

## Creación de valor en las organizaciones agrícolas de Guasave, Sinaloa (México) a través de sus prácticas sustentables

Creation of Value in the Agricultural Organizations of Guasave, Sinaloa (Mexico) Through their Sustainable Practices

Criação de valor nas organizações agrícolas de Guasave, Sinaloa (México) por meio de suas práticas sustentáveis

**Rosa Elena De Anda-Montaño,<sup>1</sup> Raúl Portillo-Molina,<sup>2</sup> María de los Ángeles Cervantes-Rosas<sup>3</sup> & David Ignacio Rojas Escárrega<sup>4</sup>**

### Autores

<sup>1</sup> Universidad Autónoma de Occidente, Unidad Regional Guasave, Sinaloa, México; rosa.deanda@uadeo.mx

<sup>2</sup> Universidad Autónoma de Occidente, Unidad Regional Guasave, Sinaloa, México; raul.portillo@uadeo.mx

<sup>3</sup> Universidad Autónoma de Occidente, Unidad Regional Guasave, Sinaloa, México; maria.cervantes@uadeo.mx

<sup>4</sup> Universidad Autónoma de Occidente, Unidad Regional Guasave, Sinaloa, México; david.roja@uadeo.mx

**Corresponding author:** Raúl Portillo Molina. Universidad Autónoma de Occidente, Unidad Regional Guasave, Sinaloa, México; raul.portillo@uadeo.mx

**Copyright:** © 2022 Revista Dimensión Empresarial / Vol. 20 No. 3 (2022) / e-ISSN: 2322-956X

**Tipo de artículo:** Artículo de investigación / **Recibido:** 04/09/2020 **Aceptado:** 15/09/2022

**JEL Classification:**

### Cómo citar:

De Anda-Montaño, R. E., Portillo-Molina, R., Cervantes-Rosas, M. & Rojas Escárrega, D. I. (2022). Creación de valor en las organizaciones agrícolas de Guasave, Sinaloa (México) a través de sus prácticas sustentables. *Revista Dimensión Empresarial*, 20(3), 22-44 DOI: 10.15665/dem.v20i3.2809

### Resumen

La implementación del Desarrollo Sostenible en las empresas mediante prácticas y estrategias es una gran oportunidad para que creen valor a la vez que les da una ventaja competitiva. Es por ello que el objetivo de este artículo es analizar la correlación que existe entre las prácticas sustentables que realizan las organizaciones agrícolas y su contribución a la creación de valor. El enfoque utilizado fue el cuantitativo, haciendo uso de la encuesta como instrumento para la recolección de datos, el cual fue validado a través del juicio de expertos y la prueba de fiabilidad Alfa de Cronbach; la población de estudio fueron 32 empresas agrícolas del municipio de Guasave que registran más de 6 empleos fijos. Los resultados identificaron las principales prácticas sustentables que crean valor, manifestando que las que

emanan de la dimensión ambiental son las que contribuyen al aumento de la rentabilidad y a mantener sus cadenas de valor más sólidas. Dentro de las implicaciones se detectó confusión entre los términos, esto al identificar que, si realizan algunas prácticas, sin embargo, desconocen su impacto en el desarrollo sostenible.

**Palabras claves:** Prácticas sustentables; creación de valor; organizaciones agrícolas; estrategias ambientales, activos intangibles.

### Abstract

The implementation of Sustainable Development in companies through practices and strategies is a great opportunity for them to create value while giving them a competitive advantage. That is why the objective of this article is to analyze the correlation

that exists between the sustainable practices carried out by agricultural organizations and their contribution to the creation of value. The approach used was quantitative, using the survey as an instrument for data collection, which was validated through expert judgment and Cronbach's Alpha reliability test; The study population was 32 agricultural companies in the municipality of Guasave that register more than 6 permanent jobs. The results identified the main sustainable practices that create value, stating that those that emanate from the environmental dimension are the ones that contribute to increased profitability and maintain stronger value chains. Within the implications, confusion was detected between the terms, this when identifying that, if they carry out some practices, however, they are unaware of their impact on sustainable development.

**Keywords:** Sustainable practices; value creation; agricultural organizations; environmental strategies, intangible assets.

### Resumo

A implementação do Desenvolvimento Sustentável nas empresas por meio de práticas e estratégias é uma grande oportunidade

### Introducción

La agricultura es la primera actividad económica realizada por el ser humano, siendo parte fundamental para preservar su vida (Congreso de la Unión, 2020), ha sido la base del desarrollo y la subsistencia de la sociedad humana (Vinchira-Villarraga y Moreno-Sarmiento, 2019). Esta puede definirse como una actividad que realiza el hombre para adquirir bienes del suelo gracias al apro-

para elas criarem valor ao mesmo tempo em que lhes confere vantagem competitiva. Por isso, o objetivo deste artigo é analisar a correlação que existe entre as práticas sustentáveis realizadas pelas organizações agropecuárias e sua contribuição para a criação de valor. A abordagem utilizada foi quantitativa, utilizando como instrumento de coleta de dados o questionário, que foi validado por meio de julgamento de especialistas e teste de confiabilidade Alpha de Cronbach; A população do estudo foi de 32 empresas agropecuárias do município de Guasave que registram mais de 6 empregos permanentes. Os resultados identificaram as principais práticas sustentáveis que criam valor, afirmando que as que emanam da dimensão ambiental são as que contribuem para o aumento da rentabilidade e para a manutenção de cadeias de valor mais fortes. Dentro das implicações, foi detectada confusão entre os termos, isso ao identificar que, se realizam algumas práticas, porém, desconhecem seu impacto no desenvolvimento sustentável.

**Palavras-chave:** Práticas sustentáveis; Criação de valor; organizações agrícolas; estratégias ambientais, ativos intangíveis.

vechamiento de la energía solar; es una actividad estratégica para cualquier sociedad (Sinergia, 2006).

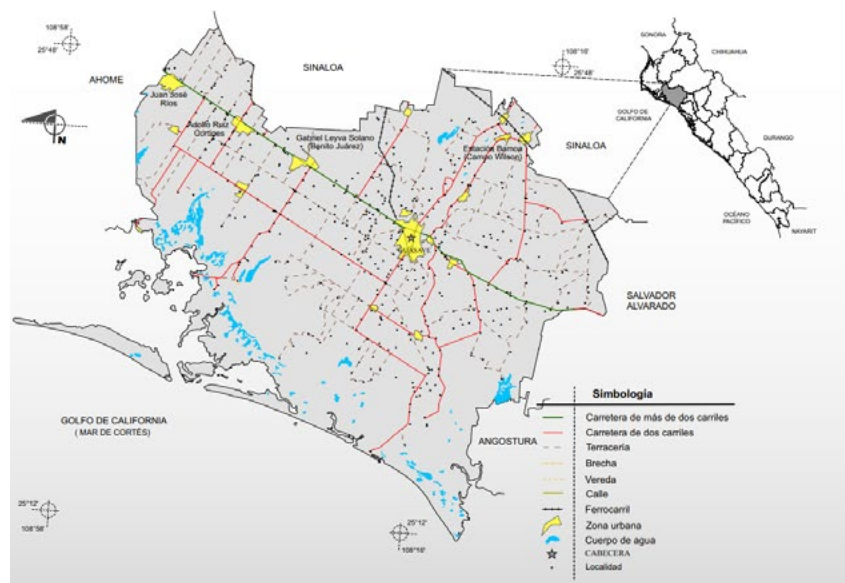
En México, la actividad agrícola es un sector productivo muy importante, sus funciones en el desarrollo económico, ambiental y social, determinan que su aportación al desarrollo del país aumente cada vez más (Corona, 2016). A pesar de que las actividades primarias cuentan con muy

poca participación en el Producto Interno Bruto (PIB), con tan sólo el 3.7%, el porcentaje que aporta la actividad agrícola a este es del 62.9% (SAGARPA, 2016).

Según datos de la Encuesta Agropecuaria Nacional 2014 (ENA), llevada a cabo por la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA) y el Instituto Nacional de Estadística y Geográfica (INEGI), el país cuenta con 27 millones 496 mil 118 hectáreas de superficie agrícola, de las cuales el 21% es utilizada como superficie de riego, y el 79% de temporal. Los principales productos sembrados son el maíz blanco, sorgo, frijol, café, caña de azúcar y trigo, representando el 58% de la superficie sembrada. Cabe destacar que el 55% de las unidades de producción emplean tractores; y el 20.9% hacen uso de las tecnologías informáticas y de comunicación (celular, computadora e internet)

para desarrollar esta actividad (SAGARPA-INEGI, 2015); además proporciona empleo al 13% de la población mexicana, lo que equivale a 7.9 millones de personas (Corona, 2016).

De acuerdo con la Comisión para la Investigación y Defensa de las Hortalizas (CIDH), Sinaloa es una de las entidades con mayor producción agrícola del país contando con 1.2 millones de hectáreas (CIDH, s/f). En 2016, registró una producción de 12 millones 177 mil 997 toneladas de alimentos con un valor de producción de 46 mil 718 millones de pesos (SIAP, 2016, citado por CODESIN, 2017); ocupando el sexto lugar a nivel nacional en cuanto a superficie sembrada aportando el 5.78% del total de hectáreas sembradas en México; los cultivos más sembrados son los granos con un 74.24%, oleaginosas con el 8.74% y las hortalizas con un 5.48% (CODESIN, 2017).



**Figura 1**  
Macrolocalización del municipio de Guasave, Sinaloa.  
**Fuente:** Guasave: Plan Municipal de Desarrollo 2018-2021.

Dentro del estado de Sinaloa, el municipio de Guasave registra una extensión territorial de 3,464.41 km<sup>2</sup>, territorio que representa el 6% de la superficie estatal y lo ubica como el octavo municipio más grande de Sinaloa; su superficie agrícola es una de las regiones más ricas en esta actividad primaria al ser reconocida como el *Corazón agrícola de México*, por ser esta actividad parte fundamental del engranaje económico de este municipio localizado en el Noroeste de México. Las estadísticas señalan que en el año agrícola 2017 registró una superficie sembrada de 195 mil 154.31 hectáreas en diversos cultivos, preponderadamente el de maíz blanco. El valor de la producción total ascendió a 8 mil 461.74 millones de pesos (Guasave: Plan Municipal de Desarrollo 2018-2021).

Gran parte de la fortaleza económica del municipio de Guasave se liga a la agricultura, sin embargo, los productores agrícolas enfrentan diversos problemas y retos que los obligan a replantearse el modelo productivo vigente. Uno de los más graves problemas, como lo mencionan Jaramillo, Rodríguez, Guzmán, Zapata y Rengifo (2007) tiene que ver con la contaminación de suelos y aguas derivada del uso indiscriminado de agroquímicos que, si bien elevan la productividad en el ciclo inmediato, en el largo plazo terminarán por disminuir gravemente la fertilidad de los suelos, pues los residuos de éstos permanecen en el medio y su acumulación puede producir pérdidas

de la biodiversidad. Por lo anteriormente expuesto, el objetivo de este artículo es analizar la correlación que existe entre las prácticas sustentables que realizan las organizaciones agrícolas del municipio de Guasave y su contribución a la creación de valor.

### Marco teórico

La actividad agrícola tiene efectos negativos en los ecosistemas, como son: la erosión y compactación del suelo, la cual provoca una disminución en la productividad; pérdida de especies y sus hábitats como consecuencias de la acumulación de contaminantes como pesticidas y fertilizantes; reducción de la diversidad genética a causa de la uniformidad de cultivos; y riesgos potenciales para la salud relacionados con la aparición de elementos tóxicos en los alimentos (Sinergia, 2006).

El empleo de agroquímicos sintéticos deteriora las condiciones del suelo (Méndez-Argüello, Bulmaro y Lira-Saldivar, 2019). El uso de químicos sintéticos en la agricultura es intensivo y no siempre es eficiente, resaltando la contaminación del agua, del suelo y del aire (Gliessman, 2004 citado por Salgado, 2015). Otra faceta de este mismo problema tiene que ver con la presencia de diversas enfermedades en la población, Martínez *et al.* (2016) realizaron estudios en los campos agrícolas de Sinaloa, donde se demostró una asociación entre el uso irresponsable de agroquímicos y elevados índices

de cáncer, así como también alteraciones genéticas y reproductoras en los organismos vivos.

En el ámbito de la sustentabilidad, el desarrollo sostenible no puede considerarse como una moda, por definición transitoria. La preocupación por el equilibrio entre el medio ambiente, lo social y lo económico es una realidad mundial y las organizaciones públicas o privadas no pueden eludir su responsabilidad en este sentido. Incluso, no hay que ver esta situación solo como una amenaza, sino como oportunidades de negocio que pueden influir en la creación de valor para aquellas empresas que decidan aprovecharlas; ya que como lo señala Barley (2008: 1):

Las organizaciones buscan constantemente ser mejores y más eficaces para garantizar su persistencia en el entorno en el que se desarrollan, pues es bien sabido que las exigencias de los mercados cambian debido, en gran medida, a la búsqueda de la satisfacción de clientes cada vez más exigentes.

El estado del arte de esta investigación se resume a lo indagado por varios autores en relación con el problema de estudio. Navarrete (2015) concluyó que menos del 50 por ciento de las pymes realizan prácticas de sustentabilidad, sin embargo, aclara que estas no son parte de sus objetivos empresariales, ade-

más no existe una vinculación con todos sus *stakeholders*. Canelada, *et al* (2015) encontraron que para las empresas son más importantes los resultados económicos, siguiendo el impacto social y en último lugar el cuidado al medio ambiente. Rodríguez y Ríos-Osorio (2016) afirman que, dependiendo del sector al que pertenecen las empresas, estas desarrollan más la dimensión donde impacta la actividad a la que se dedican.

En el ámbito local, Cervantes (2017) señala que las empresas tienen una preocupación por la implementación de estrategias de cuidado del medio ambiente, sin embargo, encontró que las necesidades alimentarias diarias son el principal obstáculo para generar resultados positivos en bien de su entorno.

Para adentrar a la conceptualización de creación de valor, Laniado (2002) manifiesta que crear valor significa llevar a cabo una serie de acciones que llevarán al propietario a obtener una rentabilidad superior a la que obtendría con otra opción semejante. Rapallo (2002), afirma que el objetivo de toda empresa es la creación de valor, encausándolo hacia el aspecto financiero y responde a un criterio estrictamente técnico y no de tipo filosófico.

Por su parte, De Miguel (2011) señala que para la creación de valor la empresa da respuesta positiva a las expectativas de los distintos stakeholders, obteniendo

beneficios económicos, de imagen u otro tipo que mejoran los resultados económicos de la misma. Al respecto, Valencia (2006) señala que, para la generación de valor, deben considerarse los activos intangibles.

En ese sentido, Carrillo y Tato (2017) indican que los intangibles están adquiriendo mayor peso dentro de las organizaciones, debido a que éstos forman parte de la gestión estratégica de la empresa y son capaces de generar ventajas competitivas; Valencia (2006) señala que para tomar mejores decisiones en cuanto a la generación de valor, deben considerar los intangibles, Cruz *et al.* (2015) complementa al señalar que los intangibles generan un impacto positivo respecto a la creación de valor en las organizaciones contribuyendo en gran medida a la generación de beneficios económicos a largo plazo.

Sin embargo, Capriotti y Schulze (2010) afirman que la práctica de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) impacta de una forma muy positiva en la reputación de la empresa, llegando a crear un valor que más que económico, es un valor intangible, pero que al mismo tiempo ayuda a generar el valor tangible o económico (rentabilidad); todas sus estrategias y visiones deben estar adecuadas dentro de la sustentabilidad, y todos los *stakeholders* deben trabajar bajo este sentido, ya que el proceso implica un cambio de mentalidad y cultura empresarial

Al respecto, Miralles, Miralles y Daza (2014) señalan que, la reputación corporativa, creada, mejorada o incrementada a través de la práctica de la RSE, es un intangible de gran importancia para la creación de valor en las empresas. Estos mismos autores comentan que la creación de valor de la empresa se da precisamente por el beneficio obtenido de estas ventajas competitivas que da la reputación, creando así un círculo vicioso, entre estas dos variables, ya que, si bien la reputación favorece la creación de valor de la empresa a través de una mejora en sus resultados financieros, este incremento del resultado financiero de la empresa favorece al mismo tiempo la consolidación de la reputación.

Al igual, Uruburo (2013), asevera que la RSE permite a las organizaciones crear valor, coincidiendo con Miralles, *et al.* (2014) en cuanto a la reputación corporativa, afirmando que el beneficio más significativo que se obtiene de la aplicación de políticas de RSE junto a la imagen de la marca.

Resumiendo, Uruburo (2013) señala que la RSE puede generar valor a la empresa de distintas maneras: Mejora la reputación de la compañía y la imagen de la marca; reduce costos mediante eficiencia energética, disminución de residuos o menor uso de los recursos; refuerza las relaciones con los grupos de interés; disminuye los riesgos en toda la cadena de suministro, asociados a la



reputación o regulatorios; obtiene una ventaja competitiva respecto a los competidores; incrementa la productividad a través de la motivación a los empleados; mejora la calidad global de las habilidades de dirección de la compañía en el desarrollo de liderazgo, adaptabilidad y visión estratégica a largo plazo; atrae nuevos clientes, entre otras.

Complementado, Sarmah, Islam y Rahman (2015), exponen que las iniciativas de RSE contribuyen a mejorar la visibilidad de esta, es decir, que mejoran su reputación; Chivite y Enciso de Yzaguirre (2015) concluyen que las empresas que deciden llevar a cabo medidas de responsabilidad social son más rentables y generan valor mediante la mejora social y medioambiental, y las que generan informes las vean con más transparencia antes sus inversores, afirmando que la aplicación y publicación de las medidas de RSE generan mayor rentabilidad y más transparencia para la empresa, lo que las lleva a crear valor.

En ese mismo sentido, Gallardo, *et al* (2014) afirman que los empresarios productores de tilapia en la región de Guasave, Sinaloa, México crean valor económico a partir de la implementación de prácticas de RSE, permitiéndoles identificar las estrategias que aumenten la productividad, al mismo tiempo que controlan sus finanzas con el propósito de seguir posicionados en el mercado.

Por simplicidad, se puede resumir que los ejes que dan sustento a las prácticas de RSE e impactan en la creación de valor son: el ambiental, económico y social. Rodríguez (2012) afirma que muchas compañías consideran la sustentabilidad como un factor clave para fomentar el crecimiento en nuevos mercados; Gallardo *et al.* (2014) señalan que para que se dé el desarrollo sostenible en las organizaciones, debe existir compatibilidad entre la explotación de los recursos, el progreso y el cambio institucional, y en lo referente a la creación de valor los gerentes lo deben maximizar basado en las dimensiones de la sustentabilidad: económico, social y ambiental.

Rodríguez y Ricart (2000) afirman que las empresas pueden crear valor tomando en cuenta la variable medioambiental, es decir, que los entes económicos que se preocupan por incorporar estrategias ambientales sustentables dentro de ellas, además de crearles una ventaja competitiva los ayudará a crear valor.

Una estrategia ambiental es la medida mediante la cual son integrados los problemas ambientales a los planes estratégicos de una empresa (Banerjee, Iyer y Kashyap, 2003). Čater, Prasnika y Čater (2009) señalan que dichas estrategias pueden ser abordadas en dos niveles organizacionales, el corporativo y el funcional, al respecto Carmona y Magán (2008) afirman que las estrategias ambientales corporativas buscan obtener una ventaja

competitiva, y las funcionales son el medio para lograrlo; es decir, para que realmente una organización contribuya tiene que implementar las estrategias ambientales en ambos niveles.

Complementando lo anterior, Orsato (2006) hace ver que las estrategias ambientales corporativas, serán realmente efectivas y lograrán su propósito, cuando los administradores logren identificar

cuáles son las áreas donde tienen que enfocar sus esfuerzos ambientales logrando así, crear una ventaja competitiva e inclusive contribuyan a crear valor a su empresa.

Para simplificar, se mencionan algunas de las estrategias ambientales sustentables que podrían impactar en la creación de valor, según diversos autores consultados:

**Tabla 1**

*Estrategias ambientales sustentables*

Concepto
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Minimización de residuos</li> <li>● Reciclado y reutilización de productos</li> <li>● Mejora de la eficiencia energética de los edificios y las prácticas de trabajo</li> <li>● Reducción en el consumo de energía y/o utilización de energías renovables</li> <li>● Utilización de medios de transportes más ecológicos y/o alternativas de viajes menos contaminantes</li> <li>● Compra de productos y materiales ecológicos</li> <li>● Educación ambiental</li> <li>● Creación de conciencia de los problemas ambientales y sus consecuencias</li> <li>● Cadena de suministros con el mismo objetivo (proveedores)</li> <li>● Compra de productos que se puedan reciclar o reciclados</li> <li>● Manejo y reducción del consumo del agua</li> <li>● Aumento y mantenimiento de la biodiversidad dentro y fuera de la organización.</li> <li>● Desarrollo de productos y servicios sustentables</li> <li>● Reducción y control de emisiones de CO2</li> <li>● Minimizar el uso de productos químicos en fertilizantes, herbicidas y pesticidas</li> <li>● Trabajar con la comunidad local en materia de sustentabilidad ambiental</li> <li>● Colaboración con otras organizaciones afines al logro del desarrollo sostenible.</li> <li>● Capacitación del personal para su contribución al logro de la sustentabilidad</li> <li>● Monitoreo de la organización, del desempeño y de las acciones sustentables</li> <li>● Contar con un área, departamento o personal encargado de la sustentabilidad en la organización</li> <li>● Prácticas de eliminación responsable</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia a partir de Carro *et al.* (2017); Čater *et al.* (2009); Jane (2013); Telstra (2014); Universidad de Cambridge (2015) y Universidad de Nottingham (2010).



## Materiales y métodos

El sujeto de estudio de esta investigación fueron el personal directivo o mandos medios de 32 organizaciones agrícolas del Municipio de Guasave, Sinaloa que registran 6 o más empleados según el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) del INEGI; el objeto de estudio recayó en las prácticas sustentables, dando énfasis a las estrategias ambientales. El alcance es de corte correlacional, entre el desarrollo sostenible y la creación de valor de dichas organizaciones. El tipo de investigación fue documental, de campo y transversal, retomando el enfoque cuantitativo. El instrumento de recopilación fue la encuesta constituida por 49 *ítems* en escala de Likert, clasificándose en tres apartados: caracterización de las organizaciones, desarrollo sostenible y creación de valor, aplicándose a dirigentes, gerentes y/o mandos medios de estas organizaciones, destacando que dicho instrumento fue validado en su contenido por el juicio de expertos, y para la prueba de fiabilidad, se utilizó el estadístico de Cronbach (De Anda, Portillo, López y Cervantes, 2020).

## Resultados

De los encuestados, el 25% fueron del género femenino, de estas, el 37.5% se ubican en el rango de edad de los 56 a los 65 años; con relación al género masculino, casi el 30.0% osciló entre 36 y 45 años, un poco menos del 25% entre los 26 a los 35 años; en relación a la igualdad de género en los puestos que desempeñan, el 47%

de los gerentes son hombres y el 19% se desempeñan como directores; el género femenino, solamente registra el 9.38% ocupa puestos de primer nivel en la categoría de Directivo. Lo anterior, concluye que las organizaciones agrícolas de Guasave se inclinan por colocar a personas del género masculino en puestos administrativos de primer nivel, presentándose una igualdad en los puestos de jefaturas de área, es decir, en el tercer nivel.

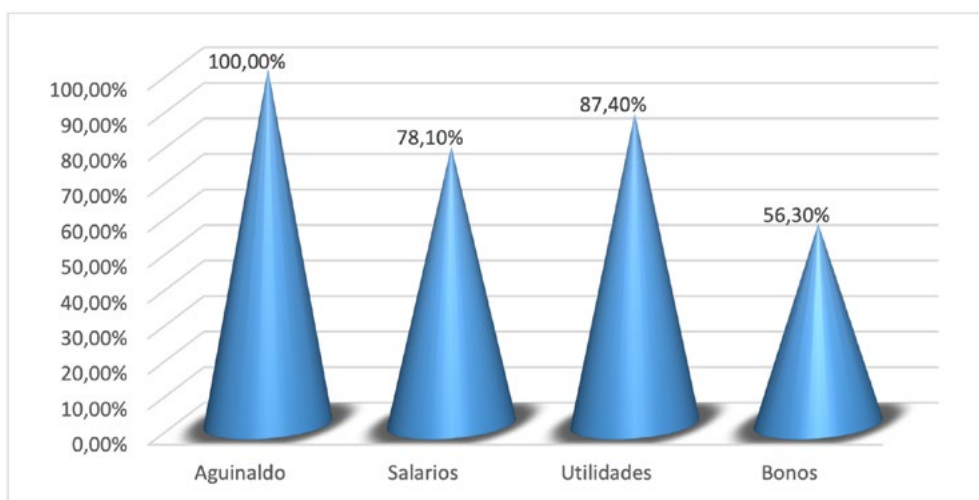
### Eje económico

Las variables que se contemplaron para conformar este eje fueron: el salario, reparto de utilidades, aguinaldo y bonos especiales, esto con el objetivo de identificar el grado de percepción que tienen los administradores con respecto al cumplimiento de esos derechos laborales de sus trabajadores y su impacto en el compromiso de estos con la organización. Se detectó que los salarios devengados a sus colaboradores se encuentran por arriba del mínimo general o profesional, esto debido a que casi el 80% de las empresas cumplen con este derecho laboral; el 56.3% otorgan bonos por puntualidad y de productividad, sin embargo y en contra sentido, un porcentaje del 12.5% están en total desacuerdo en el otorgamiento de dichos beneficios laborales, es decir, no les otorgan este tipo de incentivos.

Con relación al reparto de utilidades que tienen las organizaciones con sus trabajadores, el 87.4% cumplen con esa responsabilidad con sus colaboradores;

sin embargo, y en sentido adverso, el 3.1% señaló estar en desacuerdo, el resto mostró imparcialidad hacia este derecho laboral. En lo referente al otorgamiento

del aguinaldo, prestación que se realiza en el último mes del año, ninguno de los directivos rechazó esta prestación laboral a sus trabajadores.



**Figura 2**  
*Opiniones favorables, según variables del Eje Económico*  
**Fuente:** elaboración propia.

Adicionalmente a lo anterior, para medir la correlación entre las variables del eje económico; es decir, cuál es su comportamiento al presentarse una variación en alguna de ellas se observa una correlación positiva entre los salarios y el reparto de utilidades, esto al demostrar una correlación de Pearson de 0.548, significando esto que el aumento de una

variable genera que la otra también aumente, pero en menor proporción. De las cuatro variables, las únicas que mostraron una correlación negativa, fue en los bonos especiales con el aguinaldo, al arrojar un resultado de -0.183, significando este que, si la opinión sobre los aguinaldos aumenta favorablemente, la opinión favorable de los bonos disminuye.

**Tabla 2**  
*Correlaciones entre variables eje económico*

	Salarios	Reparto de utilidades	Aguinaldo	Bonos especiales (por puntualidad, productividad, etc.)
Salarios	1			
Reparto de utilidades	.548*	1		
Aguinaldo	.108	.180	1	
Bonos especiales (por puntualidad, productividad, etc.)	.272	.112	-.183	1

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

**Fuente:** elaboración propia

## Eje Social

Con el objetivo de indagar sobre los compromisos que tienen las organizaciones con el entorno y el que se genera con sus empleados, el eje social comprendió aspectos tales como: contratación de

personas con capacidades diferentes, la implementación de programas de apoyo a la comunidad y la ejecución de actividades extralaborales para impulsar la identidad de sus empleados, entre otros.

**Tabla 3**

*Opinión de los dirigentes de las organizaciones agrícolas en relación con las variables sociales para la contratación de personal.*

	No distinción de Género	Priorización de conocimientos y habilidades	Contratación de personas con capacidades diferentes
No aplica	-	-	6.3
Totalmente de acuerdo	75.0	78.1	28.1
Parcialmente de acuerdo	21.9	15.6	34.4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3.1	6.3	18.8
Parcialmente en desacuerdo	-	-	6.3
Totalmente en desacuerdo	-	-	6.3
Total	100.0	100.0	100.0

**Fuente:** elaboración propia.

Con relación a la contratación de personal el 96.9% no hacen distinciones de género, es decir, si el puesto puede ser atendido por ambos géneros, no existe preferencia con alguno de estos, el resto mostró imparcialidad sobre esta variable. Los conocimientos y habilidades es otro de los criterios a tomar en el proceso de contratación, de los resultados obtenidos en 93.7% le dan prioridad para seleccionar prospectos, el resto señaló no darle importancia, sin embargo, al hacer un cruce entre estas dos variables de los que expresaron estar totalmente de acuerdo en no hacer distinciones de género, el 91.7% también está totalmente de acuerdo en priorizar conocimientos y habilidades, lo anterior

se confirma al mostrar una correlación de Pearson de 0.687.

Así mismo, para medir el compromiso de las organizaciones con personas con capacidades diferentes, otra de las variables que se cuestionaron en relación con contratación de personal, se encontró que el 62.5 por ciento están parcialmente de acuerdo en dar oportunidad a personas en esta situación, mientras que el 18.8 por ciento no definieron su postura en contratar a este tipo de personas y sólo el 12.6 por ciento no están de acuerdo, justificándose que se realizan algunas actividades que este tipo de personas no podrían desempeñar por sus condiciones.

Adicionalmente, al indagar sobre la importancia que dan a sus clientes internos –colaboradores– un poco más del 90% ven con agrado la opinión de sus trabajadores para mejorar los servicios que se ofrecen, sin embargo, solo el 56.3% realizan reuniones periódicas con su personal para conocer sus opiniones y estas impacten en el proceso de toma de decisiones. En ese mismo sentido, para identificar el grado de importancia que les dan a sus clientes externos, para la mejora de la organización respecto al servicio brindado, atención recibida, los resultados arrojaron que el 72% de las empresas si valoran sus opiniones, 15.6% mostró imparcialidad y solamente el 9.5 no contempla la opinión de sus clientes, ya sea a través de buzón de sugerencias o libro de reclamaciones. La correlación entre estas dos variables es débil, ya que mostró 0.364, lo que significa que una variación de una la otra solamente varía el 36.4%.

El mantener relación con la sociedad es un punto muy importante dentro de

la dimensión social, ya que como lo marca la teoría de la creación del valor compartido, las empresas deben retribuirle a la sociedad de la localidad donde están establecidas; por ello se analizó si estas organizaciones contaban con programas de apoyo hacia la comunidad. Los resultados obtenidos demostraron que no existe un compromiso real con la misma, es decir la mancuerna organización-comunidad no se yuxtaponen o asocian entre sí, lo anterior a que solamente el 37.5 por ciento están totalmente de acuerdo en la implementación de este tipo de programas y en contra sentido un porcentaje superior al 28 por ciento no respondieron positivamente.

Para concluir con el análisis de las variables del eje social, al medir la correlación de las 8 variables, se observó que en casi todas las opiniones de los encuestados existe una correlación positiva; es decir, varían en relación directa. La única correlación negativa mostrada por el SPSS fue la de opinión de los clientes y distinción de género.

**Tabla 4**

Correlaciones entre variables eje social

	Distingos de género	Conocimientos y habilidades	Personas con capacidades diferentes	Actividades extralaborales	Opiniones de los trabajadores	Opiniones de los clientes	Reuniones para la toma de decisiones	Programa de apoyo a la comunidad.
Distingos de género	1							
Conocimientos y habilidades	.687	1						
Personas con capacidades diferentes	.352	.450	1					
Actividades extralaborales,	.194	.350	.563	1				
Opiniones de los trabajadores	.283	.401	.355	.519	1			
Opiniones de los clientes	-.030	.109	.242	.500	.364	1		
Reuniones para la toma de decisiones	.414	.576	.649	.696	.622	.473	1	
Programa de apoyo a la comunidad.	.253	.408	.572	.629	.373	.617	.662	1

**Fuente:** Elaboración propia.

### Eje ambiental

Es importante señalar que para este tipo de empresas la parte ambiental es fundamental, ya que la actividad agrícola está directamente ligada a esta dimensión; por lo tanto, uno de los objetivos fue el de especificar las estrategias ambientales que generan valor a las organizaciones agrícolas del municipio de Guasave y la importancia de ellas en el desarrollo sostenible.

Se inició cuestionando si estas organizaciones cuentan con programas de minimización de residuos, esto con la finalidad de coadyuvar al mejoramiento del medio ambiente, se generó que un poco más del

40% afirmaron la implementación de programas de esta índole; también se pudo detectar que el 28.1% exponen que en su organización no se aplica este supuesto ya que sólo se dedican a dar servicios de asesoría o financiamiento. Lo anteriormente, da pauta para señalar que todavía no se encuentran totalmente comprometidas con esta actividad, ya que se enfocan a los residuos de la propia actividad agrícola y no tomando en cuenta todas las áreas o departamentos de la organización (internamente también se generan residuos); esto marca la directriz para futuras investigaciones o bien como un área de oportunidad para las empresas en materia de capacitación en educación ambiental.

En lo que respecta al reciclado o reutilización de productos o materiales con el fin de disminuir el impacto ambiental, se manifestó que más del 65% afirman contribuir en este aspecto, mientras que sólo el 6.2% no contribuyen; así mismo, cerca del 19 por ciento indican que esta estrategia ambiental no es aplicable en su organización.

Complementando, no olvidemos que los graves problemas que presenta la actividad agrícola son con relación a la contaminación por el uso de agroquímicos y el manejo inadecuado del agua, problemas que no son exclusivos del área de estudio, por lo que es imprescindible la implementación de estrategias ambientales que minimicen dicha problemática.

No podemos reemplazar y mejor aún se deben fortalecer acciones como el uso de energías renovables, manejo eficiente del uso del agua, minimización en el uso de productos químicos como fertilizantes, herbicidas y pesticidas y empezar a comprar productos ecológicos o reciclados. De acuerdo con los datos obtenidos podemos afirmar que, dentro de las agrícolas investigadas, ya existe una gran preocupación ante estos aspectos; esto fundamentado en las respuestas obtenidas por los dirigentes de estas:

- El 37.5% emplean energías renovables.
- El 46.9% cuenta con medidas que permiten un buen manejo en el consumo del agua.

- El 53.1% ha reducido el uso de fertilizantes químicos, herbicidas y pesticidas.
- El 60% han capacitado al personal en materia ambiental.

Lo anterior, se justifica con el programa de eliminación responsable de envases de agroquímicos, denominado “Campo limpio” el cual es impulsado por la Asociación de Agricultores del Río Sinaloa Poniente (AARSP) y la Junta de Sanidad Vegetal del Municipio de Guasave; dicho programa tiene muy presente disminuir la contaminación del campo sinaloense, en todas sus dimensiones. De las 32 organizaciones de estudio, 27 participan en este programa, tres están en proceso de adherirse y solamente dos no aplican ya que no tienen contacto con agroquímicos.

Integrado el análisis de correlación entre las variables que integran este eje se observa claramente que existe una correlación significativa entre estas, lo anterior se evidencia en que la variable “minimización de residuos” (Variable dependiente Y) se correlaciona de una manera positiva intensa con reciclado o reutilización de productos, compra de productos reciclados o ecológicos y capacitación en materia ambiental (Variables independientes X). El modelo entre estas variables nos muestra que existe una relación positiva intensa entre minimización de recursos y las otras tres variables al



mostrarse un coeficiente de determinación ( $R^2$ ) del 0.808, lo que significa que el 80.80% de la variación total la minimización de recursos se explica o se debe a la variación del total de las otras tres variables.

**Tabla 5**

*Resumen del modelo*

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	.899 <sup>a</sup>	.808	.787	.682

a. *Predictores:* (Constante), Al personal de la organización se le imparten cursos, talleres, conferencias, o cualquier otro tipo de capacitación en materia ambiental, lo cual permite que todos contribuyan al logro del desarrollo sostenible, Con respecto a la compra de productos, la organización busca que se puedan reciclar, que sean reciclados o ecológicos, La organización contribuye o lleva a cabo reciclado o reutilizado de productos, materiales o desechos con el fin de disminuir el impacto ambiental.

**Tabla 6**

*Correlaciones entre variables eje ambiental*

Estrategias ambientales	Minimización de residuos	Reciclado o reutilización de productos	Energías renovables	Compra de productos reciclados o ecológicos	Aumento de la biodiversidad	Buen manejo en el consumo del agua	Capacitación en materia ambiental	Programa de eliminación responsable	Minimizado el uso de productos químicos
Minimización de residuos	1								
Reciclado o reutilización de productos	.795**	1							
Energías renovables	.342	.278	1						
Compra de productos reciclados o ecológicos	.608**	.515**	.214	1					
Aumento de la biodiversidad	.470**	.361*	.210	.534**	1				
Buen manejo en el consumo del agua	.109	-.018	-.013	.258	.604**	1			
Capacitación en materia ambiental	.706**	.472**	.517**	.334	.597**	.311	1		
Programa de eliminación responsable	.331	.350*	.016	.570**	.552**	.494**	.147	1	
Minimizado el uso de productos químicos	.409*	.450**	.038	.547**	.622**	.399*	.267	.868**	1

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

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

**Fuente:** elaboración propia.

Para finalizar el análisis del eje ambiental, las correlaciones entre las variables que lo conforman se observan claramente que existe una correlación significativa entre casi todas las variables, sin embargo, llama la atención que la variable “buen manejo en el consumo del agua” presenta una correlación negativa con las variables reciclado o reutilización de productos y energías renovables (véase *Tabla No. 6*).

Con relación a las tres principales prácticas sustentables que realizan las organizaciones agrícolas segmentadas de acuerdo con la estratificación de empresas publicada por la Secretaría de Economía en el Diario Oficial, en pequeña, mediana y grande empresa, según el número de empleos que generan, se detectaron preferencias en las siguientes prácticas por dimensión sustentable:

**Tabla 7**

*Principales prácticas sustentables por tamaño de empresa*

Tamaño de empresa	Eje económico	Eje social	Eje ambiental
Pequeña	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salario</li> <li>• Utilidades</li> <li>• Aguinaldo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No distinción género en contrataciones</li> <li>• Opinión trabajadores para mejora de la organización</li> <li>• Priorización conocimientos y habilidades.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reutilización de productos o materiales</li> <li>• Manejo en consumo de agua</li> <li>• Minimización de residuos</li> </ul>
Mediana	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aguinaldo</li> <li>• Prioridad a empresas locales para servicios externos</li> <li>• Utilidades</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Priorización conocimientos y habilidades</li> <li>• No distinción género en contrataciones</li> <li>• Opinión trabajadores para mejora de la organización</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programas de eliminación</li> <li>• Manejo en consumo de agua</li> <li>• Minimización de residuos</li> </ul>
Gran	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aguinaldo</li> <li>• Salario</li> <li>• Utilidades</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No distinción género en contrataciones</li> <li>• Priorización conocimientos y habilidades</li> <li>• Opinión trabajadores para mejora de la organización</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minimización de residuos</li> <li>• Programas de eliminación</li> <li>• Manejo en consumo de agua</li> </ul>

**Fuente:** elaboración propia.

### **El desarrollo sostenible y la creación de valor en las organizaciones agrícolas de Guasave, Sinaloa**

Una vez analizadas las variables que componen los tres ejes que integran el desarrollo sostenible, fue necesario hacer una correlación con las que confor-

man el apartado de creación de valor, es decir, se buscó medir si las prácticas que implican el desarrollo sostenible, independientemente el eje que les da origen impacta en la generación de valor de las organizaciones agrícolas estudiadas. Señalando primeramente que las varia-

bles de creación de valor se agruparon en dos subgrupos: activos tangibles (rentabilidad y cadena de valor) y activos intangibles (lealtad de los clientes, imagen, reputación de la organización y cultura organizacional).

Retomando como base que el fin principal de toda empresa privada es incrementar su rentabilidad, entendiéndose esta como la capacidad para generar utilidades o beneficios económicos, la cual podría emanar del incremento que se presenta en su cartera de clientes, al cuestionarles si implementar dichas prácticas se había incrementado su cartera de clientes, los que afirmaron dicho beneficio, el 80% señaló que, en los últimos tres años, su rentabilidad neta superó el 20%, en relación a sus ventas.

Sin embargo, y en contrasentido, solamente una organización opinó que su cartera de clientes no había aumentado como fruto de sus prácticas sustentables, pero que su rentabilidad presentó el mismo comportamiento, es decir, incrementó su eficiencia operativa. Con relación a los intangibles, se encontró que 86.7% de las organizaciones afirmaron que las prácticas sustentables les han dado beneficios, tales como: mejoramiento de la imagen y reputación de la organización, el resto, mostró imparcialidad al no definir su postura. Obsérvese que ninguna organización señaló que no le generaban beneficios intangibles. Al cruzar estos beneficios emanados de las prácticas

sustentables, de los que afirmaron un beneficio es sus activos intangibles, el 73% señalaron un incremento en su cartera de clientes.

## Discusión

Las organizaciones agrícolas guasavenenses han implementado políticas de RSE por que han tomado conciencia del daño ambiental que su actividad ha ocasionado. Accinelli y De la Fuente (2013) afirman que las organizaciones están preocupadas por el daño ambiental que genera su actividad, y actualmente han implementado estrategias para enfrentar dichas problemáticas.

En este mismo orden de ideas, y en coincidencia con los aportes de Rodríguez y Ríos-Osorio (2016) al señalar que de acuerdo con el sector al que pertenecen las organizaciones es el desarrollo que se da a las dimensiones o pilares de la sustentabilidad; es por ello, que las organizaciones agrícolas le dan mayor peso a la dimensión ambiental, ya que es la que impacta directamente en el sector agrícola.

Las principales estrategias ambientales que han implementado las organizaciones agrícolas de Guasave son: minimización de residuos, reciclado o reutilización de productos, materiales o desechos, manejo en el consumo del agua, minimización en el uso de productos químicos tales como: fertilizantes, herbicidas y pesticidas, y la participación en progra-

mas de eliminación responsable; autores como Rodríguez y Ricart (2000), Consorcio (2015), Carro *et al.* (2017); Čater *et al.* (2009), Jane (2013) verifican que dichas estrategias son implementadas en organizaciones como Telstra (2014), Universidad de Cambridge (2015) y Universidad de Nottingham (2010).

Sin embargo, Canelada *et al.* (2015) llevó a cabo un estudio el cual arrojó como resultado que las empresas le dan mayor peso al eje económico, siguiendo el social y dejando en último lugar la parte medioambiental, remarcando que su estudio también fue hecho en organizaciones que se dedican a la actividad agrícola, pero en la región de Tucumán, Argentina.

Después de analizar los resultados, se observó que las organizaciones agrícolas prestan más atención a la parte ambiental, siguiendo lo social y en último lugar la parte económica, dichos resultados se contraponen a lo expuesto por Canelada *et al.* (2015) al encontrar que el eje ambiental es el que le genera mayor valor a las organizaciones analizadas en esta investigación, en el supuesto que este resultado es debido a que la principal actividad económica de la región de Guasave es la agricultura, y día a día, los productores han ido tomando conciencia de los daños que esta actividad ha ocasionado al medio ambiente y que les afecta en su rentabilidad; en el caso de Tucumán, también es una región agrícola pero

sus principales productos son arándanos y caña de azúcar.

Adicionalmente, los resultados obtenidos que coinciden con lo indagado por Chivite y Enciso de Yzaguirre (2013) y Capriotti y Schulze (2010) los cuales señalan que al llevar a cabo este tipo de prácticas ayuda a generarles valor económico, haciéndolas más rentables, y demostrando que si existe una correlación entre la RSE y la creación de valor.

Complementando la creación de valor, se manifiesta que las organizaciones estudiadas les dan importancia a sus activos intangibles. Uruburo (2013) y Miralles, Miralles y Daza (2014) afirman que el beneficio primordial de implementar prácticas sustentables es la mejora de la imagen y reputación de la marca/organización.

## Conclusiones

El indagar sobre las variables de creación de valor de las organizaciones agrícolas de Guasave, se concluye que las que contribuyen al Desarrollo Sostenible han aumentado su rentabilidad. Las principales prácticas del eje económico de estas organizaciones son: brindar aguinaldo, salarios y reparto de utilidades de acuerdo con lo establecido por la ley o superior; las del eje social son: contratación de personal sin distinción de género, priorización de conocimientos y habilidades para asignación de puestos, y opinión de trabajadores para la mejora del

desempeño de la organización; y, del eje ambiental son: programas para minimizar residuos, reciclado o reutilizado de productos, materiales o desechos, y participación en programas de eliminación responsable, por lo que las empresas están tomando conciencia al educar y capacitar a su personal en temas ambientales para contribuir al desarrollo sostenible.

Complementando, un hallazgo importante es la alta participación en el programa de eliminación responsable de envases de agroquímicos, denominado “Campo limpio”, como producto de las estrategias ambientales implementadas por organizaciones líderes en el área agrícola.

Para finiquitar, el uso de energías renovables, manejo del consumo de agua y minimización en el uso de productos químicos está ganando terreno en las organizaciones agrícolas de Guasave, ya que se observan acciones encaminadas a cubrir este objetivo; las empresas están tomando conciencia al educar y capacitar a su personal en temas ambientales para contribuir al desarrollo sostenible.

En relación con la creación de valor, se detectó que las organizaciones toman en cuenta la opinión de sus trabajadores para mejorar los servicios que esta ofrece, incorporando esta al proceso de toma de decisiones gerencial, en el mismo contexto, un alto porcentaje propician las convivencias entre el trabajador y sus familias. Al mismo tiempo, no hacen

distinción de género para contratar nuevos empleados, pero si dan prioridad a los conocimientos y habilidades.

En contrasentido, se reveló que un porcentaje mínimo no valoran las opiniones de sus clientes respecto al servicio brindado, y con esa misma tendencia, los programas de apoyo a la comunidad, no se llevan a cabo de manera formal, es decir, no existe un compromiso real, la relación organización-comunidad no ha sido explotada, esto a pesar de que son acciones fundamentales para mejorar su imagen y reputación. Véase esta situación como un área de oportunidad para mejorar el actuar de estas organizaciones en beneficio con el exterior.

## Referencias

- Accinelli, E. y De la Fuente, J. (2013). Responsabilidad social corporativa, actividades empresariales y desarrollo sustentable: Modelo matemático de las decisiones en la empresa. *Contaduría y Administración*, 58(3), 227-248.
- Banerjee, Subhabrata B., Iyer, Easwar S., Kashyap, Rajiv K. (2003), Corporate Environmentalism: Antecedents and Influence of Industry Type. *Journal of Marketing*, 67(2), 106-122.
- Barley, S. (2008). Éxito sostenido en la organización ¿Reto inalcanzable?. *Éxito empresarial*, 77, 1-4.
- Capriotti, P. y Schulze, F. (2010). *Responsabilidad Social Empresarial*. Colección Libros de la Empresa. EXECUTIVE Business School. Santiago de Chile.

- Carmona, E. y Magán, A. (2008). *La estrategia ambiental: definición y tipologías*. University, Society and Global Markets: European Academic Publishers, (pp. 541-555).
- Carrillo, V. y Tato, J. (2017). Current Trends and Future Challenges of Communication Policies and Practices Regarding the Management of Corporate Social Responsibility (CSR): The Case of Latin American SMEs". *In Corporate Social Responsibility and Corporate Governance*. Published online: 27 Jun 2017; 41-63
- Carro, J., Reyes, B., Rosano, G., Garnica, J. y Pérez, B. (2017). Modelo de Desarrollo Sustentable para la Industria de Recubrimientos Cerámicos. *Revista Internacional de Contaminación Ambiental*, 33(1), 131-139.
- Canelada, M.; Guillén, S.; Grancelli, S.; Juri, S.; Vidal, P. y Araiza, M. (2015). Evaluación de la sostenibilidad en empaques de arándanos en Tucumán, Argentina. *Revista agronómica del noroeste argentino*, 35(2), 39-45.
- Čater, T.; Prasnikar, J. y Čater, B. (2009). Environmental strategies and their motives and results in Slovenian business practice. *Economic and Business Review*, 11(1), 55-74.
- Cervantes, M. (2017). Sustentabilidad en las Cooperativas Sinaloenses. Evidencia Empírica en México en *Firmy Rodzinne – roswój teori i praktyk zarzadzania*. Tom. XVIII. Zeszyt 6. Czesc 1, 123-137. Warszawa. ISSN: 1733-2486.
- Chivite, M. y Enciso de Yzaguirre, V. (2015). Alcance de la creación de valor en las Empresas Responsables. CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 85, 11-31.
- Comisión para la Investigación y Defensa de las Hortalizas (CIDH). (s/f). Nuestro Estado. <http://www.cidh.org.mx/publico/plantilla/pl1.aspx?cveseccion=104>
- Congreso de la Unión (2020). Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. *Reporte de Situación del Sector Agropecuario en México*. Centro de Estudios para el Desarrollo Rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria (CEDRSSA).
- Consejo para el Desarrollo Económico de Sinaloa (CODESIN). (2017). Reporte sobre la agricultura en Sinaloa al año 2016. Sinaloa en Num3ro5. <http://sinaloaennumeros.com/reportesobre-la-agricultura-en-sinaloa-al-ano-2016/>
- Consorcio (2015). Consorcio Insular de la Reserva Mundial de la Biosfera La Palma. Anexo II Sistema de indicadores de Sostenibilidad de la "Empresa Amiga de la Reserva Mundial de la Biosfera la Palma". Santa Cruz de la Palma, Islas Canarias.
- Corona, I. (2016). El desarrollo de la agricultura y el impacto que tendría en las finanzas públicas de México. Centro de Estudios de las Finanzas Públicas (CEFP) de la Cámara de Diputados. México.



- Cruz, L., Saliba, J., Kimura, H. y Sumoyama, E. (2015). The impact of intangibles on value creation: Comparative analysis of the Gu and Lev methodology for the United States software and hardware sector. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 21, 73–83.
- De Anda Montaña, R.E. (2019). El Desarrollo Sustentable para la creación de valor en las organizaciones agrícolas de Guasave, Sinaloa. *Tesis doctoral publicada*. Universidad Autónoma de Occidente, Unidad Regional Guasave, Sinaloa.
- De Anda Montaña, R. E., Portillo Molina, R., López Noriega, M. D., & Cervantes Rosas, M. de los Ángeles. (2020). Elaboración y validación de instrumento para medir prácticas sustentables que crean valor en organizaciones agrícolas. *Revista De Investigación Agraria Y Ambiental*, 11(2), 59 - 70. <https://doi.org/10.22490/21456453.3375>
- De Miguel, M. (2011). La responsabilidad social empresarial en la pequeña y mediana empresa: Guía de buenas prácticas. Proyecto Impulsa-RSE pyme financiado por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Madrid: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio
- Gallardo, L.; Cervantes, M.; Castro, A. e Izaguirre, F. (2014). La creación de valor bajo el enfoque estratégico de la sustentabilidad. Estudio de caso: granja de tilapia Ahumada, El Alamito, Guasave, Sin. *In Revue Recherches en Sciences de Gestion-Management Sciences-Ciencias de Gestión*, 104(5), 43-61.
- Guasave: *Plan Municipal de Desarrollo 2018-2021*. Honorable Ayuntamiento [Guasave] 2018. [http://guasave.gob.mx/s/wp-content/uploads/files/Ayuntamiento/m/planes\\_de\\_desarrollo/PLAN\\_MUNICIPAL\\_DE\\_DESARROLLO\\_2018-2021\\_opt.pdf](http://guasave.gob.mx/s/wp-content/uploads/files/Ayuntamiento/m/planes_de_desarrollo/PLAN_MUNICIPAL_DE_DESARROLLO_2018-2021_opt.pdf)
- Jane, M. (2013). *Environment Strategy*. Universidad de Winchester. Reino Unido. [https://nanopdf.com/download/environment-strategy-university-of-winchester\\_pdf](https://nanopdf.com/download/environment-strategy-university-of-winchester_pdf)
- Jaramillo, J.; Rodríguez, V.; Guzmán, M.; Zapata, M. y Rengifo, T. (2007). *Manual técnico: Buenas Prácticas Agrícolas en la Producción de tomate bajo condiciones protegidas*. <http://hdl.handle.net/20.500.12324/13469>
- Laniado, D. (2002). Creación de Valor en las Empresas: El Papel de las Finanzas y la Gestión. *Ejecutivos de Finanzas*, 12, 1-14.
- Martínez, M.; Waliszewski, S.; Amador, O.; Meza, E.; Calderón, M.; Zenteno, E.; Huichapan, J.; Caba, M.; Félix, R. y Longoria, R. (2016). Aerial pesticide application causes DNA damage in pilots from Sinaloa, México. *Environmental Science and Pollution Research*, 24(3), 2412-2420. DOI [10.1007/s11356-016-7974-5](https://doi.org/10.1007/s11356-016-7974-5)
- Méndez-Argüello, B. y Lira-Saldivar, R. H. (2019). Uso potencial de la zeolita en la agricultura sustentable de la nueva revolución verde. *Ecosistemas y Recursos Agropecuarios*, 6(17),191-193.

- Miralles, J., Miralles, M. y Daza, J. (2014). Reputación Corporativa y Creación de Valor para el accionista. *Universia Business Review*, Cuarto trimestre.
- Navarrete, F. (2015). Las prácticas de desarrollo sustentable: un acercamiento descriptivo a las pequeñas empresas de Guadalajara, México. *Cuadernos de Administración*, 31(53), 48-58.
- Orsato, R. (2006). Competitive Environmental Strategies: when does it pay to be green?. *California Management Review*, 48 (2), 127-143.
- Rapallo, M. (2002) *La creación de valor: una aproximación*. Documentos de Trabajo de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales; nº 11, 2002, ISSN: 2255-5471
- Rodríguez, C. (2012). Sostenibilidad en las empresas. Escuela de Organización Industrial. <http://www.eoi.es/blogs/carollienerodriguez/2012/05/20/sostenibilidad-en-las-empresas/>
- Rodríguez, M. y Ricart, J. (2000). Estrategia medioambiental y creación de valor. Documento de investigación No.408. División de investigación de IESE. Universidad de Navarra. Barcelona, España. Bogotá, Colombia.
- Rodríguez, L. y Ríos-Osorio, L. (2016). Evaluación de sostenibilidad con metodología GRI. *Dimensión Empresarial*, 14(2), 73-89.
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA) -Instituto Nacional de Estadística y Geográfica (INEGI). (2015). Encuesta nacional agropecuaria (ENA) 2014. Información relevante: Resultados. Boletín de prensa núm. 328/15. Aguascalientes, México.
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA). (2016). Cuarto informe de labores 2015-2016. Pp. 151. México.
- Salgado S., R. (2015). Agricultura sustentable y sus posibilidades en relación con los consumidores urbanos. *Estudios Sociales. Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 23(45),113-140.
- Sarmah, B., Islam, J. y Rahman, Z. (2015). Sustainability, Social Responsibility and Value Co-creation: A Case Study Based Approach. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 189, 314-319.
- Sinergia (2006). Producción Respetuosa en Viticultura. Impactos Ambientales en Agricultura. Proyecto Life Sinergia Life 03 ENV/E/000085 del Gobierno de La Rioja, España.
- Telstra. (2014). Telstra Environment Strategy 2014 – 2016. Departamento de Sustentabilidad. Australia.
- Universidad de Cambridge. (2015). Environmental Sustainability Vision, Policy and Strategy. Departamento de Medio ambiente y energía, pp.1-15. Reino Unido.
- Universidad de Nottingham. (2010). Environmental Strategy. Departamento de Sustentabilidad. Pp. 1-17. Reino Unido.

Uruburo, A. (2013). Identificación y evaluación de la creación de valor mediante y la implementación y desarrollo de Responsabilidad Social Corporativa estratégica. Tesis Doctoral: Departamento de ingeniería de organización, administración de empresas y estadísticas. Universidad Politécnica de Madrid, España.

Valencia, M. (2006). Los intangibles y el crecimiento económico. *Entramado*, 2 (1), 44-51.

Vinchira-Villarraga, D. M y Moreno-Sarmiento, N. (2019). Control biológico: Camino a la agricultura moderna. *Revista Colombiana de Biotecnología*, XXI (1),2-5.