

# La Influencia de la Comunidad y la Asociación Civil en la Implementación de Prácticas Ambientales de los Negocios de Artesanías de Alebrijes

Paola Miriam Arango-Ramírez<sup>a</sup>, Patricia Soledad Sánchez-Medina<sup>b</sup>

## Resumen

En la actualidad el cuidado del medio ambiente está tomando gran importancia para las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMES), por lo que el estudio de las prácticas ambientales a nivel empresarial, así como los factores que pueden influir en estas es un tema relevante. La comunidad y la asociación civil es un tipo de *stakeholders* cuya influencia puede considerarse un factor de éxito o fracaso en la implementación de acciones ambientales. El objetivo de este estudio fue analizar la influencia de la comunidad y la asociación civil en la implementación de prácticas ambientales en los negocios de artesanías de alebrijes. Desde el enfoque de la teoría de los *stakeholders*, propuesta por Freeman (1984), para lo cual se planteó la hipótesis: existe una relación positiva y significativa entre la influencia de la comunidad y la asociación civil en la implementación de prácticas ambientales en los negocios de artesanías de alebrijes. De acuerdo con los resultados obtenidos en esta investigación se acepta la hipótesis ya que los *stakeholders* influyen para que se lleven a cabo prácticas ambientales dentro de estos negocios, los *stakeholders* que está influyendo es la comunidad y la asociación civil, los cuales se encargan de ejercer presión a los negocios para que tomen en cuenta el cuidado del medio ambiente. Para probar la hipótesis planteada se encuestaron 164 negocios de artesanías de alebrijes en las poblaciones de Arrazola Xoxocotlán y San Martín Tilcajete Oaxaca.

**Palabras clave:** prácticas ambientales, comunidad, asociación civil, *stakeholders*.

## Introducción

De acuerdo con el aspecto ambiental, existe una escasa y nula disponibilidad de información clara y precisa sobre la forma en que contaminan las empresas, y las prácticas ambientales que realizan para mitigar a ésta. En países como el Reino

## Abstract

The importance of environment care is growing among SMEs, so that the study of environmental practices at the enterprise level, as well as their factors that can influence these are an issue of great importance. Community and civil association are stakeholders whose influence can be considered a factor of success or failure in implementing environmental actions. The aim of this study was to analyze the influence of the community and civil association in implementing environmental practices in alebrijes handicrafts businesses. From the perspective of the stakeholder's theory, proposed by Freeman (1984), for which it was hypothesized: there is a positive and significant relationship between the influence of the community and civil association in implementing environmental practices in alebrijes handicrafts businesses. The results shows that the community and civil association are exercising pressure to take into account the environmental care in alebrijes handicrafts businesses. To test the hypothesis 164 alebrijes businesses were surveyed in San Antonio Arrazola and San Martin Tilcajete, Oaxaca.

**Keywords:** environmental practices, community, civil association, stakeholders.

Unido se ha estimado que las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMES) generan el 70% del total de la contaminación industrial (Gunningham, 2002; Hillary, 1995), en India se calcula que se genera el 65% de los residuos industriales (UNEP, 2003),

<sup>a</sup> Instituto Politécnico Nacional-CIIDIR, Posgrado Ciencias en Conservación y Aprovechamiento de Recursos Naturales, Hornos 1003, Col. Noche Buena, C.P. 71230; Santa Cruz Xoxocotlán, Oaxaca.

<sup>b</sup> Instituto Politécnico Nacional-CIIDIR, Administración de los Recursos Naturales, Hornos 1003, Col. Noche Buena, C.P. 71230; Santa Cruz Xoxocotlán, Oaxaca.

Correspondencia: Patricia S. Sánchez-Medina  
Instituto Politécnico Nacional-CIIDIR  
Correo electrónico: psanchez@ipn.mx

un estudio en países asiáticos concluyó que las PyMES, pueden no ser responsables de la mayor parte del deterioro ambiental (Kent, 1991).

En nuestro país el tema de prácticas ambientales es relativamente nuevo, de hecho la primera vez que se manejó el término fue en 1999 en Guadalajara, Jalisco (Wells y Galbraith, 1999).

En un estudio realizado por Dasgupta, Hettige, & Wheeler, (2000), en empresas manufactureras de México, argumentan que las prácticas ambientales orientan a las empresas a cumplir con la normatividad ambiental, con lo cual las empresas ahorran no solo en el aspecto económico sino también en la materia prima que es utilizada en sus procesos productivos, ya que se están generando ahorros en desperdicios de la misma.

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

Un factor importante detectado dentro de la literatura y que ejerce presión para llevar a cabo prácticas ambientales al interior de las empresas, son los denominados grupos de interés o *stakeholders* (Esty and Winston, 2006; Hart, 1995, 2005; Hart and Milstein, 2003). No obstante, dentro de la literatura no se muestra homogeneidad en cuanto a qué tipo de *stakeholders* influye para llevar a cabo prácticas ambientales, por ejemplo, Freeman (1984) clasifica a los *stakeholders* en internos (trabajadores, accionistas, directivos, propietarios) y externos (clientes, proveedores, gobierno, sociedad), por su parte Wheeler y Sillanpää (1997), los clasifica en primarios (accionistas, empleados, consumidores, proveedores y comunidades locales donde opera la empresa) y secundarios (medios de comunicación, administraciones públicas y órganos reguladores, organizaciones gubernamentales, sindicatos, competidores).

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

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

Dadas las características del sector artesanal en México y particularmente en el estado de Oaxaca, se pretende que la teoría de los *stakeholders* ayude a comprender mejor el comportamiento de los artesanos, ya que la literatura actual solo muestra investigaciones realizadas en países desarrollados y en sectores manufactureros de grandes empresas. Desde un enfoque práctico, se espera que la comunidad y las asociaciones civiles sean un tipo de *stakeholder* que influyan en la implementación de prácticas ambientales, ya que los dueños de estos negocios, los visualizan como factores importantes que intervienen en la realización de la actividad artesanal.

## Los alebrijes de San Antonio Arrazola y San Martín Tilcajete

Las poblaciones de San Antonio Arrazola y San Martín Tilcajete, Oaxaca; son las principales poblaciones que se dedican a la elaboración de los alebrijes, artesanías talladas a mano, con forma caprichosa y con diferentes colores, utilizando madera de copal, siendo el copal un árbol característico de la región. Debido a que la madera del copal es un material blando es muy fácil su tallado cuando esta verde, los artesanos lo trabajan con machete y con simples cuchillos de cocina, también utilizan en la actualidad diversos tipos de madera como pino, ocote y cedro aparte de máquinas para la elaboración de piezas circulares y lisas. Esta madera es curada (tratada para que la polilla no se la coma) antes de llegar a ser una figura, para posteriormente ser tallada y obtener la forma tan diversa que tienen estas artesanías, para posteriormente ser pintada con pintura acrílica, y estar lista para su venta.

La elaboración de alebrijes es la principal actividad económica y forma de vida de las comunidades mencionadas, las cuales tienen estilos diferentes en la elaboración de sus artesanías. Es importante considerar que los alebrijes son un artículo único y no se puede repetir por moldes ya que son productos artesanales.

Para estas comunidades, existe una problemática en común, la escasez de materia prima, la falta

de una organización formal, el financiamiento, la capacitación o asesoría técnica, el cambio que se da en la actualidad con productos verdes y sobre todo la constante competencia en ambas poblaciones; lo que originó que los pobladores buscaran sus propias alternativas para cubrir estas necesidades y de esta forma seguir manteniendo la tradición de los alebrijes como su forma de subsistencia, pero adecuándose a los requerimientos que la sociedad demanda.

## Construcción Teórica

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

Freeman (1984) define un *stakeholder* como cualquier persona o grupo de personas que pueden afectar el desempeño de la empresa o que es afectado por el logro de los objetivos de la organización. De acuerdo con este autor la teoría de los *stakeholders* presenta un grado de interés ya que si un grupo o individuo puede afectar a la empresa o de manera recíproca ser afectado, entonces los gerentes de una organización deben preocuparse por ese grupo, en el sentido de que se requiere una estrategia explícita para relacionarse con el grupo de interesados.

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

Autores como Donaldson y Preston (1995), realizaron aportes importantes a la teoría de los *stakeholders*, la cual se analiza desde cuatro tesis.

En la primera tesis habla del enfoque descriptivo, el cual presenta como un modelo de

descripción lo que es la corporación; es decir describe a la empresa como una constitución de intereses operativos y competitivos que poseen valor. En la segunda tesis hace referencia a un enfoque instrumental el cual establece un marco para analizar las conexiones, estos pueden ser tanto de rentabilidad, estabilidad y crecimiento.

Por lo tanto establecen tres aspectos:

- Un marco para analizar las conexiones, que existen entre los *stakeholders* y el logro de los objetivos de la empresa.
- La relación causa-efecto.
- Y la responsabilidad social de las organizaciones.

En la tercera tesis se establece que la base fundamental de la teoría de los *stakeholders* es normativa e implica la aceptación de que las partes interesadas son personas o grupos de personas con legítimo interés en involucrarse en los objetivos de la empresa y actuar en ella.

Finalmente en la cuarta tesis, se analiza que la teoría de los *stakeholders* es de tipo gerencial ya que no se limita a describir situaciones existentes, o predecir las relaciones causa-efecto; sino también de actitudes, estructuras y prácticas, que en su conjunto constituyen las partes de interés a manejar dentro de una organización.

Tomando como base las tesis planteadas anteriormente se analiza que las prácticas ambientales se centran tanto en la parte instrumental como en lo gerencial ya que de éstas parten las decisiones que se tomen en cualquier organización para poder aplicar prácticas ambientales, y a la vez obedecen a una causa-efecto, así como a estructuras y actitudes que se presentan dentro de la organización.

Freeman (1991:61) comenta que los *stakeholders*, deben adquirir interés en las acciones de la organización, de esta forma influir en estos para que se lleven a cabo prácticas ambientales. Para Freeman existen cuatro tipos de *stakeholders* que ejercen presión en la organización y son:

- Los *stakeholders* reguladores.
- La organización.
- La comunidad.
- Los medios de comunicación.

## Stakeholders y las prácticas ambientales

En la literatura, la selección de *stakeholders* analizados ha sido diversa y compleja, por lo que en esta investigación se estudiará a los *stakeholders* reconocidos en las acciones ambientales. Barrett (1992), comenta que los *stakeholders* tienen la capacidad para convencer que se realicen prácticas ambientales, por lo que es importante contar con ellos.

Otros autores quienes han estudiado el medio ambiente son Henríquez y Sadorsky (1995,1996) quienes consideran a los *stakeholders* más relevantes a los accionistas, empleados, clientes, proveedores, gobierno, asociaciones comerciales, organizaciones ambientales, comunidad, otros grupos de presión y medios de comunicación.

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

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

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

Bohórquez *et al.*, (2011) realizaron un estudio de propuesta de indicadores para mejorar la competitividad en las PyMES turísticas de Bogotá, el resultado encontrado de estos indicadores, muestra que la comunidad se relaciona de manera positiva con respecto a la gestión ambiental.

De acuerdo con Ramos y Fernández (2012) existe una relación positiva entre los *stakeholders* y prácticas ambientales, ya que poseen gran influencia para que se lleven a cabo prácticas ambientales en las organizaciones; esta relación se puede observar cuando las prácticas ambientales se dan de

manera continua. Al considerar que la relación inicia en cualquier momento y se reproduce de manera permanente, es necesario estrechar los vínculos de quienes directamente se interconectan (gobierno local, empresario, cliente).

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

Moo-Canul & Santander (2013), realizaron un estudio para las empresas turísticas de nuestro país, en el cual se encontró una relación directa y positiva en la implementación de buenas prácticas ambientales, al generar beneficios económicos, sociales, directos a la empresa, con dicha implementación.

Ramírez (2013), encontró una relación positiva entre buenas prácticas de responsabilidad social con la comunidad, ya que se generan resultados tangibles innovadores, sostenibles y replicables, tanto en la comunidad así como las diferentes áreas de la organización y de los grupos de interés que se encuentran involucrados. Este estudio se llevó a cabo en Grupo Empresarial Nutresa de Antioquia Colombia.

La comunidad es una influencia que en tiempos recientes ha incrementado su importancia para presionar a las empresas (Doonan, Lanoie & Laplante, 2005). A través de la comunidad, se busca alcanzar legitimidad social; para lograr la mejora de la imagen de los negocios, además de asegurar la supervivencia a largo plazo, es importante reconocer que la comunidad es capaz de mover el sentimiento público, alterar normas aceptadas y cambiar las percepciones de la gente (Darnall *et al.*, 2008:367).

## Conceptos de las variables *stakeholders* y prácticas ambientales

### Prácticas ambientales

Christmann (2000), define a las prácticas ambientales como los cambios en los diferentes procesos

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

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

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

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

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

### **Stakeholders**

En Céspedes *et al.*, (2004), se presenta una definición de *stakeholders* como grupos interesados en los que se encuentra el gobierno, empleados, clientes, comunidades locales, y los ecologistas que se encuentran ejerciendo presión sobre las empresas para la integración de prácticas ambientales.

En Gadenne *et al.*, (2009), se definen a los *stakeholders* como las partes interesadas con las cuales la empresa tiene responsabilidades. La supervivencia de la organización, depende en parte de la presión y poder de estos grupos, sin embargo,

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

Clarkson (1995) quien conceptualiza a los *stakeholders* como personas o grupos que tienen o reclaman, propiedad, derechos o intereses en una organización y sus actividades, pasadas y presentes o futuras relativas a ese reclamo.

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

Con base en los argumentos de la literatura revisada se plantea la siguiente hipótesis:

H1: Existe una relación directa y positiva entre la influencia de la comunidad y las asociaciones civiles en las prácticas ambientales de los negocios de alebrijes.

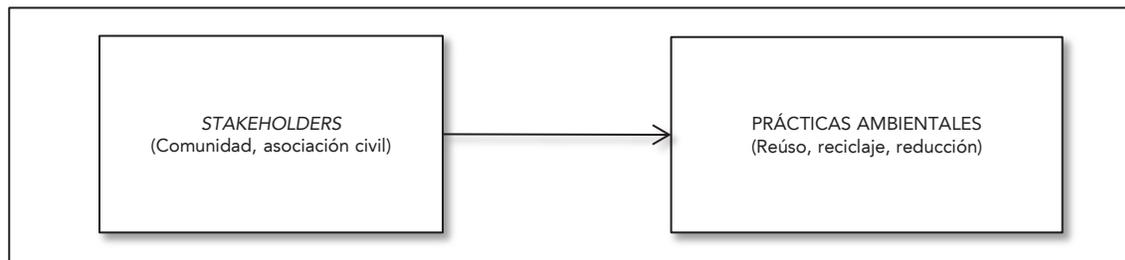
### **Modelo de investigación**

Con base en la teoría se propone el siguiente modelo de investigación, en el cual se observa que las prácticas ambientales como variable dependiente se explican por la influencia de los *stakeholders*, en este caso la comunidad y asociación civil como se muestra en la Figura 1.

### **Metodología**

La presente investigación fue cuantitativa, de corte transversal, exploratoria, descriptiva y explicativa. La unidad de análisis fueron los negocios de artesanías de alebrijes; la unidad de respuesta los dueños o encargados de los negocios; el muestreo fue no probabilístico, la selección de la muestra se determinó a conveniencia; la técnica de recolección de datos fue una entrevista con la técnica cara a cara, el instrumento de medición fue un cuestionario estructurado, se aplicaron 164 cuestionarios a los dueños de los negocios de alebrijes en las poblaciones de Arrazola Xoxocotlán y San Martín Tilcajete en el estado de Oaxaca dedicados a la elaboración y venta de alebrijes.

Figura 1. Modelo explicativo de la investigación.



Fuente: elaboración propia para la investigación, año 2015

Los datos se codificaron y analizaron a través del Paquete Estadístico para Ciencias Sociales (SPSS versión 20), mediante una reducción de factores y la determinación de alfa de Cronbach para validar y determinar la consistencia interna de los ítems de cada una de las variables. El análisis estadístico de los resultados se hizo mediante un análisis de correlación bivariada de Pearson y regresión simple.

### Descripción de la muestra

Del total de las 164 encuestas levantadas el 52% se ubica en Arrazola Xoxocotlán y 48% se ubica en San Martín Tilcajete, del total de los negocios de artesanías de alebrijes en los cuales fue aplicada la encuesta se encontró que el 13% tiene una antigüedad de 0-9 años, el 43% de 10-19 años, el 22% de 20 -29 años, el 13% de 30 -39 años, el 7 % de 40 – 49 años y el 2% con más de 50 años; en estos negocios de artesanías de alebrijes 156 son dueños lo que representa el 95% y 9 son empleados lo que representa el 5% de la muestra. Del total de la muestra, la escolaridad de los entrevistados fue del 55% con primaria, el 34% con secundaria, el 10% con bachillerato y el 1% con licenciatura; respecto a la edad de los entrevistados, el 7% va de los 16 a los 26 años, 24% de los 27 a los 37 años, el 24% de los 38 a los 48 años, el 38% de los 49 a los 59 años, el 10% de más de 60 años; el sexo de los entrevistados fue el 55% hombres y el 45% mujeres del total de la muestra.

### Tratamiento de las variables

La variable independiente de esta investigación son los *stakeholders* y con base en las definiciones

aportadas por Gadenne *et al.*, (2009); Céspedes *et al.*, (2009); Clarkson, Donaldson and Preston (1995); Clarkson (1995); se define a los *stakeholders* como los grupos de interés de una organización que se encargan de presionar e influir en esta para implementar prácticas ambientales.

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

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

Asociación Civil: se definió operacionalmente como la frecuencia con la que la asociación civil sanciona, participa, incrementa e innova en el negocio para aplicar prácticas ambientales.

Se aplicó la prueba de KMO y esfericidad de Bartlett a las variables en estudio para comprobar si la matriz de datos era la indicada para poder realizar un análisis factorial, para tal caso se desarrolló un análisis de factores mediante la técnica de extracción por componentes principales con rotación Varimax y normalización de Kaiser por lo que fueron considerados validos los ítems que tuvieron una carga mayor o igual a 0.5, y para determinar la confiabilidad de la variable se utilizó el coeficiente Alfa de Cronbach.

Mediante la rotación de factores se cargaron 17 preguntas para la variable *stakeholders* distribuidas en 2 factores: comunidad (factor 1) y asociación civil (factor 2), con una varianza total explicada de 73.77; una Alfa de Cronbach de .955; y un KMO de .908 con un nivel de significancia de .000; estos datos se obtuvieron por el método de extracción, análisis de componentes principales, método de rotación, normalización varimax con káiser como se muestra en la Tabla 1.

La variable dependiente de esta investigación es prácticas ambientales, con base en las definiciones aportadas por los autores Rubio (2010); Zhang, Bi y Liu (2009); Tzschentke, Kirk y Lynch (2008); Céspedes y de Burgos (2004), se conceptualiza las prácticas ambientales como las acciones de toda organización en pro de mejorar el medio ambiente, reduciendo, reciclando y reusando los materiales o recursos utilizados en sus actividades cotidianas.

Tabla 1. Análisis factorial de la variable *stakeholders*

Matriz de componentes rotados <sup>a</sup>			
	Componente		
	Comunidad	Asociación civil	Comunalidades
Para presionar a los negocios de alebrijes a aplicar prácticas ambientales.	.877	.174	.799
En sancionar al negocio si no realiza prácticas ambientales.	.875	.118	.780
En capacitaciones para aplicar prácticas ambientales.	.868	.226	.804
Dando a conocer programas de prácticas ambientales para los vecinos.	.827	.227	.761
Cooperando con el negocio a través de ayuda cuando realizan alguna actividad de reforestación.	.691	.266	.549
Para que apliquen prácticas ambientales.	.352	.816	.789
Con sancionar si no aplican prácticas ambientales.	.374	.623	.528
En capacitaciones para aplicar prácticas ambientales.	.254	.864	.812
En el manejo de información de conocimiento de prácticas ambientales	.257	.841	.733
Para participar en foros del medio ambiente	.128	.821	.691
Para conocer diferentes países donde apliquen prácticas ambientales.	.247	.715	.572
En el crecimiento de su negocio.	.168	.883	.808
En incrementar sus ventas.	.175	.897	.836
En dar a conocer sus productos fuera del país.	.229	.873	.815
Dando a conocer sus productos como amigables con el ambiente.	.159	.891	.819
Apoyando económicamente para programas ambientales.	.198	.762	.620
Participar en programas ambientales con su estado.	.208	.862	.786
Varianza total explicada	14.859	58.917	73.77
Alfa de Cronbach	.910	.966	.955
KMO			.908
Método de extracción: Análisis de componentes principales. Método de rotación: Normalización Varimax con Káiser.			

<sup>a</sup> La rotación ha convergido en 3 iteraciones.

Fuente: Elaboración propia basado en el programa SPSS versión 20, año 2015.

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

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

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

Reciclaje: se definió operacionalmente como la frecuencia en que los negocios realizan acciones

de reciclaje de materiales o recursos en sus actividades de producción cotidianas.

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

Mediante la reducción de factores para la variable prácticas ambientales se cargaron 9 preguntas distribuidas en tres factores: reúso, reciclaje y reducción los cuales arrojaron los siguientes resultados un KMO de .760 con un nivel de significancia de .000, una varianza total explicada de 69.412, con una confiabilidad Alfa de Cronbach de .821; como se muestra en la Tabla 2.

Tabla 2. Análisis factorial de la variable prácticas ambientales.

Matriz de componentes rotados <sup>a</sup>				
	Componentes			
	Reuso	Reciclaje	Reducción	Comunalidades
Reúsa la pintura	.724	-.070	.220	.578
Reúsa el agua en el lavado de sus pinceles	.867	.173	-.074	.788
El agua que utiliza en el proceso de producción la reúsa en las plantas	.721	.090	.295	.614
Los botes de pintura los vende a negocios de reciclaje de plástico	-.011	.562	-.286	.398
Acude a cursos de capacitación de reciclaje.	.029	.775	.190	.638
Recicla sus productos cuando se dañan en el proceso de elaboración.	.057	.672	.337	.569
Recicla sus pinceles	.410	.551	.193	.509
Reduce el uso de unicel en su empaque.	.181	.138	.955	.964
Reduce el uso de hule espuma en el empaque de sus productos	.150	.104	.953	.941
Que tanto ha reducido el uso de esmalte en sus productos	.199	.122	.943	.943
Varianza total explicada	15.994	13.791	39.627	69.412
Alfa de Cronbach	.710	.591	.986	.821
KMO				.760
Método de extracción: Análisis de componentes principales. Método de rotación: Normalización Varimax con Káiser.				

<sup>a</sup> La rotación ha convergido en 5 iteraciones.

## Resultado y análisis de datos

Para el análisis de resultados y la prueba de hipótesis, se realizó una correlación bivariada de Pearson, para analizar que tanto se relacionan las variables que se estudiaron, y saber si se cumple la hipótesis planteada (Tabla 3).

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

Se encontró que existe una relación positiva y significativa entre *stakeholders* y prácticas ambientales ( $r=.685$ ,  $p\leq 0.01$ ).

Posteriormente, para verificar la existencia de relación entre las dimensiones de las variables *stakeholders* y prácticas ambientales, se realizó una correlación bivariada de Pearson, la cual se presenta en la Tabla 4.

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

En cuanto a la dimensión reducción con la dimensión asociación civil, se relacionó positiva y significativamente ( $r=.478$ ;  $p\leq 0.01$ ), lo que implica que las asociaciones civiles influyen en los negocios de artesanías de alebrijes para que estos a su vez puedan obtener capacitación para los artesanos, que permita dar a conocer sus productos en el extranjero y participar en foros del medio ambiente, al innovar el uso de sustancias amigables en los negocios de artesanías de alebrijes, todo esto con la finalidad de mejorar el cuidado del medio ambiente.

Tabla 3. Correlación bivariada de Pearson entre variables.

	Media	desviación típica	Stakeholders	Prácticas ambientales
Stakeholders	1.792	0.94774	1	
Prácticas ambientales	2.700	0.93201	.685**	1

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

Fuente: Elaboración propia basado en el programa SPSS versión 20, año 2015.

Tabla 4. Correlación Bivariada de Pearson entre las dimensiones de *stakeholders* y prácticas ambientales.

	Comunidad	Asociación civil	Stakeholders	Reuso	Reciclaje	Reducción	Prácticas ambientales
Comunidad	1						
Asociación civil	.490**	1					
Stakeholders	.708**	.962**	1				
Reuso	.483**	.255**	.356**	1			
Reciclaje	.428**	.519**	.552**	.315**	1		
Reducción	.749**	.478**	.620**	.364**	.351**	1	
Prácticas ambientales	.777**	.547**	.685**	.720**	.635**	.858**	1

\*\*La correlación es significativa al nivel 0.01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia basado en el programa SPSS versión 20, año 2015.

La dimensión reciclaje con la dimensión comunidad se relacionó positiva y significativamente ( $r=.428$ ;  $p\leq 0.01$ ), de la misma forma la comunidad presiona para que se realicen acciones de reciclaje dentro de la misma; la dimensión reciclaje con la dimensión asociación civil se relacionó positiva y significativamente ( $r=.519$ ;  $p\leq 0.01$ ), las asociaciones civiles ejercen presión para que se lleven a cabo acciones de reciclaje en los negocios.

La dimensión reuso con comunidad se relaciona positiva y significativamente ( $r=.483$ ;  $p\leq 0.01$ ), lo que indica que la comunidad realiza acciones de reusó dentro de los negocios de artesanías de alebrijes; reusó con asociación civil se relacionó positiva y significativamente ( $r=.255$ ;  $p\leq 0.01$ ).

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

Posteriormente se hizo un análisis de regresión para probar como la variable independiente explica a la variable dependiente (Tabla 5).

$$TY = 1.045 + .617X1 + .188X2$$

Como se puede apreciar en el análisis de regresión los *stakeholders*, de manera específica la comunidad y las asociaciones civiles influyen para que se lleven a cabo prácticas ambientales en los negocios de alebrijes, la comunidad con un valor  $\beta = .617$  y la asociación civil con un  $\beta = .188$ , ambos significantes al nivel  $p \leq .01$

## Conclusiones

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

Se confirmó la existencia de *stakeholders* que se encargan de presionar a los negocios de artesanías de alebrijes para llevar a cabo prácticas ambientales, estos *stakeholders* son la comunidad y la asociación civil los cuales son fuertes en dicho sector, tomando en cuenta que las asociaciones civiles son las encargadas de otorgar la capacitación o asesoría técnica a los negocios de artesanías, por lo que se considera importante contar con presiones o demandas externas de cumplimiento ambiental.

Adicional a esto el papel que juega la asociación civil como dimensión de los *stakeholders* es importante para que la comunidad reconozcan la importancia de proteger y cuidar el medio ambiente y de la misma manera demandar a las empresas que asuman cierta responsabilidad para con su entorno. Además de que la asociación civil trata de estimular a diferentes miembros de la comunidad para llevar acciones en pro del medio ambiente, como por ejemplo la reforestación de los diferentes lugares de las comunidades de Arrazola y San Martín Tilcajete, a utilizar materiales de empaque menos contaminante, a reducir el

Tabla 5. Regresión lineal entre *stakeholders* y prácticas ambientales.

Prácticas ambientales	
Constante	1.045
Comunidad	.617**
A. Civil	.188**
R	.799
R <sup>2</sup>	.638
Valor de F	141.054
Significancia	0.000
**Significancia a nivel menor o igual a .001.	

agua que utilizan en sus procesos de producción, en cursos de capacitación de cuidado de árboles sembrados, así como compostas, de igual manera llevar a cabo relaciones con diferentes mercados en el extranjero para dar a conocer los productos.

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

Para enriquecer los resultados se recomienda que en futuras investigaciones se lleve a cabo un estudio transversal con un periodo de tiempo mayor al invertido en esta investigación, analizando más a detalle otros *stakeholders* como gobierno, empresas competidoras, entre otras.

Esta investigación está fundamentada en la teoría de los *stakeholders* la cual muestra evidencia empírica que confirma sus planteamientos teóricos, ya que los negocios de artesanías de alebrijes están respondiendo a los intereses ambientales de cierto grupo de *stakeholders*, obteniendo conocimiento en cuanto a los tipos de acciones ambientales que los artesanos ponen en práctica en sus negocios.

La contribución de esta investigación es la elaboración de escalas para medir las prácticas ambientales en los negocios de artesanías de alebrijes, de manera general se puede utilizar en otro sector artesanal solo haciendo unas pequeñas adecuaciones.

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

De acuerdo con el artículo de Darnall et al., 2008, se menciona que las prácticas ambientales no solo funcionan en las grandes empresas, sino

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

En esta investigación como producto obtenido en cuanto a la influencia de los *stakeholders* en las prácticas ambientales de los negocios de artesanías de alebrijes, se obtuvo que la dimensión comunidad y asociación civil, se encargan de presionar a los dueños de negocios de artesanías de alebrijes para que se lleven a cabo las prácticas ambientales, así como lo explican Gadenne et al., (2009), en su investigación, en cuanto a la influencia de los *stakeholders* en el aspecto ambiental de las PyMES, son éstos los que se encargan de presionar para que los dueños cumplan con dicho requerimiento ambiental y obtener beneficios económicos positivos para la organización.

## Agradecimientos

Este trabajo fue realizado con el apoyo del proyecto capacidad organizacional para el cambio (OCC) y el desempeño económico y ambiental en negocios de artesanías, clave SIP20150672, financiado por el IPN.

## Referencias

- Álvarez, M. J., Burgos, J. & Céspedes, J. (2001). An analysis of environmental Management, Organizational context and performance of Spanish hotels. *Omega* 29, 457-471.
- Barrett, S. (1992). Strategy and the environment. *The Columbia Journal of World Business*, 27 (3&4), Fall/Winter, 202-208.
- Bojórquez, T. A., Ezcurra, E. (1995). La identificación de las prioridades de conservación en México a través de sistemas de información geográfica y modelización. *Ecological Applications*, 215-231.
- Bohórquez, A. et al. (2011). *Sustainable Future Energy Technology and Supply Chains. A Multi-perspective Analysis* Editado por Federica Cucchiella, Lenny Koh; ed Springer.

- Brío, J. A. & Junquera, C. B. (2002). Competitividad y situación medioambiental de los centros productivos certificados en España. *Universidad Business Review*, No. 4, 64-77.
- Céspedes, J. De Burgos, J. & Alvarez, M. J. (2003). Stakeholders environmental influence. An empirical analysis in the Spanish hotel industry. *Scandinavian Journal of Management* 19, 333-358.
- Céspedes, J. & De Burgos, J. (2004). Un análisis de las dimensiones de la gestión ambiental en los servicios hoteleros. *Dirección y Organización DyO*, N° 30, 5-15.
- Clarkson, M.B.E. (1995). A Stakeholders Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social performance. *The Academy of Management Review*, 20(1), 92-117.
- Dasgupta, S., Hettige, H. & Wheeler, D. (2000). Lo que mejora el cumplimiento ambiental? La evidencia de la industria mexicana, *Diario de Economía y Gestión Ambiental*, 39(1), 39-66.
- Darnall, N., Henriques, I., & Sadowsky, P. (2008). Do environmental management systems improve business performance in an international setting? *Journal of International Management* 14, 364-376.
- Donaldson, T. & Preston, L. E. (1995). La teoría de las partes interesadas de la Corporación: Conceptos Evidencia e Implicaciones. *The Academy of Management Review*, 20(1), 65-91.
- Doonan, J., Lanoie, P. & Laplante, B. (2005). Determinants of Environmental Performance in the Canadian Pulp and Paper Industry: an Assessment from inside the Industry. *Ecological Economics*, 73-84.
- Esty, D. & Winston, A. (2006). *Green to Gold. How smart companies use environmental strategy to innovate, create value, and build competitive advantage*. 20 b /w fig. 384p, 61/8x9 ¼. 09 de October 2009.
- Falçao, H. & Fontes, J. (1999). En quién se pone el foco? Identificando stakeholders para la formulación de la misión organizacional. *Revista Reforma y Democracia*, N° 15.
- Freeman, E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston Pitman.
- Fernández, G. R. & Nieto, A. M. (2004). Responsabilidad social corporativa: la última innovación en management Responsabilidad social. *Universia Business Review*, num. 1, primer trimestre, 28-39.
- Gadenne, K. & Mc Keiver. (2009). An Empirical Study of Environmental Awareness and Practices in SMEs. *Journal of Business Ethics*. 84, 45-63.
- Gunningham, (2002). Stakeholders and environmental management practices: an institutional framework. *Business strategy and the environment 2004 willey on line library*. Vol. 13, 209-222.
- Hart, S. (1995). A Natural Resource Based View of the Firm. *The Academy of Management Review*, 20(4), 986-1014.
- Hart, S. L. & Milstein, M. b. (2003). Creating Sustainable Value. *Academy of Management Executive*, 17(2): 56-67.
- Henríquez, I. & Sadowsky, P. (1996). The determinants of an environmentally responsive firm: An empirical approach. *Journal of environmental Economics and Management*, 30(3): 381-895.
- Hillary, R. (1995). *Small Firms and the Environment: A Groundwork Status Report*, Groundwork, Birmingham, UK.
- Hillary, R. (Ed.) (2000). *Small and Medium-Sized Enterprises and the Environment: Business Imperatives*, Greenleaf Publishing Ltd, Sheffield, 148-157.
- Kent, L. (1991). *The relationship Between Small Enterprises and Environmental Degradation in the Developing World (with emphasis on Asia)*, Prepared for the Office of Small, Micro and Informal Enterprises, USAID, Estados Unidos.
- Ledesma, A. (2009). Una aproximación teórica a la relación de la empresa turística con la ética y la responsabilidad social, *Revista Ro Tur "Revista de Ocio y Turismo"*, Grupo de Investigación de turismo, Ocio y Deporte de la Universidad A Coruña (España) Volumen II.
- Mish, J. & Scammon, D. L. (2010). Principle-based stakeholder Marketing: Insights from Private Triple-Bottom-Line Firms. *Journal of Public Policy & Marketing*. Vol. 29: 12-26.
- Moo, C. Ma. De L. & Santander, B. L. (2013). Las

- Ecoetiquetas en el Turismo Sustentable, revista periodo sustentable. Universidad Autónoma del Estado de México, www.psus.uaemex.mx
- Montabon, F., Sroufe, R. & Narasimhan (2007). Un examen de los informes corporativos, prácticas de gestión ambiental y de los resultados empresariales. *Diario de gestión de Operaciones*, Vol. 25, 998-1014.
- Preston & Sapienza, H. (1990). Stakeholders management and corporate performance. *Journal of Behavioral Economics*, 19(4), 361-375.
- Ramos, A. y Fernández, G. (2012). El rol de los stakeholders en las prácticas ambientales de un sector de alojamientos turísticos: un análisis de caso. *Revista electrónica en gestión, Educación y tecnología Ambiental*, 7(7). DOI:10.5902/223611705438.
- Ramírez, C. F. (2013). *Caracterización de la Responsabilidad Social Empresarial en el Sector de Consumo Masivo: Caso Grupo Nutresa*. Universidad militar Granada, especialización mercadeo de servicios, facultad de ciencias económicas Bogotá.
- Rodríguez, G. P. Fuentes, G. F. & Sánchez, C. S. (2013). *Revelación de información sobre clientes, comunidad, empleados y medio ambiente en las entidades financieras españolas a través de las memorias de responsabilidad social corporativa (2007-2010)*, Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa.
- Rubio, V. (2010). La gestión ambiental en la pequeña y Mediana empresa. Departamento de industria y Medio ambiente. Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Castellón.
- Sáez De Viteri & Arranz, D. (2000). El potencial competitivo de la empresa: recursos capacidades, rutinas y procesos de valor añadido. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 6(3), 71-86.
- Sarkis, J., González, P., & Adenso, B. (2010). Stakeholder pressure and the adoption of environmental practices: The mediating effect of training. *Journal of Operations Management*, 163-176.
- Tzschentke, Kirka y Lynch, (2008). *Going Green: Decisional factors in small hospitality operations*. *International Journal of Hospitality Management*, 27, 126-133.
- Wheeler, D. Sillanpää, M. (1997). La Sociedad de los Interesados. Un plan para maximizar el valor para los accionistas. *Revista Londres: Pitman*, 338.
- Zhang, B. & Liu, (2009). Drivers and barriers to engage enterprises in environmental management initiatives in Suzhou Industrial Park, China. *Front Environ Sci. Engin. China*, 3 (2):210-220. DOI: 10.1007/s11783-009-0014-7
- Zutshi, A. & Sohal, A. (2003). *La auditoría del sistema de gestión ambiental en las empresas de Australasia*. 18(8), 637-648.

**Recibido:** 8 de octubre de 2015

**Corregido:** 23 de noviembre de 2015

**Aceptado:** 25 de noviembre de 2015

**Conflicto de interés:** No existe conflicto de interés