

La sustentabilidad corporativa tendencia estratégica para la innovación

María Angélica Cruz Reyes¹

*Alfonso Castillo Mora**

*Adriana Gabriel Cahue Olvera***

Resumen

Ante las emergencias del mercado global con un dinamismo que propicia incertidumbre, las organizaciones de no adaptarse pueden perder oportunidades de negocio y competitividad. En este sentido, la sustentabilidad corporativa puede ser esa tendencia para el rediseño de las estrategias e innovación empresariales.

El objetivo es describir las etapas históricas de la sustentabilidad y conceptualizar la sustentabilidad corporativa y cómo se han asumido sus elementos para el proceso de innovación en diferentes empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores. Para ello, primero se analizó teóricamente la sustentabilidad corporativa, después se estudiaron los elementos estratégicos para identificar cómo se han asumido los criterios de la sustentabilidad e innovación.

Entre los resultados se encuentran que si se diseñan estrategias para transitar a la sustentabilidad. A nivel global las empresas de la industria agroalimentaria han asumido a la sustentabilidad y la innovación como factores estratégicos para los negocios y la competitividad.

Palabras clave: sustentabilidad corporativa, innovación, industria agroalimentaria, estrategia.

Abstract

In the face of global market emergencies with a dynamism that leads to uncertainty, non-conforming organizations can lose business opportunities and competitiveness. In this sense, corporate sustainability can be that trend for the redesign of business strategies and innovation.

The objective is to describe the historical stages of corporate sustainability and how they have assumed their elements for the innovation process in different companies that are listed on the Mexican Stock Exchange. To do this, we first analyzed the corporate sustainability, and then the strategic elements were studied to identify how the sustainability and innovation criteria have been adopted.

Among the results, we find that if strategies are designed to move to sustainability. At the global level, agribusiness companies have assumed sustainability and innovation as strategic factors for business and competitiveness.

Keywords: corporate sustainability, innovation, agro-food industry, strategy.

¹ ** Instituto Politécnico Nacional / ESCA Unidad Tepepan

Introducción

El conocimiento, como recurso, ha existido siempre, pero en la actualidad se ha convertido en una estrategia competitiva de naciones, organizaciones y personas (Bernal, Forst y Sierra, 2014), mismo que es la base para comprender las necesidades y resolver problemas no sólo en las organizaciones sino individuales.

Una de esas necesidades es la comprensión de problemas complejos como son el calentamiento global y la pobreza a nivel mundial, para ello el sector de la academia y de la investigación han vertido una serie de aportaciones que dan cuenta del concepto, principios, elementos y criterios para transitar hacia la sustentabilidad, hoy por hoy se manifiesta la sustentabilidad corporativa. Así también, otro de los problemas que deben resolver las organizaciones es alcanzar rentabilidad, generar valor y ser competitivas, una de las respuestas es la innovación en procesos, productos, organizativas y de mercadotecnia (OCDE y EUROSTAT, 2006).

En estas dos aristas se centra el presente trabajo, con el objetivo de describir las etapas de la sustentabilidad, cuales son los factores que conducen a la sustentabilidad corporativa y cómo se han asumido sus elementos para el proceso de innovación en diferentes empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores. Las empresas a las que nos referimos son las de la industria agroalimentaria, por su carácter estratégico para la seguridad alimentaria y por su impacto en la economía del país. Consideramos aquellas que son globales, publican el informe integral o social y dan respuesta a más del 90% del mercado nacional (Cruz, 2016).

El objetivo del trabajo es describir las etapas históricas de la sustentabilidad y cómo se han asumido sus elementos para el proceso de innovación en diferentes empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores, para ello se analizaron cuatro criterios generales para la sustentabilidad corporativa según Hart (2007): 1) reducción de materiales, consumo y contaminación por el proceso de industrialización; 2) operación con transparencia; 3) desarrollo de nuevas tecnologías y 4) satisfacción de necesidades de las personas con las acciones puesta en marcha por las empresas estudiadas.

Sustentabilidad corporativa

Entre los motivos por los que se originaron programas a nivel mundial enmarcados por la sustentabilidad y el desarrollo sustentable fueron: los problemas de tipo ambiental, causados por las acciones que realiza el ser humano caracterizadas por la utilización de los recursos de manera indiscriminada y arbitraria. De acuerdo a la clasificación de los elementos de la naturaleza las consecuencias en cada uno de ellos se visualizan en:

1. La escasez del agua; por la contaminación de lagos, ríos, mares por el desecho de residuos sólidos urbanos y peligrosos, así como por la ineficiente distribución de la misma.
2. El aire con elementos dañinos; por la emisión de gases, químicos e insecticidas
3. Tierra dañada; deforestación, caza indiscriminada de animales, urbanización no planeada, pérdida del hábitat
4. Efectos por el fuego; incendios forestales, quema de residuos, entre otros.

Así como los problemas de tipo social como la pobreza y la inseguridad alimentaria, la FAO (1996) alzó la voz y dijo que era intolerable que más de 800 millones de personas de todo el mundo, y en particular de los países en desarrollo, no disponían de alimentos suficientes para satisfacer sus necesidades nutricionales básicas. Describió que ello, atentaba contra la seguridad alimentaria, misma que se pierde cuando las personas no tienen en todo momento acceso físico y económico a suficientes alimentos inocuos y nutritivos para satisfacer sus necesidades alimenticias y sus preferencias en cuanto a los alimentos a fin de llevar una vida activa y sana. Los países y las organizaciones deben crear condiciones para alcanzar una mayor producción de alimentos, la cual debe apegarse a la nueva reorganización que demandan los principios de la sustentabilidad y del desarrollo sustentable.

Desde que salió por primera vez en el Club de Roma² el término sustentabilidad o sostenibilidad³ el ámbito de la academia y de la investigación han realizado estudios y propuestas que han sumado en diferentes aspectos tales como definiciones, principios, elementos, factores, indicadores, evaluaciones y valuaciones, entre otros; como es el caso de la sustentabilidad corporativa, a

² También conocido como la Comisión Brundtland, creada por UN (Naciones Unidas), quien la dirigió fue la sueca Gro Harlem Brundtland.

³ Para este trabajo sustentabilidad y sostenibilidad serán tratados como sinónimos, bajo las consideraciones que la sustentabilidad implica la racionalidad en una triple cuenta de resultados; es decir, la esfera económica, la ambiental y la social.

continuación se presenta un cuadro a manera de síntesis para presentar conceptos de sustentabilidad, desarrollo y sociedad sustentable:

Cuadro 1
Aportaciones al concepto de sustentabilidad, desarrollo y sociedad sustentable

Autor y año	Conceptos
Club de Roma (1972).	La sustentabilidad, visualizada como una condición del equilibrio global.
Nuestro Futuro Común (1987).	Principios básicos de la sustentabilidad: I. La perspectiva global, II. La conexión entre ambiente y desarrollo, y III. La responsabilidad social entre la generación actual y las futuras, así como entre las diversas sociedades que habitan el planeta.
Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo (1987).	“Desarrollo sustentable” como "el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”.
Meadows, Meadows y Randers (1993).	Definen a la sociedad sustentable como aquella que puede persistir a través de generaciones que es capaz de no perder de vista el futuro con la suficiente flexibilidad y sabiduría como para no mirar su sistema físico o social de apoyo.
Leff (2002).	El desarrollo sustentable es un proyecto social y político que se dirige al ordenamiento ecológico y la descentralización territorial de la producción, así como de la diversificación de los estilos de vida. Es un proyecto de solidaridad intra-generacional, es una cuestión del ser y del tiempo.
Calvente (2007).	La sustentabilidad es un proceso para producir a un ritmo constante sin agotar los recursos que se utilizan y que se necesita para funcionar y no produce más contaminantes de los que puede absorber su entorno.
Hart (2007).	La sustentabilidad global es un catalizador de un nuevo asalto de destrucción creativa que ofrece oportunidades comerciales sin precedente.
Conferencia de Desarrollo Sustentable (2013).	La sustentabilidad exige un nivel de vida decoroso que no comprometa las necesidades de las futuras generaciones y se erradique la pobreza, que es el mayor problema que afronta el mundo.
Vera (2013).*	La sustentabilidad como un proceso social de cooperación.
Ley General del equilibrio ecológico y de la protección al ambiente art. 3°. Inciso XI (Última reforma publicada DOF 16-01-2014).*	El desarrollo sustentable es un: “proceso evaluable mediante criterios e indicadores de carácter ambiental, económico y social que tiende a mejorar la calidad de vida y productividad de las personas, que se funda en medidas apropiadas de preservación del equilibrio ecológico, protección del ambiente y aprovechamiento de recursos naturales, de manera que no se comprometa la satisfacción de las necesidades de las generaciones futuras”

Balaceanu y Apostol (2014).*	La sustentabilidad con una perspectiva fuerte, es normativa y ética en lugar de analítica y operacional, pues se centra en los aspectos relacionados con el desarrollo y la calidad de vida y no en la acumulación, el crecimiento del consumo, el crecimiento del Producto Interno Bruto.
(Polanco, Ramírez y Orozco, 2016, y Marková y Lesnicová, 2015)*	La sustentabilidad corporativa surge con el fin de aportar a la coherencia entre la ética, la responsabilidad social empresarial y el desarrollo sustentable en el ámbito de los negocios

Fuente: elaborado a partir de los autores enlistados en la columna 1. Parte del cuadro se encuentra en Cruz, et al. (2016)

Nota: * Conceptos que se anexaron al cuadro de Cruz, et al. (2016) para este trabajo

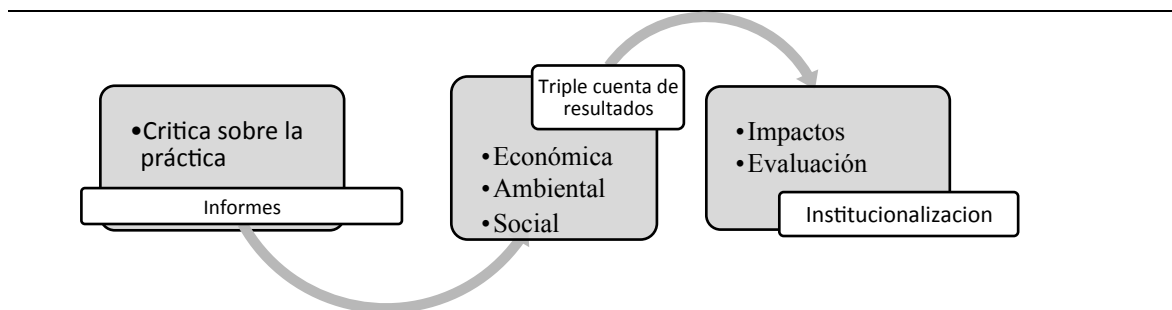
Con todo, la sustentabilidad corporativa, es la capacidad que tiene la organización para alinear los objetivos empresariales con los de la sustentabilidad mediante un proceso estratégico, el cual la llevará a conformar el futuro con criterios de sustentabilidad sin perder de vista los rendimientos esperados (Cruz, Vera y Meléndez, 2017).

Por otra parte, una gran parte de los artículos académicos que tratan de la sustentabilidad en las empresas, se centran en su evaluación, así la *International Association for Impact Assessment [IAIA]*, (2017) define que la evaluación de impacto es un proceso que identifica las consecuencias futuras de una acción presente o propuesta”, enfoque que han asumido sobre todo las empresas globales mediante el reporte social también llamado integral y en concordancia con el pacto mundial de las Naciones Unidas. En términos sociales Vanclay (2015) señala que los principios internacionales de la evaluación consideran que los impactos sociales incluyen los aspectos relacionados por una intervención planeada que afecta de manera directa e indirectamente a las personas mediante, mediante los sentidos cognitivos o físicos. Por tanto, puede incluir los impactos ambientales, es decir es importante considerar la evaluación ya que desde la perspectiva estratégica de las organizaciones si no hay una retroalimentación a las acciones planeadas no se puede mejorar el futuro.

Al respecto de la evaluación e informe de la sustentabilidad, Milne y Gray (2013) identifica tres etapas de los informes en una triple cuenta de resultados y como han sumada a la sustentabilidad corporativa. La primera versa sobre la crítica entre los informes y la práctica, en la segunda ya se define el concepto de la triple cuenta de resultados el compromiso empresarial y se incorporan indicadores como sinónimo de sustentabilidad corporativa y en la tercera etapa se institucionalizan los informes de sustentabilidad, ya que es evidente, cada vez más que la comunicación entre las partes interesadas es un detonador de comunicación y de rendición de cuentas.

Figura 1.

Etapas de los informes de la sustentabilidad en la empresa



Fuente: elaboración propia con referencia a Milne y Gray (2013).

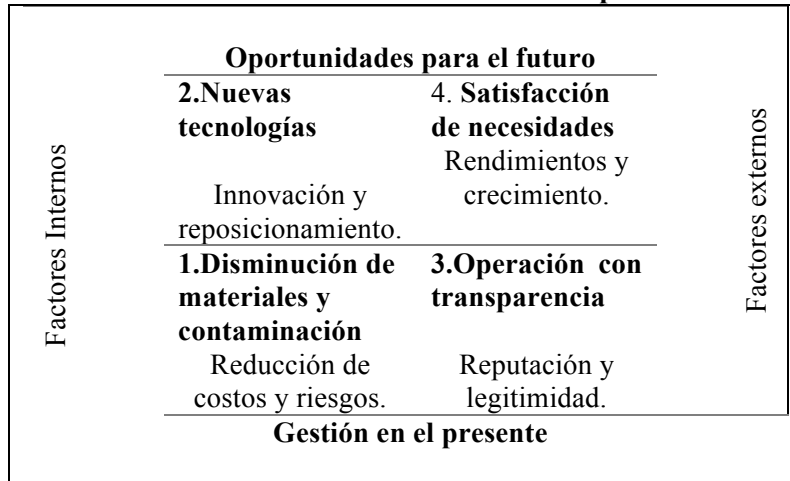
Por lo anterior, las estrategias para las organizaciones, según Hart (2007) deben diseñarse en el presente para visualizar oportunidades para el futuro, contextualizando los problemas que dieron origen a la sustentabilidad, sin perder de vista los objetivos de generación de valor no sólo para el accionista sino para las partes interesadas (Cruz, 2016). Así, las autoras consideramos que dos de los elementos fundamentales para generar oportunidades de negocio con innovación se deben asumir los criterios de la sustentabilidad corporativa.

Los criterios para la sustentabilidad en la empresa de acuerdo a Hart (2007) son:

1. La disminución de materiales y contaminación,
2. Nuevas tecnologías,
3. Operación con transparencia y
4. Satisfacción de necesidades.

Para transitar hacia la sustentabilidad con innovación, el conocimiento es un factor diferenciado para la competitividad y/o alcanzar una rentabilidad sostenida. Por ejemplo, en el manual de Oslo, se encuentra contenida la interrogante ¿Por qué las empresas innovan? (OCDE y EUROSTAT, 2006), y describen que los factores que propician nuevos conocimientos e innovación pueden ser diversos, entre los que se pueden enlistar son: el cambio en la eficiencia, la calidad, el producto, el mercado, la competencia, la distribución y la comercialización, entre otros. Pero, la finalidad última es descubrir oportunidades de negocio y generar valor. En esta tesitura no sólo valor económico sino sustentable (Cruz, Adam y Simón, 2014).

Figura 2.
Modelo de valor en una empresa sustentable



Fuente: elaboración propia a partir de Hart (2007:110)

La matriz anterior incluye el presente y el futuro con factores internos y externos, visualiza las oportunidades de negocio, y la generación de valor en una triple cuenta de resultados. Integra la perspectiva clásica del valor como la reducción de costos y el aumento de rendimientos, pero también la perspectiva sustentable, es decir, la inclusión de la transparencia, la reputación y la innovación.

La industria agroalimentaria, la evolución de la tecnología y del consumo alimentario

Conforme, al principio de la teoría de la “destrucción creativa” de Shumpeter, una vez que una entidad alcanza su madurez, se debe reinventar para seguir siendo motor de crecimiento y dar respuesta a las demandas del mercado a través de la innovación tecnológica con miras en la mejora de procesos, productos y satisfacción de necesidades. En el mismo sentido de la destrucción creativa, Foster y Kaplan (2001) refirieron que la empresa se reestructura de manera permanente por sus propias operaciones, ya que debe lograr rendimientos, hacer frente a la competencia y mantener el liderazgo en su industria o sector. Estas acciones han propiciado el desarrollo y la innovación.

En la producción y comercio de las empresas de la industria agroalimentaria, la tecnología y las pautas del consumo de alimentos son elementos para la competitividad. Por lo que las mejoras en las técnicas de producción basadas en innovaciones permiten incrementar los rendimientos y mejorar la calidad, principalmente en lo relativo a la homogeneidad de los productos y a la ausencia

de defectos físicos. Además, en tiempos más recientes la investigación y tecnología agrícolas tienden a modelos diferentes, basados principalmente en innovaciones de tipo biológico y biotecnológico, así como en tecnologías modernas de elaboración.

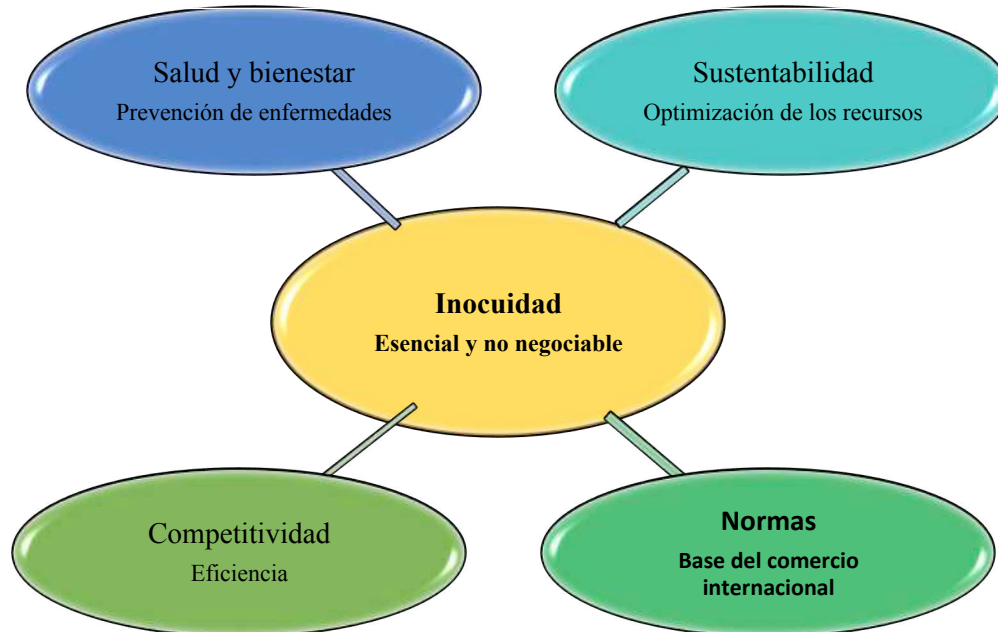
La industria de alimentos procesados en 2013 alcanzó un valor de producción de 137 182 millones de dólares (Mdd), el subsector de panadería y tortilla contribuyó con el 26.9%, el de granos y semillas oleaginosas con el 10.0% y el de preparación de frutas y legumbres alcanzó el 3.8%. Mientras que el tamaño de mercado en 2014 tuvo un valor de 67 451 Mdd, sólo la panadería alcanzó 27 177 Mdd, de dicho valor (Cruz, 2016)

También el comercio internacional implica una nueva manera de concebir el desarrollo de las naciones; por ejemplo mediante organismos internacionales como la ONU, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OCDE], el Banco Mundial, el Fondo Monetario Internacional (FMI), la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) o la FAO se han proyectado las llamadas meta-tendencias globales que invitan a las empresas a transitar hacia la sustentabilidad con innovación y así dar respuesta a las necesidades de una sociedad en un periodo determinado, estas son:

1. la salud y seguridad alimentaria;
2. la conveniencia, el patrón de consumo y la participación de la mujer en actividades laborales remuneradas;
3. la sofisticación y el uso de aparatos “electrodomésticos” y
4. el valor emocional, sabores y colores.

En conjunto la agricultura, ganadería, pesca y foresta y la industria de alimentos y bebidas en 2012 contribuyó al PIB con el 8.5% (SAGARPA, 2013), y se considerarse patrón de conducta por su rol como líder en la innovación de procesos y tecnología como por su gobernanza en la cadena de valor. Por su parte La industria agroalimentaria es estratégica para la economía de un país y para coadyuvar a la seguridad alimentaria, por lo que debe estar comprometida no sólo con el diseño estrategias para el futuro en la eficiencia para el uso y la productividad de los recursos como el agua o la energía, sino que las debe llevar a cabo con responsabilidad. De acuerdo con A. da Silva (2013) los conductores para innovar con tecnología sustentable en la industria agroalimentaria son:

Figura 2
Conductores para innovar tecnología sustentable



Fuente: A. Da Silva et al (2013).

La figura 2, considera a la inocuidad como punto fundamental y no negociable, es el fin último de la innovación. Así las agroindustrias, incluidas las empresas agroalimentarias para que ofrezcan alimentos inocuos, saludables, a costos accesibles y bajo una normatividad que genere transparencia a los consumidores deberán innovar con sustentabilidad, ética y responsabilidad.

Método

Con el fin de alcanzar el objetivo de describir las etapas históricas de la sustentabilidad y conceptualizar la sustentabilidad corporativa y cómo se han asumido sus elementos para el proceso de innovación en diferentes empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores.

Primero se analizó teóricamente la sustentabilidad, después se estudiaron los elementos estratégicos para identificar cómo se han asumido los criterios de la sustentabilidad e innovación, la investigación inició como un estudio descriptivo, cabe señalar que el método preponderante fue el analítico. Los factores resultaron de la comparación de los conductores de valor sustentable según

Hart (2007) y los conductores de innovación sustentable según A da Silva (2013), con las tendencias globales.

Cuadro 2
Comparativos de criterios para la sustentabilidad, conductores de innovación sustentable y tendencias globales para la agroindustria.

	Criterios de sustentabilidad	Conductores de innovación sustentable	Tendencias globales agroindustria
1	La disminución de materiales y contaminación.	Optimización de recursos.	Patrón de consumo, participación de la mujer.
2	Nuevas tecnologías.	Eficiencia.	Salud y seguridad alimentaria.
3	Operación con transparencia.	Base del comercio: normas.	Sofisticación y uso de aparatos electrodomésticos.
4	Satisfacción de necesidades.	Prevención de enfermedades.	Valor emocional, sabores y colores
5		Inocuidad.	

Fuente: elaboración propia, con base en Hart (2007) y A. da Silva, (2013).

En el cuadro dos se observa que entre los criterios de sustentabilidad y los conductores de innovación sustentable para las empresas existe una concordancia de constructos, tal es el caso de la optimización de los recursos, la transparencia, las tecnologías y la prevención, en cuanto a las tendencias globales la salud y la seguridad alimentaria es una corriente que da causa a la satisfacción de necesidades y prevención de enfermedades.

RESULTADOS

Generalidades de las empresas estudiadas

La empresa “B” se constituyó en de 1945, a 2016 contaba con 72 plantas 980 centros de distribución, opera 4500 productos con aprox. 100 marcas, y 130,913 empleados, cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores [BMV], de acuerdo al índice de globalidad de CNN Expansión en 2013 alcanzó 30 puntos y en 2017 subió a 30.8.

La empresa “G” se creó en 1971, cuenta con 100 plantas distribuidas en diferentes partes del mundo (112 países) tiene más de 100 productos y aproximadamente 20,000 empleados, es emisora de la BMV y su índice de globalidad es de 19.5 y 10.6 de los años 2013 y 2017 respectivamente.

La empresa “H” fue fundada en 1914, cuenta con 16 plantas, 22 centros de distribución y siete buques atuneros, con más de 25 marcas en 40 categorías y 1000 productos, en 18 países y 9,100 empleados. Cotiza en la BMV y su índice fue de 2.9 para 2013 y para 2017 bajó a 0.60.

Factor preferente de compra

En cuanto a la preferencia de compra y consumo de alimentos procesados de tres de las empresas agroalimentarias, de acuerdo al cuestionario que se aplicó a mujeres amas de casa y el cual está contenida en la tesis doctoral de (Cruz, 2016), se obtuvo que el factor de influencia para la compra de un alimento procesado es el sabor con un 38.5% del total de las mujeres entrevistadas, con el 24.9% es el precio, el 11.9% es por el contenido nutrimental, el 8.7% por la caducidad, 8.5% por la fidelidad a la marca, la publicidad se ubica como el último con el 7.5%. También, se obtuvo que el 50% de las entrevistadas dicen estar en desacuerdo que consumir alimentos procesados es más saludable que los naturales.

Análisis de la estrategia de innovación

Con el análisis se buscó conocer si las empresas cuentan con un área para investigación y desarrollo en que se basan para la estrategia de innovación, para ello se realizó un comparativo entre la visión de la innovación en la empresa, la tecnología y la investigación y desarrollo como medio.

Cuadro 4
Comparativo de estrategias sobre innovación de “B”, “G” y “H” por el año 2017

	Visión de la Innovación	Tecnología	Investigación y desarrollo
“B”	Identifica factores para la innovación: Indulgencia, salud y bienestar; fórmulas bajas en azúcar y aumento de fibra;	Innovación en maquinaria, equipo de transporte y procesos para eficientar materias primas, así como para el uso de agua, energía	Producto artesanal, Más vida de anaquel, Productos responsables y marcas Premium.

	adaptación de los cambios tecnológicos y cadena de valor	eléctrica, disminución de residuos sólidos.	
“G”	Como la única forma de mantenerse competitivo	Investigación y desarrollo para la molienda de maíz y la producción de tortilla, así como la ingeniería, diseño de plantas y construcción de las mismas.	Se han registrado casi 132 patentes, tres diseños industriales en México y uno en 15 países.
“H”	Con estrategias clave para mantener el posicionamiento de las marcas apoyados en el conocimiento de mercado.	Desarrolla infraestructura para mejorar la propuesta de valor de los clientes.	Innovación en productos, crecimiento mediante franquicias, adquisiciones.

Fuente: elaborado con base en Web Bimbo (2017), GRUMA (2017) y Herdez(2017).

“B” se conceptualiza como una empresa innovadora que mira hacia el futuro, la calidad, el valor de marca y la innovación son factores que contribuyen al crecimiento. La empresa “G” opera con cinco ejes reconocidos en la industria que miden tendencias en las preferencias del consumidor y la demanda en productos alimenticios: placer, salud, bienestar, conveniencia y ética, con la finalidad de obtener información para la innovación (web, Gruma, 2017). Finalmente, la empresa “H”, opera bajo cinco estrategias, donde la segunda es la innovación productos y crecimiento mediante el modelo de franquicias (Web, Herdez, 2017).

Análisis de las estrategias de negocio de empresas agroalimentarias

Con este estudio se buscó averiguar sobre las declaratorias que describen las acciones planeadas que realizan las empresas en dos aristas: la sustentabilidad y la innovación, se realizó un comparativo de lo que las empresas describían como modelo de negocio en 2003 y 2013, se dividió la información en una triple cuenta de resultados: la perspectiva de la esfera económica, la medio ambiental y la social.

Cuadro 3
Comparativo de estrategias de “B”, “G” y “H” por los años de 2003 - 2013

“B”	Económica	Medio ambiental	Social
Crecimiento y rendimiento A	De la eficiencia, competitividad y aumento del valor de las marcas A Una actividad empresarial para propiciar un crecimiento rentable y sustentable para todas las partes.	Del desarrollo de negocios enfocados en los micro empresarios, educación y reforestación A La disminución de la huella humana, conservación del entorno y manejo de residuos.	Del fomento del vínculo con los colaboradores A Un marco sustentado en prácticas responsables que generen valor a todas las partes relacionadas.
“G”	Económica	Medio ambiental	Social
Del negocio principal A La consolidación del	De la eficiencia operativa y reducción de costos y gastos A La creación de valor.	De énfasis en los beneficios y valor nutricional A Un modelo de declaratoria de sustentabilidad.	De la mejora continua de servicio a clientes y consumidores A La cadena de valor con líneas de comunicación, comercio justo y código de ética.
“H”	Económica	Medio ambiental	Social
De la responsabilidad social corporativa A	De la eficiencia operativa e incremento de la rentabilidad A La generación del valor para el negocio y concentración de esfuerzos en acciones relevantes para los grupos de interés.	De proteger al ambiente, mejorar la alimentación y dar cumplimiento normativo A La prioridad en el uso de productos agrícolas, maximizar el uso de recursos renovables y mitigar el impacto de las operaciones en el medio ambiente.	De las alianzas estratégicas con instituciones A Aseguramiento del cumplimiento de los parámetros de calidad en la cadena de valor.

Fuente: elaborado con base al Informe anual integrado por los años de 2003-2013. Consultados en: <http://www.grupobimbo.com/es/index.html>; en: <https://www.gruma.com/media/> y en: <http://grupoherderz.mx/file/2015/09/>

Poco a poco las empresas, en este caso con índice de globalidad han asumido en la estrategia de negocio constructos que dan cuenta de las acciones planeadas que transitan hacia la sustentabilidad corporativa.

Conclusiones

La teoría de la sustentabilidad, es relativamente reciente, inició con el término sustainability, a partir de 1972 se han forjado múltiples propuestas, en cuanto a comunicación, adopción de criterios y evaluación - diseño de indicadores de sustentabilidad en la empresa, con el objetivo de informar a las partes interesadas; hoy el reto es relacionar la sustentabilidad con la innovación como medio para alcanzar la competitividad, ya que los problemas del calentamiento global y erradicación de la pobreza es exclusivo de México sino que son globales, tal como lo delinea los principios de la sustentabilidad: global, interinstitucional y generacional.

Por otro lado, la agroindustria tiene retos provenientes de la competencia como la eficiencia para disminuir precios, aumentar la calidad e inocuidad de los alimentos, innovar máquinas, herramientas y procesos, administrar riesgos sistemáticos como las tasas de interés, tipo de cambio, inflación, tasa de desempleo, precio de los insumos y los no sistemáticos como las condiciones laborales, normas de producción, etiquetado y comercialización sector estratégico con ventajas y desventajas pero propicia condiciones para la seguridad alimentaria.

Por ello una empresa debe gestionar las etapas de transición a la sustentabilidad, en la que las partes relacionadas son copartícipes y debe conducirse bajo los principios de integridad en las acciones y la identificación de estrategias con miras a la innovación.

De acuerdo al objetivo planteado de describir las etapas históricas de la sustentabilidad para conceptualizar la sustentabilidad corporativa y cómo se han asumido sus elementos para el proceso de innovación en diferentes empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores, se aporta evidencia de que las empresas estudiadas si consideran los criterios de sustentabilidad corporativa como estrategia de negocio, asumen las estrategias de innovación para transitar hacia nuevas oportunidades de negocio con responsabilidad social y visualizando los impactos sociales económicos y ambientales por las acciones planeadas que diseñan para la generación de valor. Se encontró que las empresas estudiadas en contexto de la industria agroalimentaria a la sustentabilidad y sus criterios son considerados como una estrategia para el futuro, mientras que a la

innovación la consideran un medio para la sustentabilidad, en otras situaciones los dos son definidos como factores fundamentales para el crecimiento y generación de valor.

Referencias

- Bernal, T. C. A., Frost, G. J. S., y Sierra, A. J. S. (2014). Importancia de la gerencia del conocimiento: contraste entre la teoría y la evidencia empírica. *Estudios gerenciales*, 30, 65-72.
- Balaceanu, C., y Apostol, D. (2014). The perspective of concept sustainability. *Procedia social and behavioral sciences*. Elsevier Ltd. Open Access.
- Cruz, R. M. A., Adam, S. J. A., y Simón, D. N. (2014). *Valuación de organizaciones con una perspectiva sustentable*. En Ibarra, C., Olivas, J., y Leyva (Ed.). *Sustentabilidad, empresa y agroindustria: reflexiones y aplicaciones* (pp. 145-165). Jalisco, México: Umbral Editorial.
- Cruz, R. M. A. (2016). *Generación de valor sustentable en la industria agroalimentaria en México* (Tesis doctoral). México: UNAM/ FCA.
- Cruz, R. M.A., Adam, S. J.A., Juárez, G.J. A., y Simón, D. N. (2016). *Generación de valor sustentable*. En: Simón, D. N. y Rueda, P. I. (Ed.). *Hacia una administración sustentable*. México: UNAM/FCA Publishing: México.
- Cruz, R. M. A., Vera, M. P. S., y Meléndez, F. R. (2017). Decisiones financieras y multicriterio ante la sustentabilidad en la industria agro alimentaria en México. En XV Congreso del Instituto Internacional de Costos y 4 to Congreso Transatlántico de Contabilidad, Auditoría, Control de Gestión y Gestión de Costos. Lyon: Francia.
- Da Silva, C., Baker, D., Shpherd, Aa., Jenane, C., y Miranda, S. (2013). *Agroindustrias para el desarrollo*. Roma: Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación.
- FAO, Cumbre Mundial sobre la alimentación (1996). *Declaración de Roma sobre la Seguridad Alimentaria Mundial Y Plan de Acción*. Italia: FAO. Recuperado de <http://www.fao.org/docrep/003/w3613s/w3613s00.htm>
- FAO, Depósito de documentos (1997). *El estado mundial de la agricultura y la alimentación 1997. Departamento Económico y Social*. Recuperado de <http://www.fao.org/docrep/w5800s/w5800s12.htm>
- Foster R., y Kaplan s. (2001). *Destrucción creativa*. Ed. Doubleday (Original en Inglés).
- Hart, S. (2007). *El capitalismo en la encrucijada*. (1ra. Ed.). Barcelona, España: Ediciones Deusto. (Original en inglés, *Capitalism at the Crossroads. Aligning Business, Earth and Humanity*, 2007).

- International Association for Impact Assessment [IAIA], (2017). *Evaluación de impacto*. Recuperado de <http://www.iaia.org/>
- GRUMA. (2017). Innovación. Recuperado de <https://www.gruma.com/es/innovacion/investigacion-y-desarrollo.aspx?sec=1077>
- Grupo Bimbo (2017). *Página principal*. Recuperado de www.grupobimbo.com/
- Grupo Herdez (2017). *Conócenos, estrategia*. Recuperado de <http://grupoherdez.com.mx/conocenos/estrategia/>
- Ley General del Equilibrio Ecológico y de la Protección al Ambiente. Cámara de Diputados (2014). *Leyes Federales de México*. Recuperado de www.diputados.gob.mx
- Marková, V., y Lesníková, P. (2015). Utilization of Corporate Sustainability Concept at Selected Enterprises in Slovakia. En Business Economics and Management 2015 Conference, BEM2015, Procedia Economics and Finance 34 (2015) 630 – 637.
- Milne, M. J., y Gray, R. (2013). W (h)ither Ecology? The triple bottom line, the global reporting initiative, and corporate sustainability reporting.
- Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos [OCDE] y Oficina de Estadística de las Comunidades Europeas [EUROSTAT] (2006). *Manual de Oslo. Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*. Francia: OECD, EUROSTAT y Grupo Tragsa.
- Polanco, J., Ramírez, F., y Orozco, M. (2016). Incidencia de estándares internacionales en la sostenibilidad corporativa: una perspectiva de la alta dirección. *En Estudios gerenciales*, 32 (2016) 181–192.
- SAGARPA. Subsecretaría de alimentación y competitividad (2013). *Monitor agroeconómico e indicadores de la agroindustria. Dirección General de Logística y Alimentación: México*. Recuperado de www.sagarpa.gob.mx/agronegocios/Documents/MonitorNacionalMacro.nv.pdf
- Vera M. P. S. (2013). *La industria del cemento entre la sustentabilidad y la inestabilidad financiera: Cemex, Holcim y Lafarge* (Tesis de doctorado). Universidad Nacional Autónoma de México. Ciudad Universitaria. México.