



Ensayo:

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS EMPRESAS AGRÍCOLAS VISTA DESDE LA TEORÍA INSTITUCIONAL

Vanessa Alejandra Pérez Arenas

<https://orcid.org/0000-0002-2922-058X>

Magister Scientiarum en Gerencia Mención Agraria de la
Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado.
Ingeniero Agrónomo de la Universidad
Centroccidental Lisandro Alvarado.
Venezuela
Email: alejandra16.perez@gmail.com

RESUMEN

Las organizaciones en la actual consideran aspectos económicos, sociales y culturales para su desempeño, por lo que el concepto de responsabilidad social empresarial ha venido evolucionando y sirve como estrategia para la solución de problemas derivados de cualquier actividad. Una empresa socialmente responsable es aquella en donde sus productos o servicios están alineados para contribuir con el bienestar de la sociedad. Este comportamiento va más allá de una visión estricta para el cumplimiento de normativas, está más bien ligado al comportamiento ético y en considerar las necesidades de todos los involucrados en el proceso. Esta filosofía corporativa adoptada por la alta gerencia va más allá de asegurar el beneficio económico y el bienestar de los trabajadores, en el caso de las empresas agrícolas se busca disminuir el impacto que esta actividad tiene en el medio ambiente y realizar una agricultura sostenible. Existen iniciativas que buscan institucionalizar esta práctica dentro de las organizaciones sin importar el tamaño o el sector en el que se desempeñan, esto con el fin de desarrollar ventajas competitivas, cumplir con los objetivos económicos e incentivar el desarrollo sostenible. Además estas prácticas mejoran la reputación de la empresa y la rentabilidad.

Palabras claves: institucionalización, teoría institucional, responsabilidad social empresarial, agricultura.

Recibido: 02-05-2022

Aceptado: 28-05-2022

Essays:

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN AGRICULTURAL COMPANIES SEEN FROM THE INSTITUTIONAL THEORY

Vanessa Alejandra Pérez Arenas

<https://orcid.org/0000-0002-2922-058X>

Magister Scientiarum in Management with an Agrarian Mention
from the Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado.

Agricultural Engineer from the University

Central-West Lisandro Alvarado.

Venezuela

Email: alejandra16.perez@gmail.com

ABSTRACT

Today's organizations consider economic, social and cultural aspects for their performance, so the concept of corporate social responsibility has been evolving and serves as a strategy for solving problems arising from any activity. A socially responsible company is one where its products or services are aligned to contribute to the welfare of society. This behavior goes beyond a strict vision for compliance with regulations, it is rather linked to ethical behavior and considering the needs of all those involved in the process. This corporate philosophy adopted by senior management goes beyond ensuring the economic benefit and well-being of workers. In the case of agricultural companies, it seeks to reduce the impact that this activity has on the environment and carry out sustainable agriculture. There are initiatives that seek to institutionalize this practice within organizations regardless of the size or the sector in which they work, in order to develop competitive advantages, meet economic objectives and encourage sustainable development. In addition, these practices improve the company's reputation and profitability.

Keywords: institutionalization, institutional theory, corporate social responsibility, agriculture.

1. INTRODUCCIÓN

Para comenzar debemos definir la responsabilidad social empresarial, según Kliksberd (2016, pp. 18-19), la misma comprende una serie de prácticas que todos los involucrados en la empresa deben adoptar de forma cotidiana para la obtención del éxito. Considerando como involucrados a empleados, consumidores, Gobierno y sociedad civil en general. El sostiene que, para que una empresa sea considerada como responsable debe cumplir con las siguientes características: contar con condiciones dignas para sus trabajadores, como remuneraciones justas y capacitaciones, transparencia y buen gobierno corporativo, calidad y precio razonables para el consumidor, llevar a cabo prácticas de protección medioambientales, alianzas estratégicas con la sociedad civil y comportamiento ético de todos los implicados en el proceso.

Así mismo, la responsabilidad social empresarial ha sido parte en el proceso de globalización, y todas las empresas sin importar el tamaño o el sector al que pertenecen las consideran dentro de sus procesos de gestión, produciendo productos y servicios no solo orientados hacia la maximización del beneficio económico, sino también tomando otras dimensiones como la sociedad y el medio ambiente.

Esta filosofía corporativa acogida por la nueva generación va en pro de los beneficios de los trabajadores, familias y entorno social. No solo satisface las necesidades del consumidor, sino que se preocupa por el bienestar de la población involucrada. Las empresas han cambiado su comportamiento, desarrollando lo que conocemos como filantropía empresarial.

Es por ello que, el 01 de Noviembre del 2010 se publicó la Norma ISO 26000 referente a la Responsabilidad Social Empresarial a nivel mundial. Esta norma busca integrar la RSE en todo tipo de organizaciones incluyendo grandes, pequeñas y medianas empresas de sectores públicos y privados, cuyo fin es ayudar a las organizaciones a contribuir con el desarrollo sostenible. La responsabilidad social empresarial es considerada como una herramienta estratégica para el logro de los objetivos económicos o para incrementar la competitividad de las empresas.

De modo similar, los patrones de consumo en la actualidad se inclinan al desarrollo de negocios sostenibles desde diferentes perspectivas como las sociales, legales y ambientales. Los consumidores están dispuestos a pagar un precio más elevado por los productos procedentes de empresas que incorporen este tipo de prácticas para la elaboración de un producto o servicio, sin embargo en el sector agropecuario y a pesar del fuerte impacto ambiental derivado del desarrollo de estas actividades este tipo de estrategias es poco implementada bien sea por desconocimiento

por parte de productor, por la falta de recursos económicos o personal calificado, entre otros.

En el contexto agropecuario las prácticas de responsabilidad social empresarial implican la participación de todos los stakeholders: productores, clientes, trabajadores, proveedores, organizaciones ligadas al medio ambiente, comunidad y Estado. Existen diferentes factores determinantes para la implementación de estas estrategias dentro del sector agropecuario como por ejemplo la oportunidad de acceder a nuevos mercados, la racionalización de costos en la cadena de valor, competitividad debido al valor agregado al producto final y por último el cumplimiento de la normativa impuesta al sector productivo por parte de los entes gubernamentales.

Actualmente en la agricultura moderna se utilizan prácticas para el manejo de recursos de una forma más eficiente para minimizar el impacto ambiental, sin embargo muchos productores ven este tipo de manejo como un gasto y no como una inversión. Las empresas de este sector a menudo son objeto de escrutinio debido al alto impacto ambiental y social derivado de los procesos de producción, comercialización y consumo de alimentos. A nivel global se ha presionado a las empresas a que involucren este tipo de prácticas dentro de sus sistemas de gestión para buscar la sostenibilidad en el tiempo.

Así mismo, la implementación de prácticas de RSE se traduce en una serie de ventajas competitivas para la organización, como por ejemplo: reducción de costos de producción mediante el control de desechos y uso eficiente de los recursos, mejoras en la productividad, aumento de los ingresos, acceso a otros mercados con patrones de consumo más limitados, mejora en los procesos ambientales, mejora de la imagen y la marca para el consumidor, posicionamiento de la marca, entre otros.

Por otro lado, existen diferentes perspectivas teóricas dentro de las teorías organizacionales para que inciden en la forma y desarrollo de las actividades dentro de las organizaciones. Entre las teorías modernas nos encontramos con la Teoría Institucional, cuyas primeras orientaciones provienen del trabajo de Selznick (1957) y nos plantea que las acciones y decisiones que son tomadas dentro de las organizaciones están influenciadas o limitadas por el comportamiento social, las normas y el entorno y que las normas determinan su comportamiento para que adquieran un carácter legítimo y su continuidad en el tiempo.

Por lo tanto, se debe considerar que debido a las características particulares de las empresas del sector agropecuario de cualquier país deben existir políticas coherentes con un alto nivel de

participación de los entes gubernamentales y apoyo de la sociedad. Las empresas que cuentan con políticas de Responsabilidad Social Empresarial dentro de sus sistemas de gestión son menos propensas a problemas derivados de sus prácticas laborales, manteniendo una buena relación con sus stakeholders proyectando una buena imagen.

Con base en estos argumentos, el presente ensayo está sustentado en una investigación teórica, tiene como propósito reflexionar sobre la responsabilidad social empresarial en las empresas agrícolas desde la perspectiva de la teoría institucional. Para lograr tal fin, se dio cumplimiento con la siguiente estructura: en primer lugar, una introducción que esboza de manera general la responsabilidad social dentro de las organizaciones y el propósito del presente ensayo; en segundo lugar, se presentan los argumentos teóricos sobre la teoría institucional y la RSE; en tercer lugar, se plantean las reflexiones y postura del investigador, para finalmente indicar las referencias consultadas.

2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.

2.1. La Institucionalización de las Organizaciones.

Las instituciones ejercer un papel fundamental dentro del comportamiento de las organizaciones, y conseguir la legitimidad es una de las principales razones por las cuales estas adoptan este concepto. La institucionalización se da como consecuencia de las presiones ejercidas por el entorno o por los grupos de interés y una de las herramientas utilizadas para obtener el apoyo de los mismos es la incorporación de prácticas de responsabilidad social corporativa como una estrategia de gestión dentro de las instituciones.

Para Selznick (1949) el viejo institucionalismo se basa en lo organizativo, en los valores, normas y actitudes y el conflicto de intereses que se genera entre la misión de la organización y el interés de los involucrados, por el contrario el Neoinstitucionalismo se centra en lo normativo que tiene influencia sobre el campo organizacional. Meyer y Rowan (1977). Posterior a estas posturas aparecen DiMaggio y Powell (1991) con una visión combinada de ambos enfoques y que se cuestionan la influencia que ejercen las instituciones para ejercer algún tipo de cambio en las instituciones. Restrepo y Rosero (2002, pp.115).

En primer lugar, Cruz, Prado y Díez (2014, pp. 24-28) citando a DiMaggio y Powell (1983), Zucker (1987) y Suchman (1995) consideran que la institucionalización se alcanza cuando las organizaciones se adaptan a las normas sociales, para ellos la institucionalización y legitimación son sinónimos. Las ventajas que tendría para las organizaciones al cumplimiento de las normas sociales serían: el aumento del prestigio, estabilidad, compromiso interno y externo, apoyo social, atracción del personal, acceso de recursos, entre otras. Algunos estudios sugieren que existen al

menos tres grupos que promueven que las organizaciones se conviertan en instituciones: los stakeholders, la obtención de ventajas competitivas y la ética.

Ahora bien, uno de los motivos por los cuales las organizaciones se institucionalizan es debido a la presión que ejercen los grupos de interés para que estas tomen en cuenta el beneficio del colectivo, se adapten al contexto institucional y para hacerle frente a la incertidumbre. Las organizaciones que no se ajustan al entorno no sobreviven. La adopción de estas medidas puede ejercerse por varias vías como por ejemplo: mediante la imposición a través de normas, la obligatoriedad hace que las organizaciones cumplan con las regulaciones para evitar sanciones. Zaheer (1995), DiMaggio et al (1983) y Meyer y Rowan (1977), Wood (1991) y Hart (1997).

Estos autores destacan que los stakeholders ofrecen incentivos económicos y/o fiscales a las organizaciones para que estas cumplan con las normas establecidas por estos. Para ello es necesario la presentación de pruebas que verifiquen el cumplimiento de estas actividades mediante informe o presentación de documentos. Las organizaciones deben estar alineadas con las reglas o conductas que los grupos de interés consideren apropiadas, si estos no están de acuerdo con el comportamiento de una organización pueden retirarles su apoyo, reduciendo sus posibilidades de éxito.

Además, se debe considerar que las instituciones no son estáticas, estas deben ajustarse a los cambios con el paso del tiempo, es por ello que la institucionalización se encuentra ligada con la estabilidad dentro de las organizaciones. Para la sobrevivencia de la misma se hace necesaria el desarrollo de ventajas competitivas. Para aumentar la competitividad y mantener la legitimidad, las organizaciones lo hacen mediante la obtención de certificados de calidad o realizando acciones de responsabilidad social empresarial, de esta manera se consigue un mayor apoyo de los grupos de interés.

Las empresas se institucionalizan con el fin de optimizar el control interno, esto implica la definición de estructuras y la implementación de prácticas que permite la transparencia de sus operaciones y la documentación de sus procesos, con ello se busca generar valor y rentabilidad en el negocio, además que estas respondan mejor a los cambios derivados de factores del entorno y mitigar los riesgos para que las organizaciones sean sostenibles en el tiempo.

2.2. Una Visión de la Teoría Institucional.

La estructura y los procesos organizacionales están influenciados factores del entorno, la teoría institucional establece una serie de normas que determinan el comportamiento de las organizaciones y están decididas adoptarlas con el fin de ser aceptadas por la sociedad y garantizar su permanencia en el tiempo. El hecho de que las

organizaciones sean aceptadas por la sociedad les permite obtener su legitimidad.

En primer lugar, la teoría institucional tiene como principal función la incorporación de reglas dentro de las estructuras organizativas para alcanzar la legitimidad, estabilidad, obtención de recursos y la supervivencia en el tiempo. El éxito de las organizaciones depende de distintos factores, independientemente de su eficiencia productiva las organizaciones se desenvuelven en entornos institucionales altamente elaborados pero si estas logran volverse isomórficos con estos entornos obtienen legitimidad y los recursos necesarios para su supervivencia. “Las organizaciones que incorporan elementos racionalizados socialmente legitimados en sus estructuras formales maximizan su legitimidad y aumentan sus recursos y capacidades de supervivencia”. Meyer y Rowan (1977, pp.352).

Por otro lado, el isomorfismo institucional es una herramienta que nos ayuda a comprender la política organizacional moderna. Tal como lo señala Aldrin (1979) citado por DiMaggio y Powel (1983, pp.150, 157) “Los factores principales que las organizaciones deben tener en cuenta son otras organizaciones”, estas no solo compiten por recursos y clientes, sino por poder político y legitimidad constitucional para lograr la competitividad y sostenibilidad a nivel social y económico. El isomorfismo institucional nos ayuda a entender porque las organizaciones se están volviendo cada vez más homogéneas, ya que estas adaptan ciertos modelos de negocios, prácticas ambientales, entre otras para adecuarlos a la organización y dar respuesta el entorno institucional.

Desde otro ángulo, para DiMaggio y Powel (1999) citado por González y Escala (2014, pp. 100) las instituciones se vuelven cada vez más homogéneas para enfrentar condiciones de entornos similares. Al incorporar estos elementos en las organizaciones se promueve el éxito y la supervivencia, se reduce la incertidumbre y la posibilidad de fracaso, los modelos organizativos son efectivos en las organizaciones que comparten características afines.

De ahí que, los modelos organizativos son un conjunto de prácticas que las organizaciones adoptan para el logro de sus objetivos a través de la implementación de estrategias o como consecuencia de la búsqueda de soluciones a problemas concretos. Pero la escogencia de modelos dentro de una organización se da como resultado de la comprensión de la complejidad de relaciones y los requerimientos estructurales y a otros factores como por ejemplo: el sistema de creencias y valores de los miembros de la organización, el tipo de control a la cual se enfrenta, el desempeño de la organización y el estilo de liderazgo. González y Escala (2014, pp. 100).

Es importante señalar que la teoría institucional aporta elementos que nos sirven de apoyo para entender el comportamiento socialmente responsable de las organizaciones. Esta última puede ser considerada como una norma que se pretende institucionalizar en el marco de la sociedad actual, y que las organizaciones asumen con el fin de legitimarse y conseguir su continuidad en el mercado. La responsabilidad social empresarial está fuertemente vinculada al marco institucional de cada país o de manera más informal sistema de costumbres o creencias de la sociedad, la adopción de esta práctica depende de situaciones específicas y particularidades del entorno. Sin embargo vemos como esta se ha institucionalizado a través de normas o certificaciones como: El Pacto Mundial, el Global Reporting Initiative (GRI), ISO 26000, entre otros. Mirabal y Fernández (2017, pp. 191-193).

La teoría institucional reconoce que las prácticas de responsabilidad social empresarial pueden ser estudiadas en tres categorías de análisis y que las actividades que son implementadas en las empresas surgen como reflejo de la presión que se ejerce en estos niveles. Desde la perspectiva institucional es una herramienta que responder a las presiones para el otorgamiento de legitimidad y poder social. A nivel organizacional es utilizada para la resolución de problemas ocasionados en el entorno derivado de las actividades propias de la empresa y a nivel individual ligado a la ética y moral a nivel gerencial. Hajdu, Gagalyuk, Bukin y Petrick. (2021, pp. 701)

El reconocimiento de estas variables ha hecho que las organizaciones consideren que deben tener un comportamiento socialmente responsable, esto ha permitido institucionalizar esta práctica por razones económicas, ambientales o sociales debido a la presión que pueden ejercer los stakeholders.

2.3. Responsabilidad Social Empresarial.

En primer lugar debemos considerar que la primera referencia que se conoce sobre la responsabilidad social empresarial data del año 1767 AC, se entendía como un concepto filosófico basado en los buenos pensamientos, buenas palabras y buenas acciones. En Estados Unidos a finales del siglo XIX el Gobierno comenzó a promulgar leyes dirigidas a regular la conducta de las empresas. En los años 60 comenzó el interés sobre el estudio basado en la ética empresarial y ya para los años 80's se había desarrollado la Teoría de los Stakeholders.

Posteriormente, en El Libro Verde de la Comisión de la Comunidades Europeas, (2001) la define como. “La integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medio ambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con los interlocutores”. Destacando que ser socialmente responsable va más allá del cumplimiento de las obligaciones

jurídicas y que debe hacerse una inversión en el capital humano. Para Klisberd (2016, pp.18-19), estas prácticas deben ser adoptadas por todas las empresas para la obtención del éxito y que se deben considerar a todos los involucrados en el proceso: empleados, consumidores, sociedad civil y Gobierno.

Luego en el 2010 el Organismo Internacional para la Estandarización (ISO) define la Responsabilidad Social Empresarial de una Organización como el impacto que ocasiona la toma de decisiones y las actividades de las organizaciones en la sociedad y el medio ambiente y que las mismas deben tener “un comportamiento ético y transparente que contribuya con el desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad” y que además se debe tomar en consideración las necesidades de las partes involucradas. Villafán y Ayala (2014, pp. 227).

Por otro lado, Navarro (2016, pp.170) citando a otros autores realiza una clasificación de las teorías de la responsabilidad social empresarial clasificándolas en cuatro grandes grupos: Teorías Instrumentales en donde Friedman (1970) y Casino y Morales (2008) establecen que las empresas fueron creadas con el fin de generar beneficios económicos y generar riquezas a los accionistas y que quienes integran esta sociedad (trabajadores, socios, entre otros) deben ser los encargados de realizar acciones que generen bienestar al entorno que las rodea son estos quienes deben generar acciones que sean consideradas socialmente responsables.

En segundo lugar nos encontramos con las Teorías Integradoras que según Carrol (1979, pp. 500) en su trabajo plantea que la responsabilidad social empresarial está constituida por cuatro elementos principales los cuales son: el aspecto económico que no es más que la obtención de beneficios económicos para la empresa; lo legal ya que las empresas están en la obligación de apegarse al marco normativo del entorno en el que se desarrollan; lo ético ya que su actividad debe estar en armonía con la sociedad y el medio ambiente y por último lo discrecional que se refiera a la voluntad que tengas los involucrados para contribuir con las causas sociales y actuar desde la filantropía.

Y más recientemente nos encontramos las Teorías Ligadas a la Ética y la Moral en los negocios, en donde Navarro (2016, pp. 173-175) cita a Freeman (1984) uno de los principales exponentes y que establece que se debe considerar las necesidades de todos los grupos de interés y la influencia de estos en las empresas. El autor hace una especial distinción en dos principales grupos: los stakeholders en sentido amplio que son las personas que inciden directamente en los objetivos de la empresa o pueden verse afectados por la misma y los segundo o stakeholders en sentido restringidos que se involucran de manera directa o indirecta en la organización.

Así mismo, autores como Díez, Blanco y Cruz (2014, pp. 331-333) destacan que en el entorno competitivo actual la responsabilidad social empresarial debe ser vista como una estrategia de gestión a ser utilizada por la mayoría de las empresas. Algunas investigaciones realizadas concluyen que el uso de estas herramientas dentro de las organizaciones se traduce en una fuente de ventajas competitivas. Los autores señalan que la RSE puede estudiarse desde dos puntos de vista, desde la orientación económica y desde los stakeholders. Esta última establece que los grupos de interés son aliados de las empresas. Se dice que la RSE representa un acto de reciprocidad entre partes, destacando que las actividades que se realizan desde la empresa corresponden a las demandas de los interesados.

Ahora bien, la mayoría de las investigaciones sobre la responsabilidad social empresarial están enfocadas en el impacto de esta en el desempeño financiero en las organizaciones, este fenómeno también está fuertemente ligado al marco normativo en el que se desarrolla las empresas y el comportamiento de sus gerentes de manera responsable.

Si bien es una práctica que se ha institucionalizado a nivel empresarial fuertemente ligada a las responsabilidades obligatorias para el cumplimiento de leyes se genera un debate sobre si debe ser adoptada de manera voluntaria dentro de los procesos de gestión. Brammer, Matten y Jackson (2012, pp.4-5).

Para Mirabal y Fernández (2015, pp. 193-194) las organizaciones son más propensas a incorporar prácticas de responsabilidad social empresarial si existe un marco regulatorio claro en donde se consideren los intereses de las empresas, el gobierno y los demás grupos de interés, y es menos probable adoptarlas si las empresas experimentan un entorno económico desfavorable o cuando existe demasiada o muy poca competencia.

2.4. Responsabilidad Social Empresarial en la Agricultura.

Por otro lado, y a pesar de la importancia del sector agropecuario para cualquier país no solo a nivel económico sino más bien por el impacto que generan al medio ambiente la responsabilidad social empresarial es una estrategia poco utilizada por las empresas del sector. Para que una empresa sea socialmente responsable debe considerar el cuidado del medio ambiente para la prevención de la contaminación ambiental y atender las necesidades de los individuos involucrados en el entorno, sin embargo se observa una falta de empatía para la adopción de este tipo de prácticas.

Las prácticas de responsabilidad social empresarial pueden ser dictadas a través de marcos normativos, aunque en muchos casos es voluntaria su adopción esto no implica que existan institutos que regulen su implementación. La aplicación de estas normas obliga a las organizaciones a planificar sus actividades disminuyendo errores

Responsabilidad social empresarial en las empresas agrícolas vista desde la teoría institucional.

derivados de su proceso productivo mejorando de esta manera la rentabilidad y competitividad de las empresas.

Por ejemplo el objetivo principal de la Norma ISO 26000 (Promulgada en 2010) es el de promover que las organizaciones integren la RS dentro de sus sistema de gestión con el fin de considerar los aspectos ambientales, económicos y sociales; y que dentro de las empresas los objetivos estén alineado con la ética, preocupación por la ciudadanía y el desempeño sustentable. Victoria (2011, pp. 41,49-50).

Así mismo, esta norma dicta las directrices de la responsabilidad social empresarial para las organizaciones siendo un marco referencial para su implantación. Existen algunos principios fundamentales que las organizaciones deben implementar para actuar en consonancia en términos de RSE como lo son: el respeto de los intereses de las partes involucradas, respetar los principios de legalidad, comportamiento ético hacia las personas y el medio ambiente. La adaptación de esta estrategia mejora la imagen de la empresa y en muchos casos disminuye las consecuencias de las acciones empresariales. Cabral y Montero (2014, pp. 6-7).

En la actualidad ante un incremento de la sensibilidad social hacia el comportamiento responsable de las empresas, los consumidores seleccionan marcas y productos de empresas que sean que adquieran consideraciones sociales, medioambientales y éticas dentro de sus procesos productivos. Desde el punto de vista empresarial se toman en cuenta la responsabilidad por el medio ambiente y se le da mayor importancia al desarrollo sostenible. La expansión de un consumo responsable es un factor determinante para la adopción de prácticas de responsabilidad social. Barrio (2016, pp.57-59).

Por otro lado, Calderón y Castro (2015, pp. 56-59) destacan que de manera empírica algunos productores realizan prácticas de responsabilidad social dentro de sus unidades de producción como: reciclaje, reforestación (ámbito ambiental), ayuda económica a los empleados y prácticas de integración (ámbito social) y manejo de registros internos en cuanto a los niveles de producción (ámbito económico) sin embargo a nivel externo son pocas las acciones que se llevan a cabo considerando estos aspectos.

Así, las empresas del sector agropecuario deben generar confianza en la comunidad en donde se desarrollan y establecer prácticas para generar un bien común sin descuidar el retorno económico para sus accionistas, sin embargo muchas empresas del sector existen problemas como la alta precariedad del empleo rural, falta de seguridad laboral, mano de obra infantil y alto índice de accidentes laborales lo que ocasiona vínculos humanos indignos para los trabajadores rurales. Nope (2008, pp. 71).

Otro de los problemas derivados de la poca implementación de prácticas de responsabilidad social en el agro deriva de la falta de interés de los productores en el desarrollo económico local. Esto puede derivar en relaciones negativas entre estos y las empresas y residentes de la localidad, repercutiendo de manera negativa en la imagen y aceptación de la empresa. También es importante implementar acciones más amigables con el medio ambiente atendiendo a las necesidades humanas y mejorando su calidad de vida para contribuir con el desarrollo sostenible. Nope ob. cit. (pp. 71-72).

La responsabilidad social es un concepto bastante ligado al desarrollo de la agricultura en países de la Unión Europea, estas prácticas son comunes en modelos de desarrollo multifuncional y sostenible. Considerarlas como una herramienta de gestión dentro de las empresas agrícolas ha traído beneficios como: seguridad alimentaria, mayor estabilidad del mercado para consumidores y agricultores, producciones sostenibles adecuadas a las normas de seguridad alimentaria, mejor trazabilidad con el medio ambiente y bienestar animal, mejor calidad de empleo en las zonas rurales, entre otras. Esto repercute positivamente en la competitividad y viabilidad dentro del sector mejorando también los ingresos económicos producto de la agricultura. Mazur (2015, pp. 22).

En Venezuela los primeros indicios se dieron entre 1910 a 1930, cuando las empresas petroleras, eléctricas y manufactureras otorgaban beneficios a sus trabajadores que no estaban contemplados en la ley. Posteriormente luego del proceso de industrialización se crearon servicios sociales destinados a los trabajadores en el área de salud, ciencia, educación y desarrollo agrícola, pero solo participaban unas pocas empresas y contaban con el apoyo de varios empresarios. Según lo señalado por Oberto (2007, pp. 148-149) la principal motivación por la cual las empresas utilizan este mecanismo de gestión es con el fin de promocionarse y mejorar su imagen. Otras utilizan estas prácticas para hacer uso de las leyes tributarias que permiten el desgravamen de esta actividad, por lo que no está claro si estas realmente se ejecutan desde el punto de vista filantrópico.

Debido a la escasez y los altos costos de los productos químicos en el país y como premisa para asumir la responsabilidad social empresarial como una obligación para el bienestar de los involucrados, las empresas agrícolas han implementado prácticas destinadas a reducir el impacto ambiental a través de la fabricación formulación de productos a base de extractos vegetales. Pernía y Sanabria (2021, pp. 13). En Venezuela el uso de agroquímicos a traigo consecuencias negativas no a nivel ambiental sino afectando a la salud de los trabajadores agrícolas y personas cercanas a las unidades de producción.

La responsabilidad social empresarial es una herramienta que debe contribuir a la disminución del impacto ambiental que genera la agricultura, esta práctica debe estar ligada al desarrollo sostenible, mejora de la calidad de vida de los empleados y de la sociedad en general. Las empresas socialmente responsables deben considerar el efecto que genera en el entorno y mitigar el impacto. Más allá del beneficio económico la empresa debe enfocarse en la preservación de los recursos naturales.

3. REFLEXIONES FINALES.

En resumen, debemos considerar que todas las empresas independientemente del tamaño o sector al que pertenecen tienen un impacto positivo o negativo en la economía, sociedad o medio ambiente del entorno que la rodea. Es por ello que las mismas están obligadas a minimizar el impacto negativo para producir bienes y servicios que cumplan con las regulaciones propias del ambiente en donde se desarrollan utilizando prácticas para gestionar estos riesgos. En una sociedad globalizada las empresas han incorporado dentro de su estructura organizacional prácticas de responsabilidad social empresarial que les permita el desarrollo de la sociedad y la conservación del medio ambiente.

Así mismo, durante el último siglo la preocupación por el medio ambiente ha llevado a las empresas a revisar sus procesos productivos y que los mismos no solo estén enfocados en el aspecto económico, incorporando dentro de sus estrategias prácticas que le permitan mejorar la imagen y reputación. Para los propietarios es importante la sostenibilidad económica y la conservación del ambiente a mediano y largo plazo. Hernández y Bonomie (2010).

Por ejemplo, en algunos países las regulaciones de ley obligan a las empresas a tomar acciones en materia laboral, financiera, comercial y medio ambiental. Los movimientos ambientalistas y protestas organizadas a nivel mundial han llegado a ocasionar daños económicos en empresas que no consideran el actuar de manera responsable dentro de sus procesos productivos, es por ello que los grandes empresarios y accionistas toman decisiones basados en sus valores éticos que mitigan estos efectos negativos. También, los consumidores han cambiado su mentalidad buscando productos que no solo satisfagan sus necesidades, sino que se han vuelto consumidores de productos tomando en cuenta el comportamiento responsable de la empresa fabricante.

Por otro lado, las empresas obtienen mayores beneficios económicos cuando se satisface la demanda de los clientes, empleados, proveedores y la comunidad, una percepción favorable de la empresa se traduce en mejoras en la rentabilidad, implementación de prácticas de responsabilidad social empresarial se traduce en ventajas competitivas para las empresas. Implementación de estrategias como nuevas oportunidades de negocio, imagen de la empresa y fidelización de los clientes se traduce en mayores ingresos. Hernández y Bonomie (2010).

Por eso, las empresas que llevan a cabo prácticas de responsabilidad social empresarial dentro de sus sistemas de gestión logran un mayor éxito, empleados comprometidos con la empresa logran aumentar los márgenes de ganancia y competitividad. También señala que la productividad y competitividad están ligados al compromiso del personal que labora en la empresa y afirma que el personal altamente comprometido ha llegado a triplicar los márgenes operativos. Kliksberd (2016).

Así mismo, hoy en día los líderes de las empresas son más proclives a participar en organizaciones con enfoques sociales y locales, la formación y la ética de quien maneja la empresa tiene efectos positivos en la implementación de prácticas de responsabilidad social empresarial, una administración transparente genera una mayor confianza entre los inversionistas y mejora la economía de la empresa. Herrera, Larrán Lechuga y Martínez (2016).

Para que las empresas logren altos niveles de rentabilidad deben considerar dentro de sus políticas la implementación de prácticas de responsabilidad social empresarial, estas les permite no solo obtener grandes beneficios económicos, sino que también les da sostenibilidad en el tiempo. La integración de estas estrategias dentro de los sistemas de gestión de las empresas hace que las mismas sean aún poco más cercanas al mercado y al ambiente o sociedad en donde se desenvuelve, esta herramienta les brinda ventajas competitivas traducéndose en empresas más sustentables en el tiempo.

Entre las ventajas que podemos mencionar en las empresas que desarrollan estas prácticas tenemos: empleados con un mayor sentido de pertenencia, esto los hace más productivos lo que se traduce en mayores ingresos; se mejora la imagen y reputación de la empresa, lo que eleva la satisfacción de los clientes; obtención de bienes y servicios bajo la tecnología verde o ecológicos respetuosos del medio ambiente y de bajo impacto ambiental. El desarrollo de este tipo de iniciativas está orientada hacia la formación de colaboradores con mayor ética, valores y sentido de responsabilidad. La responsabilidad social empresarial es vista como algo natural y un pilar fundamental dentro de las estrategias corporativas.

Por su parte la responsabilidad social empresarial es una herramienta estratégica que permite obtener mejores ganancias, mayor competitividad y anticiparse a cualquier medida legislativa impuestas por el Gobierno. Esta también puede ser vista como estrategia de diferenciación para ofrecer productos o servicios que busca satisfacer necesidades específicas de algunos clientes. Por lo que se hace necesario que los empresarios las adopten para satisfacer el mayor número de partes interesadas, trabajadores, clientes, proveedores y comunidad en general. Es más probable que las organizaciones actúen de manera

Responsabilidad social empresarial en las empresas agrícolas vista desde la teoría institucional.

responsable si cuentan con un marco regulatorio y que otras instituciones u organizaciones monitoreen su comportamiento.

El entorno institucional no es algo estático, las presiones por parte de los involucrados tienen influencia en el comportamiento corporativo. Un factor a considerar para la adopción de prácticas de responsabilidad social es conocer el entorno institucional en donde opera la unidad de producción; el Gobierno y las leyes locales, Reformas Agrarias, acceso de capital, el desarrollo socioeconómico, la estructura y la sociedad son factores determinantes en la manera como estas se comprometen en realizar actividades socialmente responsable. Las instituciones incitan a los involucrados a comportarse de cierta manera a través de diferentes mecanismos mediante el uso de incentivos, recompensas o sanciones. Por lo que institucionalizar estas normas tiene una incidencia positiva para que las empresas.

Las organizaciones que se desenvuelven dentro de un mismo entorno institucional tienden a parecerse entre sí, esto debido a que reciben las mismas presiones de tipo legales, políticas, económicas, sociales y culturales. El sistema de valores de la organización está influenciado por el contexto institucional y la implementación de prácticas obedece a la búsqueda de legitimidad por parte de la sociedad. Gallén y Peraita (2016).

También el tamaño de la organización está asociado a las actividades de responsabilidad social empresarial. Organizaciones más grandes son propensas a ser más visibles y a tener una mayor presión por parte de la sociedad en general y que estas se ven obligadas a disminuir el impacto social y medio ambiental derivado de su actividad. Estas se ven obligadas a difundir una imagen positiva en las comunidades aledañas.

Otro aspecto fundamental ligado a la legitimidad es la edad de las organizaciones, según lo señalado por Diez, Blanco, Cruz y Prado (2014) organizaciones más jóvenes tienden a fracasar debido a que estas deben competir con organizaciones más antiguas y al mismo tiempo adaptarse a las exigencias del entorno. La carencia de legitimidad les impide además tener acceso a recursos para su crecimiento. Por otro lado se deben alinear los objetivos con los valores de la sociedad en la que se desenvuelven para acceder a recursos de difícil acceso.

Las sociedades anónimas consideran que las empresas son socialmente responsables si generan ganancias a sus propietarios y socios y si estos cumplen la ley, una visión más moderna incluye aspectos filantrópicos, morales y éticos dentro de esta visión. Esta visión además reconoce que las empresas son manejadas por ciudadanos comunes y que estos están en la obligación de actuar responsablemente y que este debe incluir la protección del medio ambiente y la conservación de los recursos naturales y el desarrollo

de la comunidad como parte de sus acciones estratégicas. Ortega, Sabo, Aranda y otros. (2016).

En muchos casos las regulaciones no siempre son por imposición del estado, hay empresas que desarrollan mecanismos para implementar prácticas para el uso eficiente de los recursos, seguridad en el lugar de trabajo y mejoras en la calidad de sus productos. Estas medidas surgen en muchos casos por el temor a que las regulaciones impuestas por el estado sean insuficientes para proteger su propia actividad, por lo que estas se aseguran la adopción de un comportamiento socialmente responsable.

Debido a la presión ejercida por los stakeholders hay empresas que elaboran sus propios informes de gestión sobre el impacto que tienen sobre los aspectos sociales o medioambientales, estos pueden servir como guías para empresas que quieran incursionar en la práctica de responsabilidad social, sin embargo estos indicadores cualitativos o cuantitativos suelen tener un alto grado de subjetividad, y en muchos casos queda de parte de quien los interpreten establecer si realmente las actividades acatadas por las organizaciones generan un impacto positivo o negativo en el entorno en el que se desenvuelve. Duque, Cardona y Rendón (2013).

Desde otra perspectiva, en el sector agrícola la principal preocupación deriva del impacto de esta actividad para el ambiente y la sociedad en donde se desenvuelve y las soluciones se basan en muchas ocasiones solo en resolver los problemas ligados a la conservación y distribución del agua y alimento sin considerar otros problemas del entorno, trayendo como consecuencia un riesgo creciente en donde las organizaciones no se preocupen por las condiciones ambientales y algunas solo se enfocan en los aspectos económicos y legales dejando a un lado las responsabilidades éticas y filantrópicas.

Por lo tanto, dentro del sector agropecuario la implementación de estas prácticas permitiría una mejora en la calidad de vida de los involucrados y de las condiciones ambientales. A pesar de que en la agricultura moderna cuenta con una serie de mecanismos que minimizan el impacto ambiental, aún falta mucho por aprender en este sentido. Se debe considerar las dimensiones económicas, sociales y medioambientales para adoptar prácticas que minimicen el impacto ambiental en los procesos de tecnificación y un eficiente manejo de los insumos en la producción. El comportamiento responsable de las organizaciones está fuertemente ligado a los aspectos legales, calidad de vida de los involucrados, los valores y ética de los propietarios y la presión que ejerza la comunidad.

La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) en colaboración con otros organismos están desarrollando las directrices para incluir la responsabilidad social empresarial dentro de las empresas agrícolas. Con esta iniciativa se

busca crear empresas con transparencia, buena gobernanza y sostenibilidad social, ambiental y económica. Con esto se busca la participación de todas las partes interesadas y establecer la importancia sobre la seguridad alimentaria y el desarrollo rural, buscando generar un consenso para que estas prácticas sean implementadas en diferentes niveles.

Las explotaciones agrícolas social y económicamente responsables contribuyen a la orientación de la agricultura en el desarrollo sostenible, se debe garantizar la producción de alimentos de calidad preservando al mismo tiempo los recursos naturales de los que depende en gran parte la producción. Un sector agrícola competitivo y viable contribuye al mantenimiento de una economía rural próspera. Mazur. (2015).

Los aspectos políticos y legales no solo deben estar enfocados en garantizar la seguridad alimentaria sino también en la protección del medio ambiente.

Para la supervivencia de las empresas agrícolas tanto públicas como privadas se debe asegurar la sostenibilidad y rentabilidad de la misma a largo plazo. Para ello se hace necesario implementar el uso de buenas prácticas agrícolas. Además del cuidado en el uso de la tierra se deben implementar estrategias para el uso adecuado de los recursos, convertirse en buenos administradores del medio ambiente, velar por el cuidado constante de los animales, cuidar los ciclos de siembra y cosecha, son también prácticas relacionadas con la responsabilidad social empresarial.

Asimismo y en relación a los factores ambientales ligados a la agricultura, las empresas que los consideran dentro de sus procesos de gestión le dan especial importancia a la imagen, cumplimiento y prevención de incidentes ambientales como respuesta a las necesidades de la sociedad, el uso y manejo eficiente de algunos recursos es considerado una característica fundamental. Las empresas deben realizar ajustes en el consumo para considerar la conservación de los recursos naturales. La responsabilidad social no solo vela por el cumplimiento de aspectos legales y legitimidad, sino que también considera los elementos ligados con la ética ambiental.

El esfuerzo puesto por las organizaciones para la introducción de prácticas con sostenibilidad ambiental, ayuda en la reducción de costos, motivación al personal y mejoras las relaciones entre los involucrados. Existen empresas en donde las iniciativas de innovación de ideas amigables con el medio ambiente provienen directamente de los empleados y su implementación no debe ser percibida como un costo sino como una oportunidad. Entre las ventajas señaladas por Klirsberg (2016) para las empresas que implementan esta metodología dentro de sus procesos están el uso eficiente de los recursos y la apertura hacia nuevos mercados.

Ahora bien, otra de las ventajas que traería para las empresas agrícolas la adopción de práctica de responsabilidad social es que

mediante la aplicación de nuevas tecnologías limpias y sostenibles se puede producir alimentos más saludables y seguros para el consumo humano, mejorando de esta manera la imagen y reputación de la organización, influyendo positivamente en los beneficios económicos y sociales y mejorando el posicionamiento del producto en el mercado dirigido a un segmento de consumo consiente y responsable.

Por otro lado, cuando se habla de la calidad de vida de las personas involucradas en el proceso de producción se hace referencia a aspectos como la salud y seguridad de los empleados, la empleabilidad, la educación y capacitación y la diversidad de oportunidades. Contar con un entorno laboral seguro repercute en la satisfacción del trabajador lo que genera una mayor productividad, condiciones más favorables generan estabilidad para el empleado y una menor rotación de personal. Por otro lado la capacitación, educación y desarrollo permite una mayor competitividad, además se crean empleados con capacidades diferentes mejorando la imagen y reputación de la empresa. Villafán y Ayala (2014).

Para que las iniciativas de responsabilidad social tengan una visión de sostenibilidad se debe considerar una serie de indicadores o temas a abordar ya que la elección de estos criterios suele ser decisiva y determinantes en el éxito o fracaso de las mismas. Es decir debe existir un consenso entre los productores, consumidores y la sociedad civil para definir cuáles son los problemas reales que se deben abordar. Para la elección de las prácticas a implementar para una agricultura sostenible se deben considerar aspectos como tiempo, asequibilidad, disposición por parte de los interesados, costos por la implementación, entre otros criterios.

De igual forma, las iniciativas de responsabilidad social ligada a la agricultura están centrada en la mayoría por debates, conflictos y protestas derivadas de las preocupaciones medioambientales y los cambios en la sociedad actual. Muchos productores agrícolas realizan esfuerzos para cumplir con las exigencias impuestas por la sociedad, pero la realidad en muchos de los casos y que a pesar de que en muchos países esta práctica se ha institucionalizado siguen existiendo brechas y preocupaciones de estos aspectos ligados a la agricultura desligándose de las responsabilidades éticas propias de esta actividad.

Para finalizar muchos agricultores realizan esfuerzos individuales para manejar sus unidades de producción con prácticas sostenibles y responsables con el medio ambiente sin embargo para muchos este esfuerzo no es suficiente ya que no consideran las necesidades reales del entorno en el que se desempeña. Sus esfuerzos en muchos casos pasan desapercibidos, y sus productos son vendidos de manera anónima por lo que no obtienen beneficios reales derivados de su implementación y la motivación para este tipo de iniciativas es poca. Las empresas deben crear valor en el largo plazo, buscar un equilibrio entre los intereses económicos,

ambientales, sociales y legales para cumplir con las necesidades de todos los involucrados. Las prácticas de responsabilidad social empresarial debe ser una estrategia a implementar para la creación de empresas exitosas y sostenibles en todos los niveles.

4. REFERENCIAS.

Barrio, E. (2016). *La Gestión de la Responsabilidad Social Corporativa. El Caso de Unilever, España*. Tesis Doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona. Barcelona-España. Disponible en <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/384844/ebf1de1.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (Consultado: 30/11/2021).

Brammer, S.; Matten, D. y Jackson, G. (2012). *Corporate Social Responsibility and Institutional Theory: New Perspectives on Private Governance*. *Socio-Economic Review*, N° 10, pp. 3-28. Disponible en https://www.researchgate.net/publication/228445750_Corporate_Social_Responsibility_and_Institutional_Theory_New_Perspectives_on_Private_Governance (Consultado: 06/12/2021).

Cabral, V. y Montero, I. (2014). "La dimensión social de los objetos y procesos económicos". IX Jornadas de Estudios Sociales de La Economía: "La Dimensión Social de los Objetos y Procesos Económicos". Centro de Estudios Sociales de la Economía. IDAES, Argentina. Disponible en: http://www.idaes.edu.ar/pdf_papeles/Cabral,%20Victoria%20y%20Montero,%20Irene_Las%20empresas%20agr%C3%ADcolas%20multinacionales%20y%20su%20discurso%20sustentable.%20C2%BFResponsabilidad%20social%20o.pdf (Consultado: 01/12/2021).

Calderón, R. y Castro, J. (2015). *Acciones de la Responsabilidad Social Empresarial de las Agro-Empresas Ganaderas del Municipio Puerto López (Meta)*. Universidad de la Salle, Bogotá-Colombia. Disponible en: https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1117&context=adminstracion_agronegocios (Consultado: 20/11/2021).

Carrol, A. (1979). *A Three Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance*. *Academy of Managemet Review* 1979, Vol. 4, N° 4, 497-505. Disponible en https://www.researchgate.net/publication/303179257_A_Three-Dimensional_Conceptual_Model_of_Corporate_Performance (Consultado 22/11/2021).

Comisión de la Comunidades Europeas. (2001). *Libro Verde. Fomentar un Marco Europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas*. Bruselas, 2001. COM (2001). Disponible en https://itemsweb.esade.edu/wi/research/iis/pdfs_web/Libro_Verde.pdf (Consultado: 20/11/2021).

Cruz, A.; Prado, C. y Díez, F. (2014). *Por qué se Institucionalizan las Organizaciones*. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*. Volumen 23 pp. 22-30. Disponible en https://www.researchgate.net/publication/259520354_Por_que_se_institucionalizan_las_organizaciones (Consultado: 24/11/2021).

Díez, F.; Blanco, A.; Cruz, A.; Prado; C. (2014). *Efecto de la Responsabilidad Social Empresarial sobre la Legitimación de las Empresas*. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*, XLVII (2014) 325-348. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4639690.pdf> (Consultado: 17/11/2021).

DiMaggio, P. y Powel, W. (1983). *The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields*. *American Sociological Review*, Vol. 48, No. 2, pp. 147-160. Disponible en <https://www.uio.no/studier/emner/matnat/ifi/INF9200/v10/readings/papers/DeMaggio.pdf> (Consultado: 26/11/2021).

Duque, Y.; Cardona, M. y Rendón, J. 2013. *Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, Índices, Estándares y Certificaciones*. *Cuadernos de Administración*, Vol. 29, N° 50, pp. 196-206, julio-diciembre. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=225029797009> (Consultado: 28/12/2021).

Gallén, M. y Peraita, C. 2016. *Información de Responsabilidad Social Corporativa y Teoría Institucional*. *Revista Intangible Capital*, Universidad Politécnica de Catalunya, Vol. 12, N° 4, pp. 942-977. Disponible en <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=54953914001> (Consultado: 27/12/2021).

González, C. y Escala, L. (2014). *Modelos Organizativos e Isomorfismo Institucional entre Asociaciones de Migrantes Michoacanos en Los Ángeles, California*. *Migración y Desarrollo* Vol. 22, N° 22. pp. 91-122. Disponible en: <http://www.scielo.org.mx/pdf/myd/v12n22/v12n22a4.pdf> (Consultado: 29/11/2021).

Hajdu, A.; Gagalyuk, T.; Bukin, E y Petrick, M. (2021). *Determinants of Corporate Social Responsibility Among Farms in Russia and Kazakhstan: A Multilevel Approach Using Survey Data*. *International Food and Agribusiness Management Review*, Volume 24, Issue 4, pp. 697-716. Disponible en: <https://www.wageningenacademic.com/doi/epdf/10.22434/IFAMR2020.0197> (Consultado: 06/12/2021).

Hernández, C y Bonomie, M. (2010). *Responsabilidad Social Empresarial: Estrategia de Competitividad en el Marco de la*

- Globalización. *Revista Formación Gerencial*, Año 9 N° 1. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3297019.pdf> (Consultado: 25/11/2021).
- Herrera, J.; Larrán, J.; Lechuga, M.; Martínez, D. (2016). *Responsabilidad Social en las Pymes: Análisis Exploratorios de Factores Explicativos*. Barcelona, España. *Revista de Contabilidad*, Vol. 19, número 1, pp. 31-44.
- Kliksberg, B. (2016). *Ética para Empresarios*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Distal.
- Mazur, E. (2015). *The Application of Corporate Social Responsibility in European Agriculture*. *Miscellanea Geographica, Regional Studies On Development*. Vol. 19, N° 1, pp. 19-23. Disponible en <https://sciendo.com/pdf/10.1515/mgrsd-2015-0001> (Consultado: 23/11/2021).
- Meyer, J. y Rowan, B. (1977). *Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony*. *The American Journal of Sociology*, Vol. 83, No. 2 (Sep. 1977). Disponible en https://security.ufpb.br/gets/contents/documentos/meyer_rowan_teoria_institucional.pdf (Consultado: 24/11/2021).
- Mirabal, A. y Fernández, J. (2017). *La Responsabilidad Social Empresarial Bajo los Postulados de la Teoría Institucional: Análisis y Evidencias*. *Revista Espacio Abierto*, Vol. 26, N° 4, pp. 183-204. Universidad del Zulia, Disponible en: <https://produccioncientificaluz.org/index.php/espacio/article/view/23426/23610> (Consultado: 30/11/2021).
- Navarro, L. (2016). *La Responsabilidad Social Empresarial: Teorías que Fundamentan su Aplicabilidad en Venezuela*. *Revista Sapienza Organizacional*. Año 3, N° 6, Diciembre 2016. pp. 167-186. Disponible en <https://www.redalyc.org/journal/5530/553056828011/html/> (Consultada: 15/11/2021).
- Nope, W. (2008). *Responsabilidad Social Empresarial Aplicaciones en el Sector Agropecuario*. Universidad de la Salle, Bogotá-Colombia. Disponible en https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1019&context=administracion_agronegocios (Consultado: 10/11/2021).
- Oberto, T. (2007). *La Responsabilidad Social Empresarial y Reconocimiento de los Derechos Laborales*. *Revista de la Facultad de Ciencia Jurídicas y Políticas*, N° 3, pp. 139-167. Disponible en <http://servicio.bc.uc.edu.ve/derecho/revista/3-2007/art%205.pdf> (Consultado: 07/12/2021).
- Ortega, M.; Sabo, S.; Aranda, P.; Guernsey, J.; Zapien, A.; Portillo, G. y Rosales, C. (2016). *Agribusiness, Corporate Social Responsibility, and Health of Agricultural Migrant Workers*. *Frontiers in Public Health*. Vol. 4, Article 54. Disponible en <https://doi.org/10.3389/fpubh.2016.00054> (Consultado: 21/12/2021).
- Pernía, J. y Sanabria, M. (2021). *El Manejo Integrado de Plagas y Enfermedades en Cultivos como una Alternativa de Compromiso para el Cumplimiento de la Responsabilidad Social Ambiental en la Agricultura*. *Revista de Investigación de Ciencias Sociales*, Vol. 6, N° 1, Enero-Junio. Disponible en <https://revistas.uclave.org/index.php/dissertare/article/view/3170/1971> (Consultada: 07/12/2021).
- Restrepo, M. y Rosero, X. (2002). *Teoría Institucional y Proceso de Internacionalización de las Empresas Colombianas*. *Revista Estudios Gerenciales*, N° 84, julio-septiembre 2002. pp. 102-125. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/212/21208406.pdf> (Consultado: 29/11/2021).
- Victoria, M. (2011). *La Responsabilidad Social Empresarial como una Manifestación de la Empresa Agraria*. *Estudios Jurídicos de Derecho Agrario*. Gobierno de España. Pp. 37-65 Disponible en: https://www.mapa.gob.es/ministerio/pags/Biblioteca/fondo/pdf/95290_all.pdf (Consultado: 01/12/2021).
- Villafán, K. y Ayala, D. (2014). *Responsabilidad Social de las Empresas Agrícolas y Agroindustriales Aguacateras de Uruapan, Michoacán y sus Implicaciones con la competitividad*. *Revista Contaduría y Administración*, Vol. 59 N° 4, pp. 223-251. Octubre-Diciembre de 2014. Disponible en <https://www.elsevier.es/es-revista-contaduria-administracion-87-articulo-responsabilidad-social-empresas-agricolas-agroindustriales-S0186104214701615> (Consultado: 01/11/2021).