

GESTIÓN AMBIENTAL Y RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL PROGRAMA DE ASISTENCIA ALIMENTARIA EN MEXICO DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS ENCARGADOS DE OPERAR LAS TIENDAS Y LOS BENEFICIARIOS

Katia Beatriz Villafán Vidales¹, Dante Ariel Ayala Ortiz², Rosalía López Paniagua³ y Yaayé Arellanes Cancino⁴

kbvillafan@fevaq.net

En México, en una tercera parte de los hogares se observa una moderada o severa pobreza alimentaria (ENSANUT 2012). Con el fin de cumplir con el primer objetivo del milenio de los Objetivos de las Naciones Unidas (erradicar el hambre y la pobreza extremas) desde 2013 el gobierno mexicano ha implementado el "Programa de Asistencia Alimentaria: Esquema Sin Hambre". El programa, que consiste en facilitar la adquisición de 18 productos básicos a los beneficiarios y sus familias, es operado por la Secretaría de Desarrollo Social y DICONSA. Este programa nacional no sólo satisface las necesidades alimentarias básicas de las personas más marginadas, sino que también genera empleos, articula diferentes actores y tiene un efecto positivo en el desarrollo de las comunidades.

Por lo tanto, la responsabilidad social del programa es evidente, entendida como el compromiso de los impactos que las acciones de los actores de operación generan en el contexto social y ambiental, por un comportamiento ético y transparente que contribuya al bienestar de la sociedad. Sin embargo no se sabe si los encargados de las tiendas y beneficiarios ¿perciben el valor social de este programa en sus comunidades?, ¿cuáles son las acciones de gestión ambiental que realizan los encargados de las tiendas? y ¿cómo

¹ Profesora-investigadora. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (México)

² Profesor-investigador. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (México)

³ Investigadora. Universidad Nacional Autónoma de México (México)

⁴ Investigadora. Cátedras CONACYT, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (México)

perciben los beneficiarios las acciones ambientales y socialmente responsables llevadas a cabo por los encargados de las tiendas?

El objetivo de este trabajo es identificar las acciones de gestión ambiental que se llevan a cabo en los distintos puntos de venta del país, así como analizar la percepción de los beneficiarios y los gerentes de las tiendas sobre la responsabilidad social de PAL-ESH. Para obtener la información fueron diseñadas dos encuestas utilizando la escala Likert (beneficiarios y tiendas director) y se aplicaron en más de 200 localidades mexicanas entre noviembre y diciembre de 2015.

Los resultados preliminares muestran que hay un alto valor de la percepción social del programa entre las tiendas de dirigentes y beneficiarios, pero pocas acciones de gestión ambiental. Sin embargo, estas acciones se perciben de manera diferente entre los actores.

BIBLIOGRAFIA

Encuesta Nacional de Salud y Nutrición. 2012. Resultados Nacionales. Cuernavaca, México: Instituto Nacional de Salud Pública (MX).

Organización de las Naciones Unidas. 2015. Objetivos de Desarrollo del Milenio Informe de 2015. Nueva York.