

"PARA CREAR COSAS BUENAS
PRIMERO HAY QUE CREER
EN ELLAS"



UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA DE
TAMAULIPAS



Al progreso que alcanza una empresa durante su tiempo de vida suele denominársele como desarrollo empresarial. Y es durante este proceso en el que se van aprendiendo e implementando estrategias para mejorar el desempeño de la empresa.

Alcanzar un determinado mercado, formarse una imagen corporativa, estimular ambientes de trabajo saludables tanto en lo económico como en lo emocional y aspiracional, optimizar el uso de recursos en el interior de la empresa, así como internalizar los costos generados por los desechos o residuos que son inherentes a los procesos de producción, certificación de procesos limpios e implementación de campañas de apoyo a la sociedad, son algunas estrategias que las empresas suelen implementar en su visión de convertirse en empresas socialmente responsables.

Este libro presenta estudios que explican cómo se están gestando y percibiendo las estrategias de desarrollo empresarial en el contexto mexicano y desde la perspectiva de la sustentabilidad. Debido a que esta temática es multidimensional, hemos seleccionado una serie de casos que analizan tanto el nivel local como el nacional.

El presente volumen, *Sustentabilidad Empresarial en México*, se integra por 10 documentos académicos que buscan ser un punto de referencia para el debate de la sustentabilidad dentro del proceso del desarrollo empresarial.



Sustentabilidad Empresarial en México

Sustentabilidad Empresarial en México



Compiladores:

Dionicio Morales Ramírez

Ricardo Tobías Jaramillo

Luis Jonás González del Ángel

Sustentabilidad Empresarial en México

Sustentabilidad Empresarial en México /Dionicio Morales Ramírez, Ricardo Tobías Jaramillo,
Luis Jonás González del Ángel - compiladores .—Cd. Victoria, Tamaulipas : Universidad
Autónoma de Tamaulipas ; Ciudad de México : Colofón , 2021.
187 págs. ; 17 x 23 cm.

1.

LC:

DEWEY:

Centro Universitario Victoria
Centro de Gestión del Conocimiento. Tercer Piso
Cd. Victoria, Tamaulipas, México. C.P. 87149
consejopublicacionesuat@outlook.com

Universidad Autónoma de Tamaulipas
Matamoros SN, Zona Centro Ciudad Victoria, Tamaulipas C.P. 87000
D. R. © 2021
Consejo de Publicaciones UAT
Tel. (52) 834 3181-800 • extensión: 2948 • *www.uat.edu.mx*



Fomento Editorial Una edición del Departamento de Fomento Editorial
de la Universidad Autónoma de Tamaulipas

Edificio Administrativo, planta baja, CU Victoria
Ciudad Victoria, Tamaulipas, México
Libro aprobado por el Consejo de Publicaciones UAT
ISBN UAT: 978-607-8750-36-8

Colofón S.A. de C.V.
Franz Hals núm. 130, Alfonso XIII
Delegación Álvaro Obregón C.P. 01460, Ciudad de México
www.colofonlibros.com • colofonedicionesacademicas@gmail.com
ISBN: 978-607-635-200-7

Se prohíbe la reproducción total o parcial de esta obra incluido el diseño tipográfico y de portada, sea cual fuera el medio, electrónico o mecánico, sin el consentimiento del Consejo de Publicaciones UAT.
Impreso en México • *Printed in Mexico* El tiraje consta de 350 ejemplares

Este libro fue dictaminado y aprobado por el Consejo de Publicaciones UAT mediante un especialista en la materia. Asimismo fue recibido por el Comité Interno de Selección de Obras de Colofón Ediciones Académicas para su valoración en la sesión del segundo semestre 2020, se sometió al sistema de dictaminación a “doble ciego” por especialistas en la materia, el resultado de ambos dictámenes fue positivo.

"PARA CREAR COSAS BUENAS
PRIMERO HAY QUE CREER
EN ELLAS"



UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA DE
TAMAULIPAS
—1950-2020—

Sustentabilidad Empresarial en México

Compiladores:

Dionicio Morales Ramírez

Ricardo Tobías Jaramillo

Luis Jonás González del Ángel



UAT



Fomento
Editorial





Ing. José Andrés Suárez Fernández
PRESIDENTE

Dr. Julio Martínez Burnes
VICEPRESIDENTE

Dr. Héctor Manuel Cappello Y García
SECRETARIO TÉCNICO

C.P. Guillermo Mendoza Cavazos
VOCAL

Dra. Rosa Issel Acosta González
VOCAL

Lic. Víctor Hugo Guerra García
VOCAL

Consejo Editorial del Consejo de Publicaciones de la Universidad Autónoma de Tamaulipas

Dra. Lourdes Arizpe Slogher • Universidad Nacional Autónoma de México | **Dr. Amalio Blanco** • Universidad Autónoma de Madrid, España | **Dra. Rosalba Casas Guerrero** • Universidad Nacional Autónoma de México | **Dr. Francisco Díaz Bretones** • Universidad de Granada, España | **Dr. Rolando Díaz Lowing** • Universidad Nacional Autónoma de México | **Dr. Manuel Fernández Ríos** • Universidad Autónoma de Madrid, España | **Dr. Manuel Fernández Navarro** • Universidad Autónoma Metropolitana, México | **Dra. Juana Juárez Romero** • Universidad Autónoma Metropolitana, México | **Dr. Manuel Marín Sánchez** • Universidad de Sevilla, España | **Dr. Cervando Martínez** • University of Texas at San Antonio, E.U.A. | **Dr. Darío Páez** • Universidad del País Vasco, España | **Dra. María Cristina Puga Espinosa** • Universidad Nacional Autónoma de México | **Dr. Luis Arturo Rivas Tovar** • Instituto Politécnico Nacional, México | **Dr. Aroldo Rodríguez** • University of California at Fresno, E.U.A. | **Dr. José Manuel Valenzuela Arce** • Colegio de la Frontera Norte, México | **Dra. Margarita Velázquez Gutiérrez** • Universidad Nacional Autónoma de México | **Dr. José Manuel Sabucedo Cameselle** • Universidad de Santiago de Compostela, España | **Dr. Alessandro Soares da Silva** • Universidad de São Paulo, Brasil | **Dr. Akexandre Dorna** • Universidad de CAEN, Francia | **Dr. Ismael Vidales Delgado** • Universidad Regiomontana, México | **Dr. José Francisco Zúñiga García** • Universidad de Granada, España | **Dr. Bernardo Jiménez** • Universidad de Guadalajara, México | **Dr. Juan Enrique Marcano Medina** • Universidad de Puerto Rico-Humacao | **Dra. Ursula Oswald** • Universidad Nacional Autónoma de México | **Arq. Carlos Mario Yori** • Universidad Nacional de Colombia | **Arq. Walter Debenedetti** • Universidad de Patrimonio, Colonia, Uruguay | **Dr. Andrés Piqueras** • Universitat Jaume I, Valencia, España | **Dr. Yolanda Troyano Rodríguez** • Universidad de Sevilla, España | **Dra. María Lucero Guzmán Jiménez** • Universidad Nacional Autónoma de México | **Dra. Patricia González Aldea** • Universidad Carlos III de Madrid, España | **Dr. Marcelo Urra** • Revista Latinoamericana de Psicología Social | **Dr. Rubén Ardila** • Universidad Nacional de Colombia | **Dr. Jorge Gissi** • Pontificia Universidad Católica de Chile | **Dr. Julio F. Villegas** • Universidad Diego Portales, Chile | **Ángel Bonifaz Ezeta** • Universidad Nacional Autónoma de México

Índice

Capítulo 1. La Responsabilidad Social Empresarial en el contexto mexicano	13
Capítulo 2. Percepción de las Empresas Socialmente Responsables: caso aplicado a estudiantes de la Universidad Autónoma de Guerrero	25
Capítulo 3. El desarrollo de capacidades para la gestión empresarial: hacia la administración sustentable	39
Capítulo 4. Capacidad absorptiva y aprendizaje organizacional: desarrollo de un modelo teórico para generar ventajas sostenibles en el sector farmacéutico mexicano	53
Capítulo 5. Oportunidades de emprendimiento de negocios digitales para la capacitación pedagógica-tecnológica en México: una perspectiva sustentable	69
Capítulo 6. Emprendimiento y género: un análisis de continuidad y perpetuidad en las microempresas mexicanas	89
Capítulo 7. El vestido artesanal en la vorágine de la industria de la moda: el caso de Oaxaca, ¿camino truncado al desarrollo sostenible?	111
Capítulo 8. Orientación sostenible en el emprendimiento de micronegocios en el sur de Veracruz	133
Capítulo 9. La sustentabilidad y las cadenas de valor en las empresas del sector agroalimentario	155
Capítulo 10. Sustentabilidad social en la cadena de suministro: un reto para países emergentes Latam	173

Prólogo

Al progreso que alcanza una empresa durante su tiempo de vida suele denominársele como desarrollo empresarial. Y es durante este proceso en el que se van aprendiendo e implementando estrategias para mejorar el desempeño de la empresa. Alcanzar un determinado mercado, formarse una imagen corporativa, estimular ambientes de trabajo saludables tanto en lo económico como en lo emocional y aspiracional, optimizar el uso de recursos en el interior de la empresa, así como internalizar los costos generados por los desechos o residuos que son inherentes a los procesos de producción, certificación de procesos limpios e implementación de campañas de apoyo a la sociedad, son algunas estrategias que las empresas suelen implementar en su visión de convertirse en empresas socialmente responsables.

Este libro tiene como objetivo presentar estudios que contribuyan a entender cómo se están gestando y percibiendo las estrategias de desarrollo empresarial en el contexto mexicano y desde la perspectiva de la sustentabilidad. Reconocemos que el análisis de la temática es multidimensional por lo que hemos seleccionado una serie de casos que llevan a cabo su análisis tanto a nivel local como nacional.

El libro es el resultado de un esfuerzo realizado por investigadores de la Universidad Autónoma de Tamaulipas (UAT), Universidad Nacional Autónoma de México, Universidad Autónoma de Guerrero, Universidad Autónoma de Nuevo León, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Universidad Autónoma de Chapingo, Universidad Autónoma de Veracruz, Instituto Politécnico Nacional y el Colegio de Posgraduados. Así como de la Red Nacional de Productividad Innovación y Competitividad Empresarial (REPICE). Todos ellos, coordinados por el grupo de investigación “Economía, Empresa y Medio Ambiente” de la Facultad de Ingeniería “Arturo Narro Siller” en la Universidad Autónoma de Tamaulipas.

El presente volumen, *Sustentabilidad Empresarial en México*, se integra por 10 documentos académicos previamente dictaminados por un proceso de pares de doble ciego, y busca ser un punto de referencia para el debate de la sustentabilidad dentro del proceso del desarrollo empresarial.

En el primer capítulo Ma. de Lourdes Cuellar Hernández y Dionicio Morales Ramírez hablan de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el contexto mexicano, para lo cual, muestran el concepto y su evolución, así como las principales certificaciones, adhesiones y distintivos que las empresas mexicanas pueden obtener. Además, encontraron que, en términos proporcionales, siguen siendo pocas las empresas mexicanas certificadas como socialmente responsables.

Siguiendo con el tema de la RSE, Rubén Hernández, Evelyn Janet Zavaleta Carbajal y Adela Solís Martínez, buscan identificar las percepciones sobre RSE en estudiantes de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Guerrero. Para lo cual, primero definen la RSE, los objetivos que esta persigue. Además, identifican las características de los estudiantes que forman un segmento de consumidores y elaboran un diagnóstico de las acciones de las empresas donde habitualmente consume este tipo de segmento.

En el tercer capítulo, María Angélica Cruz Reyes y Paola Selene Vera Martínez identifican las capacidades que deben tener los futuros profesionistas del área de administración para la gestión empresarial sustentable. Para alcanzar el objetivo, primero revisan la literatura en torno a la administración, las capacidades dinámicas y el aprendizaje, posteriormente realizan un trabajo empírico donde identifican los aspectos que demandan estudiantes de las áreas de conocimiento mencionadas, así como la perspectiva de profesionales que asesoran o administran una organización del sector privado respecto a la necesidad de transitar hacia la sustentabilidad.

Aracely de los Santos Gómez de la Casa y Dionicio Morales Ramírez presentan el cuarto capítulo, en donde proponen un modelo teórico para generar ventajas sostenibles en el sector farmacéutico mexicano a través del término de capacidad absorbente y aprendizaje organizacional. Para ello, hacen una revisión exhaustiva sobre ambos conceptos. El modelo propuesto, señala que para obtener ventajas competitivas sostenibles, la capacidad absorbente juega un papel fundamental para estimular el desarrollo de la empresa, además, la cultura organizacional se considera el insumo más significativo para la gestión eficaz del conocimiento y el aprendizaje, ya que la cultura corporativa determina valores, creencias y sistemas de trabajo que podrían fomentar o impedir tanto el aprendizaje como el intercambio de conocimiento que facilitan los procesos de innovación.

El quinto capítulo es elaborado por Ricardo Cristhian Morales Pelagio, Graciela Enríquez Guadarrama y María Angélica Cruz Reyes. Estos autores evalúan cuáles son las necesidades y requerimientos de los profesores que imparten clases de finanzas ante la contingencia sanitaria por COVID-19. Para ello, levantan información de profesores de la Facultad de Comercio y Administración de la UNAM. Sus resultados sugieren que hay una oportunidad para el emprendimiento de negocios digitales tanto para la capacitación de contenido académico como para la de pedagogía con recursos tecnológicos.

Elías Alvarado Lagunas y Juan Gerardo Chapa Barrera, en el sexto capítulo, estudian el emprendimiento en México desde una perspectiva de género. Su objetivo, es hacer una caracterización del microempresario mexicano y los

determinantes que lo motivaron a emprender un negocio, para lo cual, emplean la Encuesta Nacional de Micronegocios en un panel de datos de 2002, 2008, 2010, 2012 y mediante un modelo de regresión logística binaria, logran encontrar evidencia de que los motivos que llevan a las mujeres a emprender una microempresa, son diferentes respecto a los motivos de los hombres.

El séptimo capítulo, a cargo de Paola Selene Vera Martínez, Eduardo Martínez Mendoza y Miguel Ángel Reyna Castillo, nos habla de la industria del vestido artesanal de Oaxaca desde una perspectiva sostenible. El objetivo de este documento es analizar la problemática que enfrenta el segmento del vestido artesanal desde el marco de los sistemas socio-ecológicos. Entre sus hallazgos se encuentra que, si bien el segmento del vestido artesanal de Oaxaca tiene potencialidad para el desarrollo, se observa que los resultados de éste, traducidos en mejores condiciones de vida para las comunidades, son escasos.

El octavo capítulo es presentado por José Luis Sánchez-Leyva, Diana Edith Sánchez-Zeferino y Helena del Carmen Zapata-Lara, los cuales, llevan a cabo un estudio con enfoque cuantitativo, efectuado a empresarios de micronegocios ubicados en Coatzacoalcos, Veracruz, con la finalidad de analizar la importancia que ellos atribuyeron a diversos factores del ecosistema empresarial, asociados a la sostenibilidad de los negocios, al momento de tomar la decisión de emprender. A partir de estos resultados, se proponen estrategias que contribuyan a que los nuevos emprendimientos consideren los factores del ecosistema empresarial y que incidan directamente sobre la sostenibilidad de la empresa.

En el noveno capítulo, Karina Valencia Sandoval, María Magdalena Rojas Rojas y José de Jesús Brambila Paz, estudian la sustentabilidad en la cadena de valor de empresas del sector agroalimentario. Su objetivo es medir el interés en la implementación de prácticas sostenibles en las empresas u organizaciones que forman parte de una cadena de valor dentro del sector agroalimentario. Para cumplir con el objetivo planteado, se encuestaron, por medio de un instrumento de escala Likert, a personal de cargos medios y directivos de 36 micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs) de la cadena de valor del sector agroalimentario. Sus hallazgos indican que el concepto de sustentabilidad o sostenibilidad es relevante para las empresas del sector agroalimentario, independientemente de su tamaño y giro. Además, señalan que las empresas tienen interés en implementar aspectos del cuidado del medio ambiente, la protección de los recursos naturales, las prácticas de sostenibilidad, la investigación y el desarrollo en prácticas sostenibles, los empleos bien remunerados y las condiciones favorables a los empleados.

Por último, en el décimo capítulo, Miguel Ángel Reyna Castillo, Laura Esther Jiménez Ferretiz y Nadima Simón Domínguez estudian el compromiso

empresarial y la sustentabilidad social laboral desde el enfoque de capacidades de Amartya Sen dentro de la cadena de suministro en empresas de México y Colombia. La metodología empleada para su análisis fue a través de encuestas aplicadas a gerentes de la cadena de suministro de México y Colombia, así como el uso de ecuaciones estructurales. Los resultados estadísticos permitieron confirmar que existe una relación positiva y significativa entre la capacidad de sustentabilidad social laboral y el desempeño de la cadena de suministro. Existe evidencia de que comprometerse e invertir de forma permanente en los aspectos sociales de la cadena de suministro genera un retorno-beneficio en el desempeño social dentro de la cadena de suministro.

Dionicio Morales Ramírez
Líder del Grupo Disciplinar
Economía, Empresa y Medio Ambiente
FIANS-UAT

Capítulo 8

Orientación sostenible en el emprendimiento de micronegocios en el sur de Veracruz

José Luis Sánchez-Leyva
Diana Edith Sánchez-Zeferino
Helena del Carmen Zapata-Lara¹

Resumen

El emprendimiento de micronegocios, en un contexto cambiante y de incertidumbre como el que se vive en la actualidad, se ha convertido en una oportunidad para los individuos de hacer uso de sus competencias al tiempo que les permite allegarse de recursos económicos. Sin embargo, la esperanza de vida de las empresas, especialmente las de tamaño micro y pequeño, continúa siendo baja, lo que genera un círculo de apertura y cierre de empresas, hasta ahora, difícil de romper. El análisis que aquí se presenta muestra los resultados de una investigación con enfoque cuantitativo, alcance analítico y corte transversal, efectuado a empresarios de micronegocios ubicados en Coatzacoalcos, Veracruz, con la finalidad de analizar la importancia que ellos atribuyeron a diversos factores del ecosistema empresarial, asociados a la sostenibilidad de los negocios, al momento de tomar la decisión de emprender. Los resultados apuntan a que los empresarios concedieron una importancia media a dichos factores, y en la operación del negocio presentan tanto prácticas deseables para la sostenibilidad de la empresa, como prácticas de riesgo. A partir de estos resultados se aportan elementos para proponer estrategias que contribuyan a que los nuevos emprendimientos se realicen mediante una valoración objetiva de los factores del ecosistema empresarial que inciden directamente sobre la sostenibilidad de la empresa.

¹ José Luis Sánchez-Leyva, Diana Edith Sánchez-Zeferino y Helena del Carmen Zapata-Lara, de la Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Veracruzana, Campus Coatzacoalcos. Correo electrónico para comunicarse con los autores: *luissanchez01@uv.mx*

Palabras clave: *emprendimiento, micronegocios, sostenibilidad, ecosistema empresarial.*

Introducción

El desarrollo económico de los países depende de diversos factores, como un marco jurídico estable, los acuerdos comerciales y de cooperación económica que firme con otros países, la facilidad para emprender negocios, así como de un entorno empresarial sólido, competitivo e innovador que facilite y fortalezca la actividad económica. Por lo anterior, en los países en vías de desarrollo como México, es importante crear un ecosistema robusto, que se caracterice por incorporar a todo tipo de empresa a las cadenas de valor, a la vez que estas sean capaces de satisfacer la demanda de sus clientes y competir a nivel internacional (Secretaría de Economía, 2018).

En este sentido, de acuerdo al Monitor Global de Emprendimiento, para el periodo 2018/2019 (GEM), México tiene el segundo mejor entorno para emprender en América Latina, se posiciona en el puesto 23 de 54 dentro del Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI), pese a que advierte que las políticas y regulaciones dificultan el emprendimiento en el mercado nacional. De las 12 variables que el NECI califica, las mejor evaluadas en México fueron la infraestructura pública, con 7.46 puntos; la educación a nivel superior para el emprendimiento, con 6.45, y el funcionamiento del mercado interno con 6.26. En total, el país promedió una calificación total de 5.21 puntos (Ochoa y Guzmán, 2020).

La actividad emprendedora se refleja en los resultados mostrados por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en México existen poco más de 4 millones de micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs); donde las microempresas representan el 95.4% del total de las empresas del país, mientras que las pequeñas empresas conforman el 3.6% y las medianas, 0.8%; además de que su contribución al Producto Interno Bruto (PIB) ronda el 52% y generan un 72% del empleo formal (Reyes-Mercado, 2019). Estas cifras muestran la importancia de los nuevos emprendimientos en el desarrollo social y económico de México.

Aunque la esperanza de vida de estas empresas en México es de 7.8 años según el promedio nacional, en el estado de Veracruz es de 6 y de 5.8 en Coatzacoalcos (INEGI, 2020), por lo que es evidente la necesidad de proporcionar un acompañamiento adecuado que favorezca su crecimiento y consolidación, incentive la innovación y les permita acceder a nuevas oportunidades de negocio.

El panorama emprendedor en México permite visualizar que existe la necesidad de fortalecer la estructura de apoyos, la educación y vinculación, así como

el desarrollo tecnológico que favorezca el desarrollo de ventajas competitivas que conduzcan a la satisfacción de las necesidades sociales en las mejores condiciones y a la permanencia de las empresas nacientes.

Para el caso del sur de Veracruz, existe una complicada situación en materia de economía e inseguridad, de acuerdo con las declaraciones de los representantes de importantes asociaciones empresariales como el Consejo Coordinador Empresarial y la Asociación de Hoteles y Moteles del Sur de Veracruz, 2018 fue el peor año para Coatzacoalcos, ya que las circunstancias que enfrenta la región provocaron pérdidas económicas del 80% en las empresas, además de señalar que de los proyectos de alto nivel para la región, hasta el momento ninguno se ha formalizado y eso mantiene estancada la economía regional (Cancino, 2018).

En este sentido, el gobierno federal ha propuesto diversos proyectos derivados del Programa para el Desarrollo del Istmo de Tehuantepec que buscan la recuperación y consolidación económica de la entidad y de la región sur-sureste del país a través de la modernización de infraestructura férrea y portuaria, de esta manera, se pretende establecer el bienestar de la población local, reducir el estancamiento causado por la falta de inversión y fortalecer el impulso económico, social y cultural de la región (Gobierno de México, 2019).

En la actualidad, un nuevo reto para el ecosistema emprendedor será hacer frente a la pandemia por el Covid-19; por un lado se encuentra la recesión económica en México, es una realidad que los pronósticos de crecimiento han disminuido, se han frenado inversiones, se ha generado desempleo e incertidumbre, lo que impacta en la creación, crecimiento y consolidación de empresas; pero por otro lado, la pandemia también se convierte en una oportunidad para los micronegocios de aprovechar su flexibilidad para responder a los cambios del mercado con rapidez y creatividad, así como atender segmentos de mercado específicos.

Ante esto, se requiere identificar los elementos del ecosistema emprendedor para entender cómo es que se dan estas relaciones y su importancia en la generación de nuevos emprendimientos.

A partir de la problemática descrita, se ha planteado el siguiente cuestionamiento: ¿cuál es la valoración que los empresarios de micronegocios realizan sobre los factores del ecosistema empresarial asociados al emprendimiento sostenible, al momento de tomar la decisión de emprender? Con la finalidad de dar respuesta a lo anterior se estableció el siguiente objetivo de investigación: Diagnosticar la valoración del ecosistema empresarial para el emprendimiento sostenible, desde la percepción de los empresarios de micronegocios del sur de Veracruz.

Revisión de la literatura

El concepto de sostenibilidad empresarial evolucionó a partir de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), durante esta transición, se han originado elementos unificadores y de aceleración importantes -crisis económica mundial, el aumento de la desigualdad, los efectos del cambio climático, así como la presión que ejerce la sociedad civil organizada- que “han puesto en evidencia la necesaria articulación de una respuesta global por parte de todos los actores económicos” (Ancos, 2019).

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) han definido el nuevo marco global para el desarrollo sostenible y están dirigidos a todos los actores del planeta: gobiernos, empresas y sociedad civil (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 2015). Lo anterior, debido a que las soluciones aisladas y parciales han demostrado ser ineficaces, hoy se requieren estrategias globales e integrales que consideren alianzas público-privadas para el desarrollo sostenible y para dirigir la sostenibilidad.

“En búsqueda de la construcción de un modelo empresarial más sostenible, las empresas y emprendedores” se dedican a “formular proyectos que garanticen su éxito y les permitan expandir su modelo a otras regiones o sectores con el objetivo principal de generar un impacto positivo en la sociedad” y el medio ambiente (Torres-Salazar y otros, 2019).

Crals y Vereeck (2005); Cohen y Winn (2007) y Klein (2010), citados por Morales (2020) afirman que la sostenibilidad es un concepto que está orientado hacia el presente y futuro. El empresario debe tener la capacidad de minimizar el impacto negativo de sus actividades, logrando una empresa distinta con una gerencia transparente y ética que le permitan lograr reputación y buen funcionamiento en el mercado.

En este contexto, las empresas como entes sociales ayudan a configurar el modelo de sociedad que se requiere para enfrentar los desafíos del Siglo XXI, justamente, el sector empresarial ha encontrado en la sostenibilidad, la oportunidad de cambio y transición hacia una nueva forma de hacer negocios bajo esquemas que permitan convivir con el medio que las rodea: “promueven la inclusión social, optimizan la utilización de los recursos naturales y reducen el impacto sobre el medio ambiente, preservando la integridad del planeta para las generaciones futuras sin despreciar la viabilidad económica y financiera” (Sánchez, 2012).

También, Pinillos y Fernández (2011); Nidumolu, Prahalad y Rangaswami (2009); Kiron, Kruschwitz, Reeves y Goh (2012); Contreras y Rozo (2015), citados por Torres-Salazar y otros (2019) afirman que la sostenibilidad “es una estrategia competitiva que facilita y mejora la productividad de las empresas en aspectos sociales y ambientales”, de esta manera se convierte en “una ventaja que busca

alcanzar altos rendimientos durante un prolongado tiempo en las empresas, beneficiando la evolución corporativa”.

En este sentido, Sánchez (2012) afirma que la sostenibilidad empresarial se relaciona con la tarea de eliminar de forma progresiva los aspectos disfuncionales, tanto económicos como de modelo de negocio, de los siglos XIX y XX; además de fomentar la evolución hacia emprendimientos inclusivos que integren los esfuerzos y la participación conjunta de los grupos de interés, es decir, la sostenibilidad se convierte en el nuevo factor clave para la generación de nuevos emprendimientos de negocios que al impactar positivamente en el medio ambiente y en la sociedad, se vuelven compatibles y coherentes con los intereses de creación de riqueza financiera de los empresarios (Sepúlveda y Reina, 2016).

Hoy, la competitividad se mide en función de la sustentabilidad. Los países más competitivos son aquellos que logran la mejor integración “económica, social y ambiental en el largo plazo, asegurando la sustentabilidad del sistema humano y natural” (Calvente, 2007). Desde la teoría de los stakeholders, analizada por Sánchez (2012) y Freeman (1984) afirma “que la capacidad de una empresa para generar riqueza sostenible a lo largo del tiempo y, con ello, su valor a largo plazo, viene determinada por sus relaciones con sus grupos de interés”. Mientras que Post, Preston y Sachs (2002) indican que “los grupos de interés de una empresa son los individuos y colectivos que contribuyen, voluntaria o involuntariamente, a su capacidad y sus actividades de creación de riqueza y que, por lo tanto, son sus potenciales beneficiarios y/o portadores del riesgo”. En este grupo se incluye “a los accionistas, empleados, clientes, comunidades locales, administración pública, ONG y proveedores”.

[...] [La] teoría de los grupos de interés es una nueva forma de dirigir la empresa en la que se deben generar estrategias y políticas a través de códigos de conducta internos que garanticen que el desarrollo de sus actividades ordinarias sea sostenible y no impacte contra los derechos sociales y ambientales de los grupos de interés implicados, a la vez que debe tenerlos en cuenta en la definición de sus estrategias empresariales (Sánchez, 2012).

La participación de los grupos de interés supone un llamado a promover la coordinación de actores, con el objetivo de desarrollar una cultura de emprendimiento en cada región. Para ello, se requiere que esta comunidad de negocios, esté “apoyada por un contexto público de leyes y prácticas de negocios formada por una base de organizaciones e individuos interactuantes que producen, asocian ideas de negocios, habilidades, recursos financieros y no financieros” que

resultan en emprendimientos dinámicos que contribuyen al crecimiento económico del país y a la generación de empleos (Tuta y Ordoñez, 2017).

El éxito de un ecosistema requiere la interconectividad de las políticas y la interrelación dinámica entre los grupos de interés. Si tiene éxito, la sinergia resultante nutrirá la mentalidad empresarial fomentando el reconocimiento de nuevas oportunidades empresariales y el cultivo de ideas de negocios prometedoras para ser desarrolladas (Soto-Rodríguez, 2014). Por lo anterior, es necesario considerar los distintos aspectos que conforman el ecosistema emprendedor, así como las distintas interrelaciones que se generan entre sus componentes.

Ecosistema emprendedor

Las condiciones generadas por la pandemia vivida a nivel internacional durante 2020, han evidenciado una creciente problemática medioambiental y social que ha mermado la confianza de la población en la economía, las autoridades y en el modelo empresarial vigente. Esta crisis ha provocado cambios en los hábitos de salud, de comportamiento y de consumo, por lo que los emprendimientos deberán adaptarse e incorporar de manera consciente un enfoque responsable y sostenible, una nueva forma de ser empresa (EGADE Business School, 2020).

Mason y Brown (2014), Isenberg (2010) y Cohen (2006), todos citados por Sepúlveda y Reina (2016), afirman que “el ecosistema de emprendimiento hace referencia al conjunto de actores tales como entidades gubernamentales, organizaciones públicas y privadas, entidades financieras, instituciones educativas”, que de forma directa o indirecta interactúan para “conectar, mediar y gobernar el desempeño en un ambiente local de emprendimiento, facilitando la creación y el desarrollo sostenible de nuevas empresas”, donde, además, se asocian ideas de negocios, habilidades, recursos financieros y no financieros (Auletta y Rivera, 2011).

El ecosistema emprendedor es la combinación de elementos sociales, políticos, económicos y culturales que permiten generar un ambiente -físico o digital- que permite la interacción de los distintos actores (Forero, 2020), democratizando el acceso a la información y generando mayor cantidad de oportunidades (Programa Nacional de Emprendedores Sustentables [PROESUS], 2019). Por tanto, un ecosistema de emprendimiento debe generar sinergias por parte de los actores que se interrelacionan en un entorno específico, con el objetivo de favorecer la creación y desarrollo de empresas sostenibles que proporcionen valor y aporten al desarrollo económico de un país (Sepúlveda y Reina, 2016). Por lo anterior, es necesario crear un ecosistema que favorezca el éxito de los emprendedores a través de incentivos y regulaciones que faciliten la incorporación de todo tipo de empresas a las cadenas

de valor, de tal forma que permitan fortalecer el vínculo entre los distintos sectores económicos y la sociedad, para que, en conjunto, puedan contribuir al bien común.

La presente crisis sanitaria ha demostrado el impacto del medioambiente y la salud sobre los sistemas económicos, sociales y políticos, ha dejado claro que la sostenibilidad es un tema que debe atenderse desde la visión de gobiernos, empresas y sociedad civil, que es necesario invertir en desarrollo e investigación, así como desarrollar capacidades de innovación que eleven la competitividad de las empresas y el valor compartido con la sociedad.

Elementos del ecosistema emprendedor

De acuerdo con Isenberg (2010), los elementos que intervienen en un ecosistema empresarial ayudan a los gobiernos a enfocar sus esfuerzos para el abordaje del emprendimiento en forma conjunta y de acuerdo con un sistema holístico que propicie la creación y crecimiento de la empresa desde seis dimensiones: políticas, finanzas, cultura, servicios, capital humano y mercados, que se describen en la Tabla 1:

Tabla 1. Dimensiones de un ecosistema emprendedor fuerte

	Dimensión	Descripción
1	Políticas	Los gobiernos nacionales, regionales y locales deben coadyuvar en un sistema regulador donde se incentive la mentalidad y las actividades emprendedoras, mediante beneficios fiscales y acceso a instituciones de financiación.
2	Finanzas	Asegurar el acceso a la financiación para la innovación es un aspecto fundamental en la consolidación de un ecosistema de emprendimiento. Las instituciones de crédito, ángeles inversionistas, capital semilla, son algunas de estas fuentes de financiación orientadas al segmento de emprendedores.
3	Cultura	La generación de cultura emprendedora es un factor clave para el desarrollo de un ecosistema de emprendimiento. El ecosistema debe ser adecuado a las necesidades de un área geográfica, región o sector de la industria, el tipo de emprendedores o empresas a ser incentivadas, así como sus capacidades y habilidades.
4	Servicios	Incluyen la infraestructura de telecomunicaciones, transporte y energía, así como la existencia de parques tecnológicos, distritos industriales o zonas francas. También implican la disponibilidad de servicios profesionales de apoyo a las nuevas iniciativas en los campos legal, laboral, fiscal o tecnológico y la existencia de Entidades dedicadas a la promoción del emprendimiento.

	Dimensión	Descripción
5	Capital Humano	La capacitación a los entes que hacen parte del ecosistema de Emprendimiento, la educación en mentalidad, cultura y competencias específicas para emprender, son aspectos fundamentales debido a que se convierten en elementos claves que generan diferenciación y conducen a logros.
6	Mercados	Se refiere a la existencia de redes de emprendedores, tanto en el país como externas, dispuestas a contribuir a la consolidación del ecosistema.

Fuente: Elaboración propia con información de Isenberg (2010); Auletta y Rivera (2011); Hechavarria e Ingram (2014) y Soto-Rodríguez (2014); todos citados por Sepúlveda y Reina (2016).

Los desafíos para el desarrollo de un ecosistema emprendedor se vislumbran a partir de las realidades de los emprendimientos. Una, desde los entes gubernamentales, tendiente hacia la concepción de que cuando se emprende, así sea con enfoque social, debe asumirse como un negocio, otra, desde el mercado; si se asume solo como filosofía filantrópica es posible que no sea sostenible (Tuta y Ordoñez, 2017).

Isenberg (2011) afirma que, al fomentar un ecosistema emprendedor, una nación logra la prosperidad económica porque es la piedra angular que respalda las políticas públicas en materia de innovación, incubación de empresas, conglomerados empresariales, competitividad nacional y economías basadas en el conocimiento. Además, debido al hecho de que el emprendimiento ocurre dentro del contexto de sinergias económicas, políticas y culturales, cada uno es intrínseco a las particularidades de su entorno y, por lo tanto, a las métricas para evaluar su rendimiento (Soto-Rodríguez, 2014).

Finalmente, Mazzarol (2014) citado en Lozano (2017), enfatiza que “quizá el componente más importante de un ecosistema empresarial corresponde a las políticas gubernamentales, aquellas directamente relacionadas con tasas, servicios financieros, telecomunicaciones, transporte, mercados de trabajo, inmigración, industrias de soporte, educación y formación, infraestructura y salud”. Además, el autor agrega que los emprendimientos nuevos y las pequeñas “empresas desempeñan un papel significativo en la creación de empleos, lo que explica el interés de los gobiernos en las políticas que favorecen a estas empresas y también el fomento del espíritu empresarial”.

Desarrollo metodológico

Para analizar la valoración que los empresarios realizan del ecosistema para el emprendimiento sostenible de micronegocios en el sur de Veracruz, se diseñó un estudio con enfoque cuantitativo, alcance analítico y corte transversal. El objetivo general de la investigación fue: Diagnosticar la valoración del ecosistema empresarial

para el emprendimiento sostenible, desde la percepción de los empresarios de micronegocios del sur de Veracruz. Para distinguir la percepción de los factores del ecosistema empresarial con relación al sector de emprendimiento, se estableció la hipótesis:

H_0 : No existen diferencias debidas al sector económico de emprendimiento en la valoración de los empresarios de micronegocios respecto al ecosistema empresarial.

La técnica empleada para la obtención de la información fue la encuesta, mediante la aplicación de un cuestionario denominado: *Factores endógenos y exógenos para el emprendimiento de micronegocios*, dentro del cual se identificaron ítems específicamente relacionados al ecosistema para el emprendimiento sostenible.

Como unidades de análisis se consideraron a los empresarios de micronegocios ubicados en Coatzacoalcos, Veracruz, que fueran de reciente creación (de 0 a 2 años en el mercado) y jóvenes (de 3 a 5 años en el mercado), cuyo personal ocupado estuviera entre 1 y 5 personas, contaran con un establecimiento formal, estuvieran activos en el periodo enero de 2020, y con registro en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE). Los registros del DENUE indicaron la existencia en Coatzacoalcos, Veracruz, de 16 237 MiPyMEs dedicadas a diversos giros, de los cuales se identificaron 1177 micronegocios con establecimiento formal y personal ocupado de 1 a 5 personas. Conforme a los resultados de los Censos Económicos del INEGI (2014), se estimó que en esta región el 20.1% son negocios jóvenes o de reciente creación, por lo que se consideró una población de 237 micronegocios que poseen las características de la unidad de análisis.

Para el cálculo de la muestra se precisó un nivel de confianza de 95% y margen de error de 5%, mediante el uso de una calculadora de tamaño de muestra se obtuvo como resultado una muestra de 147 empresarios de micronegocios. Para la integración se empleó un muestreo no probabilístico, por conveniencia, a partir de la disponibilidad de los microempresarios para participar en el estudio.

Debido a que la técnica seleccionada fue la encuesta, se diseñó el cuestionario titulado: *Factores endógenos y exógenos para el emprendimiento de micronegocios*, elaborado a partir de las propuestas de Morales, Gutiérrez y Roig (Marulanda, Montoya, y Vélez, 2018), así como de los planteamientos teóricos propuestos por Gnyawali y Fogel (Álvarez y Urbano 2008).

El cuestionario se compone de 2 secciones:

- Sección 1: Datos generales de caracterización y de aspectos como financiamiento, endeudamiento, crecimiento e innovación, obtenidos con preguntas de opción múltiple y preguntas abiertas.

• Sección 2: Valoración de factores del ecosistema empresarial para el emprendimiento. En esta sección se ubican 32 ítems que se presentan a manera de afirmaciones, asociadas con un elemento del ecosistema empresarial, y que permiten identificar la valoración que el empresario realizó de dicho elemento al momento de tomar la decisión de emprender.

Para responder la sección dos, se emplea una escala tipo Likert con verbalización en los extremos. Los valores se establecen desde nada importante (1) hasta muy importante (5). Las dimensiones y subdimensiones que integran el instrumento se detallan en la Tabla 2.

Tabla 2. Dimensiones y subdimensiones que integran el instrumento

Dimensiones	Subdimensiones/indicadores	Ítems
Políticas	Esquema legislativo	10, 11, 16 y 24
	Gobierno	12-15
Cultura	Historias de éxito	6-8
	Normas sociales	9 y 32
Finanzas	Acceso a capital	1, 2 y 26-28
Capital humano	Fuerza laboral	3-5
Servicios	Asesoría de apoyo	25 y 30
	Organizaciones emprendedoras	31
Mercados	Competencia	17
	Proveedores	19
	Demanda	18
	Clientes	20-23
	Redes	29

Fuente: Elaboración propia.

El cuestionario se aplicó de manera autoadministrada durante el mes de enero de 2020 a empresarios de micronegocios en Coatzacoalcos, Veracruz. La confiabilidad del instrumento se valoró mediante el cálculo del coeficiente alfa de Cronbach, el resultado obtenido fue $\alpha=0.803$, lo que indica que la confiabilidad del instrumento es buena.

Resultados

Se obtuvo la participación de 149 empresarios de micronegocios, con lo cual se cubrió el tamaño de muestra requerido para el nivel de confianza deseado. Las características generales de estos participantes se presentan en la Tabla 3.

Tabla 3. Características de los micronegocios participantes

Criterio	Característica	Porcentaje
Sector del emprendimiento	Industrial	7%
	Comercial	55%
	Servicios	38%
Grado máximo de estudios	Primaria	1%
	Secundaria	4%
	Preparatoria	20%
	Licenciatura	56%
	Maestría	12%
	Doctorado	2%
	No respondió	4%
Número de productos que ofrece	Uno	44%
	Dos	23%
	Tres	5%
	Cuatro	10%
	Cinco	14%
	No respondió	4%
n=149		

Fuente: Elaboración propia.

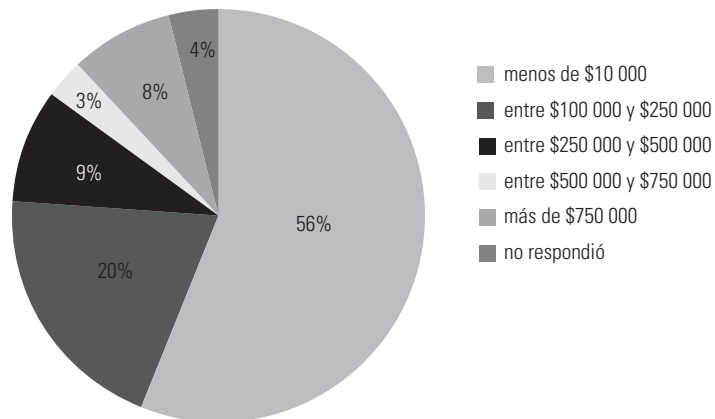
El principal sector donde se realiza el emprendimiento de estos micronegocios es el comercial con 55%, seguido del sector servicios, dentro del cual hay gran diversidad de negocios como agencias de viajes, inmobiliarias, asesoría profesional, publicidad, servicios de capacitación, servicios de alimentación, entre los más sobresalientes. Con una menor participación se ubica el sector industrial (7%).

Para caracterizar las prácticas de los micronegocios asociadas a la sostenibilidad de la empresa, se indagó respecto a aspectos de inversión, financiamiento, endeudamiento, crecimiento e innovación.

El monto de la inversión realizada para el emprendimiento se describe en la Figura 1. Se observa que la mayoría de los emprendimientos (56%) inician con una inversión que no excede los \$100 000, no obstante, la inversión que va desde los \$100 000 hasta los \$500 000 alcanza el 29% de los casos, lo que indica que se trata de negocios que requieren la adquisición de equipo, maquinaria o instalaciones especiales para su operación. Esta situación implica que, dada la magnitud de

la inversión y su consecuente riesgo, el empresario debe realizar una valoración cuidadosa de diversos aspectos antes de tomar la decisión de emprender.

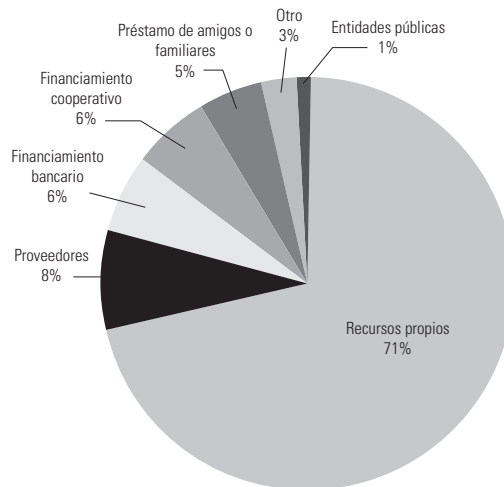
Figura 1. Monto de la inversión al emprender el negocio



Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a la fuente de financiamiento empleada para iniciar el negocio, el resultado se refleja en la Figura 2.

Figura 2. Principal fuente de financiamiento empleada para iniciar el negocio

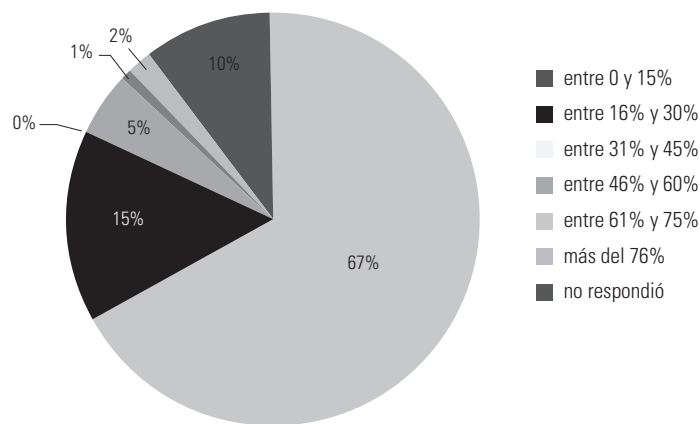


Fuente: Elaboración propia.

Se aprecia que el emprendimiento se ha realizado principalmente a partir de recursos propios, lo que supone una decisión audaz para el empresario, dado que esto representa muchas veces arriesgar el patrimonio familiar para iniciar un negocio. Sin embargo, en términos de la sostenibilidad del negocio, la decisión de emplear recursos propios representa una práctica que ofrece una ventaja pues permite emprender sin el compromiso de pagar una deuda ante una persona o institución, lo que da la oportunidad al nuevo negocio de gozar de mayor liquidez y reinvertir sus ingresos en el corto plazo para el fortalecimiento de la empresa. Entre las otras fuentes de financiamiento analizadas, se observó que el préstamo bancario, cooperativo o de amistades y/o familiares, tiene escasa incidencia, y con la menor frecuencia se encuentra el otorgado por entidades públicas (1%). Conforme se lleva a cabo la operación del negocio, y dado el comportamiento de los ciclos de flujo del efectivo, los micronegocios presentan diversos niveles de endeudamiento, su adecuado manejo representa una práctica clave para que el negocio siga en marcha, ya que un alto nivel de endeudamiento pondrá en riesgo la sostenibilidad de la empresa joven o de reciente creación.

Con relación al aspecto relacionado con el nivel de endeudamiento que reconocen estos micronegocios se resume en la Figura 3.

Figura 3. Nivel de endeudamiento



Fuente: Elaboración propia.

El porcentaje de endeudamiento que reconocen sobre la inversión se mantiene principalmente en un nivel sano (67% indican entre 0 y 15%), lo que representa una práctica saludable para la sostenibilidad del negocio, debido a que mantiene

bajo el riesgo de requerir recursos financieros para cubrir adeudos ante terceros, y permite orientar los recursos hacia la operación de la empresa. Sin embargo, debe analizarse con mayor detenimiento si el bajo nivel de endeudamiento es debido a una decisión del empresario o a una condición externa, como la imposibilidad de obtener créditos ante instituciones financieras o por parte de proveedores, de tratarse de esto último se está ante el riesgo de un estancamiento por falta de crédito o por su capacidad limitada de acceder a financiamiento. Otra práctica crucial para que el micronegocio pueda sostener su operación a través del tiempo tiene que ver con la generación de innovaciones, tanto en el desarrollo de nuevos productos como en el mejoramiento de sus procesos. Los resultados de este aspecto se resumen en la Tabla 4.

Tabla 4. Último logro de invención

Tipo	% de empresas
Ninguno	74%
Registro de marca u obtención de licencias	8%
Desarrollo de prototipos o patentes	3%
Obtención de reconocimiento nacional	3%
Obtención de reconocimiento Internacional	3%
Investigaciones o publicaciones especializadas	1%
Investigaciones en laboratorios o universidades	1%
Otro	1%
No respondió	5%
n= 149	

Fuente: Elaboración propia.

Los microempresarios reconocen en el 74% de los casos no estar llevando a cabo procesos de innovación al interior de sus negocios. Dentro de los que sí lo realizan, el registro de marca u obtención de licencias es el que se presenta con mayor frecuencia, pero es apenas un 8% de los casos. Esta práctica supone una condición de riesgo para la sostenibilidad del micronegocio, pues además de las vulnerabilidades en materia de recursos económicos y de las condiciones del ambiente externo, supone que desarrollan sus actividades sin la protección de su marca ni de sus procedimientos de operación, además de que no están generando nuevos productos que se anticipen a los cambios del macroambiente, lo que coloca a estas empresas en una posición de desventaja en el mercado.

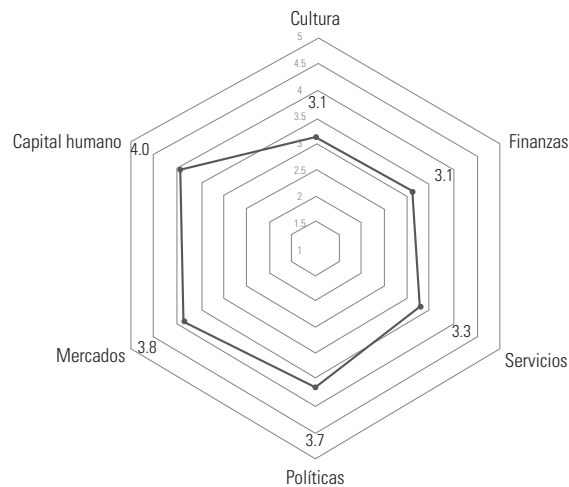
Los resultados del negocio se verán reflejados en el crecimiento de las utilidades, la Tabla 5 muestra la situación que presentan estas empresas.

Tabla 5. Crecimiento de utilidades en el último año

Nivel de crecimiento	% de empresas
Entre 0 y 5%	47%
Entre 6% y 10%	21%
Entre 11% y 15%	5%
Entre 16% y 20%	10%
Entre 21% y 25%	5%
Más del 25%	7%
No respondió	5%
n= 149	

Fuente: Elaboración propia.

Figura 4. Importancia de los factores del ecosistema empresarial en el emprendimiento con sostenibilidad



Fuente: Elaboración propia.

Se reconoce que el nivel de crecimiento de utilidades es bajo, en 68% de los casos no excede el 10% en el último año, sin embargo, esto puede deberse a que al ser empresas jóvenes o de reciente creación, se encuentran en una etapa de adaptación

al mercado y recuperación de la inversión. Debe ponerse especial atención en los resultados de los años posteriores, pues de mantenerse un nivel bajo de crecimiento sería indicativo de que la empresa no podrá sostenerse en el largo plazo, ya que no representa la rentabilidad esperada.

Para describir la percepción que los empresarios de micronegocios tienen sobre los factores del ecosistema empresarial, en la Figura 4 se concentran los resultados de valoración global, obtenidos a partir de la aplicación del instrumento.

A partir de la escala empleada, se determinó que valores entre 1 y 2 representan que el empresario otorga una importancia nula para el factor o dimensión, valores que van de 2.1 a 3 significan importancia baja, de 3.1 a 4 importancia media, y de 4.1 a 5 denotan alta importancia.

Se señala que las seis dimensiones que componen el ecosistema empresarial son valoradas con una importancia media, que es menor para los elementos de Cultura, Finanzas y Servicios, y más valorada en el caso de los aspectos del Mercado y del Capital Humano.

Para analizar cómo se integra la valoración dentro de cada dimensión, en la Tabla 6 se presentan los resultados obtenidos en cada uno de los indicadores que las componen.

Tabla 6. Resultados de la valoración del ecosistema empresarial para el emprendimiento sustentable

Dimensiones	Subdimensiones/indicadores	Promedio	Importancia
Políticas	Esquema legislativo	3.8	Media
	Gobierno	3.5	Media
Cultura	Historias de éxito	3	Baja
	Normas sociales	3.2	Media
Finanzas	Acceso a capital	3.1	Media
Capital Humano	Fuerza laboral	4	Media
Servicios	Asesoría de apoyo	3.5	Media
	Organizaciones emprendedoras	2.9	Baja
Mercados	Competencia	4	Media
	Proveedores	3.5	Media
	Demanda	3.9	Media
	Clientes	4	Media
	Redes	3.1	Media

Fuente: Elaboración propia.

De forma consistente con la valoración global se aprecia que, a excepción de dos elementos, los indicadores que componen las dimensiones son valorados con una importancia media en la decisión de emprendimiento. Los indicadores “Historias de éxito” y “Organizaciones emprendedoras” tienen una baja importancia para los empresarios al tomar la decisión de emprender. A partir de los valores que se obtuvieron, se tiene que son los elementos asociados con “Mercados” y las competencias del capital humano, en este caso, las habilidades del emprendedor, son más tomados en cuenta al iniciar el negocio.

En consecuencia, y con relación a la sostenibilidad de estos negocios, se aprecia que su prevalencia a través del tiempo se planea sustentándola en la capacidad del empresario para enfrentar los retos y tomar las mejores decisiones para la empresa, así como en la relación que se establezca con los clientes y las acciones ante la competencia.

Debido a que cada empresario valora de manera diferente los elementos que se han resumido hasta este punto, en la Tabla 7 se muestra la incidencia de los distintos niveles de importancia que se otorga a los elementos del ecosistema empresarial asociados a la sostenibilidad de los negocios.

Tabla 7. Nivel de importancia otorgado al ecosistema empresarial para el emprendimiento sostenible

Nivel de importancia	% de empresas
Nulo	5%
Bajo	17%
Medio	54%
Alto	23%
n= 149	

Fuente: Elaboración propia.

Sobresale que el 77% de los empresarios reconoce una importancia que va de media a alta en los factores del ecosistema empresarial, al momento de tomar la decisión de emprender. Esto representa que, de manera empírica, reconocen que existen aspectos que incidirán en la operación cotidiana del negocio y que a largo plazo pueden ser decisivos para su permanencia, por lo tanto, sí los han tomado en cuenta antes de asumir el riesgo de una nueva empresa.

Para distinguir la percepción de los factores del ecosistema empresarial con relación al sector de emprendimiento, se realizó un análisis de varianza (ANOVA), con un nivel de significancia $\alpha=0.05$. El resultado se muestra en la Tabla 8.

Tabla 8. ANOVA factores del ecosistema empresarial en relación al sector de emprendimiento.

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
F1 POLÍTICAS	Entre grupos	35.105	2	17.552	.194	.824
	Dentro de grupos	13122.537	145	90.500		
	Total	13157.642	147			
F2 CULTURA	Entre grupos	55.195	2	27.597	.245	.783
	Dentro de grupos	16302.988	145	112.434		
	Total	16358.182	147			
F3 FINANZAS	Entre grupos	119.405	2	59.702	.461	.631
	Dentro de grupos	18761.535	145	129.390		
	Total	18880.939	147			
F4 CAPITAL HUMANO	Entre grupos	182.355	2	91.178	1.014	.365
	Dentro de grupos	13033.719	145	89.888		
	Total	13216.074	147			
F5 SERVICIOS	Entre grupos	196.886	2	98.443	.625	.537
	Dentro de grupos	22836.222	145	157.491		
	Total	23033.108	147			
F6 MERCADOS	Entre grupos	104.693	2	52.346	.721	.488
	Dentro de grupos	10534.118	145	72.649		
	Total	10638.811	147			

Fuente: Elaboración propia, mediante SPSS 25.

En este caso, todos los valores del residuo Sig. son superiores al nivel de significancia establecido para la prueba (0.05), por lo tanto se acepta la hipótesis nula y se afirma que no hay diferencias entre la valoración de los factores de emprendimiento sostenible debido a los sectores en los que se desarrolla el negocio. Es decir, que, de manera indistinta en el sector industrial, comercial o de servicios, los emprendedores de micronegocios perciben de forma similar los elementos del ecosistema emprendedor.

Conclusiones

Al momento de emprender, los empresarios de micronegocios examinan diversos factores del ecosistema emprendedor que se asocian con el emprendimiento sostenible. En el caso de empresarios de micronegocios jóvenes y de nueva creación en Coatzacoalcos, Veracruz, el valor sobre la importancia que le han concedido a dichos elementos es medio. Dentro de los elementos a los que se concede mayor

importancia se encuentran los clientes y la competencia en el mercado, así como las características del capital humano, lo que significa que ha prevalecido la decisión de emprender motivada por las características personales (experiencia y conocimientos del empresario) ante la urgencia o necesidad de contar con una fuente de ingresos en el corto plazo o el aprovechamiento de una oportunidad de negocios en lo inmediato, antes que el análisis de las condiciones que permitan una operación en el largo plazo. Si bien la operación del negocio se realiza en condiciones que favorecen la sostenibilidad, como un bajo nivel de endeudamiento y el uso de fuentes de financiamiento de bajo costo, existen prácticas que se consideran un riesgo para que el negocio se mantenga con vida, como la ausencia de mecanismos de innovación y un bajo crecimiento en las utilidades anuales. Lo anterior evidencia la necesidad de que el empresario de micronegocios fortalezca sus prácticas de administración con un enfoque hacia el largo plazo, e incorpore en todas las áreas de la empresa, acciones que ayuden a consolidar el negocio. Esto implica el conocimiento del ecosistema empresarial y su continuo monitoreo, para anticiparse a los cambios que en este se presentan. Finalmente, la valoración que los empresarios realizan respecto a los elementos del ecosistema empresarial que se asocian con un emprendimiento sostenible, se percibe de manera indistinta al sector de emprendimiento, lo que sería indicativo de un proceso similar de toma de decisiones debido al tamaño de la empresa y no a las características de la actividad económica dentro de los sectores empresariales.

Referencias

- Calvente, A. M. (2007). *Sustentabilidad y competitividad global*. Universidad Abierta Interamericana, Centro de Altos Estudios Globales.
- Cancino, K. (11 de diciembre de 2018). “Violencia paraliza la economía; empresarios temen invertir”. *Diario de Xalapa*. Obtenido de: <https://www.diariodexalapa.com.mx/local/violencia-paraliza-la-economia-empresarios-temen-invertir-2785496.html>
- Comisión-Europea. (2019). *Para una Europa sostenible de aquí a 2030*. Obtenido de: https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/rp_sustainable_europe_es_v2_web.pdf
- Lozano, M. (2017). “Ecosistema empresarial”. *Revista internacional de administración. Estudios de la gestión*, 1(2), 61-86.
- Alcaráz-Rodríguez, R. (2011). *El emprendedor de éxito* (4ta ed.). México: McGraw-Hill.
- Ancos, H. (2019). Las empresas españolas como motores del desarrollo sostenible. Obtenido de https://www.fundacioncarolina.es/wp-content/uploads/2019/09/DT_FC_12.pdf
- Auletta, N., y Rivera, C. (2011). “Un ecosistema para emprender”. *Debates IESA*, XVI(4), 12-17.

- Becerril, F. (2020). "Mexico: Panorama del Emprendimiento para 2020". *NEO*.
Obtenido de <https://www.revistaneco.com/articles/2020/02/13/panorama-del-emprendimiento-para-2020>
- EGADE Business School . (2020). "Cuatro claves para que las empresas se adapten a la nueva realidad". *Entrepreneur*. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/353563>
- Forero, T. (24 de abril de 2020). "Rock Content". *Descubre qué es un ecosistema emprendedor y cómo se configura en México y Colombia*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/ecosistema-emprendedor/>
- Gobierno de México. (26 de abril de 2019). "Programa Istmo". Obtenido de Programa para el Desarrollo del Istmo de Tehuantepec: <https://www.gob.mx/programaistmo/articulos/programa-para-el-desarrollo-del-istmo-de-tehuantepec>
- INEGI. (2020). *Investigación*. Obtenido de Esperanza de vida de los negocios en México: <https://www.inegi.org.mx/temas/evnm/>
- Isenberg, D. (junio de 2010). "How to start an Entrepreneurial Revolution". *Harvard Business Review*, 88(6), 1-11.
- Isenberg, D. (2011). *The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship*. Obtenido de <http://www.revolution@babson.edu>.
- Martínez, B. (2019). "¿Cómo está el ecosistema emprendedor en México?" *Mejores empleos*. Obtenido de: <https://www.mejoresempleos.com.mx/articulos/como-esta-el-ecosistema-emprendedor-en-mexico/>
- Marulanda, V. F., Montoya, R. I., y Vélez, R. J. (junio de 2018). "El individuo y sus motivaciones en el proceso emprendedor". *Universidad & Empresa*, 36(21), 149-174.
- Morales, R. Y. (2020). *Propuesta metodológica para incorporar los criterios de desarrollo sostenible en el ecosistema emprendedor del municipio de Ibagué-Tolima*. Universidad EAN.
- Naciones Unidas México. (29 de enero de 2020). "OIT: Un leve aumento del desempleo en América Latina y el Caribe, que podría empeorar en 2020". Obtenido de <https://www.onu.org.mx/oit-un-leve-aumento-del-desempleo-en-america-latina-y-el-caribe-que-podria-empeorar-en-2020/>
- Organización de las Naciones Unidas [ONU]. (2015). Obtenido de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>
- Otero, F. S., y Taddei, B. C. (2018). "Competitividad de empresas familiares". *Interciencia*, 43(4), 236-241.
- Plata, S. (28 de noviembre de 2019). "El emprendimiento para fortalecer la economía en 2020". *Cio México*. Obtenido de <https://cio.com.mx/el-emprendimiento-para-fortalecer-la-economia-en-2020/>
- Programa Nacional de Emprendedores Sustentables [PROESUS]. (2019). "Guía para el desarrollo de emprendedores sustentables". *Visión Sustentable*. Obtenido de

- <https://www.visionsustentable.com/2019/12/11/guia-para-el-desarrollo-de-emprendedores-sustentables/>
- Reyes-Mercado, P. (4 de septiembre de 2019). “Los retos de las PyMEs y el crecimiento”. *El Universal*. Obtenido de <https://www.eluniversal.com.mx/opinion/pavel-reyes-mercado/los-retos-de-las-pymes-y-el-crecimiento>
- Sánchez, S. N. (2012). “La sostenibilidad en el sector empresarial. Importancia de los distintos grupos de interés en el proceso de cambio”. Obtenido de <https://upcommons.upc.edu>
- Secretaría de Economía. (1 de marzo de 2018). *Las MiPyME en México: retos y oportunidades*. Obtenido de Privado: Blog del Emprendedor: <https://www.inadem.gob.mx/las-mipyme-en-mexico-retos-y-oportunidades/>
- Secretaría de Economía. (31 de marzo de 2020). Obtenido de Unidad de Desarrollo Productivo (UDP): <https://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/unidad-de-desarrollo-productivo>
- Sepúlveda, R. C., y Reina, G. W. (2016). “Sostenibilidad de los emprendimientos. Un análisis de los factores determinantes”. *Revista Venezolana de Gerencia*, 21(73), 1-23.
- Simon, V. M., Revuelto, L. T., y Medina, A. L. (2012). “La influencia de la formación, la experiencia y la motivación para emprender en la supervivencia de las empresas de nueva creación”. *Estudios Gerenciales*, 28, 237-262.
- Soto-Rodríguez, E. (2014). “Entrepreneurial Ecosystems as a Pathway towards Competitiveness: The Case of Puerto Rico”. *Competition Forum*, 12(1), 31-40.
- Torres-Salazar, P. L., Miranda, A. Y., Manga-García, L. V., Flórez-Mercado, X. M., Gómez-Hernández, M. M., Narváes-Arrieta, A. M., . . . Flores-Donado, J. P. (26 de agosto de 2019). “La competitividad y la sostenibilidad de las Scale-ups de Latinoamérica”. *Espacios*, 40(28), 21-36.
- Tuta, L., y Ordoñez, M. (2017). “Ecosistemas dinámicos para el emprendimiento: una revolución integradora”. *URBE*, 14(1), 29-43.

Sustentabilidad Empresarial en México de
Dionicio Morales Ramírez, Ricardo Tobías Jaramillo, y
Luis Jonás González del Ángel,
publicado por la Universidad Autónoma de Tamaulipas y Colofón,
se terminó de imprimir en diciembre de 2020 en los talleres de
Ultradigital Press S.A. de C.V. Centeno 195, Col. Valle del Sur, C.P. 09819,
Ciudad de México. El tiraje consta de 350 ejemplares impresos de forma
digital en papel Cultural de 75 gramos. El cuidado editorial estuvo a cargo
del Consejo de Publicaciones UAT.