

## **Motivaciones y tendencias para la implementación de responsabilidad social empresarial (RSE) en el sector hortofrutícola de México**

### **Motivations and tendencies for the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) in the produce industry of Mexico**

Bañuelos Torrónategui Karina Adalessa<sup>1</sup>, Avendaño Ruiz, Belem Dolores<sup>2</sup> y Martínez- Carrasco Pleite Federico<sup>3</sup>

**Resumen:** Este documento analiza los motivos que llevan a las empresas hortofrutícolas del noroeste de México a adoptar acciones de responsabilidad social empresarial (RSE), y su tendencia, a partir de la información generada en una encuesta aplicada a 30 empresas de Baja California y Sinaloa, además de entrevistas. La hipótesis sobre la que se construye el trabajo es que las empresas adoptan este tipo de medidas, presionados por el mercado a través de la cadena de distribución y no por una preocupación de bienestar de sus trabajadores. Se observa una tendencia incipiente a adoptar estándares de RSE.

**Abstract:** This paper analyses the motives that take the fruits and vegetables corporations in the Northwest of Mexico to adopt actions of CSR and the tendency. To achieve this, a survey was applied to 30 fruits and vegetables corporations in the areas of Baja California and Sinaloa, also semi-structured interviews were done. The hypothesis that underlines this work is that corporations adopt this measurement due to the market or the distribution chain pressure and not worried about the well-being of their workers. There is an incipient tendency to adopt standards of CSR, among the produce industry in Mexico

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial; estándares; condiciones laborales; *stakeholders*

### **La importancia del sector hortofrutícola en México**

México destaca a nivel mundial por ser un exportador de hortalizas y de frutas. En el año 2016 exportó 6, 681, 336 millones de dólares en hortalizas, posicionándolo en el tercer sitio después de

---

<sup>1</sup> Estudiante del Programa de Doctorado en Estudios Globales de la Facultad de Economía y Relaciones Internacionales, Universidad Autónoma de Baja California. E-mail: [karinaadalessa@gmail.com](mailto:karinaadalessa@gmail.com).

<sup>2</sup> Profesor Investigador de la Facultad de Economía y Relaciones Internacionales, Universidad Autónoma de Baja California. E-mail: [b\\_avendano@uabc.edu.mx](mailto:b_avendano@uabc.edu.mx)

<sup>3</sup> Profesor Investigador de la Facultad de Economía y Empresa, Universidad de Murcia, España. E-mail: [femartin@um.es](mailto:femartin@um.es)

China y Los Países Bajos. Así mismo, se situó como el quinto exportador de frutas con 5,540,524 millones de dólares, después de Estados Unidos (EEUU), España, Chile y Países Bajos (ITC, 2016). El destino de las exportaciones mexicanas es principalmente EEUU y Canadá. El 96% de las hortalizas y el 87% de las frutas tuvieron como destino EEUU; las exportaciones realizadas a Canadá por hortalizas equivalen al 1% y al 4% de frutas. Si se examina el comercio con América del Norte, México exporta dentro de este bloque el 97% de las hortalizas y el 91% de las frutas (ITC, 2017).

Dos estados referentes en producción de hortalizas y frutas en México son Sinaloa y Baja California, de acuerdo con SAGARPA (2011), Sinaloa se posicionó en primer lugar como exportador agropecuario y Baja California en el tercero. Sinaloa es productor de tomate, pepino, pimiento, chile y de las frutas el mango. Mientras Baja California es un exportador de tomate, pepino, fresas, espárragos, ajo, frambuesas, entre otros. Dicha producción se realiza principalmente en agricultura protegida.

Tanto Sinaloa como Baja California se destacan por tener un gran número de población ocupada en el campo tanto de manera permanente como eventual, las cifras de asegurados en el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) revelan que en 2016 se registraron ante esta entidad 30,571 trabajadores permanentes lo que representa el 17.2% a nivel nacional, lo que lo ubica en el tercer estado, solo después de Jalisco con 14.1% y Veracruz con una participación de 10.01% y Baja California aseguró a 11,677 (2.8%). No obstante, al contrastar el número de trabajadores eventuales en este sector, Sinaloa es líder a nivel nacional, recibió 31,643 trabajadores lo que significa un 17.2% a nivel nacional y Baja California afiliado 12,011 lo que representa el 6.5% (STPS, 2016).

Si bien es cierto este sector un generador de empleo en México, el cual dinamiza la economía, es necesario garantizar su sustentabilidad en el aspecto de bienestar de los trabajadores, el cuidado al medioambiente y tener en cuenta en la localidad donde operan. Estudios como el de Posadas (2015) demuestran las necesidades de mejorar las condiciones de trabajo y de vida de los trabajadores hortofrutícolas.

Por otra parte, la agricultura genera externalidades positivas y negativas. Las más conocidas son las negativas, como es el efecto de los plaguicidas y herbicidas. De acuerdo con el Censo Agropecuario 2007 el mayor uso de plaguicidas está en Sinaloa, Chiapas, Veracruz,

Jalisco, Nayarit, Colima, Sonora, Baja California, Tamaulipas, Michoacán, Tabasco, Estado de México, Puebla y Oaxaca, con el 80% de los plaguicidas totales (COFECE,2015). Otro de las externalidades negativas de la agricultura es sobre el agua, en su vertiente contaminación y la sobreexplotación de acuíferos o desertificación, en Baja California, ante las pocas lluvias anuales, los acuíferos de las zonas agrícolas de San Quintín, Camalú, y Maneadero se encuentran sobreexplotados. Esto representa un gran reto para los agricultores al tener que invertir en tecnologías ahorradoras de agua o desalinizarla.

### **La Responsabilidad Social Empresarial (RSE)**

El término responsabilidad social data de 1953 cuando el estadounidense Bowen publicó su libro “Las responsabilidades de los hombres de negocios”, éste marcó un parteaguas sobre el estudio de este tema en Estados Unidos y Reino Unido. Sin embargo, fue un poco antes de entrar al siglo XXI cuando adquirió mayor importancia al ser promovido por organizaciones como la ONU con el Pacto Mundial en 1999, el cual consiste en una invitación a las empresas para que adopten 10 principios básicos en materia laboral, de derechos humanos, medioambiente y lucha contra la corrupción.

Asimismo, la Organización para la Cooperación y Desarrollo (OCDE) publicó las líneas directrices de operación para las empresas transnacionales, apegadas a la Declaración Universal de los Derechos Humanos y a la Declaración de Río de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la cual fue actualizada en 2011 incluyendo capítulos sobre Derechos Humanos. Y por parte de la Unión Europea está la publicación del Libro Verde, en el cual se define Responsabilidad Social y que se espera de las empresas que operan en estos países.

Uno de los conceptos de RSE más aceptados en la academia es del Archie Carroll (1979), lo define como las expectativas que la sociedad tiene de las organizaciones en un punto dado en los campos económico, legal, ético y discrecional o filantrópico. De acuerdo con el autor la responsabilidad económica significa que una empresa deber ser rentables vendiendo productos y servicios que la sociedad desee a un precio justo. La responsabilidad legal hace referencia al cumplimiento de leyes y reglamentos, que la unidad económica opere dentro de marco jurídico que le establece un país.

La responsabilidad ética es hacer lo correcto, es la más difícil de cumplir porque no está

codificado en un reglamento o ley, es lo que la sociedad espera que ellas hagan. La responsabilidad filantrópica es el deseo de contribuir a la sociedad de manera voluntaria con el objetivo de ayudar a resolver un problema social o ambiental. Una empresa socialmente responsable es aquella que cumple ante la sociedad con las cuatro categorías descritas, por lo tanto, se considera que la RSC es un concepto dinámico. Este enfoque desarrollado por Carroll se le conoce como socioeconómico y es de los más aceptados.

Sin embargo, el término para esta investigación es que las empresas deben tener prácticas laborales apegadas a la normatividad del país, el respeto a los derechos humanos de todos los trabajadores, el cuidado y compromiso hacia el medioambiente, el compromiso con el desarrollo comunitario de la localidad donde operan y finalmente ofrecer productos saludables y de calidad al consumidor que no representen daños o riesgos por su consumo.

Un gran número de empresas transnacionales se han visto forzados adoptar medidas de Responsabilidad Social. En el sector alimentario empresas como Nestlé han adoptado programas de responsabilidad social a lo largo de su cadena de valor e incluso la multinacional Chiquita famosa por su producción de plátanos en Sudamérica se vio forzada, puesto que le documentaron las malas condiciones en las que vivían los trabajadores agrícolas (Prieto et al., 2006). Otro caso, es el las cadenas de supermercado británicas, quienes le pidieron a los agricultores de Kenia en África cumplir con el estándar de RS, la iniciativa de Comercio Ética (Barrientos, 2007).

Oros autores como Evan y Freeman (1988), sostienen que los motivos que llevan a las empresas a ser responsables son los mismos *stakeholders* (*Grupo de interés*). Estos pueden agruparse en dos grupos, los primeros la versión reducida, son aquellos que son vitales para la sobrevivencia y éxito de la empresa. Entre ellos gerentes, empleados, propietarios, clientes, la comunidad local y proveedores. La versión amplia, incluye aquellos grupos o individuos que pueden ser afectados por la corporación.

La existencia y reconocimiento de los *stakeholders* ha motivado que las empresas entren en un espacio de gobernanza que los ha llevado a articular diversas acciones de RSC. En ocasiones puede ser porque están convencidas de que es lo correcto, es decir de manera voluntario, pero otras lo hacen por estrategia para obtener una mejor reputación, minimizar riesgos. Otras lo hacen presionada por organizaciones no gubernamentales, por la coerción de la comunidad, por la presión de los competidores o incluso por regulaciones internacionales

(Amaeshi, 2012).

Actualmente mucha de las empresas de cualquier ramo está sujeta a la legitimización, la cual la buscan mediante diversos mecanismos que van desde; la filantropía, patrocinios, mecenazgo, informes, memorias de responsabilidad social, adhesión a iniciativas o pactos y la adopción de estándares ambientales y sociales. En el caso del sector agrícola es notorio la implementación de estándares, iniciativas, pactos y memorias de responsabilidad social.

### **Estándares de RSC en el sector hortofrutícola**

*Fair Trade* es un estándar para productos como café, banano, piña, algodón, azúcar, té, algunas hierbas, su objetivo es corregir el desequilibrio entre las relaciones comerciales y que el comerciante o distribuidor agrícola no se quede con la mayor parte de las ganancias. Este estándar es especial en el sentido que aquellos productores que consiguen certificarse obtienen el precio mínimo garantizado y la prima comercio justo. El primero como su nombre lo indica es el precio que se paga después de tomar en cuenta los costos de producción, al productor se le asegura que a pesar de los vaivenes económicos como son la oferta-demanda se le dará un precio justo mientras la prima se invierte en proyectos de mejora social, ambiental o de la comunidad, la decisión sobre cuál proyecto invertir se decide democráticamente en la misma empresa (Fair Trade, 2016).

En ocasiones el producto Comercio Justo puede ser más caro porque al productor se le está asegurando un precio mínimo ya pactado. Mientras el consumidor está dispuesto a pagar por ese producto, y las cadenas minoristas fijan el precio a vender el producto, pero siempre garantizando el pago mínimo. El sello o certificador de esta marca puede ser obtenido tanto pequeños productores, cooperativa como para grandes empresas, ellos tienen establecido una serie de criterios para cada uno de ellos y según el producto. A las grandes empresas se les exige condiciones laborales al menos las mínimas marcadas por la ley y libre asociación en el trabajo, entre otros criterios (Fair Trade, 2016).

*Rainforest Alliance* es una estándar con énfasis en el aspecto ambiental tales como la deforestación, en la protección a la vida silvestre, aunque también abarca aspectos laborales. Esta certificación es otorgada tanto a las fincas, como a productos forestales y empresas turísticas solo que para las fincas agrícolas es Rainforest Alliance Certified, el cual es un sello que puede

ser utilizado en los productos. Es utilizado en América Latina en países como Brasil, Guatemala, Perú, Costa Rica, México y en África Tanzania, Costa de Marfil, Kenia y Etiopia (Rainforest, 2016).

Una de las iniciativas más importante en México es el estándar Eleven River, el cual nació en 2009 en el seno de la Confederación de Agricultores del Rio Sinaloa (CAADES) con el objetivo de certificar a las empresas agrícolas en tres grandes ejes inocuidad, responsabilidad social y protección al ambiente. Este es un estándar de carácter holístico sin embargo llama la atención el énfasis que tiene en la calidad de vida de trabajador y garantizar un espacio digno para vivir.

Actualmente están certificadas 14 empresas del estado de Sinaloa, se espera que para finales de 2018 sean 30 empresas certificadas, lo que significará el treinta por ciento de las empresas asociadas a la CAADES, las cuales son las que constituyen el mayor grueso de las exportaciones sinaloenses (Eleven River, 2017). El distintivo está siendo promocionado en ferias internacionales, con los distribuidores en los Estados Unidos y los principales compradores con una estrategia de darlo a conocer y posicionarlo poco a poco como un enfoque integral que cubre todo lo que demanda los consumidores.

Otro estándar solamente agrícola es *EFI* la cual está tomando auge en la agricultura, fue creado por un consorcio de distribuidores, productores, grupo de trabajadores agrícolas y defensores para garantizar; un sustento digno a los trabajadores agrícolas y una fuerza de trabajo estable y profesionalmente capacitada para los productores y para asegurar mayor seguridad y sustentabilidad a los consumidores y detallistas. Este estándar pone énfasis en el trabajador, lo reconoce como una parte primordial en la cadena de valor, por lo cual señalan deben ser tratados con dignidad, capacitarlos constantemente para que de esa manera aumenten su productividad, mientras los consumidores están seguros de que obtienen productos inocuos y los accionistas de la empresa está comprometidos tanto con el bienestar del empleado como con la calidad del producto. Esta certificación es bien vista por minoristas como Costco y Whole Food (EFI, 2017).

Estos son los ejes en los cuales pone énfasis:

Condiciones de trabajo: la salud y seguridad de los trabajadores, la libertad de asociación, salarios justos, beneficios y condiciones de empleo, libertad de discriminación y represalias, solución de controversias, viviendas provistas por el empleador y protecciones para los

trabajadores.

Uso de pesticidas: tratan el manejo de plagas, suelo, agua y hábitat. El énfasis inicial está en usar un enfoque de Manejo integrado de plagas para minimizar el uso de plaguicidas peligrosos. EFI requiere informes completos sobre el uso de plaguicidas, incluida la cuantificación de los riesgos de los plaguicidas para los trabajadores y el medio ambiente.

Inocuidad: la higiene de los trabajadores, el uso del agua, las enmiendas del suelo, el uso de la tierra, los animales, la cosecha y las actividades posteriores a la cosecha (EFI, 2016).

Asimismo, está el distintivo del Centro de Filantropía Mexicano (CEMEFI), se otorga a cualquier empresa del sector, que promueva prácticas laborales respetando la ley, el respeto al medio ambiente, el involucramiento en prácticas de desarrollo comunitario y seguir un código de ética. En 2017 1, 505 empresas mexicanas obtuvieron el distintivo, 78 pertenecientes al sector agropecuario, de las cuales 16 son de Sinaloa y solo una en Baja California (CEMEFI, 2017).

Otra de las iniciativas de creación reciente, en 2015, fue la Alianza Hortofrutícola Internacional para el Fomento de la Responsabilidad Social (AHIFORES) con el objetivo de mejorar las condiciones laborales de los trabajadores agrícolas específicamente del hortofrutícola. AHIFORES en conjunto con SAGARPA (Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación) y el Consejo Nacional Agropecuario (CNA) el Distintivo de Empresas Agrícolas Responsable (DEAR) fue creado en agosto de 2017, cubre los temas de Bienestar Laboral, Social, Medioambiental, y de Infraestructura y Servicios. En el momento de la encuesta no se encontraron empresas con este distintivo porque es de creación reciente (DEAR, 2017).

### **Estándares de responsabilidad social empresarial como respuesta a las fallas de mercado**

Los estándares, iniciativas, códigos de conducta y plataformas de responsabilidad social en el sector agrícola tienen como finalidad la corrección de fallas de mercado presentes a lo largo de la cadena de valor y buscan lograr una mejor asignación eficiente de los recursos económicos entre quienes trabajan en el campo, así como limitar o aminorar el impacto de las externalidades negativas que genera una empresa, tal como es la contaminación ambiental, el desperdicio de agua por mencionar algunos, así como reducir los costos de transacción.

Messner (2002:32) afirma que los estándares, reglas y rutinas son esenciales para crear transparencia, de esta manera bajan los costos de transacción. Agrega que visto desde el modelo

neoinstitucionalista, las empresas usualmente son forzadas a operar con información limitada y de capacidad de procesos de información por consiguiente los estándares y las reglas generalmente aceptadas tienen la función salvaguardar la estabilidad en contextos de interacción complejos. Tener expectativas fiables es la base que necesitan las empresas para planear sus actividades de largo plazo como son la inversión. Cuando la presión es ejercida por los consumidores o las organizaciones no gubernamentales, es más recomendable llegar acuerdos sobre estándares globales vinculantes, que aceptar una situación marcada por la incertidumbre, la falta de reglas o normas que cambian constantemente.

### **Metodología**

Para generar la información sobre el avance en la implementación de estándares de RSE y su tendencia, se diseñó un cuestionario tipo y se aplicaron 30 encuestas durante los meses de julio a diciembre de 2017 en los estados de Sinaloa y Baja California, dos estados referentes en el sector de hortalizas y frutas como se mencionó anteriormente. En un primer momento la encuesta fue enviada vía electrónica, desde el portal de la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Murcia a finales de julio de 2017, con los datos proporcionados por el Directorio del Exportador de PROMEXICO. Cabe señalar que ésta es un área relativamente nueva, que no en todas las empresas existe, por lo que aún es más complicado que te den respuesta. Además, se realizaron entrevistas semiestructuradas a un aproximado de 15 encargados de inocuidad y de RSE de las empresas, en las fechas antes mencionadas.

### **Motivaciones para adoptar RSE**

Se les preguntó a las empresas cuales son los motivos que llevan a implementar motivos de RSE, esto en una escala de Likert 1 al 5. Donde 1 es muy poco importante, 2 poco importante, 3 neutral, 4 algo importante y 5 muy importante. La fiabilidad de las respuestas fue medida con la fórmula Alfa Cronbach

Donde K es el número de ítems,  $S_i$ =varianza del instrumento,  $S_t$ =varianza del número de ítems. Con una confiabilidad de 0.89.

El principal motivo para realizar acciones de RSE según las empresas es la preocupación por sus trabajadores, con una media de 4.54 y una media de 5 (tabla 1), lo que en la escala de



Likert se indicó como muy importante. El segundo motivo fue mejorar la imagen de su empresa. Esta respuesta rechaza nuestra hipótesis de que la principal motivación era la exigencia de los distribuidores o compradores, entre los que se encuentran las grandes cadenas minoristas y el sector institucional (Hoteles, restaurantes y catering). Como se puede observar la última motivación es acceder a financiación pública con una media de neutral.

**Tabla 1. Motivaciones de las empresas para implantar medidas de RSE**

MOTIVO	MEDIA	MEDIANA
Ventajas competitivas	4.03	5
Mayor rentabilidad	3.70	4
Permanecer en el mercado	4.20	5
Mejora la imagen de su empresa	4.30	4
Preocupación por los trabajadores	4.54	5
Preocupación por el ambiente	4.17	4
Responder al marco jurídico del país	3.97	4
Exigencia del consumidor	4.07	4
Exigencia de las cadenas de distribución	4.03	4
Acceder a financiación pública	2.97	3

Fuente: Elaboración propia con base en las encuestas.

Los entrevistados señalaron principalmente dos motivaciones, por requerimiento del cliente y mejorar la imagen de la empresa, lo que a su vez traía como beneficios menor tasa de rotación en la siguiente campaña agrícola. Los agricultores señalaban el temor a perder trabajadores y no poder contratarlos para la siguiente campaña.

Una entrevistada señalaba “El principal motivo es porque quieren que la gente se quede, es mano de obra que ya está capacitada y que nos va aportar más a la empresa, pero también en los últimos años es una demanda de los clientes, los clientes te piden que tengas esquemas de responsabilidad social para poder comprarte. Por ejemplo, ahorita nosotros tenemos Fair Trade, porque estamos buscando un nuevo mercado, entonces para poder acceder al el necesitamos esa certificación” (Entrevistado 1).

Referente al trato a los jornaleros un gerente agrícola manifestaba “se tiene que tratar bien a los jornaleros, porque si no tendremos una escasez, ellos tienen poder de elegir a donde ir, y si una empresa les da mal trato pueden decir no volver. Además, hay otros estados que están acaparando gente, Jalisco con las *berries*. Otros se van a otros trabajos como la construcción. Entonces años con año nomás se van los jornaleros hay que mejorar en cuestión de galeras y baños” (Entrevistado 2).

“Con esos programas nosotros vemos que el trabajador se compromete mucho más, se siente protegido, se siente escuchado, respaldado y tenemos mejores resultados, tenemos más permanencia y ven a la empresa como algo con propio, lo cuidan, lo protegen. No hacen el trabajo por compromiso sino por convencimiento” (Entrevistado 3).

### **Tendencia de Responsabilidad Social en el sector hortofrutícola**

De acuerdo con Fulponi (2006) para las cadenas minoristas, después de la inocuidad y la calidad, el tercer tema más importante es el cumplimiento de las normas sociales y laborales por parte de sus proveedores. Agrega que los líderes de las cadenas minoristas señalaron la dificultad de monitorear las normas laborales fuera del país de origen e incluso en Europa misma. Lidar con las condiciones laborales en los países en desarrollo es difícil porque las leyes laborales domésticas existen, pero a menudo no se cumplen, entre ellos el trabajo infantil.

En este sentido un productor señaló con otras palabras algo muy similar “Antes sólo te pedían calidad, pero entre más pasan los años más te piden, hoy te piden que se inocuo, que cuidemos mucho el tema de no niños laborando, y le van a agregando a sus listas de petición y agregando a la lista y hasta de dicen que quieren que mejores los albergues. La tendencia es a exigir más y más” (Entrevistado 4).

En la encuesta asimismo se les preguntó a las 30 empresas mencionar los estándares, iniciativas o plataformas de RSE a los cuales están suscritos, como se observa en la tabla 2 el 53% las empresas encuestadas no cuentan con alguna certificación de RSC. La certificación más utilizada es *Fair Trade* con 6 de las 30 empresas, seguida por el estándar Eleven River con 4, ESR CON 3. Una empresa adherida al Pacto Mundial, otra a EFI, una a Rainforest, otra a SEDEX y finalmente una a la de gestión ambiental de ISO 9001.

**Tabla 2. Tendencias de Estándares de RSC en el sector hortofrutícola**

<b>Estándar o Iniciativa</b>	<b>Número de empresas certificadas</b>	<b>Porcentaje</b>
FAIR TRADE	6	20.0
ESR	3	10
ELEVEN RIVER	4	13.3
PACTO MUNDIAL	1	3.3
EFI	1	3.3
RAINFOREST	1	3.3
SEDEX	1	3.3
ISO 9001	1	3.3
Empresas con más de 2 estándares de RSC	4	13.3
Sin estándar de RSC	16	53.3
Total de empresas encuestadas	30	100

Fuente: Elaboración propia con base en las encuestas.

## **Conclusiones**

Las empresas hortofrutícolas establecen programas de RSE en primer lugar, por la preocupación de cuidar a sus trabajadores, seguida por la exigencia de los clientes. Esto contrasta con nuestra hipótesis que la principal motivación era la presión del mercado o la cadena de distribución. Entre los beneficios de cuidar a los trabajadores se tienen: menor rotación, eficiencia en los procesos e incluso ahorros en insumos para la empresa.

La manera como los productores demuestran ante sus compradores el cumplimiento de RSE es mediante la adopción de estándares, lo cual desde el punto de vista de la corriente neoinstitucional disminuye los costos de transacción en la cadena de valor y proporciona certeza o fiabilidad.

Finalmente, se observa en el sector hortofrutícola mexicano, además de la tendencia a cumplir con estándares de calidad e inocuidad, la inclusión paulatina de los estándares de RSE, prueba de ello es el lanzamiento a nivel nacional de DEAR y el esfuerzo en Sinaloa de crear Eleven Rivers.

## **Bibliografía**

- Amaeshi, K., Nnodim, P., & Osuji, O. (2012). *Corporate Social Responsibility, Entrepreneurship, and Innovation* (Vol. 6). Routledge.
- Barrientos, S., & Smith, S. (2007). Do workers benefit from ethical trade? Assessing codes of labour practice in global production systems. *Third world quarterly*, 28(4), 713-729.
- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of management review*, 4(4), 497-505.
- CEMEFI (2017). Centro Mexicano para la Filantropía. Disponible en <https://www.cemefi.org/>. Consultado el 10 de octubre de 2017.
- COFECE (2015). “Reporte sobre las condiciones de competencia en el sector agroalimentario”. Comisión Federal de Competencia Económica. Ciudad de México. México. Disponible en <https://www.cofece.mx/cofece/index.php/prensa/historico-de-noticias/reporte-sobre-las-condiciones-de-competencia-en-el-sector-agroalimentario>. (Consultado el 4 de octubre de 2017).
- DEAR (2017). Distintivo Empresa Agrícola Responsable. <http://mexicocalidadsuprema.org/media/files/consulta-dear-2017.pdf>. Consultado el 12 de octubre de 2017.
- EFI (2017). Equitable Food Initiative. Disponible en [http://www.equitablefood.org/what\\_we\\_do](http://www.equitablefood.org/what_we_do). Consultado el 11 de octubre de 2017.
- Eleven Rivers (2017). Esquema Eleven River. <http://www.elevenrivers.org/espanol/esquema/>. Consultado el 12 de octubre de 2017.
- Entrevistas realizadas en Baja California y Sinaloa entre los meses de mayo a diciembre de 2017.
- Evan, W., & Freeman, R. E. (1988). Ethical theory and business. *A Stakeholder Theory of the Modern Corporation: Kant-ian Capitalism*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ., 75-93.
- Fair Trade. Fair Trade Certified. Disponible en <https://www.fairtradecertified.org/>. Consultado el 13 de octubre de 2017.
- Fulponi, L. (2006). Private voluntary standards in the food system: The perspective of major food retailers in OECD countries. *Food policy*, 31(1), 1-13
- ITC (2017). “Comercio bilateral entre México y Estados Unidos de América en 2016 Producto:

- TOTAL Todos los productos. International Trade Centre (ITC). Organización Mundial del Comercio y de las Naciones Unidas. Génova. Suiza. Disponible en <http://www.trademap.org/>. Consultado el 3 de octubre de 2017.
- Messner, Dirk (2002). The Concept of the “World Economic Triangle”. Governance Patterns and Options for Region, IDS Working Paper 173, Brighton: Institute of Development Studies.
- Posadas Segura, F. (2015). Obreros agrícolas migrantes en Sinaloa. *Región y Sociedad*, 27(63), 181-211.
- Prieto-Carrón, M., Lund-Thomsen, P. E. T. E. R., Chan, A., Muro, A. N. A., & Bhushan, C. (2006). Critical perspectives on CSR and development: what we know, what we don't know, and what we need to know. *International Affairs*, 82(5), 977-987.
- RainForest Alliance (2017). Rainforest Alliance 30 años. Disponible en <https://www.rainforest-alliance.org/lang/es>. Consultado el 11 de octubre de 2017.
- SAGARPA (2011). “Estimación de las exportaciones agroalimentarias a nivel de entidad federativa. Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca, Desarrollo Rural Pesca y Alimentación. México. Disponible en [http://www.sagarpa.gob.mx/agronegocios/Documents/pablo/Documents/Estima\\_Exp\\_Edo.pdf](http://www.sagarpa.gob.mx/agronegocios/Documents/pablo/Documents/Estima_Exp_Edo.pdf). Consultado el 1 de enero de 2018.
- STPS (2016). “Estadísticas del Sector”. Secretaría del Trabajo y Prevención Social. México. Disponible en <http://www.stps.gob.mx/gobmx/estadisticas/>. Consultado el 22 de septiembre de 2017.