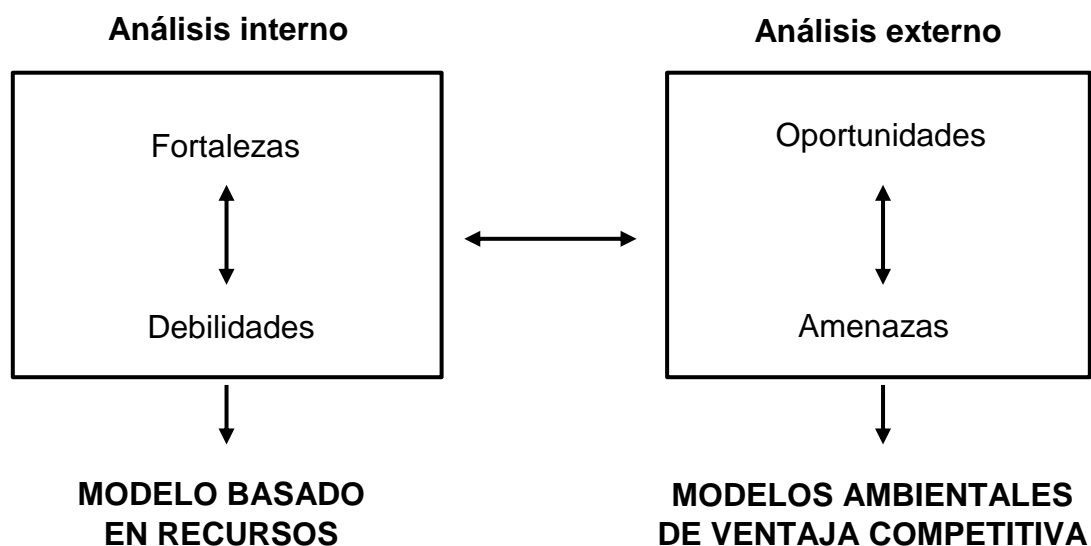


Figura 1. Barney (1991). La relación entre el análisis tradicional “fortalezas-debilidades-oportunidades-amenazas”, y el modelo basado en recursos y modelos de atractivo de la industria.

La teoría basada en los recursos postula dos supuestos principales que se explican a continuación:

- Los modelos de ventaja competitiva han asumido que las empresas dentro de una industria (o empresas dentro de un grupo estratégico) son idénticas en términos de los recursos estratégicamente relevantes de los que tienen control y de las estrategias que persiguen.
- Estos modelos suponen que, si la heterogeneidad de los recursos se desarrolla en una industria o grupo, esa heterogeneidad será muy corta, puesto que los recursos que las empresas usan para implementar sus estrategias son altamente móviles (pueden ser comprados y vendidos en el mercado de factores).

De acuerdo con Barney (1991), con el objetivo evitar una posible confusión, resulta importante definir conceptos claves que son centrales en su perspectiva desarrollada, por tanto, a continuación, se presenta un resumen de los conceptos: recursos de la empresa, ventaja competitiva y ventaja competitiva sostenida.

Recursos de la empresa

Los recursos de la empresa incluyen todos los activos, capacidades, procesos organizacionales, atributos de la empresa, información, conocimiento, etc. Controlados por una empresa, que permiten a la empresa concebir e implementar estrategias que mejoren su eficiencia y efectividad (Draft, 1983). En el lenguaje del análisis estratégico tradicional, los recursos de la empresa son fortalezas que la empresa puede usar para concebir e implementar sus estrategias (Learned, Christensen, Andrews y Guth, 1969; Porter, 1981 en Barney 1991).

Según Barney (1991), dentro de los numerosos recursos de la empresa posibles, se pueden clasificar en tres categorías convencionales: recursos de capital físico (tecnología usada en la empresa, maquinaria y equipo usados en la empresa, ubicación geográfica y su acceso a materias primas), recursos de capital humano (la capacitación, experiencia, criterio, inteligencia, relaciones y la visión individual de los gerentes y trabajadores dentro de una empresa), y recursos de capital organizacional (la estructura formal de informes de una empresa, su planificación formal e informal, sus sistemas de control y coordinación, así como las relaciones informales entre grupos dentro de una empresa y entre una empresa y un grupo en su entorno). Bajo ciertas condiciones estos recursos de la empresa pueden ser una fuente de ventaja competitiva para la empresa.

Ventaja competitiva y ventaja competitiva sostenible

Se dice que una empresa tiene una ventaja competitiva cuando implementa una estrategia de creación de valor implementada simultáneamente por cualquier competidor actual o potencial. Mientras que, una empresa tiene una ventaja competitiva sostenida cuando implementa una estrategia de creación de valor no implementada simultáneamente por cualquier competidor actual o potencial y cuando esa otra empresa es incapaz de duplicar los beneficios de esta estrategia.

Barney (1991), aclara que a pesar de que algunos autores (Jacobsen, 1988; Porter, 1985) han sugerido que la ventaja competitiva sostenida es simplemente una ventaja competitiva que dura un largo periodo de tiempo del calendario, su postulado no se refiere a un periodo de tiempo, sino a la posibilidad de duplicación competitiva. Sin embargo, el que una ventaja competitiva sea sostenida no implica que durará por siempre, solo sugiere que no competirá (será capaz de reproducirse) a pesar de los esfuerzos de duplicación de las empresas. Un punto a tener en cuenta es que los cambios imprevistos en la estructura económica de una industria pueden determinar que lo que en algún momento fuera fuente de ventaja competitiva

sostenida deje de ser valioso para a empresa y, por tanto, no sea más una fuente de ventaja competitiva sostenida.

Esta teoría examina el rol de la particularidad y los recursos inmóviles de la empresa en la creación de ventaja competitiva sostenida. De acuerdo con el autor, la homogeneidad y movilidad toman un papel importante en este planteamiento, ya que sugieren que las empresas cuentan con la misma cantidad y el mismo tipo de capital (físico, humano y organizacional) estratégico relevante, es decir, que al ser homogéneas cualquier empresa de esa industria (o grupo) puede concebir e implementar las mismas estrategias, así que, todas ellas mejorarían su eficiencia y efectividad de la misma manera y en la misma medida. Por tanto, en este tipo de industria no es posible que las empresas gocen de una ventaja competitiva sostenida.

Por tanto, se ha sugerido (Barney 1991), que para entender los recursos de ventaja competitiva sostenida es necesario comenzar con el supuesto de que los recursos de la empresa deben ser heterogéneos e inmóviles. Sin embargo, no todos los recursos poseen el potencial de ventaja competitiva sostenida, puesto que para tenerlo un recurso debe contar con cuatro atributos:

- a) Ser valioso,
- b) Ser raro,
- c) Ser imperfectamente imitable (inimitable),
- d) Ser sustituible.

Recursos Valiosos

Los recursos de la empresa solo pueden ser un recurso de ventaja competitiva o ventaja competitiva sostenida cuando son valiosos. Si un recurso agrega valor permitiendo a una empresa explotar sus oportunidades y neutralizar

amenazas, entonces se considera como un recurso valioso. Consecuentemente los recursos son valiosos cuando permiten a una empresa concebir e implementar estrategias que mejoran su eficiencia y efectividad.

Recursos Raros

Los recursos con los que solo cuentan muy pocas empresas se consideran raros. Si bien una empresa con recursos valiosos y comunes ayudará a la empresa a asegurar su supervivencia cuando son explotados para crear paridad competitiva en una industria (Barney 1991), no logrará obtener ventaja competitiva a menos que sea raro.

Recursos imperfectamente imitables (imitabilidad)

Una empresa que cuenta con recursos valiosos y raros puede alcanzar una ventaja competitiva sostenida, si otras empresas no poseen estos recursos o no pueden obtenerlos; lo que hace a estos imperfectamente imitables (Lippman y Rumelt, 1982). Los recursos de la empresa pueden ser imperfectamente imitables por una razón o una combinación de tres razones:

a) La habilidad de una empresa para obtener recursos depende de *condiciones históricas únicas*.

b) El vínculo entre los recursos que posee una empresa y una ventaja competitiva de una empresa es *causalmente ambiguo*.

c) El recurso que genera una ventaja de la empresa es *socialmente complejo*.

Recursos sustituibles

No deben existir recursos valiosos estratégicamente equivalentes que no sean raros o imitables. Dos recursos valiosos, son estratégicamente imitables cuando cada uno puede ser explotado por separado para implementar las mismas estrategias, por tanto, debe ser imposible que una empresa imite exactamente los recursos de otra empresa.

Barney (1991), expone que se puede aplicar un análisis de los recursos de la empresa que pueden ser fuentes de ventaja competitiva, puesto que explica las condiciones bajo las cuales la ventaja competitiva sostenida existe y mejora su comprensión (figura 2).

Es importante recordar que la teoría basada en los recursos toma en cuenta tanto los recursos como las capacidades con las que la empresa cuenta como activos estratégicos (generadores de valor), los cuales tienen como fin lograr ventaja competitiva sostenible. Los recursos son activos tangibles e intangibles (Wernerfelt 1984) de los que dispone una empresa y que pueden ser usados para elegir e implementar estrategias (Barney *et al.* 2011).

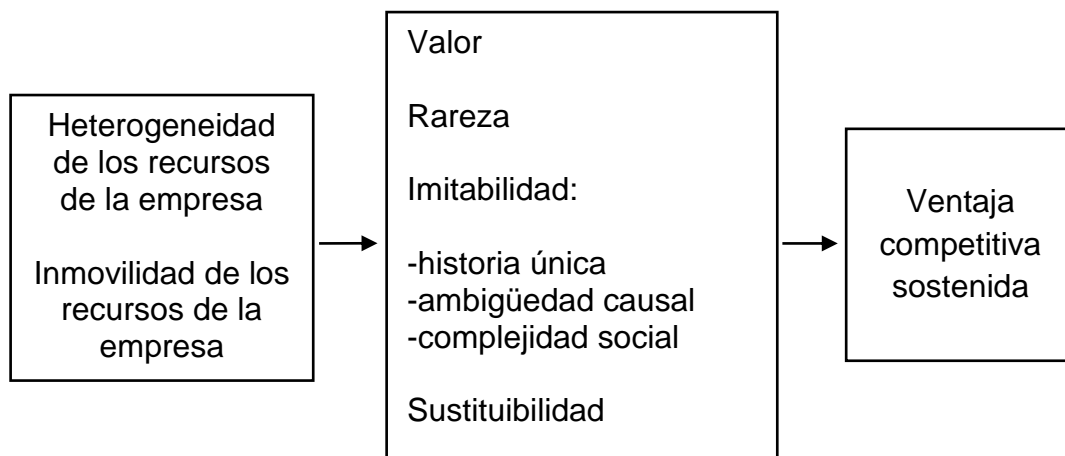


Figura 2: Barney (1991). La relación entre la heterogeneidad de los recursos y la inmovilidad, el valor, la rareza, la imitabilidad y la sustituibilidad, y la ventaja competitiva sostenida.

Reputaciones positivas y ventajas competitivas sostenidas

La reputación positiva entre los clientes y proveedores ha sido citada dentro de la literatura como fuente de ventaja competitiva (Porter, 1980). Una aplicación del trabajo presentado en la Figura 2, sugiere las condiciones bajo las cuales la reputación positiva de la empresa puede ser una fuente de ventaja competitiva sostenida.

Si tan solo unas pocas empresas competidoras tienen una reputación positiva, entonces son raras. En general, el desarrollo de una reputación positiva usualmente depende de trasfondos históricos específicos y difíciles de duplicar. En la medida en que la reputación positiva de una empresa en particular dependa de dichos incidentes históricos, puede ser imperfectamente imitable. Además de que la reputación positiva de la empresa puede considerarse como la existencia de relaciones sociales informales entre empresas y partes interesadas clave, y es probable que tales relaciones informales sean socialmente complejas, consecuentemente, son imperfectamente imitables.

Esta teoría enfatiza la importancia de los recursos de la empresa como una pieza clave en la búsqueda de un mejor desempeño empresarial. Autores como Waddock y Graves, (1997) y McWilliams y Siegel, (2000, 2001), han estudiado la responsabilidad social empresarial en diferentes contextos e industrias, encontrando resultados positivos en la generación de un mejor desempeño en la empresa. Con el objetivo de evitar la confusión dadas las diferentes conceptualizaciones disponibles, en este trabajo de investigación se adopta la definición de la RSE propuesta por Aguinis (2011:855): “Acciones y políticas organizacionales específicas del contexto que tienen en cuenta las expectativas de

las partes interesadas y la triple rentabilidad del desempeño económico, social y ambiental”.

Debido a que las empresas buscan la RSE en cierta medida por razones estratégicas, las actividades de responsabilidad social empresarial pueden mejorar la base de recursos de la empresa en relación con la de sus rivales (Mackey, Mackey y Barney 2007). Castelo y Lima (2006), analizaron la aplicación de la teoría basada en los recursos dirigida hacia la responsabilidad social empresarial, puesto que para estos autores esta teoría es considerada como un punto útil en el análisis de RSE, esto se debe a que enfatiza la importancia de los recursos y capacidades intangibles y considera que pueden ser los recursos más importantes del éxito empresarial.

De acuerdo con Gallego, Prado y García (2011), uno de los primeros estudios en aplicar la TBR a la RSE fue Hart (1995), el cual se centra en cierta dimensión de la responsabilidad social y argumenta que ésta puede ser un recurso o capacidad que conduce a la ventaja competitiva sostenida. Adicionalmente, autores como McWilliams, Van Fleet y Cory (2002), consideran que las prácticas de RSC apoyadas por estrategias políticas pueden utilizarse para crear una ventaja competitiva sostenible, para reforzar esta idea, McWilliams y Siegel (2011), postulan que la RSE trata de cualquier actividad responsable que permita a una empresa lograr una ventaja competitiva sostenida.

Por otro lado, Russo y Fouts (1997), señalan que la TBR puede ser aplicada con éxito a asuntos de responsabilidad social empresarial. En su estudio basado en la TBR, postulan que el desempeño ambiental y el desempeño económico están vinculados positivamente, pues encontraron resultados que indican que "vale la pena ser verde" (Russo y Fouts 1997: 549). Nidumolu, Prahalad y Rangaswami

(2009), consideran que en el futuro sólo las empresas que hagan de la sostenibilidad un objetivo lograrán una ventaja competitiva, lo cual significa replantear los modelos de negocio, así como los productos, las tecnologías y los procesos.

Para propósitos de esta investigación, después de una revisión teórica, se toma la RSE como un recurso intangible, puesto que la RSE se ha asociado con características de este tipo de recursos, tales como: el compromiso y la búsqueda de una buena relación con los proveedores y clientes. Autores como Russo y Fouts (1997), destacan que estos recursos intangibles incluyen como atributo: la reputación.

Por su parte, resulta relevante resaltar el lugar de la eco-innovación, que en este trabajo se propone como una ventaja competitiva, ya que de acuerdo con Barney (1991), los recursos intangibles conllevan a una ventaja competitiva que a su vez deriva en un mejor desempeño empresarial. Tomando en cuenta que estudios como Zhang y Walton (2016), han analizado la eco-innovación desde la teoría basada en los recursos, mencionando que puede contribuir significativamente al desempeño de los negocios. Lo anterior, refuerza lo sugerido por estudios como Cheng *et al.* (2014), quienes argumentan que la eco-innovación contribuye al desempeño empresarial.

Además, se advierte a la eco-innovación como una variable interviniente, ya que en investigaciones anteriores (Wanger 2010, Hull y Rothenberg 2008) se han identificado bases de estas variables explicando la relación entre responsabilidad social y desempeño contemplando un efecto mediador a partir de la innovación, sin embargo, no se ha encontrado suficiente literatura que permita proponer el efecto de la eco-innovación en el modelo propuesto.

El término eco-innovación, se refiere al proceso de desarrollo de nuevos productos, procesos o servicios que proporcionan valor al cliente y al negocio, pero que reducen significativamente el impacto ambiental (Fussler y James, 1996 en Carrillo-Hermosilla, del Rio y Könnölä 2010). La eco-innovación guarda relación con el término "eco-eficiencia" debido a que este concepto ha sido precursor en vincular el desempeño ambiental con el desempeño económico. Andersen y Foxon (2009), destacan que la eco-eficiencia es importante porque vincula una actividad dada a su impacto ambiental. De acuerdo con estos autores existe una definición la cual propone que: "La ecoeficiencia puede lograrse mediante la entrega de bienes y servicios a precios competitivos que satisfagan las necesidades humanas y aporten calidad de vida, mientras se reducen progresivamente los impactos ecológicos y la intensidad energética y de recursos a lo largo del ciclo de vida, al tiempo que reducen progresivamente los impactos ecológicos y la intensidad energética y de recursos a lo largo del ciclo de vida a un nivel al menos en línea con la capacidad de carga estimada de la tierra" (WBCSD 2000 en Andersen y Foxon 2009).

De manera integral, las eco-innovaciones son todas las medidas de los actores relevantes (empresas, políticos, sindicatos, asociaciones, iglesias, hogares) que desarrollan nuevas ideas, comportamientos, productos y procesos, los aplican o introducen y que contribuyen a la reducción de las cargas medioambientales o a los objetivos de sostenibilidad ecológicamente especificados (Rennings, 2000).

Según este autor, las eco-innovaciones pueden ser desarrolladas por empresas u organizaciones sin fines de lucro, pueden comercializarse en mercados o no, y su naturaleza puede ser tecnológica, organizacional, social o institucional. Las medidas tecnológicas ambientales pueden diferenciarse por aquellas que pertenecen a la protección ambiental curativa (por ejemplo, descontaminación del

suelo) o preventiva. A continuación, se expone la Figura 3, en la cual se explica cómo las medidas preventivas se pueden subdividir en medidas de protección integrada y aditiva.

Figura 3. Tecnologías ambientales preventivas.

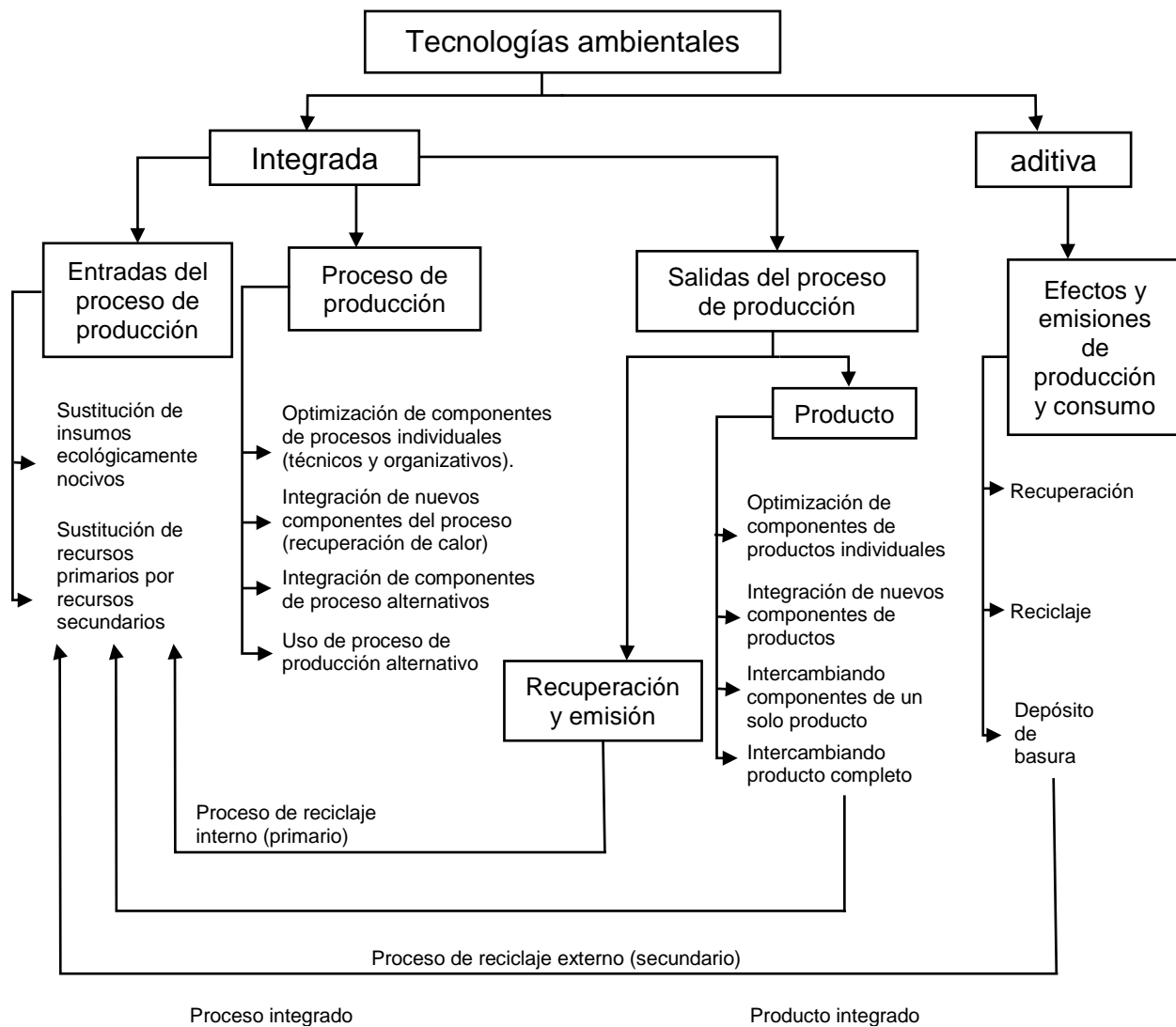


Figura 3. Rennings (2000). Tecnologías ambientales preventivas.

Como contexto de referencia se tiene que, el modelo europeo de gobernanza pública consolidado por la "Estrategia Europa 2020" promueve un tipo de economía de mercado centrada en la competencia y el acceso de los consumidores como fuente real de estímulo al crecimiento económico basado en la innovación. En el documento de la UE titulado "Una estrategia renovada de la UE 2011-2014 para la RSE" (Parlamento Europeo, 2011), la Comisión Europea considera que las preocupaciones sobre la RSE se han convertido en una constante de sus acciones y está en el centro del proceso y su estrategia comercial. En general, se argumenta que la RSE debe integrarse en modelos de gestión empresarial, ya que es útil para justificar opciones estratégicas y permite a la empresa generar activos estratégicos intangibles valiosos para lograr ventajas competitivas y un alto nivel de rendimiento financiero (Martinez-Conesa, Soto-Acosta, Palacios, 2016).

2.3 RELACIÓN ENTRE VARIABLES Y FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS.

La relevancia de explicar la relación entre las variables de esta investigación se hace esencial, ya que hasta el momento no se han encontrado estudios que analicen las tres variables en conjunto. Por esta razón, se hace necesario reportar que los estudios localizados fomentan una relación cercana a lo que se pretende investigar.

La responsabilidad social empresarial integra dimensiones que guardan intereses cercanos a las estrategias empresariales organizacionales como lo son las partes económica y social, sin embargo, se han estudiado otras dimensiones, tales como; la dimensión ambiental, en la cual se promueve la responsabilidad de las organizaciones hacia el medioambiente, en la búsqueda por un mejor desempeño, como respuesta a las exigencias empresariales y sociales actuales. Rexhepi *et al.* (2013), señalan que RSE al igual que la innovación son estrategias de competencia empresarial que brindan oportunidad a las empresas de

transformar desafíos en oportunidades para innovar y con esto proponen la búsqueda por un desarrollo sustentable tomando en cuenta la eco-innovación en su camino hacia el éxito.

A continuación, se presentan los estudios encontrados que se acercan más a las variables y a la orientación de esta investigación:

2.3.1 RELACIÓN ENTRE VARIABLES RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, DESEMPEÑO Y ECO-INNOVACIÓN.

Un artículo que podría plantearse como precursor a las aproximaciones de las variables que se pretenden investigar, debido a que es un estudio citado de manera recurrente por autores que pretenden acercarse a esa relación, es el de Hull y Rothenberg (2008), en el cual se muestra como estos autores estudiaron temas provenientes de la responsabilidad social empresarial y el impacto que pueden generar sobre el desempeño y la posibilidad de que estos permitan a la empresa diferenciarse y a su vez se pueda moderar a ambas variables mediante la innovación. Estos autores encontraron que la innovación influye positivamente en el desempeño financiero de la empresa, mientras que por su parte la medida de la responsabilidad social empresarial mostró poca señal de afectar directamente al desempeño financiero de la empresa. Es importante mencionar que, si bien en este artículo no se analiza una relación que envuelva a las tres variables en conjunto, sí se encuentran relaciones directas entre ellas, lo cual sugiere que; cuando se incluyen las interacciones de esta medida de RSE con la innovación de la empresa, la RSE tiene un efecto positivo sobre el desempeño. Ya que la RSE tiene un impacto más positivo en el desempeño financiero entre empresas en industrias relativamente indiferenciadas, es decir, en las cuales no se encuentran características diferentes.

Por otro lado, Costa, Lages y Hortinha (2015), estudiaron la responsabilidad social empresarial y su impacto sobre la innovación y el desempeño en mercados en exportación, en este estudio analizaron a empresas portuguesas, ya que para éstas la exportación es una condición para sobrevivir, debido tanto a la crisis económica actual como al pequeño mercado interno existente en ese país. Para el desarrollo de este estudio los investigadores utilizaron una muestra de empresas de mediana y alta tecnología, con una cantidad total de 170 cuestionarios válidos. Este estudio se centró en cómo los principios de RSE influyen en la capacidad de los recursos tecnológicos para mejorar la innovación de las empresas y como la innovación logra el desempeño de las exportaciones. Al estudiar a los exportadores de tecnología, se revelan las circunstancias en las que las empresas pueden beneficiarse de una mayor innovación debido a la presencia de los principios de RSE. Los resultados señalan que, mientras la RSE contribuye a aumentar el impacto de la innovación, existe un impacto perjudicial sobre el efecto de la innovación en el desempeño de exportación. Por otra parte, si bien la RSE contribuye a desarrollar un mayor impacto de la orientación tecnológica sobre la innovación, el efecto de la RSE para construir una innovación más intensiva no es significativo. Los autores mencionan las implicaciones para la teoría y la práctica son discutidas. En conclusión, este artículo no conjuga las variables en cuanto a una relación bilateral, es decir, no incorpora la relación que hay entre la totalidad de ellas, sin embargo, sí analiza cómo influye la RSE en la innovación y el impacto que tiene la innovación sobre el desempeño, lo cual se asemeja parcialmente al interés del estudio a realizar.

Gallardo-Vázquez, Sánchez-Hernández y Corchuelo-Martínez-Azúa (2013), propusieron que la importancia de la responsabilidad social es mayor al relacionar esta variable empresarial con otras de naturaleza estratégica en la actividad de las empresas, como lo son: el desempeño que desarrolla la empresa y las innovaciones que implementa. De manera posterior Sánchez-Hernández, Costa, Carvalho y

Gallardo-Vázquez (2015), realizaron un estudio que analiza las variables; responsabilidad social, desempeño e innovación de manera que las relaciones surgidas conduzcan al éxito competitivo, ellos sugirieron que la responsabilidad social se considera una cuestión crucial para mejorar la competitividad en las empresas a largo plazo, ya que se ha demostrado la relación causal con variables estratégicas del negocio. Para este artículo tomaron una muestra de 91 empresas de la región metropolitana de Lisboa, usada para comprender el vínculo entre responsabilidad social y éxito competitivo. Los resultados de este análisis mostraron que el efecto de la responsabilidad social sobre el éxito competitivo es positivo y significativo, así como el efecto de la responsabilidad social sobre la innovación, sin embargo, el estudio señala que no todas las relaciones fueron verificadas, ya que no se pudo comprobar influencia alguna de la responsabilidad social sobre el desempeño. Es necesario mencionar que este análisis involucra a las variables a estudiar, pero muestra una variable adicional que es el éxito competitivo, la cual es importante resaltar no es objeto de estudio para la investigación que se propone.

Entre tanto, en una investigación realizada por Cegarra-Navarro, Reverte, Gómez Melero y Wensley (2016), centraron el papel de la cultura de innovación de una empresa en la vinculación de las responsabilidades económicas y sociales con el desempeño financiero. Como lo señalan estos autores, el estudio abordó las siguientes preguntas: ¿La innovación desencadena el desarrollo simultáneo de las dimensiones económicas y sociales de la responsabilidad social de las empresas? Y ¿La consecución simultánea de responsabilidades económicas y sociales resulta en un mayor desempeño financiero? Los autores examinaron estas preguntas a través de una investigación empírica hecha a 133 empresas pertenecientes al Acuerdo Social Ambiental Español. Los resultados de esa investigación indican que, aunque las empresas están utilizando los resultados de la innovación para apoyar tanto los logros económicos y sociales, sólo están aprovechando eficazmente los logros económicos para obtener un mayor rendimiento financiero.

A diferencia de los estudios presentados anteriormente respecto a la relación que se ha encontrado en las variables, Martínez-Conesa *et al.* (2016), realizaron un estudio que en cierta medida guarda mayor relación con el trabajo de investigación, puesto que estos autores al analizar el vínculo entre la RSE y el valor del negocio plantean que sigue habiendo un importante vacío de investigación al considerar la relación entre la RSE y la innovación. Este artículo evaluó la relación de la RSE con la innovación organizativa y el desempeño de la empresa, a partir de un conjunto de datos de 552 empresas españolas. En donde los resultados apoyan un efecto de mediación parcial de la innovación en la relación entre la RSE y el desempeño de la empresa, ya que el efecto de la RSE sobre el desempeño de la empresa se reduce con la adición de la innovación al modelo. Los autores concluyen que estos hallazgos pueden ayudar a entender cómo la RSE es un importante mecanismo impulsor para que las empresas sean más innovadoras, eficientes y eficaces.

2.3.2 CONTEXTUALIZACIÓN DE LA UNIDAD DE ANÁLISIS.

Contextualizar la unidad de análisis es una tarea importante, en esta investigación se ha notado que en el sector restaurantero se realizan prácticas de responsabilidad social empresarial tales como; el desarrollo del trabajo en equipo que ayuda a que los empleados se sientan cómodos en su ambiente laboral, además del comercio justo, fomentando la ética empresarial hacia el consumo local y eco-innovaciones referentes al cambio en el consumo de recursos y a la reutilización de éstos, lo cual nos permite suponer que existen prácticas efectivas tanto de RSE como de eco-innovación.

2.4 CONCEPTUALIZACIÓN DE VARIABLES.

2.4.1 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.

Existen muchas definiciones disponibles de RSE, aunque aplican frases diferentes, las definiciones son predominantemente congruentes haciendo que la falta de una definición universalmente aceptada sea menos problemática. Entre ellas destacan las siguientes:

Friedman (1970), sostuvo que la única responsabilidad social de una empresa es maximizar sus ganancias, como permanecer en el juego del mercado sin engaño o fraude. Para que un negocio asuma la responsabilidad de sus acciones, ese negocio debe ser plenamente responsable.

El Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (1999) se refiere a la RSE como el compromiso continuo de las empresas de comportarse éticamente y contribuir al desarrollo económico, al tiempo que mejoran la calidad de vida de la fuerza de trabajo y sus familias, así como de la comunidad local y de la sociedad en general.

McWilliams y Siegel (2001), postulan que la RSE son acciones que parecen favorecer algún bien social, más allá de los intereses de la empresa y de lo requerido por la ley.

Isaksson y Steimle, (2009), enfatizaron que la RSE es el compromiso de la compañía de comportarse social y ambientalmente responsable mientras se esfuerza por sus objetivos económicos.

Stanaland, Lwin, y Murphy, (2011), postulan que la RSE consiste en responsabilidades legales, éticas y filantrópicas que representan la preocupación de la compañía por la sociedad la cual también funciona como un mecanismo de auto-regulación que vigila si la empresa cumple con estas responsabilidades.

Granillo y Ojeda, (2012), Resaltan la definición de la norma ISO26000, la cual define la responsabilidad social como la responsabilidad de una organización por los impactos de sus decisiones y actividades sobre la sociedad y el medio ambiente, a través de un comportamiento ético y transparente que contribuye al desarrollo sustentable, a la salud y al bienestar de la sociedad, tiene en cuenta las expectativas de los interesados, se ajusta a la legislación aplicable y a las normas internacionales de comportamiento, y se integra en toda la organización y la practica en sus relaciones.

Simpson y Taylor (2013), definen la responsabilidad social empresarial como las responsabilidades adicionales de las empresas a las comunidades locales y más amplias aparte de su responsabilidad principal de la maximización del beneficio.

Saeidi *et al.* (2015), retoma a Carroll (1979), quien define que la RSE es la responsabilidad social de un negocio que incluye las expectativas económicas, legales, éticas y discrecionales que la sociedad tiene de las organizaciones en un momento dado. Y adicionalmente expone que esta definición es la más clara conceptualización de la RSE.

Para fines de esta investigación se considerará como responsabilidad social empresarial a la implementación de acciones destinadas a mejorar tanto los ámbitos sociales como la conciencia por las preocupaciones ambientales actuales, incluyendo compromisos éticos al tiempo en que las organizaciones mantienen la búsqueda de sus intereses empresariales.

2.4.2 DESEMPEÑO.

El desempeño ha sido definido en ocasiones de acuerdo con la aproximación de éste que se pretenda describir, sin embargo, dentro de las definiciones generales del concepto existen pocas definiciones objetivas a la esencia del concepto, en la búsqueda por tomar las definiciones más generales se contemplan las que se muestran a continuación:

Camisón, (1997) define el desempeño referente a la organización como el éxito de la empresa, a través de una gestión eficiente de una cierta combinación de recursos disponibles y del desarrollo de determinadas estrategias, configurar una oferta de productos que resulte atractiva para una cuota significativa del mercado y le permita alcanzar una posición competitiva favorable, mantener y aumentar su participación en el mercado al tiempo que logra unos resultados financieros superiores y un crecimiento satisfactorio de las rentas generadas.

Chiavenato (2006), define el desempeño, como las acciones o comportamientos observados en los empleados que son relevantes el logro de los objetivos de la organización.

Madureira (2002), propone que el desempeño se encuentra asociado con la evaluación, así como con la eficiencia organizacional, respecto a cargos y objetivos organizacionales e individuales.

Chiavenato (2006), plantea que el desempeño es el comportamiento del evaluado en la búsqueda de los objetivos fijados. Y que constituye la estrategia individual para lograr los objetivos deseados.

Aragón, Hurtado, Sharma y García, (2008), postulan que el desempeño se define como los resultados objetivos y subjetivos de las actividades de una organización.

Como una conceptualización de desempeño se contemplará el comportamiento que conlleva al alcance de metas y objetivos fijados de manera estratégica, tomando en cuenta las dimensiones económica, social y ambiental.

2.4.3 ECO-INNOVACIÓN.

Para definir la eco-innovación se ha observado que, aunque frecuentemente las definiciones varían entre unos componentes y otros, la mayoría de estas definiciones apuntan a una misma idea; el cuidado de los comportamientos y los cambios orientados a la eficiencia en el uso de recursos y la visión hacia el desarrollo sostenible, en tanto, se tienen las siguientes definiciones:

Klemer (1999), definió que las eco-innovaciones son todas las medidas de los actores relevantes (empresas, políticos, sindicatos, asociaciones, iglesias, hogares) que; desarrollan nuevas ideas, comportamientos, productos y procesos, los aplican o introducen y con las cuales contribuyen a la reducción de las cargas ambientales o a objetivos de sostenibilidad ecológicamente especificados.

Rennings (2000), expone que "Las eco-innovaciones son procesos de innovación hacia el desarrollo sostenible".

Por su parte, la Comisión Europea (2007), especifica que "La eco-innovación es cualquier forma de innovación que apunte a un progreso significativo y demostrable hacia el objetivo del desarrollo sostenible, mediante la reducción de los impactos sobre el medio ambiente o el uso más eficiente y responsable de los recursos naturales, incluida la energía".

Kemp y Pearson (2008), postulan que "La eco-innovación es la producción, la asimilación o la explotación de un producto, un proceso de producción, un servicio o un método de gestión o de negocio que es nuevo para la organización (desarrollado o adoptado) y que deriva, a lo largo de su ciclo de vida, en una reducción del riesgo ambiental, contaminación y otros impactos negativos del uso de los recursos (incluido el uso de energía) en comparación con alternativas pertinentes".

Carrillo-Hermosilla, del Rio y Könnölä (2010), proponen que la eco-innovación es una innovación que mejora el desempeño ambiental, en línea con la idea de que la reducción de los impactos ambientales (intencionales o no) es la principal característica distintiva de eco -innovación.

Horbach, Ramer y Rennings, (2012), define la eco-innovación como “innovaciones de producto, proceso, comercialización, e innovaciones organizacionales, que llevan a una notable reducción de las cargas ambientales. Los efectos ambientales positivos pueden ser objetivos explícitos o efectos secundarios de las innovaciones. Pueden ocurrir dentro de las compañías respectivas o a través del uso de los productos o servicios por el cliente.”

Hojnik y Ruzzier (2016), presentan en primer plano la conceptualización del Observatorio de Eco-innovación (2012, p.8), el cual define la eco-innovación como la "introducción de cualquier nuevo o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), proceso, cambio organizacional o solución de marketing que reduzca el uso de recursos naturales (incluyendo materiales, energía, agua y tierra) y disminuya la liberación de sustancias nocivas a lo largo de todo el ciclo de vida".

En esta conceptualización se propone que eco-innovación es cualquier tipo de innovación que persiga cuidados ambientales y metas sustentables, ya sean cambios en el producto/servicio, proceso (de producción u organizacional), como cambios tecnológicos, con el objetivo de reducir el consumo de recursos y la producción de desechos.

2.4.4 CRISIS

Una observación importante en ambos contextos ha sido el hecho de que las dos ciudades han atravesado desequilibrios económicos. Dicha crisis como variable contextual recae directamente en la empresa, debido a que ésta es percibida por la asignación de responsabilidades en situaciones de crisis (Cho y Gower, 2006). Por

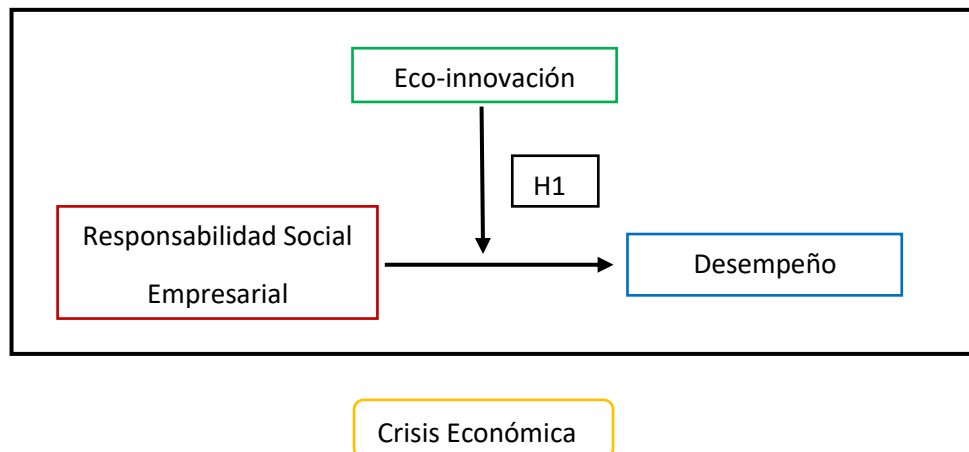
ejemplo, las partes interesadas atribuirán menos responsabilidad a una empresa por un evento de manipulación del producto o un rumor. Por el contrario, las partes interesadas atribuirán más responsabilidad a una empresa por una fechoría organizacional. A su vez, cuantas más responsabilidades atribuyen las partes interesadas a una empresa por una crisis, más se resiente su valor (Coombs, 1995).

Estos fundamentos dan origen a la siguiente hipótesis de investigación:

2.5 HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN.

H1: La eco-innovación interviene en la relación entre responsabilidad social empresarial y desempeño en negocios del sector restauranero de Oaxaca y Madrid.

2.6 MODELO DE INVESTIGACIÓN



CAPÍTULO 3

3. METODOLOGÍA.

El siguiente capítulo corresponde a la descripción de la metodología de la investigación, en la estructura se puntualizará el diseño de la investigación, la población de estudio, la selección de la muestra, así como la operacionalización de las variables y el diseño del instrumento de medición.

3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

En esta investigación se analizará la relación entre las variables responsabilidad social empresarial y desempeño, contemplando la variable eco-innovación como una variable interviniente en dicha relación. El método que se seguirá en la investigación es de carácter deductivo pues parte de un cuerpo teórico (Teoría de los recursos, Barney 1991) hacia observaciones específicas esperadas. Esta investigación adopta un enfoque cuantitativo, debido a que se utilizará la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico. El tipo de estudio persigue un propósito exploratorio, puesto que el tema ha sido poco examinado; y descriptivo, ya que se pretende describir el fenómeno. De acuerdo con la dimensión temporal se realizará un estudio de corte transversal.

Babbie (1999), menciona que estos tipos de estudios (exploratorio y descriptivo) suelen ser de corte transversal, pues estas investigaciones se destinan a estudiar un momento de algún fenómeno y lo analizan cuidadosamente.

Como método para la recolección de datos se utilizó la encuesta, la cual se basó en un cuestionario previamente estructurado, usando la técnica de entrevistas cara a cara, la cual permite neutralizar posibles desventajas y obtener una observación más efectiva de la realidad.

3.2 DESCRIPCIÓN DE LA POBLACIÓN DE ESTUDIO

La población de estudio de esta investigación se enfoca en la industria de servicios, en su segmento de negocios de preparación y venta de alimentos y bebidas, mayormente conocidos como restaurantes, que se localicen dentro del centro histórico o en su defecto en el llamado casco antiguo de las ciudades de Oaxaca y Madrid.

Con referencia al tamaño de la población, se tiene que existen diferentes puntos de vista acerca de los criterios para definir el tamaño de una empresa, el criterio que se tomará en cuenta para este estudio se basa en el concepto de la Comisión Europea, a través de su Recomendación 2003/361/CE, en la cual, definen los conceptos de microempresa, pequeña empresa y mediana empresa respecto al número de empleados con los que cuenta como indicador más importante, proponiendo que las micro, pequeñas y medianas empresas (PyMES) son aquellas que tienen una cantidad menor a 10, 50 y 250 empleados respectivamente.

De acuerdo con datos del gobierno del estado de Oaxaca en Osorio (2015), la importancia de las PyMES en la economía del estado de Oaxaca es indiscutible, las micro, pequeñas y medianas empresas, representan cerca del 90% del total de las unidades económicas de la entidad. Por su parte, las pequeñas y medianas empresas representan más del 90% de la actividad empresarial en España y son

las principales generadoras de empleo (Galdón, 2014). De manera contextual, estas cifras hacen suponer a los líderes de opinión en el país español, que la salida de la crisis deberá hacerse a través de las PyMES, que serán las que faciliten el crecimiento y la creación de empleo necesarios para relanzar la economía española.

3.3 UNIDAD DE ANÁLISIS

La unidad de análisis de esta investigación se compone de aquellos negocios dedicados a la preparación y venta de alimentos y bebidas conocidos comúnmente como restaurantes, mientras que la unidad de respuesta se contempló a aquellos individuos que poseían información fidedigna y oficial (gerentes o propietarios) de la unidad de análisis.

3.4 DESCRIPCIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA.

De acuerdo con el DENUE INEGI 2017, actualmente existe una cantidad de 2620 restaurantes, en la ciudad de Oaxaca considerados como PyMES, mientras que el Anuario Económico de LA CAIXA arroja cifras disponibles hasta el momento en donde considera 14,989 negocios de este tipo en la ciudad de Madrid al año 2016 (Galdón, 2014), sin embargo, en ambos contextos se presenta la falta de datos referentes a la exactitud en la cantidad registrada de restaurantes en el centro histórico de la ciudad de Oaxaca, como en el casco antiguo de la ciudad de Madrid. De acuerdo con Fowler (2000) en Jacobo (2015), en los casos en los que no se poseen datos exactos de la población a estudiar, no es posible permitirse una muestra exacta, bajo estas circunstancias únicamente es requerida una muestra mayor a 30 casos para realizar un análisis estadístico de datos paramétricos. Por tanto, el muestreo que se realizará será un muestreo no probabilístico.

Adicionalmente, se divide a la población por estratos, los cuales corresponden a lo que se pretende analizar.

3.4.1 SELECCIÓN DE LA MUESTRA

La selección de la muestra se propuso a conveniencia, partiendo del muestreo no probabilístico, considerando dentro de la muestra a aquellos negocios de los contextos Oaxaca y Madrid que cumplan con los siguientes criterios:

1. Ser negocios de preparación y venta de alimentos y bebidas conocidos como restaurantes.
2. Ser negocios localizados en el centro histórico o casco antiguo de las ciudades de Oaxaca y Madrid, ya que se midió una variable contextual en esa ubicación debido a que han sufrido mayores afectaciones en el aspecto económico.
3. Ser negocios los cuales correspondan al tamaño de micro, pequeñas y medianas empresas (con un número de empleados de 1-9, 10-49, 50-249 respectivamente).
4. Ser restaurantes que trabajen bajo el concepto de comida local, regional, tradicional, nacional o internacional.

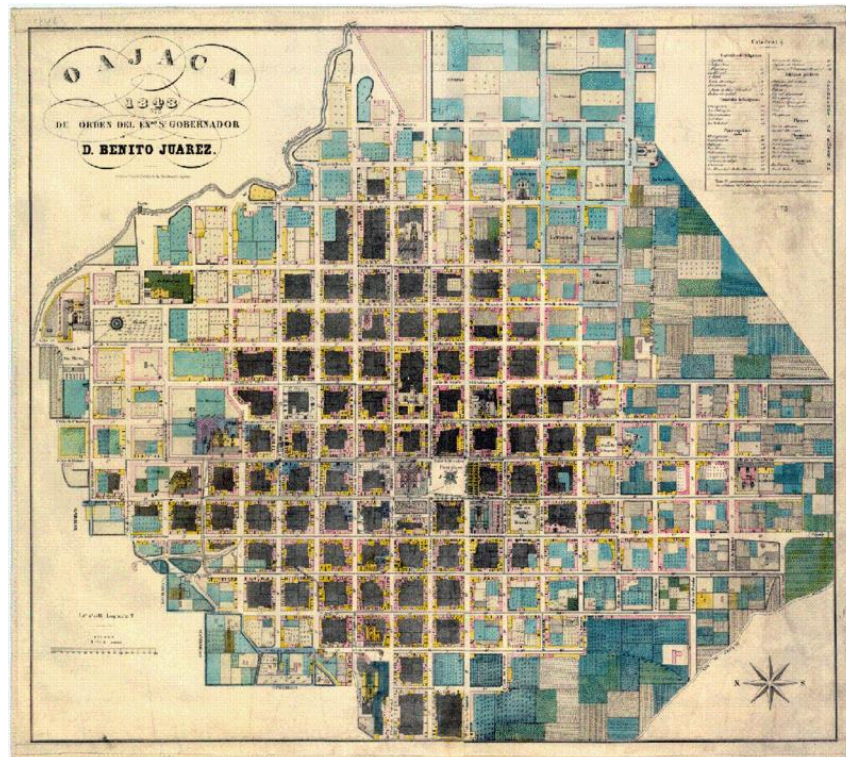
3.5 DESCRIPCIÓN DEL LUGAR DE LA MUESTRA

El lugar de la muestra se ha determinado como el centro histórico de la ciudad de Oaxaca, debido a que se medirán variables contextuales que pueden influir en

las variables a analizar dentro del modelo de investigación, lo anterior en referencia a que esa zona ha sido la más afectada en cuanto a aspectos económicos. De la misma forma para el contexto español, se determinará la zona conocida como el casco antiguo de la ciudad, donde se encuentra una cantidad importante de negocios del segmento de restaurantes y se han registrado acontecimientos que afectan a su economía y su aspecto social.

A pesar de que, a primer impacto no parece existir un punto de semejanza entre los contextos a estudiar, a últimas fechas ambas ciudades han atravesado por adversidades de índole económica.

Imagen 1. Centro histórico de la ciudad de Oaxaca



El centro histórico está proyectado sobre un valle, definido en sus límites por el Cerro del Fortín, y los ríos Atoyac y Jalatlaco. Cuenta con una superficie de 544 hectáreas, representando el 7% del área de la zona metropolitana. En esta área existen 1200 monumentos clasificados de arquitectura civil y religiosa que se conservan hoy en día a pesar de los terremotos que en varias ocasiones han afectado su arquitectura. La población actual refleja cifras aproximadas a 49, 000 habitantes.

El Centro Histórico de Oaxaca fue declarado junto con la Ciudad Prehispánica de Monte Alban, Patrimonio Cultural de la Humanidad, por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

Imagen 2. Casco antiguo de la ciudad de Madrid (distrito centro).



De acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística (2016), el casco antiguo, conocido como distrito del centro tiene una superficie de

523,73 hectáreas y está delimitado en gran parte por las llamadas rondas (vías), o primer anillo.

Este límite discurre por las rondas de Segovia, Toledo, Valencia y Atocha por el sur, con los distritos de Arganzuela y Latina; al este por el Paseo del Prado y de Recoletos hasta la plaza de Colón, colindando con los distritos de Retiro y Salamanca; por el norte por las calles Génova, Sagasta, Carranza y Alberto Aguilera, con el distrito de Chamberí y por el oeste por las calles Princesa, Cuesta de San Vicente y Paseo de la Virgen del Puerto, con el distrito de Moncloa-Aravaca.

La población registrada alcanza los 149, 718 habitantes, de los cuales 42.868 son inmigrantes, lo que supone un 28,63% del total. De acuerdo con el (censo 2006) el distrito cuenta con 63 622 hogares.

3.6 DISEÑO DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

El instrumento de medición utilizado en esta investigación fue un cuestionario estructurado con preguntas cerradas, cada una de ellas valoradas en una escala tipo Likert de 5 puntos. El cuestionario cuenta con una cantidad total de 75 preguntas, que se encuentran estructuradas en 5 apartados. El apartado A, que corresponde a los datos generales del negocio, se compone de 5 preguntas abiertas: nombre del negocio, ubicación, años de operación, número de empleados y tamaño de la empresa. El apartado B, corresponde a los datos generales del encuestado y del propietario, integrándose de esta manera 7 preguntas abiertas referentes a su nombre, nivel de educación, género, edad, y nacionalidad. Así como los años que tiene trabajando en el negocio y su puesto en el mismo.

El apartado C, D, E y F, pertenecen a las variables que conforman la investigación.

El apartado C corresponde a la variable responsabilidad social empresarial y está compuesto por 22 preguntas cerradas, de las cuales 9 son para medir la dimensión de responsabilidad social, enseguida se tienen 7 preguntas para medir la dimensión de responsabilidad económica y por último, 6 preguntas se encuentran integradas para medir la dimensión de responsabilidad ambiental.

El apartado D integra 19 preguntas referentes a la variable desempeño, la cual se compone por 5 preguntas para la dimensión: desempeño económico; 6 preguntas para la dimensión: desempeño ambiental y 8 preguntas para la dimensión de desempeño social.

El apartado E comprende un total de 16 preguntas que constituyen la variable eco-innovación, la cual está compuesta por 7 preguntas que miden la dimensión de eco-innovación de proceso y 9 preguntas que se ocupan de medir la dimensión de eco-innovación de producto.

El apartado F da lugar a la variable que proyecta la parte contextual de la investigación, en este apartado se mide la variable crisis económica con una cantidad de 6 preguntas cerradas.

Lo anterior después de la revisión del cuestionario por parte de un grupo de expertos, pues originalmente contaba con una cantidad total de 82 ítems, además de las modificaciones correspondientes a las sugerencias presentadas por estos.

3.7 VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

Con ayuda del profesor investigador quien fungió como tutor en el periodo de la estancia de investigación, el instrumento de medición pasó por una prueba de validación con un panel de expertos de la Universidad Complutense de Madrid, quienes evaluaron el instrumento considerando tres criterios de calificación: claridad, precisión y comprensión; al respecto se encontró que un 91% del total de los 82 ítems del instrumento cumplieron con estos criterios, quedando así un instrumento de medición finalmente comprendido por 75 ítems.

A partir de la propuesta inicial que presentaba el instrumento de medición, se cambiaron las dimensiones de la variable eco-innovación, por tanto, de 3 dimensiones iniciales (eco-innovaciones de servicio, de proceso y de métodos organizacionales), se adoptó la dimensión de eco-innovación de producto, para obtener la orientación al enfoque preventivo-reactivo, es decir, proyectar una aproximación hacia la prevención y el control a partir de la eco-innovación. Quedando después de esta evaluación dos dimensiones: eco-innovación de proceso y eco-innovación de producto, en las cuales se agruparon los ítems que guardaban relación efectiva con la dimensión de eco-innovación de proceso y la dimensión de eco-innovación de producto.

La siguiente modificación importante que sufrió el cuestionario fue la eliminación de las variables contextuales crisis social y crisis ambiental, donde se

eliminaron los ítems que conformaban éstas (76, 77, 78, 79, 80, 81 y 82) al no aplicar al contexto en el que se evaluó y bajo la estricta recomendación para una mejor construcción y comprensión del instrumento de medición.

Adicionalmente, con el análisis de contenido de la totalidad de los ítems se modificó el planteamiento de cada ítem, con el objetivo de que el instrumento de medición fuese comprensible para ambos contextos, resultando en el cuestionario anexado en este documento (véase anexo 5).

Para probar la validez y la confiabilidad del instrumento de trabajo se realizó un análisis de factores mediante la técnica de componentes principales con rotación Varimax y normalización de Kaiser, se aceptaron las cargas con valores $\geq .5$ de acuerdo con Hair, Anderson, Tatham y Black (1999).

Para la confiabilidad, George y Mallery (2003), sugieren que los valores de los coeficientes de alfa de Cronbach mayores a .6 aún son aceptables. Aunque, Loewenthal (1996), propone que un valor de fiabilidad de 0.6 puede ser considerado aceptable para escalas con menos de 10 ítems.

3.8 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

Debido a la importancia de que exige conocer la forma en la que las variables se han medido en la literatura, a continuación, se describe el concepto operacional de cada variable y sus dimensiones, las cuales parten de la revisión de autores que previamente han medido las variables en diferentes estudios y en su caso, la conformación de la definición a partir del contexto.

3.8.1 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.

La variable responsabilidad social empresarial se define operacionalmente como la medida en que los negocios del sector restaurantero implementan comportamientos éticos o filantrópicos hacia la sociedad, sus aspectos financieros y el ambiente. Lo anterior basado principalmente en Gallardo-Vásquez y Sánchez-Hernández (2014) (véase anexo 1).

3.8.1.1 RESPONSABILIDAD SOCIAL.

La dimensión social se define operacionalmente como la medida en que los negocios del sector restaurantero adoptan comportamientos éticos y/o filantrópicos con los miembros de la comunidad que pueden ser: empleados, consumidores y/o sociedad en general (Turker, 2008; Maignan y Ferrell, 2000).

3.8.1.2 RESPONSABILIDAD ECONÓMICA.

La dimensión económica se define operacionalmente como el grado en que las empresas incluyen responsabilidades para mantener el crecimiento económico y satisfacer las necesidades de consumo (Maignan y Ferrell, 2000; Turker, 2008).

3.8.1.3 RESPONSABILIDAD AMBIENTAL.

La responsabilidad ambiental es definida operacionalmente como la frecuencia en 10 años en que las empresas persiguen objetivos para el cuidado del medioambiente los cuales determinan la orientación hacia la responsabilidad social. (Gallardo-Vásquez y Sánchez-Hernández, 2014).

3.8.1.4 MEDICIÓN DE LA VARIABLE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Se realizó un análisis factorial para la variable responsabilidad social empresarial, del cual cargaron 9 ítems en 3 dimensiones (véase tabla 2).

- (factor 1, Económica: RE2, RE3, RE5 y RE6)
- (factor 2, Ambiental: RA1, RA5 y RA6)
- (factor 3, Social: RS1 y RS2)

Tabla 2. análisis factorial de la variable responsabilidad social empresarial

En qué medida su negocio fomenta...	Factores			
	Económica	Ambiental	Social	Comunalidad
Lograr maximizar los beneficios	.858	.060	.020	.740
El esfuerzo en la reducción de costes operativos y la mejora continua	.670	.170	.052	.480
Mejorar el valor del negocio	.727	.072	-.272	.608
Mejorar sus propios ingresos	.849	-.124	.126	.753
Con qué frecuencia su negocio...				
Implementó consumibles/ bienes o servicios de bajo impacto ambiental	-.100	.691	.337	.601
Prefiere usar complementos/elementos locales en su restaurante	.201	.707	.138	.560
La compra responsable (prefieren proveedores responsables)	.043	.825	-.191	.719
En qué medida su negocio contribuye o se interesa de manera voluntaria en...				
Organizaciones no gubernamentales que trabajan en áreas problemáticas	.038	.044	.838	.705
Campañas y proyectos que promueven el bienestar de la sociedad	-.033	.110	.855	.745

Varianza total explicada	28.314	21.807	15.551	65.672
Alfa de Cronbach	.790	.606	.684	.614
KMO				.635
Esfericidad de Bartlett				.000

Método de extracción: análisis de componentes principales.
Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser.
a. La rotación ha convergido en 6 iteraciones.

3.8.2. DESEMPEÑO.

La variable desempeño se define operacionalmente como los resultados económicos, sociales y ambientales subsecuentes a la conducción empresarial de los negocios del sector restaurantero de Oaxaca y Madrid del periodo anterior (1 año). Lo anterior como una adaptación al estudio que se pretende realizar partiendo de los trabajos de diferentes autores que han medido el desempeño como: (Otto y Kotzab, 2003; Lee y Quazi, 2001; Fairoz, Hirobumi y Tanaka, 2010; Long, Chen, Du, Oh, Han y Yan, 2017; Kuo y Chen, 2016) (véase anexo 2).

3.8.2.1 DESEMPEÑO ECONÓMICO.

La dimensión económica se define operacionalmente como los resultados financieros (Fairoz, Hirobumi y Tanaka 2010), que se han obtenido en el periodo anterior por los negocios del sector restaurantero.

3.8.2.2 DESEMPEÑO AMBIENTAL.

La dimensión ambiental se define operacionalmente como el grado de eficiencia en el uso de recursos, la reducción de los desechos y el consumo de

energía, y la reducción de los riesgos ambientales. (Long Chen, Du, Oh, Han y Yan, 2017; Kuo y Chen, 2016).

3.8.2.3 DESEMPEÑO SOCIAL.

Se define como el grado de satisfacción o de desempeño de los empleados, la reputación de la empresa, y la buena relación que existe dentro de ella. (Otto y Kotzab, 2003; Lee y Quazi, 2001).

3.8.2.4 MEDICIÓN DE LA VARIABLE DESEMPEÑO

Para la variable Desempeño cargaron 14 ítems en 4 dimensiones (véase tabla 3):

- (factor 1, Económico: DE1, DE3, DE4 y DE5)
- (factor 2, Social: DS1, DS2, DS3 y DS4)
- (factor 3, Gerencia: DS5, DS7 y DS8)
- (factor 4, Ambiental: DA1, DA2 y DA3)

Tabla 3. análisis factorial de la variable desempeño

	Factores				Comunalidad
	Económico	Social	Gerencia	Ambiental	
En el último año, en qué porcentaje ha aumentado...					
sus ventas	.936	.137	.021	-.052	.902
el volumen de producción de su negocio	.919	.163	.069	.054	.874
Sus ganancias	.910	-.013	.115	.003	.845
Su participación en el mercado	.787	.055	.099	.041	.612
En qué medida el gerente, propietario o encargado del negocio...					
Transfiere a los clientes los valores de calidad en prácticas/actividades del negocio	.042	.665	.222	.086	.507
Capacita y guía a los empleados para implementar planes y alcanzar metas del negocio	.162	.792	.144	.097	.691
Está capacitado para reconocer y recompensar a los empleados por los logros en el desempeño de la calidad	-.019	.667	.133	.015	.472
Alcanza a evaluar y mejorar la participación de la dirección en la implementación de planes del negocio	.139	.789	-.121	.166	.691

En qué medida el gerente, propietario o encargado del negocio...					
Mejorado la imagen que su negocio proyecta socialmente	.205	.297	.594	.289	.526
Percibe la satisfacción de sus colaboradores (empleados/proveedores)	.119	.196	.785	-.059	.659
Percibe la satisfacción de sus clientes	.045	.003	.764	.140	.588
De acuerdo con la producción y comercialización de su negocio en el último año, en qué grado ha...					
Reducido la emisión de desechos contaminantes	.069	.070	-.092	.728	.525
Reducido el consumo de agua	.062	.190	.173	.805	.732
Reducido el consumo de energía (eléctrica)	-.158	.047	.339	.569	.489
Varianza total explicada	27.534	19.044	10.025	8.485	65.088
Alfa de Cronbach	.915	.745	.598	.591	.777
KMO					.756
Esfericidad de Bartlett					.000

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser.

a. La rotación ha convergido en 5 iteraciones.

3.8.3 ECO-INNOVACIÓN.

La variable eco-innovación se define operacionalmente como la frecuencia con la que se han desarrollado o implementado iniciativas en favor del medio ambiente natural. Esto de acuerdo con las definiciones propuestas por (Reyes, Sánchez y Díaz, 2017; Kemp y Foxon, 2007) (véase anexo 3).

3.8.3.1 ECO-INNOVACIÓN DE PROCESO.

La dimensión eco-innovación en proceso se define operacionalmente como la frecuencia en que los negocios del sector restaurantero realizan mejoras en la utilización de métodos o dispositivos de reutilización, materiales naturales y productos ecológicos. (Reyes *et al.* 2017).

3.8.3.2 ECO-INNOVACIÓN DE PRODUCTO.

La dimensión eco-innovación en servicios se define operacionalmente como la frecuencia en que los negocios del sector restaurantero realizan modificaciones para el uso eficiente de recursos y productos. (Kemp y Foxon, 2007; Reyes *et al.* 2017).

3.8.3.3 MEDICIÓN DE LA VARIABLE ECO-INNOVACIÓN

Para la variable Eco-innovación cargaron 6 ítems en 2 dimensiones (véase tabla 4):

- (factor 1, Producto: EPD6, EPD7 y EPD8)
- (factor 2, Proceso: EPC1, EPC2 y EPC3)

Tabla 4. análisis factorial de la variable eco-innovación

Con qué frecuencia su empresa ha realizado cambios o mejoras respecto a...	Factores		Comunalidad
	Producto	Proceso	
Facilita la reciclabilidad/re-uso del producto (sugiere a sus clientes reciclar o llevar sus contenedores)	.664	-.030	.441
El uso de productos amigables con el ambiente (biodegradable)	.833	.110	.705
El uso de detergentes y productos de limpieza (lava vajillas) no tóxicos	.850	.144	.743
Ahorro de agua (lavado de utensilios, limpieza, aseos).	.055	.796	.637
Ahorro de la energía eléctrica (lámparas, máquinas y electrodomésticos).	.375	.679	.602
La reutilización de agua para aprovecharse en otras áreas.	-.084	.814	.669
Varianza total explicada	38.948	24.357	63.305
Alfa de Cronbach	.704	.655	.661
KMO			.670
Esfericidad de Bartlett			.000

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser.

a. La rotación ha convergido en 3 iteraciones.

3.8.4 CRISIS

Para las variables de control a medirse de manera contextual se propone la siguiente definición a partir de la observación en la contextualización de la unidad de análisis, además se resalta el trabajo de Hernández, Domínguez y Mendoza (2010), como inicio de referencia para llegar a las definiciones.

3.8.4.1 CRISIS ECONÓMICA.

La crisis económica se define operacionalmente como el grado de afectación por el desequilibrio económico que han experimentado los negocios.

3.8.4.2 MEDICIÓN DE LA VARIABLE CRISIS

Finalmente, para la variable crisis el análisis determinó la estructura de 2 dimensiones; económica y de confianza en el contexto (véase tabla 5).

- (factor 1 Crisis: CE1, CE2, CE4 y CE5)

Tabla 5. análisis factorial de la variable crisis

En qué grado considera que su negocio se ve afectado por el desequilibrio económico (crisis) en los siguientes aspectos	Factor		
	Crisis	Estabilidad ante crisis	Comunalidad
Suficiencia de salarios (para efectuar el pago)	.780	.108	.620
Caída de ventas	.769	-.055	.594
Ha tenido que despedir empleados como resultado de la insuficiencia de ventas	.701	.272	.565
Ha estado a punto de cerrar su negocio debido a la crisis	.770	-.247	.654
En qué grado considera que...			

Está en una buena posición para hacer frente al estancamiento causado por la crisis	.199	.660	.475
Las ventas se recuperarán	-.196	.800	.678
Varianza total explicada	39.342	20.413	59.755
Alfa de Cronbach	.755	.257	.615
KMO			.696
Esfericidad de Bartlett			.000

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser.

a. La rotación ha convergido en 3 iteraciones.

CAPÍTULO 4

4. RESULTADOS Y DISCUSIONES.

En el siguiente capítulo se exponen los resultados de esta investigación, se incluyen los análisis realizados a los datos recolectados mediante el instrumento de medición y se describen las conclusiones a partir de dichos resultados obtenidos.

4.1 CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA

El tamaño total de la muestra es de 80 cuestionarios, 30 de estos cuestionarios aplicados con éxito en la ciudad de Madrid en España y 50 cuestionarios más para la ciudad de Oaxaca, con lo cual se tiene un porcentaje de 37.5% para el contexto español mientras se tiene un 62.5% para la muestra en México, como se observa en el gráfico 1.



Gráfico 1. Muestra total encuestada

Del total anterior, los propietarios y encargados entrevistados fueron en un 51% hombres y en un 49% mujeres (Gráfico 2). Al encuestar MiPyMES se pudo entrevistar la mayoría de las veces a los propietarios de éstas, ya que muchos de ellos pasan una parte del día en sus negocios.

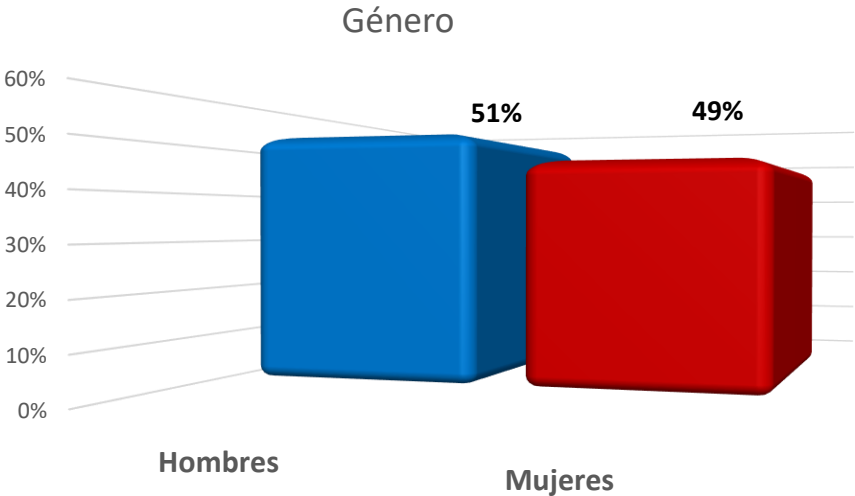


Gráfico 2. Género de encuestados

La edad mínima de los encuestados es de 20 años, mientras que la edad máxima es de 70 años, existe entre ellos una edad promedio de 41.06 años, para mostrar la edad de las personas entrevistadas, se clasificó la cantidad de años por rangos de 10 años o más hasta obtener los siguientes datos: para los rangos 20-30 años; 31-40 años; 41-50 años y 50 años o más, se obtuvo un porcentaje de 19%, 39%, 25%, 17% respectivamente, tal como se expone en el gráfico 3.

EDAD

■ 20-30 ■ 31-40 ■ 41-50 ■ 51 o más

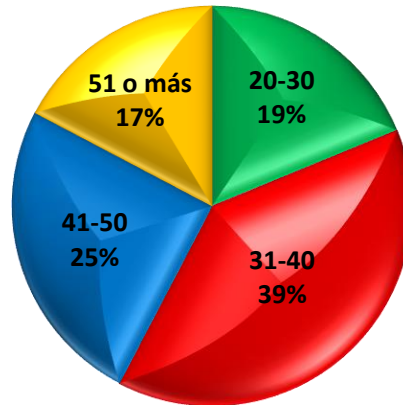


Gráfico 3. Edad de los encuestados

El tamaño de empresa contemplado en este estudio considera a las MiPyMES de ambos contextos (Madrid y Oaxaca), de las cuales se tiene una totalidad dividida en los siguientes porcentajes: en un 66% microempresas; en un 30% pequeñas empresas y sólo en un 4% medianas empresas (gráfico 4).

Tamaño de la empresa

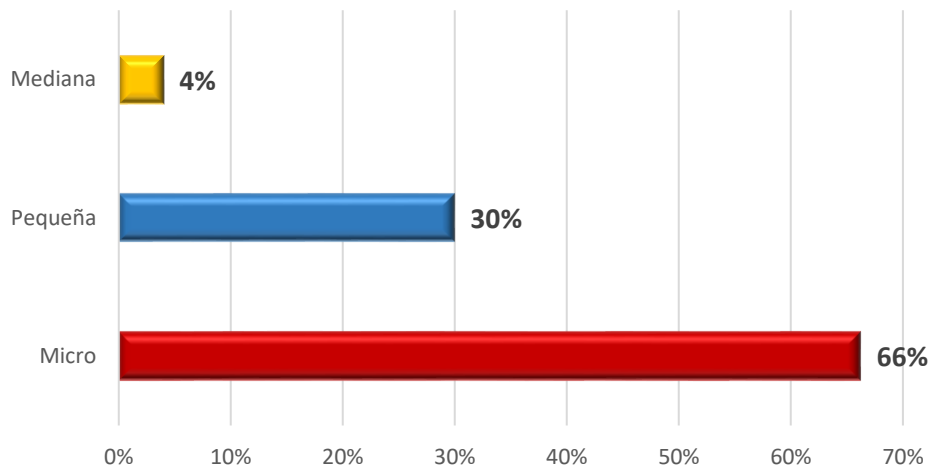


Gráfico 4. Porcentaje de MiPyMES

La escolaridad de los entrevistados muestra que el 64% cuenta con el grado de licenciatura, mientras que el 18% poseen grados de maestría y/o doctorado, resaltando así que un 82% de entrevistados son profesionistas que se ocupan en el sector de alimentos y bebidas, por su parte un 14% concluyó el bachillerato y tan solo un 4% se ubica en un nivel básico de escolaridad contando con estudios de escuela secundaria (Gráfico 5).

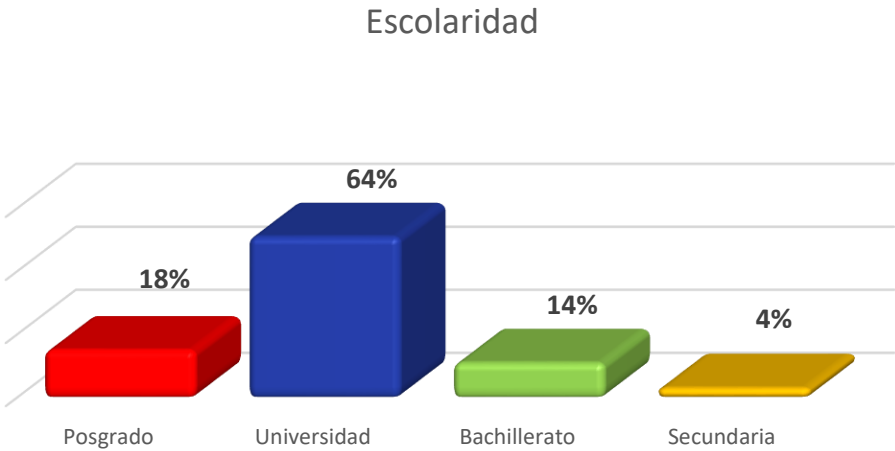


Gráfico 5. Escolaridad de los encuestados

4.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS

La tabla presentada a continuación (tabla 6), provee las medias, desviaciones estándar y correlaciones de todas las variables del modelo de investigación.

Tabla 6. Resultados de correlación bivariada de Pearson de las variables.

Correlaciones						
Variable	M	SD	RSE	Desempeño	Eco-Innovación	Crisis
RSE	19.2688	2.90236	1			
Desempeño	26.1767	4.92843	.326**	1		
Eco-Innovación	12.7313	3.03710	.523**	.329**	1	
Crisis	10.4406	3.44078	-.122	-.103	.001	1

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

En términos generales se observa que existe relación entre las variables responsabilidad social empresarial, desempeño y eco-innovación:

La responsabilidad social empresarial muestra una relación positiva y significativa con la variable desempeño ($r=.326$, $p\leq 0.01$), así mismo, se relaciona positiva y significativamente con la variable eco-innovación ($r=.523$, $p\leq 0.01$), mientras que, por su parte la variable eco-innovación muestra una relación positiva y significativa con la variable desempeño ($r=.329$, $p\leq 0.01$).

Tabla 7. Resultados de correlación bivariada de Pearson de las dimensiones.

Correlaciones													
Variable	M	SD	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1. Reonomica	13.4000	2.15007	1										
2. Rambiental	10.2958	1.71696	.110	1									
3. Rsocial	4.5063	1.81501	-.019	.232*	1								
4. DEconomico	9.8844	3.76462	.301**	.123	.032	1							
5. DSocial	13.2188	2.28416	.234*	.250*	.015	.179	1						
6. DGerencia	9.4833	1.63377	.333**	.381**	.161	.184	.412**	1					
7. DAmbiental	9.2208	2.35639	.054	.733**	.276*	.044	.262*	.355**	1				
8. EIProducto	8.8875	2.72455	.146	.284*	.267*	-.003	.348**	.211	.420**	1			
9. EIProceso	8.2875	2.34130	.179	.446**	.247*	.116	.272*	.347**	.506**	.296**	1		
10. Crisiscontexto	8.1406	3.31659	-.080	-.062	-.123	-.176	-.018	-.040	-.042	-.136	.085	1	
11. Crisisestabilidad	4.6000	1.25638	.045	.043	-.006	.209	.165	.115	-.079	-.139	.051	.107	1

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

* La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

A nivel de dimensiones (tabla 7) se obtuvieron las siguientes correlaciones entre variables:

La responsabilidad económica se relaciona positiva y significativamente con la dimensión económica de la variable desempeño con un coeficiente $r= 0.301$ y una significancia de $p\leq 0.01$ y con la dimensión gerencia del desempeño con un coeficiente $r= 0.333$ y una significancia de $p\leq 0.01$. A su vez, la responsabilidad económica se relaciona de manera positiva y significativa con la dimensión desempeño social ($r=.234$, $p\leq 0.05$).

La responsabilidad ambiental muestra una relación positiva y significativa con la dimensión ambiental de la variable desempeño con un coeficiente $r=.733$ y una significancia de $p\leq 0.01$; una relación positiva y significativa con la dimensión proceso de la variable eco-innovación con un coeficiente $r=.446$ y una significancia de $p\leq 0.01$; una relación positiva y significativa con la dimensión gerencia de la variable desempeño con un coeficiente $r=.381$, y una significancia de $p\leq 0.01$. La responsabilidad ambiental también se relaciona positiva y significativamente con la dimensión social del desempeño ($r=.250$, $p\leq 0.05$) y con la dimensión producto de la variable eco-innovación ($r=.284$, $p\leq 0.05$).

Por su parte, la dimensión responsabilidad social se relacionó positiva y significativamente con las siguientes dimensiones: desempeño ambiental ($r=.276$, $p\leq 0.05$), eco-innovación de producto ($r=.267$, $p\leq 0.05$) y eco-innovación de proceso ($r=.247$, $p\leq 0.05$).

La dimensión social de la variable desempeño se relacionó positiva y significativamente con la dimensión producto de la variable eco-innovación con un coeficiente $r = 0.348$ y una significancia de $p \leq 0.01$. Así mismo, el desempeño social muestra relación positiva y significativa con la dimensión proceso de la variable eco-innovación ($r = .272$, $p \leq 0.05$).

La dimensión gerencia de la variable desempeño también muestra una relación positiva y significativa con la dimensión proceso de la variable eco-innovación $r = 0.347$ y una significancia de $p \leq 0.01$.

Por último, la variable desempeño ambiental se relacionó positiva y significativamente con la dimensión eco-innovación de producto ($r = .420$, $p \leq 0.01$), y a su vez, se relacionó positiva y significativamente con la dimensión eco-innovación de proceso ($r = .506$, $p \leq 0.01$).

Tabla 8. Correlación parcial de RSE, desempeño y eco-innovación.

		Correlaciones			
Variables de control		RSE	Desempeño	Eco-Innovación	Crisis
-ninguno ^a	RSE	1.000			
	Desempeño	.326**	1.000		
	Eco-Innovación	.523**	.329**	1.000	
	Crisis	-.122	-.103	.001	1.000
Crisis	RSE	1.000			
	Desempeño	.317**	1.000		
	Eco-Innovación	.527**	.331**	1.000	

** La correlación es significativa en el nivel 0,01

a. Las casillas contienen correlaciones de orden cero (Pearson).

Para conocer si la variable contextual modificaba la relación principal se realizó un análisis de correlación parcial entre las variables responsabilidad social empresarial, desempeño y eco-innovación controlando por crisis. Los resultados muestran que controlando por crisis el efecto no es significativo (véase tabla 8).

Para probar la hipótesis de esta investigación:

- H1: *La eco-innovación interviene en la relación entre responsabilidad social empresarial y desempeño en negocios del sector restauranero de Madrid y Oaxaca.*

Se realizó un análisis de regresión jerárquica que permitió identificar que no existe moderación en el modelo propuesto, debido a que no se cumplen de manera total los supuestos establecidos por Baron y Kenny (1986), ya que el incremento en proporción de la variabilidad debida a la interacción no es significativo (tabla 9).

Tabla 9. Resultados de la regresión jerárquica.

Resumen del modelo							
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Estadísticas de cambios		
					Cambio de cuadrado de R	Cambio en F	Sig. Cambio en F
1	.375 ^a	.141	.119	4.62702	.141	6.314	.003
2	.376 ^b	.141	.107	4.65602	.000	.044	.835

a. Predictores: (Constante), EcoInnovación, RSE

b. Predictores: (Constante), EcoInnovación, RSE, Interacción

c. Variable dependiente: D

Por tanto, para conocer el papel de la eco-innovación en la relación entre responsabilidad social empresarial y desempeño se procedió a realizar un análisis de mediación siguiendo los criterios propuestos por Baron y Kenny (1986):

- Confirmar que la variable independiente se relaciona significativamente con la variable dependiente.
- Confirmar que la variable independiente se relaciona significativamente con la variable mediadora.
- Confirmar que la variable mediadora tiene una relación significativa con la variable dependiente.
- Y comprobar que la relación entre la variable independiente y la dependiente resulta significativamente menor cuando se incorpora la variable mediadora al modelo.

obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 10. Resultados de la regresión simple entre RSE y Desempeño.

Resumen del modelo						
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Cambio en F	Sig. Cambio en F
1	.326 ^a	.106	.095	4.68938	9.260	.003

a. Predictores: (Constante), RSE
b. Variable dependiente: Desempeño

Análisis de varianza						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	203.620	1	203.620	9.260	.003 ^b
	Residuo	1715.242	78	21.990		

Variables de la ecuación						
Modelo		B	Error estándar	Beta	t	Sig.
1	(Constante)	15.518	3.542		4.382	.000
	RSE	.553	.182	.326	3.043	.003

La tabla 10 presenta a la variable independiente (RSE) y a la variable dependiente (desempeño) analizadas para probar que el primer supuesto se

cumple, puesto que los resultados confirman una asociación entre la variable independiente sobre la dependiente de $\beta = .326$ y una significancia de $p \leq .003$.

Tabla 11. Resultados de la regresión simple entre RSE y Eco-innovación.

Resumen del modelo						
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Cambio en F	Sig. Cambio en F
1	.523 ^a	.273	.264	2.60525	29.361	.000

a. Predictores: (Constante), RSE
b. Variable dependiente: EcoInnovación

Análisis de varianza						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	199.284	1	199.284	29.361	.000 ^b
	Residuo	529.411	78	6.787		

Variables de la ecuación						
Modelo		B	Error estándar	Beta	t	Sig.
1	(Constante)	2.187	1.968		1.111	.270
	RSE	.547	.101	.523	5.419	.000

La tabla 11 presenta a la variable independiente (RSE) y a la variable mediadora (eco-innovación), esta última analizada como variable dependiente para confirmar que el segundo supuesto queda comprobado. Los resultados muestran una asociación significativa entre la variable independiente y la variable mediadora ($\beta = .523$ $p \leq .000$).

Tabla 12. Resultados de la regresión simple entre Eco-innovación y Desempeño.

Resumen del modelo						
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Cambio en F	Sig. Cambio en F
1	.329 ^a	.108	.097	4.68329	9.487	.003

a. Predictores: (Constante), EcoInnovación

b. Variable dependiente: Desempeño

Análisis de varianza						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	208.075	1	208.075	9.487	.003 ^b
	Residuo	1710.787	78	21.933		

Variables de la ecuación						
Modelo		B	Error estándar	Beta	t	Sig.
1	(Constante)	19.374	2.270		8.535	.000
	EcoInnovación	.534	.173	.329	3.080	.003

En la tabla 12 se observa a la variable mediadora (eco-innovación) y a la variable dependiente (desempeño) en un análisis para confirmar el tercer supuesto. Los resultados indican una asociación estadísticamente significativa entre la variable independiente y la variable dependiente ($\beta=.329$ $p\leq.003$).

Tabla 13. Resultados de la regresión múltiple entre RSE, Eco-innovación y Desempeño.

Resumen del modelo						
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Cambio en F	Sig. Cambio en F
1	.375 ^a	.141	.119	4.62702	6.314	.003

a. Predictores: (Constante), EcoInnovación, RSE

b. Variable dependiente: Desempeño

Análisis de varianza						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	270.344	2	135.172	6.314	.003 ^b
	Residuo	1648.518	77	21.409		

Variables de la ecuación						
Modelo		B	Error estándar	Beta	t	Sig.
1	(Constante)	14.742	3.522		4.185	.000

RSE	.359	.210	.211	1.705	.092
EcoInnovación	.355	.201	.219	1.765	.081

Finalmente, la tabla 13 presenta un análisis de regresión múltiple, que incluye a las variables responsabilidad social empresarial y eco-innovación como predictoras del desempeño, cuyo resultado muestra una asociación no significativa de la responsabilidad social empresarial al intervenir la eco-innovación ($\beta=.211$ $p\leq.092$), dicha asociación muestra un cambio con respecto a la regresión simple inicial (ver tabla 9), entre responsabilidad social empresarial y desempeño ($\beta=.326$ $p\leq.003$). Con lo cual queda comprobado el último supuesto donde se señala que la relación entre la variable independiente y la dependiente resulta significativamente menor cuando se incorpora la variable mediadora al modelo. Además, se observó que al introducir la variable eco-innovación al modelo del desempeño, éste presenta un R^2 de .141, ligeramente mayor al valor de la regresión simple inicial ($R^2=.106$).

Con estos datos se demuestra que el efecto mediador de la eco-innovación en la relación responsabilidad social empresarial – desempeño, ya que el efecto directo ($p\leq.092$) es significativamente menor que la magnitud de la relación principal analizada sin intervinientes ($p\leq.003$), además se propone una mediación parcial, puesto que el valor del efecto directo es distinto a cero, en consecuencia, se acepta la hipótesis de investigación (H1).

4.3 DISCUSIONES

Los resultados de esta investigación comprueban que existen además de la relación principal, otras relaciones importantes entre las variables, puesto que se afectan positiva y significativamente entre ellas. A nivel modelo también se

encuentra que las variables predictoras explican a la variable dependiente en un 14%.

En primer lugar, se encontró una relación positiva y significativa entre las variables responsabilidad social empresarial y la variable desempeño en negocios del sector restauranero de Madrid y Oaxaca, lo cual concuerda con los resultados obtenidos por diferentes autores (Saeidi *et al*, 2016; Siegel 2002, Waddock y Graves 1997), donde han afirmado que existe relación entre las variables responsabilidad social empresarial y desempeño.

Dentro de estas asociaciones resultantes en esta investigación se encuentran también la relación existente entre la responsabilidad social empresarial y la eco-innovación, una relación que ha sido poco examinada dentro de la literatura, pero que autores como Rexhepi *et al.* (2013), contemplan como estrategias de competencia empresarial que brindan oportunidad a las empresas de transformar desafíos en oportunidades para innovar y con esto proponen la búsqueda de un desarrollo sustentable tomando en cuenta la eco-innovación en su camino hacia el éxito.

Por su parte, la relación positiva y significativa encontrada entre la eco-innovación y el desempeño demuestra una asociación que señalan autores como Carrillo-Hermosilla, del Rio y Könnölä (2010), al proponer que la eco-innovación es una innovación que mejora el desempeño ambiental, sugiriendo en su estudio que la reducción de los impactos ambientales (intencionales o no) es la principal característica distintiva de eco-innovación.

En lo que respecta al estudio de las variables en conjunto, se obtuvieron resultados interesantes pues como se propone en un principio, las relaciones son positivas y significativas, tanto entre la variable responsabilidad social empresarial y la variable desempeño como en las relaciones entre eco-innovación y desempeño y la relación responsabilidad social empresarial y eco-innovación. La búsqueda del análisis de estas relaciones en conjunto ha sido a lo largo de la investigación un trabajo extendido debido a que en cierta medida se carece de literatura orientada a esta aproximación, más se puede advertir que autores como Hull y Rothenberg (2008), podrían plantear su estudio como uno de los precursores al análisis de estas variables, puesto que estudiaron temas provenientes de la responsabilidad social empresarial y el impacto que pueden generar sobre el desempeño y la posibilidad de que estos permitan a la empresa diferenciarse y a su vez se pueda moderar a ambas variables mediante la innovación.

CAPÍTULO 5

5. CONCLUSIONES

5.1 CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

De acuerdo con los resultados presentados en esta investigación se tienen cuatro conclusiones generales de este trabajo, con las cuales se cierra cada una de las interrogantes que pudieran resultar de cada capítulo, dichas conclusiones se incluyen a continuación:

La pregunta de investigación, propuesta a principio de este estudio cuestiona: ¿cómo afecta la eco-innovación la relación entre responsabilidad social empresarial y desempeño a los negocios del sector restauranero de Madrid y Oaxaca? Después de la recolección de datos y su análisis se responde con el hallazgo de una intervención de carácter mediador por parte de la eco-innovación en la relación principal. Esto se puede proponer a partir de los resultados y de lo observado en el acercamiento al sector, pues los restaurantes que cuentan con prácticas de responsabilidad social y eco-innovación resultan más atractivos para ciertos segmentos de la población, la intervención de la eco-innovación llega a ser redituable o apreciada por los clientes o consumidores, como lo exponen Namkung y Jang (2014), quienes sugieren que existe una disposición de los clientes a pagar un poco más por las prácticas verdes de un restaurante.

Los objetivos propuestos en este estudio han sido cumplidos partiendo del objetivo general, ya que se analizó el papel de la eco-innovación en la relación entre responsabilidad social empresarial y desempeño en restaurantes de Madrid y Oaxaca para implementar estrategias en el sector restauranero de Oaxaca que les permitan tener un mayor desempeño a largo plazo. En el plano contextual los

restaurantes entrevistados mostraron una buena disposición a continuar o implementar estas prácticas al notar que existe interés en ellas, al realizar la consulta en el sector restaurantero de la ciudad de Oaxaca muchos de ellos se mostraron motivados al saber que la adopción de estas prácticas está siendo reconocida por la investigación científica y que se les reconoce como un sector importante para la economía, el enfoque social y los cambios ambientales que pueden surgir a partir del consumo responsable de recursos y la administración de sus residuos, pero principalmente se mostraron interesados en conocer si sus esfuerzos influyen en el desempeño de sus negocios, lo cual a partir de este trabajo se podrá sustentar por los resultados obtenidos, que exponen que éstas prácticas explican el desempeño en un 14%. Así mismo, se cumplió con cada uno de los objetivos específicos propuestos, pues se identificaron eco-innovaciones de dos tipos: enfocadas al producto y enfocadas al proceso (el ahorro de agua en la limpieza de utensilios adoptando el sistema de tinas para lavado y enjuagado, el ahorro de energía eléctrica reemplazando sus lámparas y máquinas por tecnología con un desempeño óptimo, la reutilización de agua para aprovecharse en otras áreas, el uso de productos biodegradables en los empaques reciclables, el uso de detergentes y productos de limpieza no tóxicos, el uso de componentes locales en áreas del establecimiento), se identificaron también acciones de diferenciación entre los contextos de Madrid y Oaxaca que permiten a Oaxaca tener un mejor desempeño (reducción en la emisión de desechos contaminantes, la transferencia a los clientes de los valores en las prácticas y actividades del negocio, el reconocimiento a los empleados como parte importante de la empresa con quienes logra crecer como equipo, el reconocimiento de los logros en el desempeño de la calidad y en general la atracción al cliente con un modelo basado en la eficiencia y compromiso ofreciendo calidad) y por último, se identificaron acciones de responsabilidad social empresarial (la compra responsable y sin intermediarios, el apoyo a diferentes organizaciones que promueven el bienestar social así como los derechos humanos, el consumo local y de bajo impacto ambiental, la reducción de costes operativos y la búsqueda de la mejora continua) cumpliendo así con lo propuesto.

Una de las contribuciones principales de esta investigación se centra en el estudio de las variables responsabilidad social empresarial, desempeño y eco-innovación analizadas en conjunto, la contribución se presume de carácter teórico puesto que los estudios encontrados hasta el momento si bien muestran cercanía, no se han planteado las variables, los contextos estudiados en esta investigación, así como su aplicación al sector adaptado. El presente estudio ha analizado estas variables de manera conjunta bajo la teoría basada en los recursos Barney (1991), lo cual a nivel de variables es soportado por diferentes autores (Castelo y Lima 2006 y Russo y Fouts 1997) quienes han tratado la responsabilidad social empresarial tomando como base esta teoría, otros quienes han analizado a la eco-innovación desde esta misma teoría (Zhang y Walton 2016). Derivado de actividades responsables se genera en los negocios del sector restaurantero una conciencia ambiental que conduce a actividades propias de la eco-innovación, es decir, los restaurantes cuentan con recursos intangibles como las diferentes medidas de la responsabilidad social empresarial, que al entrar en contacto con el conocimiento del contexto los impulsan a generar una ventaja competitiva como lo es la eco-innovación que a su vez deriva en un mejor desempeño empresarial. Como lo postula la teoría basada en los recursos, los negocios que cuentan con estos recursos generan ventaja sobre sus competidores, ya que se diferencian de las otras empresas logrando posicionarse con recursos raros y que, si tan solo unas pocas empresas competidoras tienen una reputación positiva, entonces son raras. En este sentido se propone también que actualmente existe una tendencia preferencial hacia negocios con cierta reputación, consecuentemente los consumidores preferirán a aquellas empresas que cumplan con esta expectativa, lo cual concuerda con la literatura, donde la reputación positiva entre los clientes y proveedores ha sido citada como fuente de ventaja competitiva (Porter, 1980). Lo anterior se prueba en las relaciones positivas y significativas que se muestran entre las diferentes dimensiones de responsabilidad social empresarial y las dimensiones tanto de desempeño como de eco-innovación, donde las dimensiones de cada

variable están relacionadas con al menos una de las dimensiones de la responsabilidad social empresarial.

Por otro lado, la revisión de la literatura se realizó detenidamente, con el fin de adaptar la conceptualización y operacionalización de las variables a la naturaleza del estudio. Respecto a la variable desempeño, se concuerda con la literatura revisada para la operacionalización, sin embargo, resultante del análisis se halla una nueva dimensión para la variable, nombrada: desempeño gerencia, puesto que deja entrever que los indicadores de desempeño social utilizados para medir esta dimensión también reportaron la presencia de un enfoque diferente de desempeño en el cual se mide la relación y comunicación de los gerentes y/o directivos con los empleados y clientes y la transferencia de objetivos para alcanzar metas.

De acuerdo con los resultados de esta investigación se prueba la hipótesis H1: La eco-innovación interviene en la relación entre responsabilidad social empresarial y desempeño en negocios del sector restaurantero de Madrid y Oaxaca, obteniendo un efecto interviniente de la eco-innovación en la relación entre la responsabilidad social empresarial y el desempeño. Tal efecto no derivó en una moderación, lo que se pudo pensar en un principio dada la consulta con la literatura que toma esta variable como moderadora (Zhang y Walton 2016, Wanger 2010 y Hull y Rothenberg 2008), por tal motivo, se realizaron los análisis correspondientes y se probó el efecto interviniente como una variable parcialmente mediadora de la relación principal. La explicación al tipo o dirección de la intervención de la variable puede deberse al sector donde ha sido aplicada, ya que este estudio se enfocó a la industria de servicios en su segmento de restaurantes, caso contrario a investigaciones anteriores donde dirigen los estudios hacia el sector industrial.

5.2 IMPLICACIONES

Sustentado en los datos resultantes de la investigación y en la cercanía al sector se puede observar que tanto en el enfoque ambiental como social influyen directamente el comportamiento de los propietarios o administradores del negocio, puesto que para la implementación y realización de las prácticas que mejoran el desempeño, es importante el involucramiento del equipo y en cierta medida la supervisión laboral. Una ventaja de las MiPyMES es que, al contar con pocos empleados, resulta menos complicada la supervisión de los empleados y es perceptible el desarrollo de relaciones laborales y/o interpersonales más cercanas, lo cual lleva a sentir su trabajo no solo como una actividad que les permite una remuneración económica, sino a sentirse parte de la organización. Como es claro, no en todos los casos se alcanza este nivel de relación, sin embargo, a lo largo del estudio se pudo percibir la satisfacción de los colaboradores, la cual también podría ser indicada por la permanencia del personal en las organizaciones.

Una debilidad importante que presentan las empresas Oaxaqueñas involucradas en este estudio es externa a su organización. Como muchos de estos negocios expresan, el ayuntamiento puede ser en algunos casos un obstáculo para su operación, pues en él recae la parte administrativa, la cual llega a retrasar ciertas operaciones y en algunos casos el acceso a la información para los emprendedores y negocios que intentan acatar las regulaciones correspondientes, pero sobre todo, no muestra interés en la colaboración con los negocios del sector restaurantero, para generar acciones de cuidado al medio ambiente, todo esto a pesar de que la ciudad de Oaxaca es en un 90% turística. Por tal motivo, los restaurantes que deciden implementar eco-innovaciones en sus establecimientos tienen que buscar alternativas de manera individual para lograr sus metas ambientales, aunque en muchos de los casos esto genera costos extra al negocio, principalmente al momento de deshacerse de sus residuos, buscando que no representen una fuerte

carga negativa al ambiente. Por su parte, también se hacen implicaciones para la ciudad de Madrid, donde parecen tener un sistema funcional y eficiente, pero que al ser una ciudad capital y preferida por los turistas podría mejorar sus campañas para el consumo de recursos.

De manera académica se recomienda que se amplíe la muestra para futuras investigaciones, puesto que, si bien se obtuvieron resultados importantes en este estudio, probablemente se podrían tener mejores asociaciones para probar la variable de control y para medir el efecto de las variables en el desempeño económico, lo cual probablemente ayudaría a que las empresas estuvieran más interesadas en incorporar prácticas responsables y eco-innovadoras a la actividad de sus negocios.

5.3 LIMITACIONES

Dentro de las limitaciones principales de este estudio se encuentra principalmente, la dificultad que representó el obtener las entrevistas como resultado de la poca disponibilidad de los propietarios o encargados del negocio para destinar una parte de su tiempo a las entrevistas.

Una limitante para el desarrollo del estudio es que en algunos casos se pudo percibir, como parte de la observación cercana al contexto, que las respuestas referentes a los datos que persiguen información económica eran reflexionadas cuidadosamente en empresas mayormente conocidas y que en ocasiones solicitaron pruebas de la relación existente del trabajo de investigación y la institución de origen, lo que indica también la inseguridad que sienten las empresas al proporcionar datos internos.

Como una observación que podría variar en cierta medida los resultados del estudio, se identificó que los propietarios de restaurantes, en continuas ocasiones caen en un modelo exigente de percepción hacia sus propias prácticas, puesto que a pesar de contar con elementos que los sitúan en una posición que les permite ubicarse en la opción máxima de la escala de respuesta, optan por responder en una ubicación de la escala no absoluta, pues piensan que sus prácticas siempre pueden mejorar.

Finalmente, una limitación para probar la variable de control del modelo de investigación es probablemente el tamaño de muestra pues, aunque contextualmente se observaron bases para probar que un ambiente de crisis tiene cierta influencia en el desempeño de los negocios del sector restaurantero, en el análisis estadístico resultó no significativo, por tanto, la recomendación es que se amplíe la muestra.

REFERENCIAS

Abernathy, W. J. y Clark, K. B. (1985). Innovation: mapping of winds of creative destruction. *Research Policy*, 14 (1), 3-22.

Aguinis, H. (2011). Organizational responsibility: Doing good and doing well. In S. Zedeck, *APA handbook of industrial and organizational psychology*, 3, 855– 879. Washington, DC: American Psychological Association.

Andersen, M. y Foxon, T. (2009). The greening of innovation systems for eco-innovation - towards an evolutionary climate mitigation policy. In Accepted papers - DRUID Summer Conference 2009 DRUID Society.

Aragón, A., Hurtado, N., Sharma, S. & García, V.J. (2008). Environmental strategy and performance in small firms: A resource-based perspective. *Journal of environmental Management*, 86, 88-103.

Babbie, E. (2000). *Fundamentos de la investigación social*. México: International Thompson Editores.

Barney, J. B. (1986). Strategic factor markets: Expectations, luck, and business strategy. *Management Science*, 32, 1231–1241.

Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17, 99–120.

Barney, J. B., Ketchen, D. J. y Wright, M. (2011). The Future of Resource-Based Theory: Revitalization or Decline? *Journal of Management*, 37 (5), 1299-1315.

Baron, R. M. y Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1173-1182

Barton, R. (2016). Where are the foodies going in 2014?. *The Independent*, 2016. Saturday 1 February 2014. <http://www.independent.co.uk/travel/news-and->

[advice/where-are-the-foodies-going-in-2014-9094744.html](http://www.elpais.com/ingles/advices/where-are-the-foodies-going-in-2014-9094744.html) Consultado en línea el 3 de noviembre del 2016.

Camisón, C. (1997). *La competitividad de la PYME industrial española: estrategia y competencias distintivas*. Civitas, Madrid.

Carrera, M. (2016). Madrid tiene 15000 bares y restaurantes, uno por cada 211 habitantes. *El Mundo*. 22 de agosto de 2016. Consultado el 03 de noviembre de 2016. <http://www.elmundo.es/madrid/2016/08/22/57bb446eca474137398b45c7.html>

Carrillo-Hermosilla, J., del Rio, P. y Könnölä T. (2010). Diversity of eco-innovations: Reflections from selected case studies. *Journal of Cleaner Production*, 18, 1073-1083.

Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *Academy of Management*, 4 (4), 497-505.

Castelo, M. y Lima, L. (2006), "Corporate social responsibility and resource-based perspectives", *Journal of Business Ethics*, 69, 111-32.

Chan, E. W. S. (2011). Implementing environmental management systems in small-and medium-sized hotels: Obstacles. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 35 (1), 3-23.

Cheng, C.C.J., Yang, C. I. y Sheu, C. (2014). The link between eco-innovation and business performance: a Taiwanese industry context. *Journal of Cleaner Production*, 64, 81-90.

Chiavenato, I. (1987) *Introducción a la teoría general de la administración*. Editorial Mc. Graw-Hill, S. A. Bogotá.

Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración*. México, D.F. Ed. McGrawHill Interamericana Editores S.A. de C.V.

Chou, C.-J., Cheng, K.-S. y Wang, Y.-Y. (2012). Green practices in the restaurant industry from an innovation adoption perspective: Evidence from Taiwan. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 703– 711.

Coombs, W. T. (1995). Choosing the right words: The development of guidelines for the selection of the "appropriate" crisis response strategies. *Management Communication Quarterly*, 8, 447-476.

Costa, C., Lages, L. F. y Hortinha, P. (2015). The bright and dark side of CSR in export markets: Its impact on innovation and performance. *International Business Review*, 24, 749–757.

de la Hoz, E. J., Fontalvo, T. J. y Morelos, J. (2014). Evaluación del comportamiento de los indicadores sector petróleo y gas en Colombia mediante el análisis discriminante. *Contaduría y Administración*, 59 (4), 167-191.

Diario la Jornada (2016). De 2010 a la fecha se dispararon los índices de pobreza en Oaxaca. *La Jornada en línea*, lunes 09 de mayo de 2016, consultado 03 de noviembre de 2016. <http://www.jornada.unam.mx/2016/05/09/politica/003n1pol>

Diario oficial de la unión europea (2003). Recomendación de la comisión de 6 de mayo de 2003 sobre la definición de microempresas, pequeñas y medianas empresas. [notificada con el número C(2003) 1422]. Consultado 08/09/2017 <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2003:124:0036:0041:es:PDF>

Draft, R. (1983). *Organization theory and desing*. New York: West.

D'Souza, C. Taghian, M. (2005). Green advertising effects on attitude and choice of advertising themes. *Asian Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 17 (3), 51–66.

El economista. (2015). España es el Segundo país más desigual de Europa, solo por detrás de Letonia. *El economista*. Recuperado de <http://www.eleconomista.es/economia/noticias/6402065/01/15/Espana-es-el-segundo-pais-mas-desigual-de-Europa-solo-por-detras-de-Letonia.html>

Saldaña, I. (2016). Restauranteros prevén expansión marginal. *El Universal en línea*. 30/08/2016 Consultado 01/10/2016, <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/cartera/economia/2016/08/30/r-estauranteros-preven-expansion-marginal>

European Parliament, (2011). A Renewed EU Strategy 2011-2014 for Corporate Social Responsibility. Brussels, 25.10.2011. COM (2011) 681 final.

Fairoz, F. M., Hirobumi T. y Tanaka, Y. (2010). Entrepreneurial orientation and business performance of small and medium scale enterprises of Hambantota district Sri Lanka. *Asian Social Science*, 6 (3), 34-46.

Fernández D. M, A. (2015). *Servicio especializado de vinos MF1110*. Editorial tutor formación, 1ª edición, enero 2016. Pp. 10.

Fernández de Guevara, J., Pérez, F. y Serrano, L. (2015). *Crisis económica, confianza y capital social*. 1.ª ed. Bilbao: Fundación BBVA.

Forbes Staff (2016). Sector restaurantero genera 1,000 mdp en ventas. *Revista Forbes México*. <http://www.forbes.com.mx/sector-restaurantero-genera-1000-mdp-ventas/#gs.=nhoH18> consultada en línea el 2 de octubre del 2016.

Freeman, R.E. (1994). The politics of stakeholder theory: some future directions. *Business Ethics Quarterly*, 4 (4), 409–422.

Friedman, M. (1962). *Capitalism and freedom*. Chicago: University of Chicago Press, 1962.

Galdón, B. (2014). *La pequeña y mediana empresa, motor de la economía española*. 20 minutos economía, 22.05.2014 consultado 16/09/2017 <http://www.20minutos.es/noticia/2144813/0/pyme/economia/espana/>

Gallardo-Vásquez, D. y Sánchez-Hernandez, M. I. (2014). Measuring corporate social responsibility for competitive success at a regional level, *Journal of cleaner production*, 72, 14-22.

Gallego, I., Prado, J. M. y García, I. M. (2011). Corporate social responsibility and innovation: a resource based theory. *Management Decision*, 49 (10), 1709-1727.

García-Pozo, A., Sánchez-Ollero, J.L. y Ons-Cappa, M., (2016). Eco-innovation and economic crisis: a comparative analysis of environmental good practices and labour productivity in the Spanish hotel industry. *Journal of cleaner production*, 138, 131-138.

George, D. y Mallery, P. (2003). *spss for Windows step by step: A Simple Guide and Reference*. 11.0 Update (4.^a ed.). Boston: Allyn & Bacon.

Granillo, L. y Ojeda, J. (2011). *ISO 26000, la norma para la sustentabilidad de las pymes*. Revista Coepes, abril [consultado 28 abril 2017]. Disponible en <http://www.revistacoepesgto.mx/revistacoepes3/component/content/article/52noviembre-2011/161-iso-26000-la-norma-para-la-sustentabilidad-de-laspymes>

Hair, J., Anderson, R., Tatham, R. y Black, W. (1999). *Análisis Multivariante*. Madrid, España: Prentice Hall.

Harris, M. M. (1994). Rater motivation in the performance appraisal context: a theoretical framework. *Journal of management*, 20 (4), 737-756.

Hart, S. (1995). A natural resource-based view of the firm. *Academy of Management Review*, 20, 986-1014.

Hart, S. (1997). Beyond greening: strategies for a sustainable world. *Harvard Business Review*, 75 (1), 66–76.

Hernández, J., Domínguez, M. y Mendoza, L. (2010). Desempeño de negocios de artesanía después del movimiento social del 2006 en Oaxaca, México. *Revista espiral*, 16 (48), 205-240.

Hillary, R. (ed.) (2000). *Small and Medium-sized Enterprises and the Environment: Business Imperatives*. Sheffield, UK: Greenleaf Publishing.

Hojnik, J. y Ruzzier, M. (2016), What drives eco-innovation? A review of an emerging literatura. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 19, 31-41.

Horbach, J., Rammer, C, y Rennings, K. (2012). Determinants of eco-innovations by type of environmental impact—the role of regulatory push/pull, technology push and market pull. *Ecological Economics*, 78, 112–122.

Hoskisson, R. E., Hitt, M. A., Wan, W. P. y Yiu, D. (1999). Theory and research in strategic management: Swings of a pendulum. *Strategic Management Journal*, 25 (3), 417-456.

Isaksson, R. y Steimle, U. (2009). "What does GRI-reporting tell us about corporate sustainability?", *The TQM Journal*, 21 (2), 168-181.

Jacobo, Toledo, Mendoza (2015), "El desempeño de los negocios de subsistencia de la artesanía Wixárica en Nayarit, México. Desde el enfoque cultural de la orientación al mercado" Tesis de maestría, Instituto Politécnico Nacional, Centro Interdisciplinario de Investigación para el Desarrollo Integral Regional. Unidad Oaxaca, Santa Cruz Xoxocotlán, Oaxaca.

Jacobsen, R. (1988). The persistence of abnormal returns. *Strategic management journal*, 9, 41-58.

Kemp, R. y Foxon, T. (2007). *Tipology of eco-innovations*. Entregable 2. Proyecto financiado por la FP6 UE 0444513: 24.

Kemp, R. y Pearson, P., (2008) Final report MEI project about measuring ecoinnovation, DG Research of the European Commission (Call FP6-2005- SSP-5A, Area B, 1.6, Task 1). 7.

Klemmer, P., Lehr, U. y Löbbe, K., (1999). *Environmental Innovation. Volume 3 of publications from a Joint Project on Innovation Impacts of Environmental Policy Instruments*. Synthesis Report of a project commissioned by the German Ministry of Research and Technology (BMBF), Analytica-Verlag, Berlin.

Kuo, Y. y Chen, M. (2016). Impact of Eco-Innovation on Environment Performance and Competitive Advantage: Moderating Effect of Green Reputation. *International Journal of Management and Applied Science*, 2 (9), 69-77.

Lee, P. M. y Quazi, H. A. (2001). A methodology for developing a self-assessment tool to measure quality performance in organizations. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 18 (2), 118 – 141.

Li, Y. (2014). Environmental innovation practices and performance: moderating effect of resource commitment. *Journal of Cleaner Production*, 66, 450-458.

Lippman, S. A. y Rumelt, R. P. (1982). Uncertain imitability: An analysis of interfirm differences in efficiency under competition. *The Bell Journal of Economics*, 13 (2), 418-438.

Llorente-Bousquets, J. y Osegueda, S. (2008). *Estado natural del conocimiento de la biota, en capital natural de México, vol. I: Conocimiento actual de la biodiversidad*. Conabio, México.

Long, X., Chen, Y., Du, J., Oh, K., Han, I. y Yan, J. (2017). The effect of environmental innovation behavior on economic and environmental performance of 182 chinese firms. *Journal of cleaner production*, 166, 1274-1282.

Loewenthal, K.M. (1996). *An introduction to psychological tests and scales*. London: UCL Press.

Mackey, A., Mackey, T. B., y Barney, J. B. (2007). Corporate social responsibility and firm performance: Investor preferences and corporate strategies. *Academy of Management Review*, 32, 817-835.

Madureira, C. (2002). La evaluación de desempeño en el contexto de la administración pública. *Revista del CLAD Reforma y Democracia*. 23, 1-9.

Maignan, I. y Ferrell, O. C. (2000). Measuring corporate citizenship in two countries: the case of the United States and France. *Journal of business ethics*, 23, 283-297.

Martinez-Conesa, I., Soto-Acosta, P y Palacios, M. (2016). Corporate social responsibility and its effect on innovation and firm performance: An empirical research in SMEs. *Journal of Cleaner Production*, 142, 2374-2383.

McWilliams A. y Siegel D. S. (2000). Corporate social responsibility and financial performance: correlation or misspecification. *Strategic Management Journal*, 21 (5), 603-609.

McWilliams, A. y Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility: a theory of the firm perspective. *Academy of Management Review*, 26 (1), 117-127.

McWilliams, A., y Siegel, D. (2011). Creating and capturing value: Strategic corporate social responsibility, resource based theory and sustainable competitive advantage. *Journal of Management*, 37, 1480-1495.

McWilliams, A., Siegel D. S. y Wright, P.M. (2006) Corporate social responsibility strategic implications. *Journal of management studies*, 43 (1), 0022-2380.

McWilliams, A., Van Fleet, D. y Cory, K. (2002), Raising rivals costs through political strategy: an extension of the resource-based theory. *Journal of Management Studies*, 39 (5), 707-724.

Miret-Pastor, L., Serraga-Oña, M.V. y Peiró-Signes, A. (2011) ¿Cómo medimos la eco-innovación? Análisis de indicadores en el sector turístico. *Tec empresarial*, 5 (2), 15-25.

Namkung, Y. y Jang, S. (2014). Are Consumers Willing to Pay more for Green Practices at Restaurants? *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 20 (10), 1–28.

Nidumolu, R., Prahalad, C.K. y Rangaswami, M.R. (2009). Why sustainability is now the key driver of innovation. *Harvard Business Review*, 87 (9), 57-64.

Osorio, A (2015). Oaxaca un continente: Turismo y Pymes II. *El oriente*. 16/10/2015 consultado 16/09/2017 <http://www.elorienten.net/home/2015/10/16/oaxaca-un-continente-turismo-y-pymes-ii-por-angel-osorio/>

Ottman, J. (1992). *Green Marketing: Challenges and Opportunities for the New Marketing Age*. NTC Business Books, Lincolnwood, IL.

Otto, A. y Kotzab, H. (2003). Does supply chain management really pay? Six perspectives to measure the performance of managing a supply chain. *Journal of operational research*, 144, 306-320.

Peiró-Signes, A., Segarra-Oña, M., Verma, R., Mondéjar-Jiménez, J. y Vargas-Vargas, M. (2014), The Impact of Environmental Certification on Hotel Guest Ratings. *Cornell Hospitality Quarterly*, 55 (1) 40–51.

Porter M, Van der Linde C. (1995). Green and competitive: ending the stalemate. *Harvard Business Review*, 73 (5), 120–134.

Porter, M. (1980). *Competitive strategy*. New York: Free press.

Rexhepi, G., Kurtishi, S. y Bexheti, G. (2013). Corporate Social Responsibility (CSR) and Innovation The drivers of business growth? *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 75, 532 – 541.

Reyes, M., Sánchez, P. y Díaz, R. (2017). Eco-innovation and organizational culture in the hotel industry. *International Journal of hospitality management*, 65, 71-80.

Rodríguez- Fernández, M. (2016). Social responsibility and financial performance: the role of good corporate governance. *Business Research Quarterly*, 19 (2), 137-151.

Russo, M. y Fouts, P. (1997). A resource-based perspective on corporate environmental performance and profitability. *Academy of Management Journal*, 40, 534-559.

Saeidi, S, P., Sofian, S., Saeidi, P., Saeidi, S, P, y Saeidi, S, A. (2015). How does social responsibility contribute to firm financial performance? The mediating role of competitive advantage, reputation and customer satisfaction. *Journal of Business Research*, 68, 341-350.

Sánchez Castañeda, J. (2014). Contextualización y enfoques en el estudio de comportamientos proambientales o ecológicos con miras a la perfilación del consumidor verde. *Suma de Negocios*, 5 (10), 34-39.

Sánchez-Medina, P. S., Díaz-Pichardo, R., Bautista-Cruz, A. y Toledo-López, A. (2015). Environmental compliance and economic and environmental performance: Evidence from handicrafts small businesses in Mexico. *Journal of business ethics*, 126, 381-393.

Secretaría de Turismo (2014). Directorio de empresas con distintivo H vigente vigente. <http://www.sectur.gob.mx/gobmx/tramites-y-servicios/certificacion-turistica/distintivo-h/> Consultado 20 de noviembre 2016.

Simpson, J. y Taylor, J. (2013), *Corporate Governance, Ethics and CSR*. Kogan Page. London, UK.

Stanaland, A. J. S., Lwin, M. O. y Murphy, P. E. (2011), Consumer Perceptions of the Antecedents and Consequences of Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, 102 (1), 47-55.

Trung, D. N. y Kumar, S. (2005). Resource use and waste management in Vietnam hotel industry. *Journal of Cleaner Production*, 13, 109–116.

Turker, D. (2008). Measuring corporate social responsibility: A scale development study. *Journal of business ethics*, 85 (4), 411-427.

Wanger, M. (2010). Corporate social performance and innovation with high social benefits: a quantitative analysis. *Journal of business ethics*, 94, 581-594.

Waddock, S. y Graves, S. (1997). The corporate social performance – financial performance link. *Strategic management journal*, 18 (4), 303-319.

Wernerfelt, B., (1984). A resource based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5, 171-180.

Zhang, J. A. y Walton, S. (2016). Eco-innovation and business performance: the moderating effects of environmental orientation and resource commitment in green-oriented SMEs. *R&D Management*, 47 (5), E26-E39.

Figuras:

Barney, J. B. (1991). The relationship between traditional “strengths-weaknesses-opportunities-threats” analysis, the resource based model, and models of industry attractiveness. [Figura 1]. Recuperado de [https://business.illinois.edu/josephm/BA545_Fall%202011/S10/Barney%20\(1991\).pdf](https://business.illinois.edu/josephm/BA545_Fall%202011/S10/Barney%20(1991).pdf)

Barney, J. (1991). The relationship between the resource heterogeneity and immobility, value, rareness, imperfect imitability, an substitutability, and sustained competitive advantage. [Figura 2]. Recuperado de [https://business.illinois.edu/josephm/BA545_Fall%202011/S10/Barney%20\(1991\).pdf](https://business.illinois.edu/josephm/BA545_Fall%202011/S10/Barney%20(1991).pdf)

Tablas:

Barney, Ketchen y Wright. (2011). The life cycle of resource-based theory: selected key papers. [Tabla 1]. Recuperado de <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0149206310391805>

ANEXOS

Anexo 1. Operacionalización de la variable responsabilidad social empresarial.

Tabla de operacionalización de la variable Responsabilidad social empresarial.							
AUTOR	DEFINICIÓN	CONCEPTO OPERACIONAL	DIMENSION	INDICADOR	ITEM	ESCALA	
Gallardo Vásquez y Sánchez (2014).	Un proceso sensación organizacional que involucra crear y compartir un significado único de responsabilidad social empresarial	Medida individual de los valores y actitudes individuales de los gerentes hacia la RSE, los resultados de la implementación del comportamiento socialmente responsable, así como el grado de sustentabilidad de operaciones empresariales.	Social.	Modelo de cuatro dimensiones descrito por Carroll	<p>¿En qué grado apoya el empleo de personas con riesgo de exclusión social?</p> <p>¿En qué medida valoran la contribución de las personas con discapacidad al mundo empresarial?</p> <p>¿En qué grado se preocupan por la calidad de vida de sus empleados?</p> <p>Grado de igualdad de oportunidades existentes para sus empleados</p>	Escala tipo Likert de 10 puntos. 0: totalmente en desacuerdo a 10: totalmente de acuerdo.	
			Económica.		Proveer a sus clientes información precisa y completa de sus productos y servicios		Esfuerzos por comprometer relaciones estables de beneficio mutuo con sus proveedores
					Entienden la importancia de la compra responsable (prefieren proveedores responsables)		
			Ambiental		Usan consumibles/ bienes o servicios de bajo impacto ambiental		Ahorran energía a fin de promover sus niveles de eficiencia

					<p>Conscientes de la importancia de la planificación de la inversión de la empresa para reducir el impacto ambiental que han generado</p> <p>Están a favor de las reducciones de emisiones de gas y producción de desechos y a favor de reciclar materiales.</p> <p>Aprecian el uso de contenedores y empacados reciclables</p>	
Turker (2008)	<p>comportamientos corporativos que apuntan a afectar positivamente a las partes interesadas y que van más allá de su interés económico.</p>	<p>la medida en que las empresas cumplen con las responsabilidades económicas, legales, éticas y discrecionales que les imponen sus partes interesadas</p>	<p>-Partes interesadas sociales principales (empleados y clientes).</p> <p>-Partes interesadas sociales secundarias (sociedad, gobierno y competidores).</p> <p>-Partes interesadas no sociales principales (ambiente natural y generaciones futuras).</p> <p>-Partes interesadas no sociales secundarias (organizaciones no gubernamentales).</p>	<p>Expectativas de diversas partes interesadas</p>	<p>participa en actividades que buscan proteger y mejorar la calidad del medio ambiente natural.</p> <p>hace inversiones para crear una vida mejor para las generaciones futuras.</p> <p>implementa programas especiales para minimizar su impacto negativo en el medio ambiente natural.</p> <p>¿En qué grado su empresa apunta al crecimiento sostenible que considera las generaciones futuras?</p> <p>¿Con qué frecuencia su empresa apoya organizaciones no gubernamentales que trabajan en áreas problemáticas?</p> <p>¿En qué grado su empresa contribuye a campañas y proyectos que promueven el bienestar de la sociedad?</p> <p>¿Con qué frecuencia su empresa anima a sus empleados a participar en actividades voluntarias?</p> <p>destaca la importancia de sus responsabilidades sociales para con la sociedad</p> <p>¿en qué medida políticas de empresa</p>	<p>Escala de 7 puntos</p>

					<p>alientan a los empleados a desarrollar sus habilidades y carreras?</p> <p>La dirección de la empresa se ocupa principalmente de las necesidades y deseos de los empleados</p> <p>¿En qué medida su empresa implementa políticas flexibles para proporcionar un buen balance de trabajo y vida para sus empleados?</p> <p>¿Las decisiones gerenciales relacionadas con los empleados suelen ser justas?</p> <p>La empresa apoya a los empleados que desean adquirir educación adicional</p> <p>¿En qué medida la empresa respeta los derechos del consumidor más allá de los requisitos legales?</p> <p>Su empresa proporciona información completa y precisa sobre sus productos a sus clientes</p> <p>¿En qué grado La satisfacción del cliente es importante para la empresa?</p> <p>La empresa siempre paga sus impuestos sobre una base regular y continua</p> <p>La empresa cumple con las regulaciones legales de manera completa y rápida</p>	
Maignan y Ferrell (2000)	una construcción de las cuatro dimensiones correlacionadas de la	La medida en que las empresas cumplen con las responsabilidades económicas, legales, éticas y	Responsabilidades económicas.		<p>Hemos logrado maximizar nuestros beneficios.</p> <p>Nos esforzamos por reducir nuestros costos de operación.</p> <p>Seguimos de cerca la productividad de los empleados.</p> <p>La alta dirección establece estrategias a largo plazo [. . .]</p>	

	<p>ciudadanía económica, legal, ética y discrecional</p>	<p>discrecionales que les imponen sus partes interesadas.</p>	<p>Responsabilidades legales</p> <p>Responsabilidades éticas</p> <p>Responsabilidades discrecionales</p>	<p>clientes, empleados y público.</p>	<p>Los gerentes de esta organización tratan de cumplir con la ley.</p> <p>Nuestra empresa busca cumplir con todas las leyes que regulan la contratación y los beneficios de los empleados.</p> <p>Tenemos programas que fomentan la diversidad de nuestra fuerza de trabajo (en términos de edad, género y raza).</p> <p>Las políticas internas previenen la discriminación en la remuneración y promoción de los empleados.</p> <p>Nuestro negocio apoya a los empleados que adquieren educación adicional.</p> <p>Las políticas flexibles de la empresa permiten a los empleados coordinar mejor el trabajo y la vida personal.</p> <p>Nuestro negocio da las contribuciones adecuadas a las organizaciones benéficas.</p> <p>Existe un programa para reducir la cantidad de energía y materiales desperdiciados en nuestro negocio.</p> <p>Alentamos asociaciones con empresas locales y escuelas</p>	
--	--	---	--	---------------------------------------	--	--

Anexo 2. Operacionalización de la variable desempeño.

Tabla de operacionalización de la variable desempeño.						
AUTOR	DEFINICION	CONCEPTO OPERACIONAL	DIMENSION	INDICADOR	ITEMS	ESCALA
Keeble, Topiol y Berkele y (2003).			Económica.		¿el proyecto generará prosperidad y mejorará las economías afectadas?	Escala de puntuación de 5 puntos. 1 = débil alineación con los principios de desarrollo sostenible. 5 = fuerte alineación con los principios de desarrollo sostenible.
			Social.	Realidades empresariales	¿se llevará a cabo el proyecto de manera responsable y beneficiará a las comunidades afectadas de manera justa y equitativa?	
			Ambiental	Valores	¿el proyecto causará daños a largo plazo al medio ambiente?	
			1) Calidad del medio ambiente. 2) Uso de recursos naturales.	Cultura de la organización	¿protegerá y potenciará el capital natural?	
Otto y Kotzab (2003)	el logro de objetivos que conduce a conflictos entre los diferentes objetivos establecidos por diferentes unidades organizativas dentro y entre las empresas	el grado en el que se alcanzan ciertos objetivos.	Dinámica de Sistemas.	Capacidad de uso	Grado de utilización de la capacidad de uso.	
			Investigación Operativa y Tecnología de la Información.	Nivel de inventario acumulado.	Volumen del inventario mantenido a lo largo de toda la cadena (días de suministro o equivalente de moneda o tiempo de permanencia).	
				Desabastecimientos.	Volumen de desabastecimientos al nivel del usuario final (número de órdenes de compra insatisfechos o equivalente en moneda de las órdenes insatisfechas).	
			Logística.	Retrasos de tiempo	La longitud de los retrasos de tiempo que ocurren en el envío de la información de la demanda.	
			Marketing.	Tiempo para adaptarse	El tiempo (número de días o semanas) necesario para adaptarse a los cambios en la demanda (capacidad de responder rápidamente a los cambios en la demanda, el diseño de la red y el abastecimiento)	
			Organización. Estrategia.	Pedido fantasma	El volumen de pedidos fantasma y cancelaciones de pedidos.	

				<p>Coste logístico por unidad.</p> <p>Nivel de servicio.</p> <p>Tiempo de entrega</p> <p>Integración.</p> <p>Plazos de entrega.</p> <p>Tiempo del ciclo de pedido.</p> <p>Flexibilidad.</p>	<p>El porcentaje del total de los costos de desembarque que son consumidos por los procesos logísticos (operaciones físicas de transporte, almacenamiento y cambio).</p> <p>El porcentaje de órdenes OTIF (OTIF: a tiempo completo) o como una tasa de llenado de línea de pedido (fracción de la demanda llenada inmediatamente para los productos disponibles en el mercado).</p> <p>El tiempo necesario para mover un elemento de inventario particular desde su punto de almacenamiento al cliente (el tiempo requerido para servir al cliente, ya sea por acción, montaje o fabricación a la orden)</p> <p>Número de interfaces a cruzar mediante el procesamiento de una orden</p> <p>El tiempo necesario para terminar un proceso (pueden ser compilados para diferentes procesos de negocio como adquisición, fabricación o distribución).</p> <p>El tiempo transcurrido entre los clientes coloca un pedido y recibe el producto.</p> <p>La flexibilidad puede medirse como la capacidad de cambiar o reaccionar con poca penalización en tiempo, esfuerzo, costo o desempeño.</p>	
<p>Lee y Quazi (2001)</p>	<p>Medida del mérito y la eficacia de sus enfoques y despliegues</p>	<p>Medida de todas las dimensiones del negocio que se considera que tienen un impacto en el rendimiento de la calidad de la organización en general.</p>	<p>Liderazgo.</p> <p>Planificación estratégica.</p> <p>Atención al cliente y al mercado.</p> <p>Información y análisis.</p> <p>Enfoque de recursos humanos,</p> <p>Gestión de procesos.</p>	<p>Mejores relaciones con los empleados,</p> <p>Mayor productividad,</p> <p>Mayor satisfacción del cliente,</p>	<p>Nuestros gerentes en todos los niveles transfieren a los clientes de la organización los valores de calidad en requisitos, prácticas y actividades para sus unidades respectivas</p> <p>Nuestros gerentes entrenan y guían a los empleados para implementar planes departamentales y alcanzar metas departamentales</p> <p>Nuestros gerentes están capacitados (dentro de los límites) para reconocer y recompensar a los</p>	<p>Escala numérica de 6 puntos. 1= En absoluto. 2= En muy poca medida. 3= En poca medida 4= En medida moderada</p>

			Resultados comerciales	Mayor participación en el mercado y Mayor rentabilidad	empleados por los logros en el desempeño de la calidad Nuestra organización tiene un sistema para evaluar y mejorar la participación de la dirección en la implementación de planes departamentales	5= En gran medida 6= En muy alta medida.
Fairoz, Hirobumi y Tanaka. (2010).		Porcentaje de crecimiento de ventas, empleo, cuota de mercado y monto de las ganancias obtenidas	Financiera	Crecimiento de ventas Crecimiento de empleo Crecimiento de cuota de mercado Ganancias (antes de impuestos)	Crecimiento de ventas: Crecimiento de empleo: Crecimiento de cuota de mercado: Ganancias (antes de impuestos):	Escala de intervalo de 5 puntos. (1) menos del 1%, (2) 1-3%, (3) 3-6%, (4) 6-10%, (5) más del 10% Escala de intervalo de 5 puntos. 1) ganancia negativa, (2) menos de 200,000 LKR, (3) 200,000-600,00 LKR, (4) 600,000-1,000,000 LKR, (5) Más de 1,000,000 LKR.
Long Chen, Du, Oh, Han y			Desempeño económico	Actitud hacia el comportamiento Norma subjetiva del medio ambiente Control percibido del comportamiento	aumento de nuevos productos mayor tasa de venta aumento de ganancias aumento de la participación de mercado Reducción de las aguas residuales	Escala Likert de 7 puntos. 1= en total desacuerdo. 7= totalmente de acuerdo

Yan (2017).			Desempeño ambiental	<p>entorno del ambiente</p> <p>Intención de la innovación ambiental</p> <p>Funcionamiento ambiental</p> <p>Funcionamiento económico</p>	<p>Reducción de gases residuales</p> <p>Reducción de residuos sólidos</p> <p>Reducción de los contaminantes en los procesos de producción</p>	
Kuo y Chen (2016).		Grado de uso eficiente de los recursos, la reducción de los residuos y el consumo de energía, y la reducción de los riesgos ambientales	Desempeño ambiental		<p>Podemos reducir la emisión de aire, residuos, agua, desechos sólidos</p> <p>podemos reducir la frecuencia de accidentes ambientales</p> <p>podemos mejorar la imagen ambiental</p>	

Anexo 3. Operacionalización de la variable eco-innovación.

Tabla de operacionalización de la variable Eco-innovación						
AUTOR	DEFINICION	CONCEPTO OPERACIONAL	DIMENSION	INDICADOR	ITEMS	ESCALA
Reyes, Sánchez y Díaz. (2017).	se refiere al desarrollo o modificación de servicios, procesos, métodos de organización o comercialización para contribuir positivamente al ambiente natural	la frecuencia con la que se han desarrollado o implementado iniciativas en favor del medio ambiente natural	Eco-innovación de componentes incrementales en los servicios.		<p>Con qué frecuencia realiza Modificaciones en áreas para el uso eficiente del agua.</p> <p>Modificaciones en áreas para el uso eficiente de la energía eléctrica.</p> <p>Modificaciones en áreas para uso de luz natural y calor</p> <p>Modificaciones en áreas para manejo de residuos sólidos.</p> <p>Modificaciones en áreas para la inclusión de productos orgánicos inclusión de productos locales.</p> <p>Modificación de espacios que garanticen la preservación del medio natural.</p>	<p>Escala Likert de cinco puntos.</p> <p>1= en total desacuerdo.</p> <p>5= totalmente de acuerdo.</p>

			<p>Eco-innovación de los componentes radicales en los métodos de comercialización.</p>		<p>Con qué frecuencia Incursiona en mercados verdes y consumidores</p> <p>Desarrollar nuevas formas de apoyar acciones ambientales (patrocinios, donaciones, eventos sociales, etc.).</p> <p>Crear nuevos enlaces comerciales ecológicos</p> <p>Introducción, promoción y venta de productos naturales y / o locales</p>	
			<p>Eco-innovación de componentes incrementales en los procesos.</p>		<p>Métodos y dispositivos de mejora para la reutilización del agua</p> <p>Acondicionamiento de áreas con materiales naturales y / o locales</p> <p>Uso de productos de limpieza más ecológicos</p>	
			<p>Eco-innovación arquitectónica incremental en los métodos organizativos</p>		<p>Con qué frecuencia la organización ha creado nuevas actividades, concienciación y capacitación enfocadas a los invitados, personal y voluntarios en:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Uso racional del agua -Uso racional de energía eléctrica -Manejo de residuos sólidos -Mantenimiento de áreas naturales 	
<p>Reyes, y Sánchez. (2016).</p>	<p>la capacidad de la organización para el desarrollo o modificación de servicios, procesos, métodos organizacionales o de marketing que pueden contribuir de</p>		<p>Servicios.</p> <p>Procesos.</p> <p>Mercadotecnia.</p> <p>Método organizacional.</p>			

	una manera favorable al medio ambiente (sea esta su intención o no)					
Kuo y Chen (2016).	es una estrategia ambiental común que muchas empresas adoptan para lograr un desempeño ambiental y económico superior al mismo tiempo				<p>la empresa a menudo actualiza de manera innovadora los procesos de fabricación para cumplir con los estándares de la legislación ambiental</p> <p>la empresa a menudo pone énfasis en el desarrollo de nuevos eco-productos a través de nuevas tecnologías para reducir el daño de los residuos tanto como sea posible</p> <p>la empresa a menudo pone énfasis en el desarrollo de nuevos eco-productos a través de nuevas tecnologías para reciclar fácilmente sus componentes</p> <p>la empresa a menudo pone énfasis en el desarrollo de nuevos eco-productos a través de nuevas tecnologías para el uso de materiales naturales</p>	
Kemp y Foxon, (2007).	es la producción, asimilación o explotación de un producto, un proceso de producción, un servicio o un método de gestión o de negocio que es nuevo para la organización (desarrollándolo o adoptándolo) y que, a lo largo de su ciclo de vida, , la contaminación y otros impactos negativos del uso de los recursos (incluido el uso de energía) en comparación con las alternativas pertinentes.	grado de impacto de la innovación en "materiales y energía reducidos por unidad producida" o "mejor impacto ambiental o aspectos de salud y seguridad"	<p>Las innovaciones de proceso</p> <p>Las innovaciones de productos</p> <p>Las innovaciones de productos</p> <p>Las innovaciones de presentación</p> <p>Las innovaciones organizacionales</p>		<p>¿Se dio cuenta de las innovaciones de 20XX a 20XY (productos o procesos de producción nuevos o significativamente mejorados) predominantemente debido a medidas de política ambiental existentes o previstas?</p> <p>b) En caso afirmativo, ¿cuáles de las medidas de política ambiental fueron decisivas para la introducción de estas innovaciones? Describa las medidas en función de su importancia:</p> <p>¿Qué importancia tuvo cada uno de los siguientes efectos de su producto (bueno o servicio) y / o innovaciones de proceso introducidos durante el período de tres años 20XX-20XX?</p>	

Anexo 4. Instrumento de medición.



**Universidad Complutense de Madrid en
colaboración con el Centro Interdisciplinario de
Investigación para el Desarrollo Integral Regional
Unidad Oaxaca
del Instituto Politécnico Nacional**



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

El siguiente cuestionario tiene como objetivo recabar información acerca de su negocio, **será usado para fines estrictamente académicos**. Debido a que la información será procesada de manera grupal, **sus datos serán completamente confidenciales** y no se considerarán las respuestas de manera individual.

INSTRUCCIONES: Según sea el caso, señale con una X o escriba la respuesta a cada una de las preguntas planteadas.

1. Datos generales			
Nombre del negocio:			
Ubicación:			
Años de operación/antigüedad:	años	Número de empleados:	Tamaño:
2. Datos generales del propietario			
Nombre:			
Educación del propietario o gerente:			
1) Carece de estudios ()	2) Primaria ()	3) Secundaria (ESO) ()	
4) Bachillerato ()	5) Educación universitaria ()	6) Posgrado ()	
Género: Femenino ()	Masculino ()	Edad: años	Nacionalidad:
3. Datos generales del entrevistado			
Años de trabajar en el negocio: años			
Puesto en el negocio: 1) Gerente () 2) Propietario () 3) Encargado () 4) Otro ()			

Por favor, conteste en una escala de 1 (nada) a 5 (mucho) a las siguientes preguntas.

Responsabilidad Social Empresarial

Responsabilidad Social	Nada	Poco	Algo	Bastante	Mucho
En qué medida su negocio apoya, contribuye o se interesa de manera voluntaria en...					
1. Organizaciones no gubernamentales que trabajan en áreas problemáticas	1	2	3	4	5
2. Campañas y proyectos que promueven el bienestar de la sociedad	1	2	3	4	5
3. Alentar a los empleados a desarrollar sus habilidades y estudios (La empresa apoya a los empleados que desean adquirir educación adicional)	1	2	3	4	5
4. Las necesidades y deseos de los empleados	1	2	3	4	5
5. Respetar los derechos del consumidor más allá de los requisitos legales	1	2	3	4	5
6. Satisfacer las necesidades del cliente (es importante para la empresa)	1	2	3	4	5

7. Acoger a estudiantes para que realicen prácticas en su establecimiento	1	2	3	4	5
8. Pagar sus impuestos sobre una base puntual y continua	1	2	3	4	5
9. Cumplir con las regulaciones legales de manera completa y rápida	1	2	3	4	5

1= Nada (0 veces en el año)
2= Poco (al menos 1 vez al año)
3= Algo (2 veces al año)
4= Bastante (3 veces al año)
5= Mucho (4 veces o más en el año)

Responsabilidad económica					
En qué grado su empresa fomenta...	Nada	Poco	Algo	Bastante	Mucho
10. La supervisión directa de la productividad en sus empleados	1	2	3	4	5
11. Lograr maximizar los beneficios	1	2	3	4	5
12. El esfuerzo en la reducción de costes operativos y la mejora continua	1	2	3	4	5
13. La atracción de nuevos clientes	1	2	3	4	5
14. Mejorar el valor del negocio	1	2	3	4	5
15. Mejorar sus propios ingresos	1	2	3	4	5
16. Desarrollar nuevos mercados	1	2	3	4	5

1= Nunca (0 veces en el año)
2= Casi nunca (al menos 1 vez al año)
3= A veces (2 veces al año)
4= Varias veces (3 veces al año)
5= Continuamente (4 veces o más en el año)

Responsabilidad ambiental					
Siguiendo los valores de su empresa, con qué frecuencia (cuántas veces en el último año) su negocio...	Nunca	Casi nunca	A veces	Varias veces	Continuamente
17. Implementó consumibles/ bienes o servicios de bajo impacto ambiental	1	2	3	4	5
18. Participa en actividades que buscan proteger y mejorar la calidad del medio ambiente natural	1	2	3	4	5
19. Implementa programas especiales para minimizar su impacto negativo en el medio ambiente natural	1	2	3	4	5
20. Aprecia/implementa el uso de contenedores y empaçados reciclables	1	2	3	4	5
21. Prefiere usar complementos/elementos locales en su restaurante	1	2	3	4	5
22. La compra responsable (prefieren proveedores responsables)	1	2	3	4	5

Desempeño

Desempeño económico	
En el último año, en qué porcentaje ha aumentado...	
23. sus ventas _____ %	
24. el número de trabajadores que tiene _____ %	
25. el volumen de producción de su negocio _____ %	
26. sus ganancias _____ %	
27. su participación en el mercado _____ %	

Desempeño ambiental					
De acuerdo con la producción y comercialización de su negocio en el último año, en qué grado ha...	Nada	Poco	Algo	Bastante	Mucho
28. Reducido la emisión de desechos contaminantes	1	2	3	4	5
29. Reducido el consumo de agua	1	2	3	4	5

30. Reducido el consumo de energía (eléctrica)	1	2	3	4	5
31. Reducido la emisión de contaminantes al aire (si usa comales u otro *cuántos*)	1	2	3	4	5
32. Reducido el consumo de gas	1	2	3	4	5
33. Reducido el uso de materiales que podrían causar daños a largo plazo al medio ambiente (ácidos, detergentes y químicos en general)	1	2	3	4	5

Desempeño social					
En qué medida el gerente, propietario o encargado del negocio	Nada	Poco	Algo	Bastante	Mucho
34. Transfiere a los clientes los valores de calidad en prácticas/actividades del negocio	1	2	3	4	5
35. Capacita y guía a los empleados para implementar planes y alcanzar metas del negocio	1	2	3	4	5
36. Está capacitado para reconocer y recompensar a los empleados por los logros en el desempeño de la calidad	1	2	3	4	5
37. Alcanza a evaluar y mejorar la participación de la dirección en la implementación de planes del negocio	1	2	3	4	5
38. Mejorado la imagen que su negocio proyecta socialmente	1	2	3	4	5
39. Ha incrementado la participación de los estudiantes en el negocio	1	2	3	4	5
40. Percibe la satisfacción de sus colaboradores empleados/proveedores	1	2	3	4	5
41. Percibe la satisfacción de sus clientes					

1= Nunca (0 veces en el año)
2= Casi nunca (al menos 1 vez al año)
3= A veces (2 veces al año)
4= Varias veces (3 veces al año)
5= Continuamente (4 veces o más en el año)

Eco-innovación

Eco-innovaciones de proceso					
Con qué frecuencia su empresa ha realizado cambios o mejoras respecto a...	Nunca	Casi nunca	A veces	Varias veces	Continuamente
42. Ahorro de agua (lavado de utensilios, limpieza, aseos).	1	2	3	4	5
43. Ahorro de la energía eléctrica (lámparas, máquinas y electrodomésticos).	1	2	3	4	5
44. La reutilización de agua para aprovecharse en otras áreas.	1	2	3	4	5
45. La reutilización de materiales o componentes usados en el proceso de elaboración de la comida. (aceites, etc.)	1	2	3	4	5
46. La separación y preparación de residuos(deshechos).	1	2	3	4	5
47. El tratamiento a expulsiones (a través de un conducto) [vapor, humo]	1	2	3	4	5
48. El tratamiento a los vertidos (a través de una chimenea) [aceite]	1	2	3	4	5

Eco-innovaciones de producto					
Con qué frecuencia su empresa ha realizado cambios o mejoras en...	Nunca	Casi nunca	A veces	Varias veces	Continuamente
49. Acciones para reciclar los deshechos con el fin de reducir el impacto ambiental	1	2	3	4	5
50. El reciclaje de residuos sólidos derivados de los insumos usados para el producto	1	2	3	4	5
51. El remplazo de materiales mayormente contaminantes (cocina)	1	2	3	4	5
52. Reducción en el uso de materiales de alto impacto ambiental (salón)	1	2	3	4	5
53. La incorporación de productos de bajo impacto ambiental (orgánicos, locales, de temporada) en sus platos.	1	2	3	4	5

54. Facilitar la reciclabilidad del producto (sugerir a sus clientes, guardar y reciclar p/terceros).	1	2	3	4	5
55. El uso de productos amigables con el ambiente (biodegradable)	1	2	3	4	5
56. El uso de detergentes y productos de limpieza (lava vajillas) no tóxicos	1	2	3	4	5
57. Áreas del establecimiento utilizando componentes locales (vegetación, madera, etc.)	1	2	3	4	5

Crisis

Crisis Económica	Nada	Poco	Algo	Bastante	Mucho
En qué grado considera que el negocio se ve afectado por el desequilibrio económico (crisis) en los siguientes aspectos					
58. Suficiencia de salarios (para efectuar el pago)	1	2	3	4	5
59. Caída de ventas	1	2	3	4	5
60. El volumen de ventas ha disminuido como resultado de la crisis económica, pero las ventas se recuperarán como antes de la crisis	1	2	3	4	5
61. Ha tenido que despedir empleados como resultado de la insuficiencia de ventas	1	2	3	4	5
62. Ha estado a punto de cerrar su negocio debido a la crisis	1	2	3	4	5
63. Está en una buena posición para hacer frente al estancamiento causado por la crisis económica	1	2	3	4	5