

## **Stakeholders, Proactividad Ambiental y Desempeño de los Pequeños Negocios de Mezcal de Oaxaca, México**

### **Stakeholders, Environmental Proactivity and Performance of Mezcal Small Business in Oaxaca, Mexico**

Daysy Janeth Ramos Baños<sup>1</sup>, Julio César Jiménez Castañeda<sup>2</sup>, María Lourdes Nieto Delgado<sup>3</sup>, César Julio Martínez Castro<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Maestra en Ciencias, Instituto Politécnico Nacional, México ([day\\_mago@hotmail.com](mailto:day_mago@hotmail.com))

<sup>2</sup>Doctor en Ciencias, Instituto Politécnico Nacional, México ([jujimenezc@ipn.mx](mailto:jujimenezc@ipn.mx))

<sup>3</sup>Maestra en Mercadotecnia, Instituto Politécnico Nacional, México ([mnietod@ipn.mx](mailto:mnietod@ipn.mx))

<sup>4</sup>Candidato a Doctor en Ciencias Universidad del Papaloapan, Oaxaca, México ([cmartinez@unpa.edu.mx](mailto:cmartinez@unpa.edu.mx))

Recibido abril de 2017 - Aceptado junio 2017.

## RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue analizar la influencia de los stakeholders en la adopción de una estrategia de proactividad ambiental en los pequeños negocios de mezcal en el estado de Oaxaca. Para probar las hipótesis se aplicó un cuestionario estructurado a 87 dueños de los negocios de mezcal de 5 distritos del Estado de Oaxaca. Mediante una correlación bivariada de Pearson, se encontró que existe una relación positiva y significativa entre la influencia de los stakeholders y la adopción de una estrategia de proactividad ambiental, también se encontró que esta variable, se relaciona positiva y significativamente con el desempeño de los negocios. Pero, además, se encontró que los principales stakeholders que influyen en la adopción de una estrategia ambiental, son los integrantes de la comunidad en donde operan estos pequeños negocios.

**Palabras Clave:** Stakeholders, Proactividad Ambiental y Desempeño de la empresa

## ABSTRACT

Analyzing the influence of the stakeholders in adopting a proactive environmental strategy in small businesses of *mezcal* in Oaxaca, México was the objective of this research. Under the firm resources-based view and stakeholder theories two hypotheses were raised. In order to test these hypotheses a structured questionnaire was applied to 87 owners of mezcal business in 5 communities in the state of Oaxaca, México. Using a Pearson bivariate correlation was found that there is a positive and significant relationship between the influences of stakeholders and environmental proactivity. Also, was found that environmental proactivity is related positively and significantly with business performance. In addition, it was found that the major stakeholders that influence the adoption of an environmental strategy is the community where the businesses operate.

**Keywords:** Stakeholders, Environmental Proactivity, Firm Performance.

## INTRODUCCIÓN

Según el Consejo Regulador del Mezcal de México (CRM, 2014), la industria del mezcal es una de las actividades económicas más importantes con la que cuenta el Estado de Oaxaca, ya que existen más de 500 pequeños productores de mezcal que emplean y representan la actividad productiva de 20,000 familias oaxaqueñas y la producción de este destilado se ha convertido en una fuente de emprendimiento. Oaxaca mantiene preponderancia en la producción nacional ya que representa el 78.2% del mezcal certificado a nivel nacional, además del año 2011 al 2014, la exportación de mezcal se incrementó en un 78.8%, generando ventas cercanas a los sesenta millones de dólares anuales.

Rubio (2005) menciona que la industrialización es un factor decisivo que actúa sobre el medio físico: las emisiones contaminantes a la atmósfera, los vertidos a ríos y mares, la producción de residuos, etc., conllevan unas consecuencias sobre el medio ambiente que deben contemplarse para minimizar su efecto negativo sobre el mismo. La incorporación de la

proactividad ambiental, se justifica, principalmente, con base en la mejora de los resultados empresariales (Cainelli, Mazzanti y Zoboli, 2011). Por lo tanto, tener un enfoque proactivo hacia el cuidado del medio ambiente es sumamente importante y podría tener un impacto significativo en el desempeño de los negocios.

El objetivo de esta investigación es analizar cómo se relaciona la proactividad ambiental con el desempeño de los pequeños negocios productores y comercializadores de mezcal del Estado de Oaxaca, y la influencia que tienen los stakeholders para implementar prácticas ambientales.

## REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

### 1. Marco Teórico

Garcés, Rivera y Murillo (2012) concluyen que la estrategia de proactividad ambiental ha sido explicada como un intento para atender las exigencias y las expectativas de los diferentes grupos de presión que existen, especialmente la presión

ambiental por parte de los clientes (consumidores) y de la comunidad. Aunque las empresas también pueden percibir otro tipo de presión ambiental, procedente de agentes internos o externos. Por lo tanto, la presión de los diferentes stakeholders, ejercen una influencia positiva en la adopción de medidas de tipo ambiental, dando lugar a estrategias de tipo proactivo.

## **2. Teoría de los Stakeholders**

La teoría de los stakeholders propuesta por Freeman (1984) ayuda a las empresas a comprender de manera más fácil cada una de las tareas estratégicas relacionadas con los cambios internos y externos del entorno empresarial. Según esta teoría los stakeholders son vitales para beneficiar a la empresa en su gestión estratégica.

Freeman (1984) definió a los stakeholders como cualquier grupo o individuo que pueda afectar o ser afectado por el logro de los propósitos de una empresa. Stakeholders incluye a empleados, clientes, proveedores, accionistas, bancos, ambientalistas, gobierno u otros grupos que puedan ayudar o dañar a la organización.

Asimismo, Donaldson y Preston (1995: 66), contribuyen a la teoría de los stakeholders; la cual es analizada desde cuatro perspectivas: perspectiva-descriptiva, instrumental, normativa y gerencial.

Bajo la perspectiva instrumental se analizan las conexiones, si las hay, entre la gestión de las partes interesadas y el desempeño corporativo, viéndose también en términos como: rentabilidad, estabilidad o crecimiento.

Esta investigación, es entonces vista a través del enfoque instrumental, dado que, al satisfacer a los stakeholders, las empresas obtienen un mejor desempeño, el cual se reflejará en el éxito de las mismas.

## **3. Teoría de recursos y capacidades**

La teoría de recursos y capacidades (Barney, 1991) parte de que todas las empresas son heterogéneas en sus recursos y en sus capacidades internas, es decir, las empresas son diferentes una de otra tanto por los recursos y capacidades que poseen, como por las diferentes características de la misma. Los

recursos y capacidades no están al alcance de todas las empresas en las mismas condiciones.

Las capacidades, al igual que los recursos son fundamentales en los resultados de una empresa y en la definición de su estrategia, debido a ello, Teece, Pisano y Shuen, (1997) consideraron que las capacidades de una empresa son la habilidad de integrar, construir y reconfigurar la competencia tanto interna como externa en un ambiente cambiante. Desarrollando la teoría llamada capacidades dinámicas.

Sin embargo, la estrategia basada en los recursos no es suficiente para mantener una ventaja competitiva significativa. Esto es complementado con la capacidad de respuesta oportuna y la innovación de productos, junto con la capacidad de gestión para coordinar eficazmente y redistribuir las competencias internas y externas (Teece, Pisano y Shuen, 1997).

Por lo que la teoría de recursos y capacidades, establece que la base del desempeño se encuentra en la capacidad de la empresa para combinar

un conjunto de recursos (Barney, Wright y Ketchen, 2001 p.625).

#### **4. Proactividad Ambiental**

El concepto de proactividad podría definirse como la tendencia a iniciar cambios de forma voluntaria en lugar de esperar para reaccionar ante posibles presiones. Cuando esta proactividad es encauzada hacia el cuidado del medioambiente, entonces surge el concepto de proactividad ambiental, que se define como la implementación voluntaria de prácticas e iniciativas animadas a mejorar la relación entre las empresas y el medioambiente. (Carrascosa, 2012).

Para Winsemius y Guntram (1992), la proactividad ambiental implica la adopción voluntaria de medidas que contribuyen a reducir el impacto sobre el entorno natural. La proactividad ambiental puede definirse como aquellas actividades ambientalmente innovadoras y avanzadas que las empresas ponen en marcha voluntariamente para prevenir sus impactos ambientales (Sharma y Vredenburg, 1998).

Garcés, Rivera y Murillo (2012, p. 191) definen la proactividad ambiental como una tendencia a anticipar los requerimientos internos y externos de protección del medio ambiente, por lo que los cambios se dan voluntariamente en lugar de reaccionar a estos requisitos.

La proactividad ambiental es parte fundamental de la responsabilidad social corporativa de las empresas y genera beneficios tanto tangibles como intangibles. (Segarra et al, 2012).

Para Murillo, Garcés y Rivera (2004, p.54) la proactividad ambiental ha sido frecuentemente explicada como un intento de atender a las expectativas y exigencias de diferentes grupos de presión. Resulta especialmente destacable la presión ambiental ejercida por los consumidores y los legisladores.

## **5. Desempeño de la empresa**

Hernández, Domínguez y Espinosa (2007 p. 28) mencionan que el desempeño de la empresa es un concepto que conduce a englobar diversos factores que pueden ser medidos y cuantificables; interpretándolo como una noción

estratégica en la que abarca metas, recursos organizativos y medio ambiente. Para Hernández (2002) se refiere de manera conceptual a la realización de responsabilidades gerenciales con atributos de calidad, por lo que puede decirse que se relaciona con rentabilidad, eficiencia, oportunidad, congruencia, resultados, efectividad y factibilidad en la toma de decisiones.

Nahm, Vonderembse y Koufteros (2004) definen el desempeño como una respuesta a los competidores. La valoración de las medidas del desempeño refleja una orientación al cliente para alcanzar un alto desempeño en la organización.

Para Coombs y Bierly (2001), el desempeño es definido como una medida contable, valor de mercado, valor adicionado de mercado y adicionado valor económico.

Bourguignon (2004) define el desempeño como la realización de metas sin importar número y contenido de las mismas, así como el resultado como medida o como proceso, por eso abarca resultados y significados, pudiéndose evaluar de manera cualitativa o cuantitativamente.

El desempeño está asociado con los logros individuales o colectivos al interior de una organización, y al alineamiento de la gestión con sus metas y objetivos. El desempeño es una magnitud de los logros de la organización (Arriagada, 2002 p.25). Aluko (2003, p.172) define el desempeño organizacional como la capacidad de una organización para satisfacer las expectativas deseadas de tres actores principales que comprenden de los propietarios, empleados y clientes.

## **6. Relaciones entre variables**

### **Stakeholders-Proactividad Ambiental**

La proactividad ambiental ha sido una estrategia desarrollada por numerosas empresas, para satisfacer las presiones que ejercen diversos grupos de interés, tanto internos como externos; prueba de ello son las diferentes investigaciones que se han realizado y que han encontrado argumentos teóricos para sustentar esta relación.

Buysse y Verbeke, (2003) hicieron un análisis empírico en el cual concluyeron que la importancia percibida por los

stakeholders (externos primarios, internos primarios, secundarios y regulatorios), en términos de impacto en la toma de decisiones ambientales, es más alto para las empresas que adoptan una estrategia de prevención de la contaminación (proactividad ambiental) que las empresas reactivas.

Las empresas que están interesadas en las prácticas ambientales proactivas tienen que prestar especial atención a los intereses de sus stakeholders, esto es analizado en una investigación realizada por Aragón, Hurtado, Sharma y García, (2008) quienes concluyen que la proactividad ambiental (prácticas preventivas e innovadoras y la eco-eficiencia) se relacionan positiva y significativamente con los grupos de interés.

Asimismo, González y González, (2008) en un estudio empírico identificaron y analizaron cuáles son los factores que llevan a las empresas a desarrollar estrategias ambientalmente proactivas en el ámbito de la logística. Los resultados obtenidos fueron que solo los stakeholders no gubernamentales tiene efectos positivos

y significativos, a diferencia de los gubernamentales, los cuales solo tienen efectos positivos, pero no es significativo. Por lo que en base a estos resultados puede decirse que solo los stakeholders no gubernamentales tienen mayor importancia, dado que la proactividad ambiental es voluntaria.

Las empresas de servicios son capaces de satisfacer a los interesados y adoptar estrategias proactivas con el medio ambiente en el que puedan prever los impactos negativos y anticipar pasivos y riesgos, así como oportunidades. Así fue identificado en un estudio realizado por Rueda, Aragón y Sharma, (2008) arrojando que los stakeholders se asocian positiva y significativamente con el desarrollo de una estrategia de proactividad ambiental. Por lo que los resultados muestran que la presión de las partes interesadas es un antecedente importante para la capacidad de una empresa de servicios para el desarrollo de una estrategia ambiental proactiva.

La presión de los grupos de interés (stakeholders) hacia los problemas ambientales se percibe como una oportunidad de ventaja competitiva para

los directivos de las empresas. Esta es una de las principales aportaciones del estudio empírico realizado por Garcés, Rivera y Murillo (2012). Planteando que entre mayor sea la presión de los stakeholders, percibida por los gerentes para mejorar sus prácticas ambientales, sus respuestas serán cada vez más proactivas. Por lo tanto, esta investigación proporciona evidencia empírica de que al satisfacer las presiones de los stakeholders se tiene un impacto positivo y significativo sobre la proactividad ambiental que desarrolla la empresa.

Murali, Saiku y Ho-Jo, (2013), analizaron la relación entre la proactividad ambiental y la satisfacción de los stakeholders; esta última fue medida a través de los accionistas y los clientes (aumento de la satisfacción del cliente y disposición a pagar más por productos o servicios). La correlación en ambas variables fue positiva y significativa, es decir, la proactividad ambiental de la empresa se relaciona positivamente con la satisfacción de los stakeholders. Esto puede alentar a las empresas a mejorar las relaciones de las partes interesadas a través de la proactividad ambiental, garantizando así



que sus inversiones ambientales son recompensadas.

La producción de mezcal en Oaxaca está involucrada directa e indirectamente con actores sociales que ejercen cierta presión sobre estas fábricas para hacer conciencia sobre los impactos ambientales que generan en su proceso de producción. Las presiones más importantes para que las fábricas de mezcal implementen una estrategia ambiental son los clientes y la comunidad en la que se encuentran establecida, debido a ello, los productores han optado por minimizar esos impactos y a su vez satisfacer a sus grupos de interés.

Estos fundamentos dan origen a la primera hipótesis:  $H_1$ : *Los stakeholders influyen positiva y significativamente en la proactividad ambiental de las empresas productoras y comercializadoras de mezcal del estado de Oaxaca.*

## **7. Proactividad Ambiental y Desempeño**

La transformación ambiental de las empresas consiste en adoptar medidas que previenen y corrigen su

impacto ambiental. Muchas empresas asumen una postura reactiva. Sin embargo, otras empresas tienen un comportamiento proactivo; esta proactividad genera una ventaja competitiva que a su vez conlleva a las empresas a tener un mejor desempeño. Diversos autores han estudiado y aportado evidencias empíricas sobre una relación directa y positiva entre la proactividad ambiental y el desempeño empresarial.

Tal es el caso de la investigación que realizaron González y González (2005), quienes concluyen que la gestión ambiental que efectúa la empresa genera oportunidades competitivas en las empresas, considerando la variable desempeño desde tres dimensiones (desempeño operacional, de mercado y financiero). Los resultados revelan que la proactividad ambiental ejerce efectos positivos en el desempeño de las empresas y, por otra parte, que estos efectos dependen de la dimensión de la proactividad ambiental que ha sido desarrollada, es decir, de la cartera de las prácticas de gestión que se han implementado y del tipo de desempeño considerado.

Por otro lado, Aragón, Hurtado, Sharma y García (2008) determinaron que la estrategia de proactividad ambiental (estrategia innovadora preventiva y estrategia de eco-eficiencia) se asocia con el desempeño de la empresa. Estos resultados muestran que la proactividad ambiental en la estrategia del medio ambiente es una alternativa adecuada tanto para las empresas pequeñas como para las grandes.

Otra investigación que ha aportado argumentos en base a esta relación es la de Piñeiro, Quintas y Caballero (2009), estableciendo que la proactividad ambiental (influye positivamente en el desempeño de las empresas constructoras. Finalmente se encontró que los efectos de la proactividad ambiental estratégica y operativa sobre la estrategia “diferenciación” del desempeño empresarial fueron positivos y significativos, y los efectos de la proactividad ambiental estratégica y operativa sobre la estrategia “costos” del desempeño económico-financiero son significativos. No obstante, es importante destacar que mientras la proactividad ambiental operativa parece tener una influencia positiva sobre el

desempeño empresarial tanto a través de una mejora en la diferenciación de la empresa como de una reducción de sus costos, la proactividad ambiental estratégica afecta positivamente a la diferenciación de la empresa, pero puede incidir negativamente sobre sus costos.

Menguc, Auh y Ozanne (2010), encontraron que efectivamente, la estrategia de proactividad ambiental se relaciona positiva y significativamente con las ventas y con el crecimiento. Es decir, el desarrollo de la proactividad ambiental va a generar ventas adicionales en áreas que están sin explotar y donde la competencia es escasa. Además, motivará a las empresas para producir productos de alto margen que adoptan la tecnología de vanguardia que puede mejorar el crecimiento de la empresa. A través de una estrategia de proactividad ambiental, las empresas pueden darse cuenta de la mejora de las corrientes de flujo de caja.

Graham y Berente (2011), mostraron que la proactividad ambiental tiene influencias directas positivas y significativas con la mejora en el

desempeño, dado que indica un compromiso autentico con la protección del medio natural, generando un desempeño directa o indirectamente con la empresa.

Los resultados obtenidos en la investigación hecha por Fraj, Matute y Rueda (2012), también contribuyen a confirmar la existencia de oportunidades competitivas asociadas a la proactividad ambiental, ya que ello favorece la optimización del desempeño empresarial (desempeño ambiental y económico) y a la reducción del impacto ambiental derivado de la actividad de la empresa.

Garcés y Cañón (2012) aportaron que las empresas que invierten en protección del medio ambiente, llegando más allá de las medidas generalmente adoptadas en su entorno, son mejor valoradas por el mercado y esto a su vez les origina un desempeño financiero mejor. Por lo que la proactividad ambiental tiene efectos positivos y significativos sobre los resultados financieros de las empresas. De igual manera, Murali, Saiku y Ho-Jo, (2013) encontraron que existe una relación positiva y significativa entre la

proactividad ambiental y el desempeño operacional, ambiental y financiero. Los valores indican que la relación más fuerte es entre la proactividad y el desempeño ambiental.

Dada la importancia que se le ha otorgado a la fabricación artesanal de mezcal como una de las principales actividades económicas en Oaxaca que permiten la creación de fuentes de empleo y por ende, mejores beneficios económicos para las familias que se dedican a éste quehacer; la producción de mezcal tiene como principal reto hacer más eficientes los procesos y reducir la generación de residuos, esto con la finalidad de maximizar la producción, minimizar los impactos al medio ambiente y obtener un mejor desempeño.

En base a estos argumentos surge la segunda hipótesis:  $H_2$ : *La proactividad ambiental se relaciona de manera directa y positiva con el desempeño de las empresas productoras y comercializadoras de mezcal, en el estado de Oaxaca.*



Figura 1. Modelo hipotético de investigación

## METODOLOGÍA

El método que siguió esta investigación fue el deductivo, la naturaleza de los datos fue cuantitativa, con un estudio de tipo descriptivo y explicativo, de tipo transversal. Se aplicaron 87 cuestionarios a los dueños de los negocios de mezcal, mediante la técnica de recopilación de información por entrevistas cara a cara.

Se seleccionaron los distritos de Tlacolula, Sola de Vega, Miahuatlán, Ejutla y Ocotlán como los lugares de la muestra para los negocios mezcaleros, debido a que son los principales productores y comercializadores de mezcal en el estado de Oaxaca que se encuentran más cerca.

Se seleccionaron a conveniencia 30 fábricas o palenques en el distrito de

Tlacolula (Municipio de Santiago Matatlán), 6 en el distrito de Sola de Vega (Municipio de Villa Sola de Vega), 19 en Ejutla (Municipio de San Agustín Amatengo), 20 en Miahuatlán (Municipio de San Luis Amatlán) y 12 en Ocotlán (Municipio de Santa Catarina Minas).

Posteriormente, una vez recopilada la información, se procedió a codificar los datos mediante el paquete estadístico para ciencias sociales SPSS, utilizando las técnicas estadísticas como el análisis factorial, para validar las escalas y el alfa de Cronbach para determinar la confiabilidad y la consistencia interna de las preguntas. Para probar las hipótesis se realizó un análisis de correlación bivariada de Pearson.

### 1. Conceptualización y Operacionalización de Variables

La conceptualización es el proceso por el que se especifica lo que quiere comunicarse cuando se usan determinados términos o variables (Babbie, 2000; p. 101).

En tanto la operacionalización es la manera en que esas variables van a

medirse, a través de dimensiones, indicadores e ítems.

*Proactividad Ambiental.* Según Carrascosa (2012), el concepto de proactividad es definido como la tendencia a iniciar cambios de forma voluntaria en lugar de esperar para reaccionar ante posibles presiones. Cuando esta proactividad es encauzada hacia el cuidado del medioambiente, entonces surge el concepto de proactividad ambiental, que se define como la implementación voluntaria de prácticas e iniciativas animadas a mejorar la relación entre las empresas y el medioambiente (Carrascosa, 2012).

En este estudio la proactividad ambiental es definida como las acciones voluntarias que las empresas realizan para minimizar sus impactos ambientales.

Tabla 1.  
*Operacionalización de “Proactividad Ambiental”*

<b>Dimensión</b>	<b>Indicador</b>
<b>Prácticas de planificación.</b>	
Frecuencia en la que el negocio ha establecido política, objetivos o responsabilidades ambientales.	1. Política ambiental 2. Valores Ambientales
<b>Prácticas de producción.</b>	
Frecuencia en que la empresa reduce, reutiliza y recicla los residuos, el agua, la energía y el combustible en su proceso de producción	1. Residuos 2. Agua 3. Energía 4. Combustible
<b>Prácticas de diseño del producto.</b> Frecuencia en que la empresa reutiliza y recicla el envase, embalaje y empaque en el diseño del producto final.	
	1. Envase 2. Embalaje 3. Empaque
<b>Prácticas comunicacionales.</b>	
Frecuencia en que la empresa comunica al entorno social las acciones que realiza en pro del medio ambiente.	1. Comunicación Social

*Stakeholders.* Esta variable se conceptualizó operacionalmente como la influencia que tienen los clientes y la comunidad para que las empresas mezcaleras realicen acciones ambientales.

Tabla 2.  
Operacionalización de “Stakeholders”

Dimensión	Indicador
<b>Cientes.</b>	
Frecuencia en la que los clientes hacen sugerencias o recomendaciones al negocio en pro del ambiente.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sugerencias</li> <li>2. Recomendaciones</li> </ol>
<b>Comunidad.</b>	
frecuencia en la que la comunidad sugiera o invite al dueño del negocio a realizar acciones en pro del ambiente	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sugerencias</li> <li>2. Invitaciones</li> </ol>

*Desempeño.* Para el presente trabajo, el desempeño de la empresa se evaluó en dos principales categorías: el financiero u objetivo y el no financiero o subjetivo. Las escalas utilizadas para medir el desempeño financiero y no financiero son las que generalmente se han utilizado en la mayoría de los estudios. La variable se conceptualizó operacionalmente como el resultado financiero y no financiero de las actividades empresariales realizadas por los dueños de los negocios de mezcal en los últimos dos años.

Tabla 3.  
Operacionalización de “Desempeño”

Dimensión	Indicador
<b>Desempeño financiero.</b>	
Resultados cuantitativos (ventas y utilidades) que los negocios mezcalderos han obtenido en los últimos dos años.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ventas</li> <li>2. Utilidades</li> </ol>
<b>Desempeño no financiero:</b>	
Resultados cualitativos de los negocios, como la satisfacción personal de los dueños y la satisfacción con las ventas.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Satisfacción personal</li> <li>2. Satisfacción con las ventas</li> </ol>

## 2. Validez y confiabilidad

Para obtener la validez de las escalas de medición se realizó un análisis factorial por el método de análisis de componentes principales con rotación varimax, para cada una de las variables de la investigación. En general mostraron un comportamiento esperado, aunque algunos ítems fueron eliminados por no presentar cargas factoriales aceptables ( $\geq .500$ ). Para determinar el nivel de confiabilidad de la escala de medición para las variables se utilizó el coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach.

*Proactividad Ambiental.* La proactividad ambiental se midió con 53 preguntas integrada por cuatro dimensiones: prácticas de planificación, de producción, diseño del producto y comunicacionales. En el análisis factorial (reducción de factores) cargaron 9 preguntas distribuidas en 4 factores o componentes (Tabla 4).

*Stakeholders.* La variable stakeholders se midió con 12 preguntas integrada por dos dimensiones: clientes y comunidad. Al realizar el análisis factorial (reducción de factores) cargaron 8 preguntas distribuidas en 2 factores (Tabla 5).

*Desempeño de la Empresa.* La variable se midió con 27 preguntas integrada por dos dimensiones: desempeño financiero y desempeño no financiero. Al realizar el análisis factorial (reducción de factores) cargaron 20 preguntas distribuidas en 4 factores (Tabla 6).

## RESULTADOS

Para probar las hipótesis del estudio, se realizó un análisis de correlación, es decir, medir la intensidad de una relación entre dos variables. La correlación lineal ( $r$ ) pretende descubrir si existe una asociación matemática entre dos variables en términos de una línea recta. Esta prueba se llevó a cabo mediante el programa *IBM SPSS Statistics 20.0*

Góngora y Hernández (2009, p.298-300) al respecto sostienen que el valor del coeficiente de correlación lineal, también llamado de Pearson, siempre tiene un valor entre  $-1$  y  $+1$ . Un valor igual a  $+1$  o bien a  $-1$ , indica una correlación positiva o una correlación negativa perfecta, respectivamente. Un coeficiente de correlación igual a  $0$  indica una ausencia de asociación lineal entre las variables. Cualquier otro valor de  $r$  indica diferentes grados de asociación.

Tabla 4.  
*Análisis Factorial de Proactividad Ambiental*

Proactividad Ambiental	Componente			
	1	2	3	4
<b>1. Prácticas de planificación</b>				
Metas para cuidar el medio ambiente	<b>.952</b>	.143	.071	-.036
Reglas para medir su impacto ambiental	<b>.955</b>	.178	.044	-.041
Acciones para cuidar el medio ambiente (agua, suelo, residuos, etc.)	<b>.838</b>	.029	.200	-.079
<b>2. Prácticas de producción (residuos)</b>				
Los envases o botellas defectuosas	.163	<b>.947</b>	.178	-.129
Las etiquetas defectuosas	.127	<b>.949</b>	.184	-.132
<b>3. Prácticas de producción (combustible)</b>				
Reduce el consumo de leña en la cocción	.171	.085	<b>.958</b>	-.057
Reduce el consumo de leña en la destilación	.087	.292	<b>.922</b>	-.021
<b>4. Prácticas de producción (energía)</b>				
Apaga las luces cuando no las ocupa	.102	-.074	-.099	<b>.874</b>
Utiliza focos ahorradores	-.251	-.157	.034	<b>.805</b>
<b>Varianza Explicada</b>	29.707	21.917	21.023	16.212
<b>Varianza Total Explicada</b>	88.858			
<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>0.740</b>			

Tabla 5.  
*Análisis Factorial de Stakeholders*

Stakeholders	Componente	
	1	2
<b>1. Comunidad</b>		
Lo invitan a participar en programas de reforestación	<b>.898</b>	.001
Lo han motivado a no contaminar el medio ambiente	<b>.934</b>	.116
Lo invitan a hacer limpieza a los ríos cercanos de su palenque	<b>.786</b>	.081
Le recomiendan tener educación ambiental	<b>.904</b>	.093
<b>2. Clientes</b>		
Le recomiendan usar equipos ahorradores de energía	-.019	<b>.906</b>
Le recomiendan reducir su consumo de agua	.013	<b>.902</b>
Le recomiendan usar materiales amigables con el ambiente	.313	<b>.815</b>
Le recomiendan sustituir la leña por otro combustible	.048	<b>.784</b>
<b>Varianza Explicada</b>	40.165	36.760
<b>Varianza Total Explicada</b>	76.925	
<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>0.823</b>	



Tabla 6.  
Análisis Factorial de Desempeño

Desempeño	Componente			
	1	2	3	4
<b>1. Satisfacción personal</b>				
Su negocio	<b>.859</b>	.074	.204	.187
Las ganancias actuales que le genera su negocio	<b>.867</b>	.178	.258	-.040
El volumen de producción que genera su negocio	<b>.883</b>	.142	.184	.201
Las ventas de su negocio	<b>.885</b>	.191	.122	.097
La cantidad de clientes que tiene	<b>.786</b>	.102	.256	.328
La imagen/prestigio de su negocio	<b>.738</b>	.231	.331	.288
<b>2. Crecimiento</b>				
Ventas mensuales hace dos años	.147	<b>.888</b>	.168	-.093
Ventas mensuales en este año	.272	<b>.801</b>	.178	.046
Ganancias mensuales hace dos años	.265	<b>.876</b>	.084	.111
Ganancias mensuales este año	.379	<b>.778</b>	.227	.132
Volumen de producción mensual hace dos años	-.087	<b>.738</b>	.077	.226
Volumen de producción mensual actualmente	.003	<b>.763</b>	-.004	.270
<b>3. Necesidades secundarias</b>				
Mejorar su vivienda	.192	.153	<b>.865</b>	.176
Mejorar su estilo de vida	.240	.052	<b>.836</b>	.348
Adquirir otros bienes (terrenos, automóviles)	.401	.191	<b>.715</b>	.053
Cubrir otros gastos de entretenimiento	.260	.188	<b>.869</b>	.226
<b>4. Necesidades primarias</b>				
Pagar la educación de sus hijos	.062	.283	.281	<b>.710</b>
Comprar alimentos	.356	.034	.123	<b>.873</b>
Comprar medicinas y pagar médicos	.119	.235	.296	<b>.739</b>
Comprar ropa y calzado	.544	.071	.107	<b>.636</b>
<b>Varianza Explicada</b>	26.476	21.623	16.816	14.317
<b>Varianza Total Explicada</b>	79.232			
<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>0.938</b>			

La tabla 7 muestra los resultados del análisis de la Correlación bivariada de Pearson entre todas las variables del presente estudio y que tratan de probar las hipótesis planteadas.

La hipótesis 1 se refiere a la relación positiva y directa entre los stakeholders y la proactividad ambiental de las empresas productoras y comercializadoras de mezcal en el Estado de Oaxaca. Los resultados muestran indican que esta hipótesis se

encuentra probada de manera satisfactoria ( $r=0.324$ ;  $p<.01$ ).

La hipótesis 2 se refiere a la relación positiva y directa entre la proactividad ambiental y el desempeño de las empresas productoras y comercializadoras de mezcal en el Estado de Oaxaca.

Los resultados muestran indican que esta hipótesis se encuentra probada de manera satisfactoria ( $r=0.531$ ;  $p<.01$ ).

**Tabla 7.**  
*Correlación bivariada de Pearson entre todas las variables del estudio*

	1	2	3	4	5	6	7	8
<b>1. DESEMPEÑO</b>	1							
<b>2. PROACTIVIDAD</b>	.531**	1						
3. Prácticas de planificación	.515**	.840**	1					
4. Residuos	.407**	.589**	.261*	1				
5. Combustible	.346**	.774**	.617**	.320**	1			
6. Energía	.199	.326**	.152	.204	.128	1		
<b>7. STAKEHOLDERS</b>	.297**	.324**	.157	.449**	.219*	.237*	1	
8. Comunidad	.372**	.468**	.334**	.431**	.328**	.311**	.771**	1
9. Clientes	.221*	.164	.019	.373**	.092	.148	.791**	.315**

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

\* La correlación es significativa al nivel 0.05 (bilateral).

## CONCLUSIONES

El objetivo de esta investigación es analizar la relación entre la proactividad ambiental y el desempeño de los negocios productores y comercializadores de mezcal en el Estado de Oaxaca y analizar la relación

entre los stakeholders (clientes y comunidad) en la proactividad ambiental.

El análisis de correlaciones demostró que las hipótesis planteadas fueron comprobadas satisfactoriamente. En el caso de la relación entre los stakeholders y la proactividad ambiental, se mostró que la comunidad puede tener más influencia al momento de elegir alguna

práctica de conservación ambiental: prácticas de planificación ( $r=0.334$ ;  $p<.01$ ), manejo de residuos ( $r=0.431$ ;  $p<.01$ ), uso de combustibles ( $r=0.328$ ;  $p<.01$ ) y uso de energía ( $r=0.311$ ;  $p<.01$ ). Sin embargo, los clientes parecen no jugar un papel importante en la proactividad ambiental ya que solamente existe una relación significativa con la práctica de manejo de residuos ( $r=0.373$ ;  $p<.01$ ) y con las otras dimensiones solo existe una relación positiva pero no es significativa.

Esto último puede deberse a que los integrantes de la comunidad son los que más están interesados en que las actividades de los productores de mezcal no alteren el entorno ecológico ya que las comunidades de la muestra se encuentran en ámbitos rurales en donde abundan recursos naturales de todo tipo y evidentemente se muestran preocupados cuando alguna actividad pudiera alterar el sano entorno. En cuanto a los clientes, generalmente son representados por clientes mayoristas a los cuales es posible que no les otorguen tanta importancia a las prácticas de conservación ambiental, salvo aquellas que perjudiquen de manera el producto y no los recursos naturales, es decir que

los clientes se preocupan más por recibir un buen producto no importando tanto las consecuencias ambientales de esta producción.

En el caso de la relación entre la proactividad ambiental y el desempeño, puede decirse que los resultados son coherentes con la teoría basada en los recursos, es decir, la adopción de prácticas de conservación ambiental proactivas se relaciona fuertemente con la obtención de buenos resultados: prácticas de planificación ( $r=0.515$ ;  $p<.01$ ), manejo de residuos ( $r=0.407$ ;  $p<.01$ ) y uso de combustibles ( $r=0.346$ ;  $p<.01$ ).

Este estudio ha incluido una muestra de productores de mezcal del tipo artesanal, esta muestra estuvo integrada por productores y comercializadores de tan solo cinco comunidades, por lo que sería interesante ampliar esta muestra y descubrir si los resultados pueden cambiar ya que entre comunidades existen diferencias de procesos, prácticas y resultados, esto también acarrearía análisis estadísticos más exactos como las de regresión lineal, ecuaciones estructurales, etc.

En futuras investigaciones se sugiere incluir otro tipo de stakeholders como son los empleados, las autoridades, etcétera con la finalidad de tener un panorama diferente de lo que sucede en el desempeño de los pequeños negocios. Otra recomendación no menos importante sería probar la escala de medición utilizada en esta investigación en otro tipo de industria para que cada vez sea más exacta la forma de medir la proactividad ambiental en el desempeño de las pequeñas empresas.

## BIBLIOGRAFÍA

Aluko, M. (2003). The impact of culture on organizational performance in selected textile firms in Nigeria. *Nordic Journal of African Studies*. 12 (2) 164-179

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

*Environmental Management*. 86 (1) 88-103.

Arriagada, R. (2002). Diseño de un sistema de medición de desempeño para evaluar la gestión municipal: una propuesta metodológica. (Vol 20) United Nations Publications

Babbie, E. (2000). *Fundamentos de la Investigación social*. México: Editorial Internacional Thompson.

Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*. 17 (1) 99–120.

Barney, J., Wright, M. y Ketchen, D.J. (2001). The resource based view of the firm: ten years after 1991. *Journal of Management*. 27 (6) 625-641.

Bourguignon, A. (2004). *Performance Management*

- and Management Control: Evaluated Managers Point of View. *European Accounting Review*.13 (4) 659-687.
- Carrascosa, C. (2012). Estudio de la proactividad medioambiental en las empresas industriales de la comunidad valenciana: identificación de patrones de comportamiento (Tesis Doctoral). Universidad Politécnica de Valencia. Valencia, España.
- CRM (2014). Informe de Actividades 2014 del Consejo Regulador del Mezcal. [http://www.crm.org.mx/PDF/INF\\_ACTIVIDADES/INFORM E2014.pdf](http://www.crm.org.mx/PDF/INF_ACTIVIDADES/INFORM E2014.pdf)
- Coombs J. y Bierly (2001). Looking through the Kalidescope: measuring technological capability and performance. *Academy of Management Proceedings*. 1 B1-B6.
- Buysse, K. y Verbeke, A. (2003). Proactive environmental strategies: A Stakeholders management perspective. *Strategic Management Journal*. 24 (5) 453-470
- Cainelli, G., Mazzanti, M. y Zoboli, R. (2011). Environmentally oriented innovative strategies and firm performance in services. Micro-evidence from Italy. *Inter-national Review of Applied Economics*. 25 (1) 61-85.
- Darnall, N., Henriques, I. y Sadorsky, P. (2010). Adopting Proactive Environmental Strategy: The Influence of Stakeholders and Firm Size. *Journal of Management Studies*. 47 (6) 1072-1094.
- Donaldson, T. y Preston, L. (1995). The stakeholder theory of the corporation: concepts, evidence, and implications. *Academy of Management Review*. 20 (1) 65–91.

- Fraj, E., Matute, J. y Rueda, A. (2012). Hacia un modelo integrador de los antecedentes y consecuencias de la proactividad medioambiental en las organizaciones. *Innovar Journal*. 22 (43) 179-195.
- Freeman, E. (1984). *Strategic Management. A Stakeholder Approach*. Boston: Editorial Pitman Press.
- Garcés, C. y Cañón, J. (2012). La gestión medioambiental proactiva como capacidad dinámica: un análisis con datos panel. *Cuadernos Económicos ICE*. 86 (1) 171-189.
- Garcés, C., Rivera, P. y Murillo, J. (2012). Stakeholder pressure and environmental proactivity: Moderating effect of competitive advantage expectations. *Management Decision*. 50 (2) 189-206.
- Góngora J. y Hernández R. (2009). *Estadística descriptiva*. D.F., México: Editorial Trillas
- González, J. y González, O. (2008). Determinantes de la proactividad medioambiental en la función logística: Un análisis empírico. *Cuadernos de Estudios Empresariales*. 18 (1) 51-71.
- Graham, D. y Berente, N. (2011). Proactive environmental strategies: An exploration of the effect of cross-sector partnerships. Trabajo presentado en First International Conference on Engaged Management Scholarship. Cleveland, Ohio, E.U.A.
- Hernández, J., Domínguez, M. y Espinosa, C. (2007). Orientación al mercado y desempeño en artesanías. *Naturaleza y Desarrollo*. 5 (1) 27-40.

- Hernández M. (2002). Evolución del desempeño de las organizaciones públicas a través de la calidad. Trabajo presentado en el VII Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública. Lisboa, Portugal.
- Menguc, B., Auh, S. y Ozzane, L. (2010). The interactive effect of internal and external factors on a proactive environmental strategy and its influence on a firm's performance. *Journal of Business Ethics*. 94 (2) 279-298.
- Murali, S., Saiku, M. y Ho-Jo, A. (2013). Making the case for operating “Green”: impact of environmental proactivity on multiple performance outcomes of Malaysian firms. *Journal of Cleaner Production*. 42 69-82.
- Nahm, A., Vanderembse, A. y Koufteros, X. (2004). The Impact of Organizational Culture on Time-based Manufacturing and Performance. *Decision Sciences*. 35 (4) 579-607.
- Park, J. y Jeong, H. (2014). Environmental proactivity of hotel operations: Antecedents and the moderating effect of ownership type. *International Journal of Hospitality Management*. 37 1–10.
- Piñeiro, P., Quintas, M. y Caballero, G. (2009). Incidencia de la proactividad medioambiental en el rendimiento de las empresas constructoras españolas. *European Academy of Management and Business Economics*. 18 (2) 79-106.
- Puga, C., González, C. y Negrete, M. (2012). Los factores de la innovación tecnológica en la industria del mezcal.

Trabajo presentado en el  
XVII Congreso Internacional  
de Contaduría,  
Administración e Informática  
FCA-UNAM, México, D.F.

Rubio, V. (2005). La Gestión  
Ambiental en la Pequeña y  
Mediana Empresa. Revista  
Virtual Pro. 40 6-19

Rueda, A., Aragón, J. y Sharma,  
S., (2008). The influence of  
stakeholders on the  
environmental strategy of  
service firms: The  
moderating effects of  
complexity, uncertainty and  
munificence. British Journal  
of Management. 19 (2) 185–  
203.

Teece, D., Pisano, G. y Shuen, A.  
(1997). Dynamic capabilities  
and strategic management.  
Strategic Management  
Journal. 18 (7) 509-533.