



INSTITUTO TECNOLÓGICO DE SONORA
Educar para Trascender

“La sostenibilidad empresarial y su relación con la competitividad en MiPyMES comerciales de insumos agropecuarios en el sur de Sonora.”

Tesis que para obtener el grado de Maestra en Gestión Organizacional

Presenta

Karen Cristina Angulo Romo

Ciudad, Sonora

Junio de 2017

RESUMEN

En la última década, la relación entre el rendimiento de la sostenibilidad y la competitividad de las empresas ha recibido considerable atención. Esto como consecuencia de los cambios que frecuentemente se viven y afectan el desarrollo de las organizaciones. Consecuente a ello, las organizaciones -especialmente las empresas- han decidido implementar los principios de la sostenibilidad en sus procesos y actividades con el objetivo de seguir figurando en el mercado e incrementar su competitividad. No obstante, la relación entre sostenibilidad y competitividad no es clara aún, es decir, no se tiene una certeza de cómo se comportan estos fenómenos en conjunto dentro de las empresas. Por tanto, el presente documento tiene como objetivo analizar la relación entre la sostenibilidad empresarial con respecto a la competitividad en su nivel micro. Es por ello que esta investigación es de carácter explicativo y descriptivo con un enfoque cuantitativo, así mismo tiene lugar en 100 MiPyMES comerciales de insumos agropecuarios establecidas en el sur de Sonora. Para llevar a cabo el análisis se aplicó un instrumento a los encargados de la toma de decisiones, el cual consta de 75 ítems. Como resultado principal se encontró que en estas entidades económicas existe una relación positiva y modernamente significativa entre las variables. Cabe mencionar que la dimensión Social de la sostenibilidad –a diferencia de la Económica y Ambiental- presenta mayor relación e influencia con la variable competitividad. No obstante, se considera necesario continuar con la investigación bajo otro escenario (otros sujetos, informantes, diseño de investigación), con la finalidad de generar resultados homogéneos que faciliten tanto a académicos como a empresarios el análisis y comprensión de éstas variables, mismas que influyen en el desarrollo integral a nivel nacional, regional y empresarial.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	¡Error! Marcador no definido.
AGRADECIMIENTOS	¡Error! Marcador no definido.
RESUMEN	ii
ÍNDICE	iii
CAPÍTULO I	5
1.1. Antecedentes	5
1.2. Planteamiento del problema.....	14
1.3. Objetivo.....	17
1.4. Justificación.....	17
1.5. Hipótesis	18
1.5.1. Hipótesis específicas	18
1.6. Delimitaciones	19
CAPÍTULO II	20
2.1. El sector agropecuario y su comercialización.....	21
2.1.1. El comercio agropecuario en México.....	22
2.1.2. El comercio agropecuario en Sonora.....	24
2.1.3. Caracterización de la micro, pequeña y mediana empresa.....	25
2.2. Generalidades de la Sostenibilidad empresarial	28
2.2.1. Principios básicos de la sostenibilidad empresarial.....	31
2.2.2. La sostenibilidad como factor estratégico en la empresa.....	33
2.2.3. Memorias de Sostenibilidad e indicadores de medición.....	35
2.2.4. Teorías relacionadas con la sostenibilidad empresarial.....	38
2.3. Aspectos históricos de la competitividad.....	41
2.3.1. La competitividad a nivel empresarial.....	45
2.3.2. Bases teóricas de competitividad empresarial.....	46
2.3.3. Índices de medición de competitividad a nivel nacional, regional y empresarial.....	52
2.4. Estudios relacionados con la sostenibilidad empresarial y la competitividad micro	55
CAPÍTULO III	61
3.1. Sujeto de estudio.....	61

3.2. Materiales de investigación	63
3.3. Procedimiento	66
CAPÍTULO IV	68
4.1. Resultados	68
4.2. Discusión.....	72
CAPÍTULO V	74
5.1. Conclusiones.....	74
5.2. Recomendaciones.....	76
Anexos y Apéndices.....	78
Referencias Bibliográficas.....	86

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Clasificación de la micro, pequeña y mediana empresa</i>	27
Tabla 2 <i>Caracterización de la muestra analizada</i>	63
Tabla 3 <i>Operacionalización de la variable sostenibilidad empresarial</i>	64
Tabla 4 <i>Operacionalización de la variable competitividad a nivel</i>	65
Tabla 5 <i>Alfa de Cronbach de cada uno de los indicadores que componen el instrumento</i>	67
Tabla 6 <i>Relación entre la sostenibilidad empresarial y la competitividad a nivel micro en las MiPyMES comerciales de insumos agropecuarios</i>	68
Tabla 7 <i>Dimensiones de la sostenibilidad empresarial y competitividad a nivel micro</i>	69
Tabla 8 <i>Influencia de las dimensiones de la sostenibilidad empresarial sobre la competitividad</i>	70
Tabla 9 <i>Generalización de la información a la población en estudio</i>	70
Tabla 10 <i>Peso y orden de las variables independientes sobre la dependiente</i>	71
Tabla 11 <i>Relación de hipótesis</i>	72

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

En años recientes se han presentado diversos cambios en lo económico, político, social y ambiental que de una u otra manera han afectado el desarrollo de las organizaciones, específicamente de las lucrativas (Gil & Barcellos, 2011). Así mismo, el fenómeno globalización ha acelerado rápidamente el crecimiento comercial, así como la transferencia de información y comunicación a través de la avanzada tecnología, provocando con ello la interconexión de los mercados y de las economías mundiales (García & Pulgar, 2010).

Lo anterior, ha ocasionado un mayor grado de incertidumbre, susceptibilidad y competitividad para las empresas; bajo este contexto, temas como el desarrollo sostenible o sostenibilidad empresarial han despertado el interés de investigadores, académicos y empresarios a nivel mundial por comprender en qué consiste y qué beneficios se pueden alcanzar mediante este paradigma llamado sostenibilidad (Gil y Barcellos, 2011).

1.1. Antecedentes.

El concepto de sostenibilidad - *concebido principalmente a nivel macroeconómico*- ha evolucionado y prosperado significativamente en las últimas dos décadas. Este propone como idea principal el aumento o por lo menos el equilibrio del bienestar integral de las personas a través del tiempo, esto sin perjudicar la calidad de vida de las futuras generaciones (Figge & Hahn 2004). No obstante, con el paso del tiempo, el

término ha sido estudiado a un nivel micro, es decir lo han adaptado a niveles organizacionales, con el objetivo de ayudar a las empresas a mejorar sus procesos teniendo en cuenta los principios del desarrollo sostenible (Parrish, 2005).

Así pues, la sostenibilidad es uno de los mayores retos que las sociedades del siglo XXI enfrentan, especialmente las organizaciones, debido a que se ha convertido en un importante objetivo estratégico que busca mantener un equilibrio dinámico de desempeño económico, ambiental y social (Elkington, 1994) con los cuales incrementan sus niveles competitivos (Medel, García, Enríquez & Anido, 2011).

Como resultado de tal realidad y la necesidad de impulsar el desarrollo económico mundial de manera sostenible, es que en los últimos años se han originado – *alrededor del mundo* – múltiples acontecimientos que, a través de protocolos, convenios y acuerdos se han pactado estrategias y/o soluciones que favorezcan los objetivos antes señalados. (Ver anexo 1). Dichos eventos han marcado la historia y progreso de la sostenibilidad. Por lo tanto, resulta conveniente hacer mención de aquellos que han consolidado el tema a través del tiempo.

Antes de hacer mención de las grandes cumbres internacionales, es preciso señalar que el tema de sostenibilidad se ha abordado bajo distintos lentes de análisis, que resultan relevantes conocer con el fin de comprender aún más el término. Bajo una perspectiva ecológica, la sostenibilidad es vista como la capacidad por parte de los sistemas biológicos de persistir a través del tiempo. Por otra parte, desde el punto de vista humano, la sostenibilidad radica en la satisfacción de las necesidades de las generaciones actuales, sin privar a las futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades (Alonso-Almeida, Marimon & Llach, 2015). Bajo un análisis empresarial, se contempla a la sostenibilidad como la creación de valor estratégico que a través de prácticas se avanza hacia un mundo más sostenible (Hart & Milstein, 2003).

Por lo tanto el precedente más antiguo de la sostenibilidad nace como consecuencia de los movimientos ambientalistas que tuvieron lugar en Estados Unidos de América (EUA), mismos que fueron enfatizados en la publicación intitulada *The Silent Spring* (La primavera silenciosa) en 1962 bajo la autoría de Rachel Carson. Tal publicación

subraya la extinción de la fauna y flora -*principalmente de aves como el águila calva*- provocada por el uso excesivo de Dicloro difenil tricloroetano (DDT), principal componente de los insecticidas utilizado en los cultivos agrícolas. Se reconoce esta publicación como un hito en el tema, ya que a partir de éste se da origen a la concientización ambiental, misma que abriera paso a eventos posteriores a favor del cuidado del medio ambiente (Calvente, 2007; Carrillo, 2011).

Una década posterior a la publicación de Carson, la Organización de las Naciones Unidas (ONU, 1972) realizó una conferencia en Estocolmo, Suecia en donde se discutieron temas como desarrollo y medio ambiente; tal evento según Gil y Barcellos (2011), marcó el inicio de las investigaciones en búsqueda de minorizar los efectos del cambio climático. Ese mismo año, según los autores se crea el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), con el objetivo de coordinar las actividades relacionadas con el medio ambiente, asistiendo a los países en la implementación de políticas medioambientales adecuadas a favor de la promulgación del desarrollo sostenible.

Para 1976, en Francia se adopta un compromiso político que la Organización para la cooperación y de Desarrollo Económico (OCDE) crea con el objetivo de promover la inversión entre los países miembros. Tal compromiso, se reconoce como las directrices para las empresas multinacionales, las cuales dictan estándares respecto a una amplia gama de cuestiones sociales, derechos humanos, trabajo y medio ambiente para responsabilizar las conductas empresariales. En el sentido anterior, Barcellos (2011) comenta que el objetivo de las directrices es garantizar que las actividades de las empresas estén en armonía con las políticas gubernamentales con el fin de fortalecer las bases de confianza mutua entre empresas y sociedades en pro de mejorar el clima de inversión extranjera e impulsar el desarrollo sostenible a través de las multinacionales.

Por lo tanto, en los años 80's, se destacan cinco grandes eventos que enfatizan la preocupación del medio ambiente así como la salud humana. En 1985 se lleva a cabo en Viena, Austria el congreso para la protección de la capa de ozono; se llega al acuerdo de proteger la salud humana y medio ambiente de las consecuencias

provocadas por los cambios en la capa de ozono debido a la irradiación de gases destructivos (Garzón & Ibarra, 2014).

Para 1987, se lleva a cabo uno de los eventos que marcaron la historia del sostenibilidad. La ONU en colaboración de la Comisión Mundial para el Medio Ambiente y del Desarrollo (CMMAD), emiten en Ginebra, Suiza el informe de Brundtland conocido como *Our Future Common*, el cual implica un cambio en cuanto a la idea de sostenibilidad, misma que como se han señalada anteriormente nace bajo esquemas ecológicos, enfatizando el contexto económico y social (Sánchez, 2012).

Es importante señalar que en el informe anterior, se utiliza por primera vez el término de desarrollo sostenible, el cual es entendido como el óptimo aprovechamiento de los recursos con el fin de satisfacer las necesidades humanas sin arriesgar la capacidad de que generaciones futuras puedan de igual manera satisfacer sus propias necesidades. Dicho concepto se fundamenta en tres grandes pilares: equilibrio ecológico, progreso económico y desarrollo social. La Comisión afirmó que el desarrollo sostenible exige la adopción simultánea de los tres pilares; impugnando con ello el arraigado supuesto de que la integridad del medio ambiente y la equidad social se encuentran en contradicción con la prosperidad económica (Bansal, 2005).

No obstante, el tema de la sostenibilidad logra mayor auge a partir de la década de los 90's, específicamente con la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo (CNUMAD) la cual tuvo lugar en Río de Janeiro, Brasil en el año de 1992 con el objetivo de impulsar políticas a favor del desarrollo sostenible, logrando pactar cinco grandes acuerdos: Declaración de Río sobre Medio Ambiente y Desarrollo, Agenda 21, Convenio sobre la Diversidad Biológica, Convención Marco sobre el Cambio Climático y Declaración de Principios sobre los Bosques (Barcellos, 2011).

Respecto al tema central de esta investigación, sostenibilidad empresarial, cabe resaltar que fue en 1993 que los conceptos de sostenibilidad y actividad empresarial se unen gracias a la publicación del reglamento *Eco-Management and Audit Scheme*, por sus siglas en inglés E.M.A.S., el cual señala las pautas a seguir para la inserción

de la eco-gestión y eco-auditoria en la empresa (Báscones, Vilchez, & Almudí, 2010). Del mismo modo, los autores comentan que para 1994 surgen normas de información para las empresas sobre el ambiente, un año después aparecen las normas *Occupational Health and Safety management Systems* (OHSAS) 18001 y se funda *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), la cual representa la unión de 160 empresas de 35 diferentes países con el objetivo de afiliar actividades empresariales en el desarrollo sostenible.

Asimismo, Báscones et al. (2010) añaden que para 1996 se divulga la norma ISO 14001, misma que promueve la implantación de un sistema para que las empresas gestionen el medio ambiente (SGMA) lo cual según los autores, conllevó a las empresas a incrementar su sensibilización e interés en el área, esto debido a la condición certificable que representaba, por ende el reconocimiento a nivel mundial que éstas pudiesen adquirir al implementar dicha norma.

Por otro lado, en este camino evolutivo de la sostenibilidad enfocada a las organizaciones, cabe señalar que en el año 1997 se publicó la primera norma sobre responsabilidad social conocida como SA 8000 (*Social Accountability International*); se funda el *Global Reporting Initiative* (GRI) y el WBCSD crea un grupo de trabajo sobre responsabilidad social corporativa (RSC). Es menester aclarar que, aunque la responsabilidad social corporativa y la sostenibilidad empresarial son dos temas en apariencia muy similares, son dos grandes tópicos diferentes, que si bien éstos están estrechamente relacionados, es necesario puntualizar las diferencias latentes entre ambos.

Según la fundación Entorno, citada por Sánchez, 2012, señala que hablar de sostenibilidad no es lo mismo que hablar sobre RSC, de igual manera afirma que la misma va más allá del alcance equilibrado entre lo económico, social y ambiental. Resalta que la sostenibilidad es un asunto intergeneracional, es decir; que tiene como propósito disminuir hasta eliminar todos aquellos aspectos no funcionales que presenta el modelo de negocio económico predominante de los siglos XIX y XX.

Además, Sánchez (2012) comenta que la diferencia esencial entre la RSC y la sostenibilidad empresarial radica en que la primera sigue actuando bajo la pauta del antiguo modelo económico, limitándose según la autora a “remendar” las problemáticas actuales. Asimismo señala que la RSC es vista como un proyecto secundario más que una actividad principal de la empresa. En cambio la sostenibilidad empresarial, según Braungart y McDonough (citados en Sánchez, 2012 p. 14) consiste en proponer un modelo nuevo que consiste en “no hacer las cosas menos mal sino mejor y desde dentro de la compañía”.

Con base en lo anterior, es posible comentar que ambas variables si bien, son diferentes esto no las hace contrarias, ambas temáticas se enfocan a la mejora de la sociedad debido a que se complementan y la implementación de ambas es necesaria para la comprensión del funcionar actual de los sistemas económicos, políticos, sociales y ambientales bajo los cuales las empresas se desenvuelven.

Retomando el progreso histórico de la sostenibilidad empresarial, Garzón y Ibarra (2014) señalan el pacto mundial de las naciones unidas (1999) y la creación del libro verde (2001) como dos hechos internacionales que incrementaron la notoriedad del tema a nivel mundial. Del mismo modo y un tanto más recientes, han tenido lugar en la escena mundial múltiples acontecimientos y publicaciones que han reforzado el tema de la sostenibilidad: En 2002 en Sudáfrica, se llevó a cabo la cumbre mundial sobre desarrollo sostenible, se publica la nueva guía GRI y código de gobierno de la empresa sostenible; en 2009 se realizó la reunión G-20 con el objetivo de consolidar un sistema financiero global que haga frente a las crisis mundial; en 2010 se llevó a cabo en México la cumbre sobre el cambio climático; en 2012 se organizó el Río +20, el cual fue una conferencia a favor de la economía verde bajo un contexto de desarrollo sostenible.

Por lo mencionado anteriormente, se confirma que en la época de los 70, la sostenibilidad se limitaba al cumplimiento de estándares regulatorios, en la década posterior se vio marcada por el interés de las empresas en implementar actividades sostenibles con el objetivo de ser un ejemplo a seguir, más que por solo cumplir con estándares o normas. Ya para los 90`s, las empresas reaccionaron de manera

proactiva a todos los cambios del entorno, buscando la manera de beneficiarse al implementar actividades sostenibles.

El interés por estudiar la sostenibilidad empresarial, en distintos contextos, combinándola con otras variables ha incrementado considerablemente en los últimos años, esto con la finalidad de comprender mejor los alcances y beneficios que la implementación de la sostenibilidad en las actividades empresariales puede atraer a éstas últimas. Como consecuencia de lo anterior, se han llevado a cabo múltiples investigaciones – teóricas y/o empíricas – que involucran una o algunas de las dimensiones de la sostenibilidad empresarial: económica, social y ambiental (Latorre, 2011; Morrow & Rondinelli, 2002; Salzmann, Ionescu-Somers & Steger, 2005; Tilley, Hooper & Walley, 2003; Urban & Naidoo, 2012; Van Marrewijk & Werre, 2003;).

Del mismo modo, se ha relacionado a la variable con otras como la responsabilidad social corporativa (Pinillos & Fernández, 2011); La cultura organizacional (Linnenluecke & Griffiths, 2010); El turismo (Angelkova, Koteski, Jakovlev & Mitreva, 2011; Mazaro, 2008); La calidad (Kosacka, Mierzwiak, & Golinska-Dawson, 2015); La marca, identidad y reputación corporativa (Gupta, Melewar & Czinkota, 2013).

No obstante, para efectos del presente proyecto es relevante señalar aquellas investigaciones que han relacionado la sostenibilidad empresarial y la competitividad. Tales estudios han tenido lugar en diferentes partes del mundo como Sudáfrica, Países Europeos, Estados Unidos y algunos países latinos como Colombia, Brasil y México; siendo éste último el que menor cantidad de investigaciones en el tema ha presentado. Todos ellos motivados por el creciente interés de diversos *stakeholders*, o por su *traducción al español*: grupos de interés, en las actividades que las empresas realizan en un contexto cada vez más competitivo, tomando en cuenta las tres dimensiones de la sostenibilidad (Goyal, Rahman & Kazmi, 2013).

Por lo escrito anteriormente, Chabowski, Mena y González (2011), argumentan que las empresas están haciendo un gran esfuerzo para lograr beneficios a mediano y largo plazo, mediante la adopción de actividades de sostenibilidad como estrategia empresarial. Añaden que el tema de la sostenibilidad se ha convertido en una cuestión

de importancia estratégica en el actual escenario competitivo. Consecuencia de lo anterior, nace el interés del presente proyecto: conocer la relación existente entre la sostenibilidad empresarial y la competitividad de las mismas.

En un contexto internacional, Marius (2015) analizó el impacto de la competitividad empresarial sobre el desarrollo sostenible de Rumania a través de investigación teórica y empírica con una muestra de 55 empresas industriales, obteniendo como resultado de la medición de siete indicadores de competitividad: rentabilidad de los activos, eficiencia del mercado, rendimientos de capital, desarrollo del mercado de trabajo, preparación tecnológica y tamaño de mercado; que ambas variables están interconectados; los datos señalaron que las empresas influyen de manera crítica en el desarrollo sostenible de Rumania. No obstante, los resultados de la investigación se muestran debatibles, ya que se centra en solo un aspecto del desarrollo sostenible: el económico.

Por otro lado, Tan, Ochoa, Langston y Shen (2015) buscaron la relación en empresas constructoras alrededor del mundo, tomando como indicador la dimensión ambiental de la sostenibilidad y los ingresos de las empresas. Esto, a través de los datos brindados por los índices Dow Jones de Sostenibilidad (DJSI) y RobecoSAM. Este último, ha publicado *el anuario de sostenibilidad* desde el año 2004. Para efectos del estudio, los autores seleccionaron los datos de este anuario publicado en los años 2006 a 2013. Señalando en primer instancia una relación negativa entre las variables, ya que en un inicio, el análisis muestra que al implementar actividades ambientales sostenibles los ingresos no se ven beneficiados. No obstante, esto cambia al transcurrir el tiempo ya que según los autores, es un proceso que requiere de tiempo. Concluyen diciendo que la sostenibilidad es considerada como un controlador para que empresas sostengan su éxito a largo plazo.

Asimismo, cabe mencionar otra investigación significativa realizada por Kwarteng, Dadzie y Famiyeh en 2016, cuyo objetivo era analizar empíricamente el impacto de la sostenibilidad sobre la competitividad de las empresas manufactureras en Ghana, agregando la variable de imagen corporativa como mediadora. Los autores aplicaron un total de 180 encuestas a los gerentes de cada una de las empresas seleccionadas,

obteniendo como resultado que las dimensiones económica y social influyen significativamente en la imagen corporativa y por ende en la competitividad de las mismas. La investigación resalta a la dimensión social como aquella que mayor influencia ejerce en el desempeño general de las empresas, argumentando que los grupos de interés buscan asociarse con empresas socialmente responsables. Asimismo, el estudio identificó que el papel de la imagen corporativa como variable mediadora es parcialmente importante, ya que sólo media la relación entre sostenibilidad social y desempeño corporativo. Una limitación identificada en esta investigación es la exclusión de la dimensión ambiental en los resultados.

Es preciso resaltar que las teorías que han dado sustento a las investigaciones antes presentadas son la de la teoría de los sistemas empresariales (Whitely, 1992 citado en Goyal, Rahman y Kazmi, 2013); teoría de recursos y capacidades (Wernerfelt, 1984; Barney, 1991); teoría de efectos olvidados (Kaufman y Gil-Araujo, 1988, citados en Barcellos y Gil, 2011); y teoría de Stakeholders (Freeman, 1984); siendo ésta última la más utilizada. De igual manera las aportaciones de Elkington (1998) y las de Porter (1990) entre ellas, *la ventaja competitiva de las naciones*, predominan en las investigaciones que involucran a ambas variables.

Con base en lo anterior, se puede decir que son múltiples las investigaciones en torno a la sostenibilidad y a la relación de la misma con otras variables, que el contexto en que se llevan a cabo es diverso y que el interés en el tema es un asunto de carácter mundial. No obstante, también es cierto que son escasos los estudios que se llevan a cabo en el sector empresarial (Wagner & Schaltegger, 2003); que analicen sus tres dimensiones; que la relacionen con la competitividad empresarial (Tan, Ochoa, Langston & Shen 2015); y aún más escasas las dirigidas a las MiPyMES (Micro, Pequeña y Mediana Empresa).

Consecuente a lo anterior, se despierta el interés por analizar la relación sostenibilidad empresarial-competitividad dentro de las MiPyMES, mismas que representan según Saavedra (2012) los pilares de la economía mundial. Un estímulo más, es la poca producción en el área en el contexto nacional; por lo tanto se considera necesario analizar la relación ya señalada bajo las condiciones previamente expuestas.

1.2. Planteamiento del problema.

El desarrollo del sector privado y en particular de las MiPyMES es de suma relevancia ya que, de acuerdo con Saavedra (2012), las competencias de estos agentes económicos para generar conocimientos, tecnología e impulsar el desarrollo de los países, resultan cruciales para que las naciones hagan un uso eficiente de sus recursos y logren elevados niveles de productividad y competitividad. La autora califica a estas entidades como “la columna vertebral” de la economía mundial.

Las MiPyMES conforman el 99% del total de empresas en Europa; son responsables de dos tercios del empleo total. En la unión Europea, la cual engloba un total de 25 países, existen 23 millones de MiPyMES, proporcionando 75 millones de empleos aproximadamente. Porcentaje similar al que presenta Estados Unidos de América; el 99.72% de empresas son MiPyMES, mismas que generan el 49% del total de empleos. En Latinoamérica el promedio es del 99.25%, con un 64.26% del empleo total, aportando el 50% del PIB. (Saavedra & Hernández, 2008; Alba, 2015).

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) y el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE), en el año 2015 México presentó un total de 5 millones 4 mil 986 negocios. Según el Plan Nacional de Desarrollo, en México las MiPyMES aportan alrededor del 34.7% de la Producción Bruta Total y generan el 73% de los empleos, lo que significa más de 19.6 millones de puestos laborales. Alrededor de 33,000 micro, pequeñas y medianas empresas contribuyen con el 5% del total de las exportaciones al realizar ventas anuales al extranjero por no menos de 10 millones de dólares; un dato revelador si se considera que en México existen alrededor de 5.5 millones de unidades económicas, de las cuales 95.2% microempresas, 4.3% son pequeñas, el 0.3% representa a la mediana empresa y solo el 0.2 % son empresas grandes. En total, el 99.8% de las entidades empresariales en México son MIPYMES (Alba, 2015). De las cuales, según el DENUE (2016) 2, 247,124 de estas entidades económicas se ubican en el sector comercial.

No obstante, a pesar de la indiscutible importancia que representan estas entidades, la literatura señala que se enfrentan a múltiples obstáculos que les impide

desarrollarse óptimamente, uno de ellos son las características estructurales propias de éstas empresas (Rubio y Aragón, 2002; Neira, 2006). Asimismo, Alba (2015) señala que uno de estos obstáculos en México es el poco crédito que se destina a este tipo de empresas; aproximadamente solo el 15% de los préstamos bancarios se destinan a las MiPyMES señala el autor.

Añade que en países desarrollados como Estados Unidos, el 92% de las pymes tienen acceso a la banca, a diferencia de Latinoamérica que en promedio, solo el 50% tiene acceso a crédito. El porcentaje disminuye para México, presentando solo el 26% de este apoyo. Una explicación a esta realidad, según el autor se debe a que éste tipo de organizaciones representan, para el sistema financiero, un gran riesgo y conllevan a un costo mayor. Esto relacionado principalmente con el tamaño de la empresa.

En el mismo orden de ideas, Moore y Manring (2009) señalan como obstáculo de la MiPyME la carencia (a menudo) del conocimiento, la experiencia, la habilidad, las finanzas y el recurso humano para generar rápidamente los cambios que el contexto actual requiere tomando en cuenta los principios de la sostenibilidad. Es por ello que en el análisis de temas como la competitividad y la sostenibilidad, la MiPyME aparece escasamente como muestra de investigación. No obstante, los autores señalan que a pesar de sus características, las MiPyMES Europeas, están adoptando iniciativas verdes como la restricción de sustancias peligrosas y el eco-diseño de productos para mejorar su competitividad y sobrevivir en el mercado.

De igual manera, Lepoutre y Heene (2006) indican que las MiPyMES están bajo presión por parte de los stakeholders (grupos comunitarios, gobierno, inversionistas, instituciones, grupos ambientes) para incrementar y mejorar su interés en el tema de la sostenibilidad. Esto debido a las crisis (financieras, industriales, económicas y medioambientales), que constantemente se presentan a nivel mundial (Sánchez, 2012); y que ponen en riesgo la integridad de la sociedad.

En 2013, Agan, Acar y Borodin señalaron que los beneficios que las pequeñas y medianas empresas pueden obtener al implementar la sostenibilidad como estratégica, son el ahorro de costos, mayor satisfacción del cliente, nuevas

oportunidades de mercado, mejor imagen corporativa y mayores ganancias. Sin embargo, la implementación de tales actividades parecieran ser vistas como un costo más que una inversión beneficiosa (Tan, Ochoa, Langston & Shein, 2015).

Bajo un contexto nacional, López y Encala (2015), analizaron la relación de la sostenibilidad ambiental y la competitividad en 399 MiPyMES yucatecas. Obteniendo como resultado que los gerentes de las mismas coordinan esfuerzos a la disminución del consumo de energía, agua y materias primas contaminantes; concluyendo que existe una relación positiva entre la gestión ambiental y la competitividad de esas empresas.

A pesar del creciente interés de la investigación en este ámbito, aún no queda claro cómo es la relación entre estas variables ya que, los resultados de las investigaciones varían; mientras que unos autores señalan una relación positiva (Dos Santos y Brandi, 2014; Fergusson y Langford, 2006; Marius, 2015; Porter y Van der Linde, 1999) otros indican una relación débil (Venkatram y Nayak, 2015; Wagner y Schaltegger, 2003).

Por lo antes mencionado, la inquietud por esclarecer dichas confunciones crece. Asimismo, al analizar lo antes expuesto se observa que la mayoría de las investigaciones se han centrado en países desarrollados. Por lo tanto, existe una necesidad puntual de centrar la investigación en los países en desarrollo con el fin de comprobar la fiabilidad y validez de los resultados de los países desarrollados, así como para generalizar los resultados.

En el mismo orden de ideas, cabe señalar que los estudios han enfatizado en una o dos dimensiones de la sostenibilidad empresarial, limitando así la perspectiva total del fenómeno; la mayor cantidad de análisis se centran en aspectos financieros, es por ello que se propone analizar - *aunado los primeros* - indicadores no financieros para alcanzar un resultado concluyente.

Con respecto a lo anterior y a la importancia que reviste la MiPyME, específicamente en el sector comercial, surge la siguiente pregunta de investigación.

¿Cuál es la relación entre la sostenibilidad empresarial y la competitividad las MiPyMES comerciales de Ciudad Obregón, Sonora?

Cabe mencionar que de la preguntar anterior se surgen las siguientes preguntas específicas: (1) ¿Cuál es la relación entre la dimensión económica de la sostenibilidad y la competitividad de las MiPyMES comerciales de Ciudad Obregón, Sonora?; (2) ¿Cuál es la relación entre la dimensión ambiental de la sostenibilidad y la competitividad de las MiPyMES comerciales de Ciudad Obregón, Sonora? Y (3) ¿Cuál es la relación entre la dimensión social de la sostenibilidad y la competitividad de las MiPyMES comerciales de Ciudad Obregón, Sonora?

1.3. Objetivo.

Analizar la relación entre las sostenibilidad empresarial con respecto a la competitividad a nivel micro de las MiPyMES comerciales de insumos agropecuarios establecidas en el sur de Sonora, para la identificación de las actividades sostenibles que la empresa implementa e influyen en sus niveles de competitividad.

1.4. Justificación.

Las pequeñas y medianas empresas, como ya se ha puntualizado tienen una importante contribución al crecimiento económico, la competitividad, la innovación, la creación de empleo en los países en sí, una gran influencia en los tres pilares de la sostenibilidad. Paradójicamente, pese a la gran importancia de las MIPYMES para las economías de América Latina, es poco lo que se conoce, en detalle, de la manera en que se les investiga, más aún si se tiene en cuenta que es una actividad de gran importancia como campo de estudio social (Neira, 2006).

Asimismo, consciente de la importancia que hoy reviste el tema de la sostenibilidad y el impacto global que éste ha tenido, se reconoce que las investigaciones deben enfocarse en la necesidad de contribuir e incrementar los estudios en el tema, especialmente en Ciudad Obregón, puesto que carece de escritos que ubiquen al lector en este contexto. En este sentido, se pretende realizar una investigación de tipo

descriptivo, explicativo en donde se analice la relación entre la sostenibilidad empresarial y la competitividad.

El aporte que la presente investigación le hará a los estudios organizacionales, será una memoria que incremente el conocimiento en el área y sirva como referencia a futuros investigadores interesados en la relación de las variables, muy específicamente en las MIPYMES.

Asimismo, realizar un diagnóstico acerca de la competitividad de la MiPyME comercial dará lugar a identificar fortalezas y debilidades de las mismas, lo cual serviría de base para futuras investigaciones académicas y para empresarios que busquen plantear soluciones y estrategias que permitan impulsar el desarrollo sostenible de la MiPyME comercial de ciudad obregón hacia un nivel óptimo de competitividad que le permita permanecer en el mercado.

1.5. Hipótesis.

H1.- La sostenibilidad empresarial se relaciona positiva y significativamente con la competitividad de las MiPyMES.

Ho.- La sostenibilidad empresarial no se relaciona con la competitividad de las MiPyMES.

1.5.1. Hipótesis específicas.

H2.- Existe una relación e influencia positiva entre la dimensión económica de la sostenibilidad empresarial y la competitividad a nivel micro de las MiPyMES comerciales-agropecuarias.

H4.- La dimensión ambiental de la sostenibilidad empresarial influye en la competitividad de las MiPyMES comerciales-agropecuarias.

H5.- La dimensión social de la sostenibilidad empresarial influye en la competitividad de las MiPyMES comerciales-agropecuarias.

1.6. Delimitaciones.

El presente proyecto se delimitará a las micros, pequeñas y medianas empresas del sector comercial que se dedican a la venta de materiales agropecuarios ubicadas en el sur de Sonora, las cuales suman un total de 164 entidades con estas características.

Se opta por este tipo de organización debido al papel que juegan en la promoción del desarrollo sostenible, asumiendo que son empresas responsables de minimizar efectos negativos sobre el medio ambiente y la sociedad, asimismo, por las características de la región en que se llevará a cabo la investigación.

Es preciso señalar que para efectos de la investigación se delimitará a estudiar la competitividad de la MiPyME en un nivel micro, es decir, se analizarán aspectos internos de las empresas. Esto con la intención de obtener datos específicos de las empresas. Sí bien, ambas variables son analizadas a niveles macros, para efectos de esta investigación ambas serán estudiadas en su escala micro, es decir, a nivel empresa.

CAPÍTULO II

MARCO DE INVESTIGACIÓN

A pesar de que las investigaciones en relación a la sostenibilidad: su gestión, la publicación de reportes en donde diversas organizaciones puntualizan sus actividades realizadas a favor de los tres pilares de la sostenibilidad: Económico, Social y Ambiental; así como los beneficios, (teóricamente) que las empresas obtienen al llevarlas a cabo, es común ver que gran parte de las organizaciones, específicamente las lucrativas, no estructuran sus actividades de manera estratégica en ese sentido, obstaculizando con ello, el objetivo principal de la sostenibilidad aplicada a las empresas: generar valor para los diferentes grupos de interés que le rodean. Actualmente existen opiniones contrarias al respecto; así como para algunos la sostenibilidad trae consigo diversos beneficios, entre ellos económicos, para algunos llevar a cabo procesos amigables con el medio ambiente o bien, realizar actividades recreativas en pro de la sociedad resulta un gasto más que una buena inversión.

Consecuente a lo anterior, es que aún se tiene duda sobre la relación entre la sostenibilidad y los supuestos beneficios que atrae a las organizaciones; especialmente a la MiPyME, que si bien son éstas las que predominan en la economía mundial, también es cierto que por sus propias características, son más propensas a desaparecer con facilidad. Es por ello, que analizar la sostenibilidad dentro de estas entidades económicas. Especialmente las dedicadas al comercio de insumos agropecuarios, de las cuales hay escasa investigación en el tema, resulta interesante, ya que teniendo conocimiento del comportamiento de estos

fenómenos dentro de este tipo de empresas, sería más sencillo estructurar estrategias sostenibles a favor de su competitividad y por ende permanencia el mercado, asegurando el cumplimiento de sus objetivos y la satisfacción de sus grupos de interés.

2.1. El sector agropecuario y su comercialización.

El sector agrícola representa un valioso papel en la economía mundial, más aun en las naciones en vías de desarrollo. La globalización y los avances tecnológicos, trajeron consigo cambios innegables en lo político, económico, social y cultural (García y Pulgar, 2010). El sector agrícola no fue la excepción; transformaciones en los procesos productivos y distributivos han modernizado al sector en las últimas décadas. Es menester señalar que, los precios de los productos agropecuarios son elevados comparados con otros sectores, por lo tanto, éstos brindan la oportunidad a las naciones de verse beneficiadas a través de la exportación de los mismos (Organización Mundial del Comercio, 2014).

Según el mismo organismo, el sector agrícola es primordial para la producción y consumo en los países en desarrollo. Señala que cerca del 50% de la población mundial económicamente activa, trabaja en el sector agrícola. Asimismo, destaca que este sector emplea a aproximadamente el 70% de la fuerza laboral. En América Latina, según datos proporcionados por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2005) este sector representa alrededor del 8% del Producto Interno Bruto (PIB). Señala que en este espacio geográfico, existen cerca de 800 millones de en actividades agrícolas; 80% dedicadas a la ganadería, el 15% a los cultivos transitorios y el 5% restante a los cultivos permanentes.

El sector agrícola se ha visto modificado en los últimos años. Consecuente a lo anterior, el comercio de productos agropecuario, el cual 80% se basa en productos alimenticios y el 20% restante en materias primas, ha aumentado significativamente. La OMC (2014) comenta que, debido a la intensificación del comercio de productos agropecuarios en los últimos años, el valor de las exportaciones de los mismos se

ha triplicado entre 2000 y 2012. Asimismo, señala que el volumen de tales exportaciones se incrementó un 60 % en el mismo periodo.

Cheong y Jansen (2013) comentan que la comercialización de productos agropecuarios es actualmente, una fuerte fuente de ingresos. Según los autores, en los países latinoamericanos, las exportaciones de estos productos representan el 30% de los ingresos netos. Asimismo, hacen referencia a los países Africanos, los cuales solo exportan aproximadamente, el 15% de productos agropecuarios.

Por otra parte, la revista El Economista (2014) señala que en los últimos años, el comercio de productos agropecuarios en Estados Unidos de América (USA) se incrementó más que el total del comercio en este país. Resalta que, con una contribución de aproximadamente 7% en el comercio total, el comercio agropecuario de esta nación, se incrementó 8.7 % en los años 2004 y 2013; señala que de esta tasa de crecimiento, 9.5 % corresponde a las exportaciones y 7.8 % a las importaciones. Añade que en ese periodo, las relaciones comerciales con México se vieron beneficiadas; 8.8 % para las exportaciones y 10.5 % para importaciones.

En el mismo orden de ideas, según la revista en 2013, México se posicionó en el tercer lugar como destino para la comercialización agropecuaria estadounidense. Asimismo, cabe señalar, que México fue el segundo proveedor más importante de insumos agropecuarios, en el mercado de Estados Unidos, mostrando una participación del 16.6% mientras que Canadá intervino con el 19.3 %.

Así pues, los volúmenes de productos bajo estas características se incrementaron en Estados Unidos desde el 2004; teniendo como principales socios comerciales a México, China, India, Argentina, Brasil y Malasia. Dentro de los principales productos que estos países exportan a USA están los aceites vegetales, el cacao, las nueces, el café y el azúcar.

2.1.1. El comercio agropecuario en México.

En México, según datos proporcionados por la revista El Economista en 2016 el sector agropecuario juega un rol estratégico para el desarrollo nacional. Señala que en México se produjeron alrededor de 13% más de toneladas de alimentos en el sector agropecuario y pesquero, que lo reportado en los años 2003 y 2009.

En datos económicos, el secretario de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), José Calzada Rovirosa, informó para la revista que en el año 2015 México produjo 268 millones 111,000 toneladas, mismas que tuvieron una aportación económica de 858,090 millones de pesos. Añade que el sector agropecuario contribuye con el 8.1 % del PIB nacional, aportando cerca de 93,000 millones de pesos en los últimos cinco años.

De igual manera, la revista el Financiero (2016) comenta que el año 2015 resultó bastante productivo en el sector agropecuario, tanto en la producción como en el comercio. Señala que por vez primera, desde 1998 el comercio agropecuario mexicano, reportó más de mil 600 millones de dólares, contrario a lo que pasó en años del 2000 al 2014, en donde los números presentaban saldos negativos. Tal crecimiento se debió al aumento de exportaciones agropecuarias. Cabe mencionar que el progreso del comercio agropecuario nacional en 2015 se debe principalmente a los precios favorables de las exportaciones e importaciones.

De acuerdo con datos proporcionados por la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA 2014). México es el principal exportador del sector agropecuario del mundo. Dentro de los principales productos que exporta, se encuentran chiles, pimientos y cerveza, así como también aguacate, tomate, cebolla, tequila, pepino y limón entre otros. Así, México se posiciona en el puesto dos en las exportaciones de miel, fresa, espinaca, café descafeinado y aceite de sésamo.

Así pues, se puede decir que la actividad agropecuaria en México desempeña un papel importante en el crecimiento económico de México. Este provee alimentos, materias primas, capital y mano de obra al sector servicio e industrial (Terrones y Sánchez, 2010). Respecto a los insumos del sector agropecuario, estos son

materiales y productos destinados a la alimentación y sanidad de los cultivos y animales, ejemplos de estos insumos son fertilizantes y agroquímicos, semillas y materiales para la siembra y maquinaria y equipo, productos de uso veterinario entre otros (Oficina de estudios y políticas agrarias, 2016; SAGARPA, 2015).

En ese sentido, México hay un total de 23,835 empresas que se dedican a la comercialización de insumos agropecuarios. De este total, 23,251 son MiPyMES es decir, micros, pequeñas y medianas empresas dedicadas al comercio de insumos agrícolas y pecuarios (DENUE, 2017).

2.1.2. El comercio agropecuario en Sonora.

En el estado de Sonora el sector agropecuario es unos de sus principales contribuyentes al PIB. Según la Sagarpa (2011) Sonora se caracteriza por ser una potencia en la producción de papa, uva, trigo, camarón, jaiba, calamar carne de cerdo y de res. Consecuencia de lo anterior, se debe a las características propias del estado, es decir, Sonora posee regiones áridas, semiáridas y templadas, lo cual favorece el cultivo. Sin embargo, según la misma organización, Sonora representa solo el 2.6% de la superficie total que se cultiva en el país, colocándolo así en el décimo cuarto lugar en la producción agrícola nacional.

No obstante, este dato cambia al analizar los ingresos que la producción aporta al estado; según la SAGARPA en 2011, Sonora obtuvo alrededor de 20 mil 600 millones de pesos, colocándolo en el tercer lugar de los estados con mayor valor en su producción agrícola. Por otra parte, continuando con los datos proporcionado por la organización ya señalada, el sector pecuario, produjo un total de 5 mil 800 millones de pesos en la producción de carne de cerdo, mientras que la carne bovina generó 2 mil 500 millones de pesos.

Cabe mencionar, respecto al sector pesquero, el Estado se caracteriza por ser el más importante a nivel nacional; produjo cerca del 45% de la producción pesquera y acuícola nacional, lo cual provocó un total de 5 mil millones de pesos.

En datos recientes, la SAGARPA menciona que las exportaciones agrícolas del Estado de Sonora, obtuvieron en los primeros seis meses del 2016, mil 700 millones de dólares, a diferencia del 2015 en donde se obtuvieron mil 900 millones de dólares en todo el año, evidenciando con esto un crecimiento importante en las exportaciones estatales. Entre los principales países a los que el Estado exporta sus productos se encuentra Estados Unidos, Venezuela, Italia y algunos países del norte Africano.

Con base en lo anterior, se puede decir que el Estado de Sonora posee un papel de importancia en el posicionamiento nacional con lo que respecta al sector agropecuario. Debido a ello y a la necesidad de insumos agropecuarios que favorezcan el desarrollo del ya mencionado sector, es que en el estado de Sonora están establecidas 486 empresas dedicadas al comercio de este tipo de insumos. De este total, 483 son MiPyMES. Con lo que respecta al sur del Estado, en donde se llevará a cabo el presente estudio, existe un total de 185 entidades económicas con las características previamente mencionadas.

Con base en todo lo expuesto con anterioridad, se puede concluir que el sector agropecuario es primordial para mantener el equilibrio económico y el desarrollo nacional e internacional. Gracias a este sector y a su comercialización es que los países en vías de desarrollo pueden avanzar en su cometido y mejorar la calidad de vida de sus habitantes. La comercialización de productos agropecuarios ha incrementado en los últimos años a nivel mundial y a pesar de las crisis que México se enfrenta con frecuencia, este sector sigue brindando beneficios a la nación.

Así pues, reconociendo la importancia del sector y teniendo en cuenta que, para el óptimo desarrollo del mismo se necesita de insumos como los fertilizantes, semillas, maquinarias y demás, es que se elige a las empresas comercializadoras de estos productos para realizar la investigación en curso.

2.1.3. Caracterización de la micro, pequeña y mediana empresa.

Se han establecido diversos criterios y enfoques orientados a lograr una idónea conceptualización para micro, pequeña y mediana empresa (MiPyMES); utilizando

diferentes factores como tipo de actividad, tecnología utilizada, intensidad productiva, niveles de inversión, volumen de ventas, o capacidad de empleo (Cardozo, Velásquez Monroy, 2012). No obstante, son tan variados que en algunos casos se observa que – a nivel de países y/o sectores – la utilización de criterios diferentes, provoca una confusión que obstaculiza una definición generalizada. Contrariamente a lo que ocurre en la Unión Europea, Zevallos (2006) señala que los países latinoamericanos no cuentan con un acuerdo común sobre el concepto

Dentro de las clasificaciones de las MiPyMES, se pueden encontrar aquellas que se basan en el número de trabajadores o de forma mixta, información financiera (ventas anuales) y/o la cantidad de empleados siendo esta última, la forma más común de clasificarlas. Por lo anterior, son empresas que ocupan un mínimo de 5 y un máximo de 250 empleados cuyas ventas oscilan entre \$ 4.01 a \$ 250 millones de pesos anuales (Ochoa, Hernández, Leyva, & López, 2014).

Reafirmando lo anterior, la Ley para el desarrollo de la competitividad para la micro, pequeña y mediana empresa (2015) retomando lo publicado en el Diario Oficial de la Federación (2009), sobre la estratificación de las MiPyMES según el sector, número de empleados, ventas anuales; la micro empresa, ya sea comercial, industrial o de servicios, puede poseer un total de 10 empleados y generar hasta cuatro millones de pesos al año; por otra parte se considera pequeña empresa comercial aquella que posee de 11 a 30 trabajadores y genera de cuatro a 100 millones de pesos al año, con la misma cantidad en ventas anuales, pero con un número de empleados que va desde los 11 a los 50 se clasifican como pequeñas empresas de industria y/o servicios.

Por otra parte se considera mediana empresa comercial a aquella que cuenta con un total de trabajadores que va desde los 31 a los 100, asimismo a aquella que sus ventas anuales oscilan entre los 100 hasta los 250 millones de pesos; la mediana empresa del sector servicios posee de 51 a 100 empleados y la mediana empresa industrial tiene una cantidad de empleados que va de los 51 a los 250 generando anualmente un total de 100 a 250 millones de pesos. (Ver tabla 1).

Tabla 1

Clasificación de la micro, pequeña y mediana empresa

Tamaño	Micro	Pequeña		Mediana		
Sector	Todos	Comercio	Industria y Servicios	Comercio	Servicio	Industria
Número de trabajadores	Máximo 10	Mínimo 11 Máximo 30	Mínimo 11 Máximo 50	De 31 a 100	De 51 a 100	De 51 a 250
Ventas anuales en millones de pesos mexicanos (mdp)	Hasta 4 mdp.	De los 4.01mdp hasta los 100 mdp		De los 100.01 hasta los 250 mdp		

Nota: Adaptado de la Ley para el desarrollo de la competitividad para la micro, pequeña y mediana empresa (2015).

Dini, Ferraro y Gasaly (2007) argumentan que el disponer de una definición unificada, podría permitir que la capacidad de permanecer en el mercado dependa de sus recursos internos y de las potencialidades que aportan las modalidades de comunicación, relacionamiento e intercambio que la PYME establece con otras empresas o entes del sistema productivo en el que actúan.

No obstante, a pesar de la importancia que estas entidades representan para la economía mundial, especialmente la mexicana, según Torres, González y Valenzuela (2015), la MiPyME mexicana se enfrenta a diversos retos para lograr su permanencia en el mercado. Señalan que no solo la competitividad que detona la globalización mundial es lo que las limita o impulsa ante sus competidores, sino que además, factores externos influyen para que la empresa opere adecuadamente en un ambiente de cambios constantes.

Por otra parte cabe mencionar que los cambios frecuentes que se presentan actualmente y que afectan tanto la supervivencia como las investigaciones en este tipo de organizaciones, se encuentran los avances tecnológicos, las reformas fiscales y de previsión social; cambios que tienen lugar en pro del desarrollo social y económico.

Resulta relevante señalar que las micros, pequeñas y medianas empresas representan un rol determinante en la economía mundial. De acuerdo con el “Observatorio Económico y Organizacional de la Micro, Pequeña y Mediana empresa” en México, éstas juegan un papel protagónico en su economía; generando más de la mitad del PIB nacional y proporcionando una cantidad significativa de empleos, impulsando así el desarrollo nacional.

Sin embargo, tal desarrollo se ve frenado por la falta de conocimiento en relación con estos entes económicos, así como la superficialidad con la que gran parte del tiempo se analizan (De la Rosa, 2000), originando con ello un estancamiento en el desarrollo económico y social nacional.

Así pues, con base en lo anterior, es preciso señalar que el interés por estudiar este tipo de organizaciones, relacionadas con temas de actual relevancia como la sostenibilidad empresarial y la competitividad se incrementa, con el fin de aportar al conocimiento en el área, el cual pueda contribuir a una mejora tanto en las organizaciones como en la manera de analizarlas.

2.2. Generalidades de la Sostenibilidad empresarial.

La sustentabilidad empresarial representa un paradigma nuevo para gestionar y estudiar a las organizaciones; opuesto al antiguo modelo económico que predominaba en los siglos XIX y XX. Las organizaciones actuales - en su mayoría, grandes empresas - están presentando especial atención a sus grupos de interés a la hora de formular sus estrategias. Dichas partes interesadas o *stakeholders*, exigen cada vez más a las empresas den a conocer públicamente el impacto que éstas generan a través de sus actividades, procesos y/o productos en lo ambiental y social.

En ese sentido, las empresas se están enfrentando al reto de atender las exigencias de sus grupos de interés, y al mismo tiempo, asegurarse de mantener sus ventajas competitivas, por ende proteger su estabilidad económica. Además las

organizaciones están siendo forzadas a cambiar sus políticas, procesos, actividades y a comunicar tales esfuerzos para contribuir y lograr la sostenibilidad empresarial.

En ese sentido, Portales, García de la Torre, Camacho y Arandia (2009) señalan que con el paso del tiempo la necesidad de que las empresas integren en sus procesos actividades sostenibles, es cada vez mayor. Así mismo, Wilson (2003) resalta el equilibrio de objetivos sociales, económicos y ambientales, así como un creciente interés por la satisfacción de los stakeholders, como las características principales de una empresa sostenible.

En ese orden de ideas, Pablo Frederick, gerente de sustentabilidad y cambio climático de Deloitte (citado en Zapata, Osorio y Castillo, 2011) comenta que, para que una empresa sea sostenible debe generar valor y ser competitiva, lo cual se logra por medio de una gestión óptima de las operaciones, sus relaciones y recursos. De no ser así, señala que la empresa corre riesgos cada vez más tangibles de reducir o perder posiciones en algunos mercados o bien ser excluida de otros.

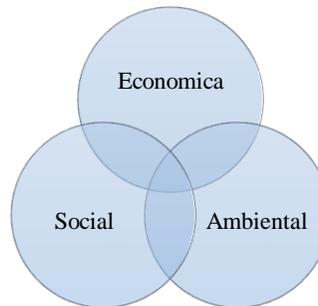
Ahora bien, qué es la sostenibilidad empresarial. Antes de continuar, cabe mencionar que es frecuente encontrar publicaciones que utilicen el término: Sostenibilidad empresarial, como si fuese sinónimo de responsabilidad social empresarial (RSE) o desarrollo sustentable (DS), que si bien son términos afines, ni la RSE ni el DS definen lo que es la sustentabilidad empresarial. No obstante, cabe señalar que la sostenibilidad empresarial abarca aspectos de la RSC y se rige bajo los principios del DS (Portales et al. 2009; Wilson, 2003).

Con base en lo anterior, Parrish (2005) define a las empresas sostenibles como aquellas que se centran en el desarrollo de una fórmula de rentabilidad a escala humana que, mediante la conexión con todos los grupos de interés y el medio ambiente, operan en sintonía con el progreso social y en armonía con los límites planetarios centrándose en retornos razonables y beneficios, en lugar de un crecimiento constante.

Del mismo modo, Elkington (1994) comenta que la sostenibilidad en la empresa es aquello que contribuye al desarrollo sostenible mediante la entrega al mismo tiempo

de beneficios económicos, sociales y ambientales –*triple bottom line*– (Véase figura 1). Por otra parte, Hart y Milstein (2003) utilizan el término sostenibilidad empresarial para referirse a la empresa que crea valor en el nivel de estrategias y de prácticas para avanzar hacia un mundo más sostenible.

Figura 1. Dimensiones de la sostenibilidad empresarial.



Fuente: Elaborado con base en Elkington (1994).

De acuerdo con Hart y Milstein (2003) las dimensiones de la sostenibilidad, aplicadas a las empresas se pueden explicar de la siguiente manera: (a) económica: ésta se da cuando la actividad empresarial se mueve hacia la sostenibilidad ambiental y social es lo financieramente posible y rentable para la empresa; (b) social: está basada en el mantenimiento de la cohesión de objetivos comunes. En una empresa, se debe tener en cuenta las consecuencias sociales de la actividad de la misma a todos los niveles: trabajadores, proveedores, clientes, comunidades locales y la sociedad en general; y (c) ambiental: es la compatibilidad entre la actividad de la empresa y la preservación de la biodiversidad y de los ecosistemas, procurando evitar la degradación del medio ambiente. Incluye un análisis de los derivados de la actividad empresarial en términos de consumo de recursos y de generación de residuos y emisiones.

Con base en lo anterior, se puede decir que la sostenibilidad empresarial asume un enfoque holístico a favor de la prosperidad económica, la integridad del medio ambiente y la equidad social como parte de la operación comercial. Respecto a lo anterior, Gray (2006) comenta que los sistemas, llámense países, regiones,

organizaciones, individuos, poseen un compromiso moral con aquellos menos favorecidos con el objetivo de preservar la especie tal como la conocemos.

Así mismo, señala que las organizaciones que buscan la sostenibilidad deben conocer con claridad los principios que rigen el término y por lo menos enfocarse en la reducción sistémica de la huella ecológica, es decir, una verdadera reducción del total de recursos utilizados por las mismas.

2.2.1. Principios básicos de la sostenibilidad empresarial.

Como se mencionó en párrafos anteriores, la sostenibilidad empresarial se rige bajo los principios originales del desarrollo sostenible, sin embargo, es preciso señalar que tales principios adquieren un énfasis con un toque distinto si se retoman por organizaciones con fines de lucro. Respecto a esto último, Bansal (2005) alinea los principios originales a las empresas de la siguiente manera: a) Principio de la integridad ambiental: Este garantiza que las actividades humanas no desgastaran el suelo terrestre ni los recursos hídricos. Si el medio ambiente está en peligro, entonces los recursos básicos y necesarios para la vida humana, como el aire, agua y alimentos, también lo estarán.

Partiendo de lo anterior, las empresas protegerán la integridad ambiental minimizando el tamaño de su impacto negativo en el entorno natural, mediante la gestión medioambiental de sus actividades, es decir, a través del control y prevención de la contaminación, así como también de la creación de productos amigables con el medio ambiente.

En segundo orden (b) el principio de la equidad social, señala que todos los miembros de la sociedad tienen derecho por igual a recursos y oportunidades que satisfagan las necesidades básicas como alimento, vivienda, atención médica, educación, vestimenta y libertad política. Trasladado a las empresas, la equidad social se logra mediante las prácticas de responsabilidad social, la cual exige a las empresas cumplir con las expectativas económicas, legales y éticas de todos los grupos de interés y no sólo los accionistas (Carroll, 1979). Respecto a lo anterior, Bansal (2005) menciona que un aspecto importante de la gestión de stakeholders

es precisamente la creación de relaciones sólidas entre empresa-interesado, a través de la transparencia de sus actividades.

Por último, (c) el principio de prosperidad económica, señala que una óptima calidad de vida se logra mediante la capacidad productiva de las organizaciones e individuos en la sociedad. Asimismo, puntualiza que los mercados internacionales son cada vez más competitivos y en consecuencia, aquellos sistemas que implementen la innovación, eficacia, la investigación y desarrollo estarán propensos al alcance de tal prosperidad. Así pues, según Bansal (2005) la prosperidad económica se fundamenta en la creación de valor a través de los bienes y servicios que una empresa ofrece; tal valor se puede generar mediante la fabricación de productos innovadores y en el uso eficiente de los recursos.

Así pues, a fin de lograr la sostenibilidad, las empresas deben poner en práctica tanto en sus productos, políticas y prácticas cada uno de los principios sin subestimar alguno de ellos es decir, formular estrategias en las cuales abarquen, al mismo tiempo, los tres pilares como bien lo señala Elkington (1994). Ahora bien, esto representa un reto para las empresas, especialmente para las MiPyMES (por sus características particulares), sin embargo, estos entes económicos no deben ignorar las peticiones por parte de sus *stakeholders* de ser mayormente transparentes y responsables con sus actividades, *productos* y servicios, ya si bien es un fuerte desafío, también es cierto que esto trae consigo varios beneficios.

De acuerdo con Senge, Smith, Kruschwitz, Laur y Schley (2008) las empresas pueden verse beneficias de diferentes maneras, por ejemplo, a través de un importante ahorro monetario (a largo plazo), de nuevos clientes, inversionistas, proveedores; de ventajas competitivas, como la diferenciación de productos y/o servicios; la mejora de la imagen y marca empresarial, entre otras.

En ese sentido, se puede decir que la implementación de actividades sostenibles en las empresas, podría mejorar considerablemente el desempeño interno y externo de las empresas. Sin embargo, como ya se ha señalado con anterioridad, es un proceso que debe ser visto e implementado bajo una visión estratégica.

2.2.2. La sostenibilidad como factor estratégico en la empresa.

La sostenibilidad aplicada a las organizaciones presenta los mismos objetivos que el desarrollo sostenible, por lo tanto, enfocado a una empresa, la sostenibilidad tiene como objetivo generar valor mediante actividades que solucionen las necesidades propias de la empresa y la de sus grupos de interés en el presente y futuro (Parrish, 2005; Elkington, 1994; Hart & Milstein, 2003; Labuschagne, Brent & Van Erck, 2005).

En ese sentido, Chabowski et al. (2011) mencionan que las empresas están haciendo un gran esfuerzo para lograr beneficios a mediano y largo plazo, mediante la adopción de actividades de sostenibilidad. Añaden que el tema de la sostenibilidad se ha convertido en una cuestión de importancia estratégica en el actual escenario competitivo.

No obstante, pese a que la investigaciones en relación a la gestión de la sostenibilidad y la publicación de las memorias de sostenibilidad están en aumento y que es del conocimiento público algunos de los beneficios que las empresas obtienen al implementar estrategias en el sentido de la sostenibilidad, es común ver que gran parte de las empresas no ejecutan sus actividades de una manera estratégica, lo cual dificulta lograr el objetivo de la sostenibilidad empresarial: generar valor (Baumgartner & Ebner, 2010).

De acuerdo con Baumgartner y Ebner (2010) y Stead y Stead (2008) sí las empresas visualizaran la sostenibilidad como una estrategia y la implementarán en los tres pilares del desarrollo sostenible, éstas obtendrían posiciones competitivas únicas. Respecto a lo anterior, Baumgartner (2009) comenta que aunque las empresas están invirtiendo tiempo y dinero en la gestión de la sostenibilidad y la publicación de informes, estas aún no logran estructurar con claridad estrategias de sostenibilidad.

Asimismo, propuso cuatro perfiles o cuatro maneras en que las empresas estructuran sus estrategias de sostenibilidad: (1) de manera introvertida, la cual consiste en formular estrategias centradas únicamente en las normas sociales y

ambientales, con el principal objetivo de disminuir sus riesgos financieros; (2) de manera extrovertida, estas estrategias enfatizan en la creación de relaciones externas, es decir, son aquellas que buscan la legitimación a través de certificaciones con el propósito de obtener licencias que le permitan operar; (3) de manera conservadora, estas estrategias buscan eficientar los procesos y disminuir la contaminación; y por último (4) de manera visionaria, la cual presenta una perspectiva integral, es decir, toma en cuenta lo económico, social y ambiental e implementa actividades en toda la empresa. Este tipo de estrategias enfatizan en la innovación e investigación; las empresas que implementan este tipo de estrategia visualizan la sostenibilidad como parte de sus ventajas competitivas.

Por otra parte, resulta menester comentar que el hecho de que las empresas formulen y ejecuten estrategias fundamentadas en los pilares de la sostenibilidad, no significa que realmente busquen lograr el objetivo de ésta, el cual es la permanencia - a través del tiempo- de los recursos a favor de las sociedades actuales y futuras. Por ejemplo, como señalan Kanji y Chopra (2010) las empresas que ponen en marcha actividades de responsabilidad social, las cuales entran en los principios de sostenibilidad empresarial, lo hacen (en su mayoría) buscando sólo la aceptación y apoyo gubernamental con el propósito de verse beneficiadas económicamente.

Si bien, es cierto que una empresa lucrativa siempre pondrá especial atención a sus finanzas, también es cierto que en la actualidad y bajo los fundamentos de la sostenibilidad, este tipo de organización debe considerar factores financieros y no financieros; especialmente sí se dice ser una empresa sostenible. Es decir, no basta con hacer publicaciones anuales sobre sus actividades, se necesita de un compromiso real que tenga claro que lo que busca la sostenibilidad, ya sea en el macro o micro escenario, es que se pueda vivir con calidad en el presente, sin poner en peligro el futuro.

Respecto a lo anterior, Epstein, Buhavo y Yuthas (2010) puntualizan que uno de los más grandes retos para los gerentes del siglo XXI, es precisamente el abordar el tema de la sostenibilidad de una manera equilibrada entre sus tres principios. Así

mismo, comentan que un factor que es determinante para que las estrategias de sostenibilidad logren su objetivo, es la cultura de la organización. Por otra parte, los autores añaden que la medición de la sostenibilidad empresarial también es un reto, ya que actualmente existen múltiples índices que dictan la pauta para tal medida o bien que figuran como guías a la hora de hacer las memorias de sostenibilidad.

2.2.3. Memorias de Sostenibilidad e indicadores de medición.

Los informes o memorias de sostenibilidad, se han convertido en una importante herramienta de comunicación por parte de las empresas, para promover la transparencia y rendición de cuentas para sus grupos de interés. De acuerdo con Morhardt, Baird, & Freeman (2002), estos informes tienen la capacidad de expresar o exponer los valores, actitudes y compromiso por parte de las empresas hacia los temas relacionados con la sostenibilidad, especialmente hacia el social. De igual manera, puntualizan que estos documentos varían, evidentemente, de una organización a otra y destacan que son escritos voluntarios, sin embargo, motivados (demandados) por los stakeholders. Añaden que tales memorias, son publicadas usualmente en las páginas web de las empresas, lo cual permita el fácil acceso a cualquier persona.

Para estructurar tales documentos o bien, para darles a las empresas una pauta o una guía del qué deben medir y en ocasiones cómo, existen en la actualidad múltiples índices, herramientas y/o guías que facilitan a las organizaciones medir su desempeño con respecto a las actividades de sostenibilidad que implementan. Cabe mencionar, que a pesar de que son varios los métodos de medición (ver anexo 2), éstos enfatizan en uno o varios aspectos de la sostenibilidad (en su nivel macro o micro); más no en los tres pilares de manera simultánea.

Respecto a esto último, Wang (2005) comenta que la escases literaria sobre métodos integrales de medición, obstaculiza los esfuerzos de las empresas por abarcar los tres elementos de la sostenibilidad. No obstante, existen algunos índices más populares precisamente por integrar los tres factores, y por ende son mayormente utilizados para la elaboración de las memorias, entre ellos:

El *Triple Bottom Line (TBL)*, el cual según Moneva (2005) pretende conjugar al mismo tiempo, la necesidad de transparencia de la empresa junto con el desarrollo sostenible. En el nuevo paradigma empresarial basado en la sostenibilidad, cambia el interés de los stakeholders de solo conocer los resultados económicos de las empresas, por tener acceso a los impactos sociales y ambientales que provocan las organizaciones. Esto con el objetivo de tomar mejores decisiones a la hora de invertir o relacionarse con las empresas es que se crean las memorias de sostenibilidad, en donde las organizaciones presentan a sus grupos de interés los resultados obtenidos en las tres dimensiones ya señaladas.

Por otra parte, se encuentra las normas ISO 14000, la cual consiste en un conjunto de reglamentos internacionales para la gestión medioambiental. Es la primera serie de normas que permite a las organizaciones de todo el mundo realizar esfuerzos medioambientales y medir la actuación de acuerdo con unos criterios aceptados internacionalmente.

La ISO 14001 es la primera de la serie 14000 y especifica los requisitos que debe cumplir un sistema de gestión medioambiental. La ISO 14001 es una norma voluntaria y fue desarrollada por la International Organization for Standardization (ISO) en Ginebra. La ISO 14001 está dirigida a ser aplicable a “organizaciones de todo tipo y dimensiones y albergar diversas condiciones geográficas, culturales y sociales”.

El objetivo general tanto de la ISO 14001 como de las demás normas de la serie 14000 es apoyar a la protección medioambiental y la prevención de la contaminación en armonía con las necesidades socioeconómicas. La ISO 14001 se aplica a cualquier organización que desee mejorar y demostrar a otros su actuación medioambiental mediante un sistema de gestión medioambiental certificado.

Otro de los indicadores con mayor utilidad por parte de las empresas, se encuentra el *Dow Jones Sustainability Indexes (DJSI)*. Este indicador realiza una evaluación de sostenibilidad corporativa (CSA, por su sigla en inglés) que consiste en un riguroso análisis y medición de desempeño de las compañías, a través de

indicadores sobre aspectos económicos, sociales, ambientales y de gobierno corporativo que se refieren a la creación de valor a largo plazo. Adicionalmente, un componente fundamental de esta evaluación es el continuo y exhaustivo monitoreo a medios, información pública, y percepciones de los grupos de interés de las compañías. Esta evaluación integral, permite identificar además del desempeño de las compañías, su relación con el entorno y su capacidad de respuesta a situaciones sociales, ambientales y económicas que puedan afectar reputación y el cumplimiento de sus objetivos estratégicos.

El DJSI es uno de los principales indicadores mundiales para monitorear el desempeño financiero de compañías líderes en términos de sostenibilidad corporativa. En consecuencia, es referencia para analistas, inversionistas institucionales, entidades especializadas por sectores, e inversionistas de portafolio que creen en el potencial a largo plazo y los resultados económicos, sociales y ambientales que evidencian las empresas sostenibles a la hora de tomar decisiones de inversión.

Por último es preciso mencionar al *Global Reporting Initiative (GRI)*. El cual es una guía que constituye un marco para presentar memorias sobre el desempeño económico, ambiental y social de las organizaciones informantes. Las directrices en ella recogidas están concebidas para poder ser aplicadas a empresas de cualquier tipo y tamaño, y de cualquier lugar del mundo; no son exclusivas para ningún sector industrial en concreto.

El GRI es una extensa red de miles de expertos y representantes de diversos grupos de la sociedad (empresarios, ONGs, expertos, agencias gubernamentales, etc.) en más de 40 países, quienes participan en grupos de trabajo y órganos de gobierno del GRI, utilizan sus guía para reportar, acceder información en reportes basados en GRI o contribuyen para el desarrollo del Marco de elaboración de Reportes de Sostenibilidad en otras vías, ya sea formal o informalmente. La visión del GRI es una economía global sostenible en donde las organizaciones se hagan responsables de gestionar su impacto y su desempeño económico, ambiental y social (Arias y Linares, 2011).

De acuerdo con los autores previamente mencionados, el GRI organiza los indicadores de desempeño de acuerdo a una jerarquía de categoría, aspecto e indicador. Los indicadores se agrupan según las tres dimensiones del concepto convencional de sostenibilidad: la económica, la ambiental y la social.

2.2.4. Teorías relacionadas con la sostenibilidad empresarial.

Como se ha mencionado con anterioridad, son diversas las teorías bajo las cuales la sostenibilidad empresarial se ha analizado. En primer instancia, éste fenómeno fue estudiado enfatizando en los beneficios económicos que las organizaciones podrían alcanzar. No obstante, como ya se ha puntualizado, este fenómeno organizacional responde de igual manera a factores económicos, sociales y ambientales, por lo tanto, se requiere que tanto las organizaciones como las investigaciones se guíen por teorías que vayan más allá del beneficio económico, o que por lo menos, que aborden uno o más temas relacionados con el término. Esto, a favor de que los modelos actuales de negocio se reinventen bajo la visión de que las organizaciones necesitan ampliar sus objetivos en torno a la sostenibilidad.

Algunas de las teorías que actualmente se utilizan para analizar la sostenibilidad empresarial y los efectos de ésta, son la teoría de la agencia, teoría de la legitimidad, teoría de los stakeholders y teoría de recursos y capacidades. Respecto a estas teorías, Lu (2016) comenta que éstas, son teorías divididas en dos maneras de pensar: tradicionalistas y visionarias. No obstante, abordan temas relacionados a lo social y lo ambiental, sin dejar de lado lo económico.

a) *Teoría de la agencia.* La teoría de la agencia, postulada por Jensen y Meckling en 1976, indica que una de las principales funciones de los gerentes es alinear los intereses empresariales con los de sus empleados y accionistas (Foss & Stea, 2014). En ese sentido, Lu (2016) comenta que Friedman y Allen en 1970, utilizan por primera vez esta teoría con el objetivo de analizar las actividades de las empresas en materia de responsabilidad social corporativa; señalando que la responsabilidad social empresarial o corporativa representa un tema conflicto

puesto que, de primer momento los intereses de la empresa se ven asimétricos a los de los accionistas.

Respecto a lo anterior, Lu (2016) señala que si bien, esta teoría pone en manifiesto la importancia de equilibrar los diferentes intereses que giran alrededor de las organizaciones, también puntualiza lo complicado que esto resulta, lo cual se incrementa sí se añade el tema de la responsabilidad social, puesto que, éstas actividades representan más que una inversión, un gasto. Por lo tanto, según la autora se considera es esta teoría como tradicionalista, ya que aboga por evitar el riesgo financiero más que por el logro integral de los diversos intereses.

No obstante, tal teoría ha sido utilizada por diversas investigaciones en análisis de la sostenibilidad empresarial, mismas que enfatizan en la asimetría de intereses. Consecuente a lo anterior, existen resultados divididos sobre la relación entre sostenibilidad empresarial (o alguno de sus elementos) y el desempeño financiero de las organizaciones; algunos autores señalan una relación positiva (Horváthová, 2012; Rassier y Earnhart, 2011) y por otra parte hay quienes dicen que la relación es negativa (Konar y Cohen 2001) o inexistente.

b) *Teoría de la legitimidad.* Por otra parte, está la teoría de la legitimidad, la cual fue postulada por Davis en 1973, misma que enfatiza en el poder que tiene la sociedad sobre las organizaciones. Según el pionero de la teoría, aquellas empresas que no cumplan con las expectativas de la sociedad, son más propensas a desaparecer. Así pues, esta teoría señala el creciente interés por parte de las organizaciones, de estar frecuentemente buscando la aprobación de la sociedad mediante el cumplimiento de sus normas, políticas y demandas (Deegan y Unerman, 2006).

En ese sentido, considerando lo que la teoría indica y tomando en cuenta lo que representa la sostenibilidad empresarial, se podría decir que existen similitudes, es decir, bajo el lente analítico de la teoría, las empresas están continuamente buscando satisfacer las necesidades de la sociedad con el fin de obtener su

aprobación y por ende, continuar laborando (Cong y Freedman, 2011). En ese sentido, la sostenibilidad empresarial puede fundamentarse bajo estos postulados ya que se busca tal aceptación a través del rendimiento de cuentas en lo social y ambiental.

c) *Teoría de los Stakeholders*. Esta teoría se caracteriza por señalar la inevitable relación entre las organizaciones y sus múltiples grupos de interés (Van Marrewijk, 2003). Es una teoría propuesta por Freeman 1984, en la cual indica los vínculos existentes entre las empresas y sus partes interesadas externas e internas. Según la teoría, los gerentes se ven obligados a formular estrategias para cumplir con las necesidades morales, éticas y sociales de sus stakeholders. De acuerdo con Freeman, se entiende por Stakeholders a todos los grupos de individuos que puedan verse beneficiados y/o afectados por las decisiones de las empresas. Según el autor, los principales interesados son los clientes, empleados, proveedores, accionistas, el gobierno entre otros.

Cabe mencionar que esta teoría, es ampliamente utilizada a la hora de dar fundamentos a la responsabilidad social empresarial, misma que abarca temas éticos, filantrópicos, sociales y económicos. Es por ello, que de igual manera es admisible para analizar el tema de la sostenibilidad empresarial, ya que como se ha mencionado, la sostenibilidad aborda los temas sociales que la RSE.

Así mismo, existen otras teorías como la teoría de los sistemas empresariales (Whitely, 1992 citado en Goyal, Rahman y Kazmi, 2013); Teoría de recursos y capacidades (Wernerfelt, 1984; Barney, 1991); y teoría de efectos olvidados (Kaufman y Gil-Araujo, 1988, citados en Barcellos y Gil, 2011).

Respecto a la teoría de recursos y capacidades, la cual enfatiza en la generación de ventajas competitivas sostenibles a través de los recursos mayormente internos de la organización, Shelley (2002) hace mención de una versión renovada de esta teoría o más bien, señala que la misma amplía sus perspectivas y reconoce que los

factores externos como el medio ambiente, también son fuente de ventajas competitivas para las organizaciones.

Dicha teoría se conoce como *Natural Resource-Based View* y se reconoce a Hart (1995) citado por Shelley (2002) como el precursor de tal teoría. Ésta enfatiza en la prevención de la contaminación, administración de productos, y el desarrollo sostenible. Así pues, Hart señala que a través de la relación entre empresa-medio ambiente, las primeras pueden verse beneficiadas a través de verdaderas ventajas competitivas sostenibles. Respecto a esto, cabe mencionar a Porter y Van der Linde (1999) quienes puntualizan que al reducir la contaminación ambiental, las empresas pueden obtener una verdadera oportunidad competitiva.

Por otra parte, es preciso mencionar que a pesar de que estas teorías se han utilizado y adaptados a los nuevos paradigmas organizaciones, entre ellos la sostenibilidad empresarial, en la actualidad no hay una teoría que de manera integral explique o describa con certeza tal fenómeno. No obstante, las teorías antes mencionadas son admisibles para el estudio del tema. Cabe mencionar que aunque diferentes, coinciden en que las organizaciones deben tener encienta las necesidades de sus grupos de interés a la hora de establecer objetivos y formular estrategias, ya que de éstos depende la permanecía de las empresas en el mercado.

2.3. Aspectos históricos de la competitividad.

El tema de la competitividad hoy en día es considerado fundamental en los sectores de actividad económica a nivel de países desarrollados, así como en vías de hacerlo. Sin embargo, hablar sobre competitividad no es un tema reciente. Con el paso del tiempo y los inminentes cambios a nivel mundial, el término ha cobrado auge y despertado el interés de investigadores como de empresarios por comprender qué es la competitividad, cómo se obtiene, en qué consiste, cómo favorece al desarrollo económico, social y político de una nación y al éxito organizacional; el tópico se ha convertido en el objeto de análisis del siglo XXI.

En las últimas décadas la lucha por los mercados se ha vuelto una obsesión en los principales países del mundo, y la competitividad se reconoce como un atributo clave de las economías nacionales (Porter, 1990). Según Sobrino (2002) el término de competitividad se origina bajo perspectivas económicas, con el interés de identificar las causas que le permitían a un país en un determinado momento, obtener una posición privilegiada y de superioridad – económicamente hablando – sobre otros países. Asimismo, se enfocaba en la búsqueda de estrategias que favorecieran dicho objetivo.

Labarca, (2007) señala a Adam Smith, – uno de los más grandes pensadores en el área de la economía – como precursor de la competitividad. El autor menciona que fue Smith – quien enfocándose a la competitividad de las naciones – presentó el primer argumento moderno de la competitividad al refutar la idea mercantilista de que la superioridad de un país se basaba en la concentración y control de su economía y recursos más preciados. Contrario a ello, Smith ponderaba beneficios como el incremento de la eficiencia y el bien estar común como consecuencias de la competencia entre países.

En el mismo orden de ideas, Apleyard y Field (2003) con base en Labarca 2007, señalan que el famoso economista señalaba que la economía de un país se fundamenta en la especialización e intercambio de los bienes. Es decir, en lugar de cerrarse al comercio y centralizar sus recursos, las naciones debían identificar los que gozaran de una ventaja absoluta y potencializarlos, con el objetivo de exportarlos hacia otros países que no contarán con tales activos y necesitarán de ellos; a la vez, importar los recursos de los que se carecía.

Según los autores, Smith subrayaba al conjunto de recursos naturales y a las habilidades que caracterizaban a una nación como las fuentes de ventajas absolutas. Pensamiento similar, a lo que Wernerfelt, (1984), Barney (1991) entre otros, propondrían como teoría de recursos y capacidades.

Al igual que Smith, Labarca (2007) señala a David Ricardo como uno de los precursores del análisis competitivo. Según el autor, D. Ricardo y la teoría de

comercio internacional dan la pauta para estudiar la competitividad, específicamente la teoría de principios del siglo XIX sobre las ventajas comparativas reconociendo que las fuerzas del mercado asignarán los recursos de una nación a aquellos sectores donde sea relativamente más productiva.

Es en este contexto, donde surge el interés teórico y práctico por la competitividad, sobre todo en los Estados Unidos de América. Michael Porter de origen estadounidense es uno de los autores contemporáneos y más frecuentemente citados en el tema. La teoría de Porter puede considerarse el *mainstream* en competitividad (Lombana y Gutiérrez, 2009).

Porter toma el concepto de ventaja competitiva y lo aplica a las industrias nacionales, por extrapolación a las naciones (“la ventaja competitiva de la naciones”, 1990). Abriendo así, el camino a los diagnósticos nacionales de competitividad, señalando al conjunto de instituciones, políticas y factores como determinantes de la productividad. Lombana y Gutiérrez (2009) señalan las aportaciones del autor como la base del Foro Económico Mundial (WEF, por su sigla en inglés).

Así pues, fue que el tema de la competitividad ha ido manifestándose a través del tiempo y enfocándose en “secciones” específicas (naciones, regiones, empresas, etc.) analizando en cada una de ellas indicadores concretos que proporcionan información y conocimiento parcial del fenómeno. Éste ha ido evolucionando e incrementando el grado de complejidad para su estudio y análisis, especialmente en las organizaciones.

Debido a la globalización de los mercados, la era de la información, del conocimiento y del cambio continuo, rápido e incierto que caracteriza a la actual economía mundial (Villarreal & Ramos, 2001), los negocios según los autores, han dado lugar a un nuevo nombre del juego: la hipercompetencia global en los mercados internacionales y nacionales, la cual consiste en que las naciones flexibilicen sus economías con el objetivo de participar en los mercados internacionales sin comprometer los mercados internos. Además señalan que esto

ha provocado un nuevo paradigma integrador conocido como competitividad sistémica, la cual integra a la empresa-industria-gobierno-país.

Por otra parte, Esser, Hillebrand, Messner y Meyer-Stamer (1996), señalan el esfuerzo que se ha desarrollado en las últimas décadas por parte de Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) para sistematizar los diversos enfoques existentes sobre el fenómeno de la competitividad con el objetivo de sintetizarlos en un enfoque integral denominado por la misma organización en 1992 como competitividad estructural.

Esser et al. (1996) señalan el énfasis en la innovación como factor central del desarrollo económico, el aprendizaje organizacional y las redes de colaboración como los elementos bases del enfoque sistemático. En ese sentido, la Comisión Económica para América Latina (CEPAL, 2001) plantea que el concepto de competitividad sistémica se caracteriza y distingue por reconocer que un desarrollo industrial exitoso no se logra precisamente a través de una función micro (en la planta y dentro de las empresas para crear ventajas competitivas) o del macro (política fiscal, monetaria, comercial, cambiaria, presupuestaria, competencia) sino del conjunto de cuatro grandes niveles: los previamente señalados y el meta (estructura política y económica orientada al desarrollo, estructura competitiva de la economía, visiones estratégicas, planes nacionales de desarrollo) y el meso (eficiencia del entorno, mercados de factores, infraestructura física e institucional y, en general, las políticas específicas para la creación de ventajas competitivas).

Eissa y Ferro (2001), con base en Labarca (2007) indican que este enfoque sistémico tiene especial relación con las ciencias sociales: la sociología económica, la sociología industrial, la geografía económica y las ciencias políticas. En definitiva, el concepto de competitividad sistémica es una aproximación analítica para entender los factores que contribuyen a lograr un desarrollo industrial exitoso. Es importante señalar que el concepto según la CEPAL (2001), se centra en encontrar el equilibrio adecuado entre las fuerzas del mercado y la intervención (formulación e implementación de políticas dirigidas a promover el desarrollo industrial y competitivo).

Se entiende que la ventaja que ofrece el concepto de competitividad sistémica radica en que es lo bastante abierto como para incluir las fortalezas y debilidades que determinan las capacidades locales y regionales del desarrollo. Asimismo, trata de capturar los determinantes políticos y económicos de un desarrollo industrial exitoso, centrándose en los aspectos de creación de redes entre gobiernos, instituciones, empresas y organizaciones privadas de desarrollo para la creación deliberada de las condiciones de un desarrollo industrial sostenido y de mayor competitividad nacional.

Así pues, la competitividad es una medida relativa que compara el desempeño económico de alguna unidad de análisis con el resto de unidades que forman el universo de estudio; es también un atributo que no puede ser medido directamente, por lo que se deben seleccionar una o algunas variables que asumen el papel de indicadores de competitividad (Kresl y Singh, 1999).

2.3.1. La competitividad a nivel empresarial.

La competitividad empresarial es un concepto estudiado profusamente en los últimos tiempos y cuya definición más formal en términos generales se identifica con la capacidad de las empresas u organizaciones para crear y mantener las ventajas competitivas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico. Asimismo, Enright et al. (1994), citados por Labarca (2007), define la competitividad de una empresa como la capacidad de la misma para suministrar bienes y servicios igual o más eficaz y eficiente que sus competidores.

Para Cuervo (1993) la competitividad es vista como la capacidad de fabricar productos o servicios con el objetivo de satisfacer las necesidades del consumidor y a la vez crear valor, obteniendo una rentabilidad o ganancia de lo invertido, ya sea igual o superior a su costo. En ese orden de ideas, Bueno (1995) añade que la competitividad es la posición que la empresa tiene frente a su competencia, o bien, la capacidad que posee para sostener dicha posición a través del tiempo.

De las conceptualizaciones anteriores se pueden identificar puntos en común. Por una parte el considerar a la competitividad como la capacidad para competir, ya sea a nivel nación, región o empresa. Por otra parte, el hecho de que la competitividad es por naturaleza ambigua, misma que según Marín y López (2011) no está determinada por los éxitos de la organización, sino por los logros en relación con los de la competencia. Los autores coinciden en que los factores de la competitividad son cambiantes con el paso del tiempo, misma que debe ser sostenible.

La competitividad de una empresa depende de la productividad, la rentabilidad, la posición competitiva, la participación en el mercado interno y externo, las relaciones interempresariales, el sector y la infraestructura regional (Saavedra 2010). Así pues, varios estudiosos del tema de la competitividad empresarial han intentado generar modelos o metodologías con el fin de determinar la competitividad en las empresas.

Cabe mencionar que la investigación y los estudios sobre competitividad consideran todos los elementos que explican el éxito de la misma y tratan de identificar los impulsores de la competitividad. Sin embargo, no hay a la fecha, un acuerdo unánime sobre su definición o valoración: los economistas lo ven desde una ventaja comparativa; la gestión y la estrategia de los investigadores lo ven desde una perspectiva estratégica, por otra parte los sociólogos y los teóricos políticos lo ven bajo una perspectiva histórica y sociocultural. Así pues, la variabilidad de perspectivas y conceptualizaciones hacen de la competitividad un tema bastante complejo, sin embargo, también lo vuelven aún más interesante por estudiar.

2.3.2. Bases teóricas de competitividad empresarial.

El tema de la competitividad se ha desarrollado bajo diferentes puntos de vista y diversas teorías, de las cuales algunas poseen relación cercana con el comercio y el desarrollo de la empresa (Saavedra y Milla 2012). En este apartado se desarrollan dos de estas teorías: teoría de la ventaja competitiva y teoría de la competitividad sistémica.

En la literatura la tendencia predominante ha sido de considerar que la competitividad empresarial es el logro de una ventaja competitiva. De esta forma, valorando la ventaja competitiva se accederá a la valoración de la competitividad. En este sentido, al concepto de ventaja competitiva se le ha dedicado una gran atención en la disciplina de la Dirección Estratégica pero no existe una definición clara de la misma, ya que no posee una única dimensión, sino que es un constructo complejo formado por múltiples aspectos. En su estudio se pueden destacar dos grandes modelos dominantes.

El modelo estructural iniciado por Bain (1956) pero reconducido y actualizado por Porter (1982) es un modelo de competitividad en el que la empresa crea estrategias competitivas que le permiten encontrar una posición en el sector en que se ubica, de forma que pueda defenderse mejor contra las fuerzas competitivas de dicho sector o pueda inclinarlas a su favor. Es decir, las características del sector determinan la ventaja competitiva que la empresa puede obtener la cual le permite obtener una posición competitiva superior a sus rivales.

Porter (1982) indica que la ventaja competitiva crecerá potencialmente en razón del valor que la organización sea capaz de generar. Es decir, la capacidad que la empresa tenga para lograr que el consumidor o cualquier miembro de los grupos de interés se mantengan leal al producto o servicio que se oferta.

Para que una empresa logre una real capacidad de generar valor a largo plazo, según Porter, su estrategia empresarial debe enfocarse en trazar un plan de ventaja competitiva sostenible optimizando sus recursos raros, valiosos, inimitables e insustituibles (Barney, 1991). Según Porter, son dos los tipos de ventajas competitivas que se pueden observar en el mercado: (1) el liderazgo en costos, es decir, la capacidad que tienen las empresas de realizar un producto a un precio inferior a sus competidores; (2) la diferenciación del producto, la capacidad de ofrecer un producto distinto y más atractivo para los consumidores frente a los productos ofrecidos por la competencia y (3) El enfoque, que consiste en especializarse en un segmento del mercado y ofrecer el mejor producto pensado expresamente para los reales requerimientos del segmento.

El otro gran modelo de ventaja competitiva es el que propone la Teoría de los Recursos y Capacidades (Barney, 1986; Prahalad y Hamel, 1994; Peteraf, 1993) entre otros. Tal teoría se fundamenta en la concepción de la organización como un cúmulo de recursos y capacidades; mismas que son analizadas y potencializados para la formulación de estrategias organizacionales con el propósito de consolidar ventajas competitivas sostenibles.

La señalada teoría surge como un marco teórico alterativo dentro del campo de la dirección estratégica con el objetivo de comprender cómo se generaban las ventajas competitivas que las organizaciones requerían (Barney, 1991). Asimismo Conner (1991) (citado en Álvarez, González, Álvarez, y Carvajal, 2007) añade que la teoría de recursos y capacidades brinda un importante marco teórico para el estudio de la toma de decisiones, mismas que – adoptante un enfoque estratégico- se encaminan hacia la adquisición de la competitividad.

Se entiende por recursos, según Wernerfelt (1984) como todos aquellos activos tangibles e intangibles que se vinculan a la empresa de forma semipermanente. A lo que Porter (1981) añade que los recursos son ventajas que las empresas pueden utilizar para concebir y ejecutar sus estrategias. Asimismo, según comenta Barney (1991), dichos recursos – para su mejor comprensión- se clasifican en tres grandes categorías: Recursos de capital físico; incluyen la tecnología física utilizada en una empresa; equipo, su ubicación geográfica y su acceso a las materias primas.

Por otra parte, recursos de capital humano; incluyen la formación, conocimiento, experiencia, inteligencia, criterios, relaciones y la perspicacia de los gerentes y trabajadores de la empresa y por último los Recursos de capital organizacional; incluyen el capital organizacional de una empresa; su estructura formal e informal, planificación, control y coordinación de sistemas, así como relaciones informales entre grupos dentro de una empresa y la relación entre la misma y el entorno.

Por otra parte, Amit y Schoemaker, (1993) (citados en Saldaña y Masada, 2010) definen las capacidades como la forma en que la empresa despliega sus recursos de forma combinada para llevar a cabo alguna tarea o actividad. En ese sentido,

Nelson y Winter (1982) (citados en Saldaña y Masada , 2010) mencionan que las capacidades consideran las formas en que los recursos –antes mencionados- interactúan, están integrados, organizados y se complementan en rutinas organizativas; las mismas están compuestas por acciones secuenciales, estrechamente coordinadas sin necesidad de una especial dirección o comunicación verbal.

Los atributos antes mencionados son fuertes aspirantes a convertirse en una ventaja competitiva para la organización, sin embargo Barney (1911) menciona que no todos los recursos cuentan con el potencial para llegar a figurar como una ventaja competitiva. El autor señala cuatro atributos de los recursos que las organizaciones deben detectar con el fin de potencializarlos: (a) debe ser valiosos; deben permitir responder a las amenazas del entorno y aprovechar sus oportunidades (b) debe ser raro o escasos; ya que los recursos y capacidades poseídos por un gran número de competidores no pueden permitir la obtención de ventajas competitivas, (c) debe estar imperfectamente imitable; en el sentido de que los recursos y capacidades, difíciles de imitar por los competidores, serán los que van a permitir sostener, en el tiempo, la ventaja competitiva obtenida y (d) no puede haber sustitutos equivalentes estratégicamente.

Barney (2001) señala que la teoría de recursos y capacidades permite encaminar el análisis organizacional hacia los aspectos más relevantes del interior social de la organización, en relación con el análisis externo. Enfatiza en que los recursos y capacidades son importantes para comprender las diversas fuentes de ventajas competitivas que una organización puede adquirir o generar. Según esta teoría la única manera de lograr ventajas competitivas es mediante el desarrollo de capacidades distintivas haciendo óptimo uso de los recursos con que la organización cuenta.

Por otra parte, surge el término de competitividad sistémica el cual según Attenburg y Messner (2002) nace en el contexto del análisis de los procesos dinámicos de la industrialización en Asia Oriental y del rezagado desarrollo de América Latina. Respecto a esto, Esser et al. (1996) señalan el esfuerzo que se ha desarrollado en

las últimas décadas por parte de Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) para sistematizar los diversos enfoques existentes sobre el fenómeno de la competitividad con el objetivo de sintetizarlos en un enfoque integral denominado por la misma organización en 1992 como competitividad estructural.

En ese sentido, la competitividad sistémica es un modelo teórico que aborda a la competitividad de una manera integral. De acuerdo con los autores la competitividad a nivel nación o sector no se da de manera natural cuando el contexto macro se modifica, ni se origina enfocándose solamente en el nivel micro de las empresas. Esser et al. (1996) aseguran que la competitividad es el producto de la interacción de diferentes niveles: meso, meta, macro y micro; de la relación entre el Estado, las empresas, instituciones y la sociedad.

Este modelo teórico considera fundamental la toma de decisiones considerando los cuatro niveles. Asimismo, presenta elementos fundamentados en la economía industrial, la teoría de la innovación, la sociología industrial y la ciencia política (Dosi, 1988; Freeman, 1984).

Con base en lo anterior, se puede decir que la competitividad sistémica representa una manera holística de ver al fenómeno que por muchos años se veía relacionado solo con cuestiones económicas (Melgarejo, Vera-Colina y Mora-Riapira, 2013). Actualmente se reconoce que la competitividad –nacional, sectorial o empresarial– es el producto de un contexto macroeconómico estable, de la participación del gobierno y las organizaciones privadas en la creación de leyes a favor del desarrollo y la competitividad, de la política y la economía mundial y de elementos socioculturales (García, Toro y Sánchez, 2013).

Respecto a los niveles que componen el modelo, éstas representa cuatro esferas diferentes: empresariales, políticas, económicas y sociales (Hernández, 2001). En el nivel meta se analizan la competitividad industrial y la gobernabilidad; así mismo se estudian los valores culturales orientados al desarrollo de la sociedad, con el objetivo de formular estrategias y políticas que permitan el desarrollo de las empresas.

Asimismo, en este nivel se busca la cohesión de esfuerzos por parte de los grupos sociales más fuertes a favor de un desarrollo social integral, en donde todos los grupos sociales se ven beneficiados. Este nivel señala que el dialogo, la comunicación, la colaboración y el aprendizaje son esenciales para fortalecer las ventajas competitivas. En este nivel se pueden encontrar elementos socioculturales, patrones básicos de organización, política y economía, capacidad estratégica, entre otros. (Esser et al., 1996; Hernández, 2001; Naciones Unidas-Cepal, 2001; Saavedra, 2012).

Por otra parte, en el nivel macro engloba la relación económica con la capacidad de cambio; se analizan las políticas que enmarcan el contexto: tipo de cambio, comercio exterior, políticas fiscales, políticas financieras, políticas presupuestales, políticas de competencia entre otras, las cuales tienen como objetivo impulsar la industria (Saavedra, 2012). De acuerdo con Esser et al. (1996) la estabilidad de este nivel del modelo depende de la capacidad por parte de los gobiernos de mantener un equilibrio entre la economía interna y externa. Además comentan que el éxito estará asegurado si el gobierno se impone con reformas orientadas al desarrollo de la economía.

Otro nivel que compone el modelo es el meso, el cual determina qué políticas son las más adecuadas para incrementar la competitividad a nivel local y regional mediante el uso de ventajas competitivas específicas para cada contexto (Saavedra, 2012). De acuerdo con Esser et al., (1996) este nivel abarca políticas en educación, en tecnología, en infraestructura industrial así como también contiene políticas ambientales.

Por último, el nivel micro se orienta a las exigencias institucionales y tecnológicas. Este nivel está compuesto por la capacidad de las empresas para desempeñar procesos orientados a la mejora continua y al establecimiento de alianzas estratégicas. La clave de este nivel es la interacción estratégica entre las empresas, la cual tiene como objetivo el aprendizaje constante que en un mediano o largo plazo lleve a la innovación en los procesos y/o actividades de las empresas y los grupos de empresas.

Tal nivel, presenta aspectos relacionados con las estrategias empresariales, la innovación, tecnología, logística, relación proveedores-productores, gestión del conocimiento y las mejores prácticas en el ciclo de vida de un producto (Esser et al., 1996; Hernández, 2001; Naciones Unidas-Cepal, 2001; Saavedra, 2012).

En definitiva, el concepto de competitividad sistémica es una aproximación analítica para entender los factores que contribuyen a lograr un desarrollo industrial exitoso. Es importante señalar que el concepto según la CEPAL (2001), se centra en encontrar el equilibrio adecuado entre las fuerzas del mercado y la intervención (formulación e implementación de políticas dirigidas a promover el desarrollo industrial y competitivo).

Se infiere que la ventaja que ofrece el concepto de competitividad sistémica radica en que es lo bastante abierto como para incluir las fortalezas y debilidades que determinan las capacidades locales y regionales del desarrollo. Asimismo, trata de capturar los determinantes políticos y económicos de un desarrollo industrial exitoso, centrándose en los aspectos de creación de redes entre gobiernos, instituciones, empresas y organizaciones privadas de desarrollo para la creación deliberada de las condiciones de un desarrollo industrial sostenido y de mayor competitividad nacional.

Así pues, la competitividad es una medida relativa que compara el desempeño económico de alguna unidad de análisis con el resto de unidades que forman el universo de estudio; es también un atributo que no puede ser medido directamente, por lo que se deben seleccionar una o algunas variables que asumen el papel de indicadores. Por otra parte, se reconoce que la competitividad no solo se asocia con los niveles de productividad que una empresa tenga. Existen factores tanto internos como externos que influyen en los niveles competitivos de las organizaciones.

2.3.3. Índices de medición de competitividad a nivel nacional, regional y empresarial.

Uno de los elementos que dificulta el estudio de la competitividad es la manera en que ésta se mide. Actualmente son diversos los modelos que existen para medir la

competitividad. Elaborados con diferentes metodologías en función de la necesidad de conocer la competitividad de una empresa, industria, región o nación (Saavedra y Milla, 2012). El Banco Interamericano de Desarrollo (BID, 2001) señala que los indicadores de competitividad tratan de explicar la capacidad de un país para producir bienes y servicios con estándares internacionales de calidad y tecnología.

Así pues, las instituciones nacionales e internacionales son las encargadas de medir la competitividad entre países y regiones, bajo diversas perspectivas, con el objetivo de proporcionar información oportuna que sirva de base para gobiernos nacionales, regionales y locales a la hora de tomar sus decisiones y establecer sus políticas públicas a favor del desarrollo integral de sus ciudadanos y empresas. Entre los organismos más destacados a nivel internacional encargados de la evaluación de niveles competitivos se encuentra el Foro Económico Mundial y el Anuario de competitividad mundial. En un contexto nacional, se encuentra el Instituto Mexicano para la Competitividad.

a) *Índice del foro económico mundial*. Este índice engloba dos índices más: El Índice de Competitividad Global (ICG), creado por Sachs y Warner. Este índice mide la competitividad de aproximadamente 140 economías a través de 12 pilares divididos en 112 variables, que incluyen cifras oficiales (datos cuantitativos) e información proveniente de encuestas de opinión (datos cualitativos). Esto lo convierte en la evaluación más completa de la competitividad nacional en todo el mundo (World Economic Forum, 2011).

De acuerdo con el World Economic Forum (2011) los pilares que sustentan al índice son: Instituciones, Infraestructura, Ambiente macroeconómico, Salud y Educación básica, Educación superior y capacitación, Eficiencia del mercado de bienes, Eficiencia del mercado laboral, Desarrollo del mercado financiero, Preparación tecnológica, Tamaño del mercado, Sofisticación de los negocios e Innovación.

Por otra parte, se encuentra el índice de competitividad de crecimiento, el cual se enfoca en medir aspectos microeconómicos, mismos que reflejan la optimización de los recursos con los que se cuenta y los cuales elevan la economía de las naciones.

Este índice está compuesto por elementos sistémicos y factores internos, los cuales están distribuidos en 35 variables, mismas que se enfocan en la medición de aspectos tecnológicos, calidad de instituciones públicas y entorno macroeconómico el cual aborda temas referentes a las políticas públicas, la economía y la sociedad.

b) Anuario de competitividad mundial. De acuerdo con Saavedra y Milla (2012) este índice se encarga de medir y clasificar la capacidad de los países de mantener un ambiente óptimo que favorezca la competitividad de las organizaciones. Cabe mencionar que este índice estudia la productividad de las empresas y cómo esta influye en la capacidad de los países para competir internacionalmente. El índice se divide en cuatro apartados: (1) desempeño económico, (2) eficiencia del gobierno (3) eficiencia de las empresas y (4) desarrollo de la infraestructura. En ese sentido, este indicador contiene 327 variables.

c) Instituto mexicano para la competitividad. La finalidad de este índice es crear políticas públicas con el objetivo de incrementar la competitividad de México, a su vez califica la incorporación de la competitividad del desempeño político, institucional, social, ambiental.

Por otra parte, se encuentran los índices de analizar la competitividad a nivel regional. Cabe mencionar que las peculiaridades de una región o zona pueden apoyar a transformarse en un detonante de la economía o un impedimento el cumplimiento de las empresas y sus afanes competitivos. Su función es guiar para la elaboración de políticas públicas. Saavedra (2012) idealiza la competitividad regional como la amplitud de una economía regional para atraer y mantener la localización de las empresas, con pagos de participaciones zonales estables y crecientes. Las afecciones de a la competitividad regional se dividen y agrupan en tres categorías: (1) aumentando la productividad de las empresas en la región; (2) orientando la dirección y el ritmo de la innovación y (3) estimulando la formación de nuevas empresas, que se expanden y fortalecen el clúster (Porter, 1990).

a) Índice de competitividad empresarial estatal en México. La finalidad es presentar información útil para la crear, diseñar y dar seguimiento a las políticas públicas que

impulsan la competitividad de México. Su método de medición consta de 10 factores de competitividad y 120 variables (Instituto Mexicano para la Competitividad, 2010).

Por último se encuentran los indicadores a nivel empresarial; de los cuales destaca el Doing Business, desarrollado por el Banco Mundial, ya que se enfoca en la medición de la competitividad de las pequeñas empresas.

Este indicador analiza la facilidad para hacer negocios y las regulaciones que favorecen u obstaculizan la actividad empresarial. Cuenta con indicadores cuantitativos sobre las regulaciones empresariales y la protección de los derechos de propiedad. Estudia las fases que afectan de manera directa a la vida empresarial en sus diferentes fases, y con ello mejora las regulaciones y trámites burocráticos que influyen en el ciclo de vida de una pyme (Doing Business, 2010).

2.4. Estudios relacionados con la sostenibilidad empresarial y la competitividad micro.

Los debates mundiales sobre prosperidad global y estrategias de desarrollo, emplean a fondo las palabras competitividad y sostenibilidad, aunque la relación real entre los dos conceptos aún no ha sido estudiado extensamente por académicos, profesionales y organizaciones internacionales (Marius, 2015).

En años recientes, se ha despertado el interés por analizar la relación sostenibilidad-competitividad. No obstante, como bien señala Marius (2015) son escasos los estudios que involucran ambas variables, más aún en México. En el siguiente apartado, se presentan de manera descriptiva algunas investigaciones científicas nacionales en el tema. Así mismo, de manera sintetizada, en la tabla 4 se señalan estudios internacionales que han analizado ambas variables utilizando una o más de las múltiples dimensiones que componen a cada una de éstas.

Respecto a lo anterior, Aigner y Lloret (2013) realizaron una evaluación entre las prácticas de sostenibilidad ambiental y la competitividad de las 500 mejores empresas mexicanas. Los autores hicieron uso de las listas publicadas por la revista Expansión, para identificar las mejores empresas y determinar la muestra, misma que se limitó a las empresas situadas en y alrededor de la Ciudad de México y

Monterrey, donde según los autores se encuentran el 84% de las 500 principales empresas mexicanas.

Para llevar a cabo la investigación 446 organizaciones fueron contactadas por teléfono, correo electrónico y cartas, con el objetivo de comunicar el propósito de la encuesta y obtener la autorización para el estudio. No obstante, solo se obtuvo aproximadamente 23% de respuesta, es decir, solo 103 empresas completaron la encuesta; de las cuales la mayoría de éstas pertenecen al sector manufacturero.

El cuestionario aplicado estaba conformado por 17 preguntas relacionadas a la gestión ambiental de las empresas, y tres preguntas específicas sobre la competitividad en relación con la sostenibilidad ambiental: (1) ¿Cómo calificaría usted la posición de su empresa frente a sus competidores más cercanos en las siguientes áreas? (Información sobre la cadena de suministro, capacidad para encontrar y explotar nuevas oportunidades, sostenibilidad del medio ambiente, inversión, rentabilidad, crecimiento de ingresos, Rendimiento operativo (eficiencia), gestión de residuos, gestión de los recursos energéticos, gestión de los recursos hídricos y gestión de otros recursos naturales). Según los autores, ninguna de las empresas dijo estar en una posición “mucho peor” que su competencia y muy pocos dijeron estar en una posición “peor” que su competencia.

La segunda pregunta se refiere a las repercusiones que las prácticas de sostenibilidad ambiental han tenido sobre las ganancias de la empresa. Como respuesta a esta pregunta, el 59.9% de las empresas dijeron haber tenido un impacto positivo en su rentabilidad, sólo el 15.5% dijo tener un impacto bajo y el 7.3% dijo ningún impacto en absoluto. La tercer pregunta cuestionaba sí la aplicación de prácticas de sostenibilidad ambiental permitió a la empresa tener una mayor capacidad para responder a las nuevas condiciones del mercado; 63.5% dijo tener un efecto positivo y sólo el 6.5% dijo que no existía ningún impacto sobre su capacidad.

Aigner y Lloret, concluyen que mejorar el desempeño ambiental de las empresas mediante la adopción de prácticas de sostenibilidad es compatible con la

competitividad y mejora el desempeño financiero. Añaden que la gran mayoría de las empresas mexicanas reconocen que la adopción de prácticas de sostenibilidad ha mejorado su competitividad y su capacidad para responder a las nuevas condiciones del mercado; las principales empresas mexicanas están en una fuerte posición competitiva. La adopción de prácticas de sostenibilidad ambiental ha reforzado o solidificados esa posición. No obstante, también señalan que las empresas mexicanas están en una etapa temprana de aprendizaje e implementación de las prácticas sostenibles.

En ese sentido y partiendo de que la gestión del impacto ambiental es un tema estratégico en el mundo actual de los negocios, López y Encalada (2015) llevaron a cabo una investigación para analizar la gestión ambiental y su relación con la competitividad en las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMES) establecidas en el estado de Yucatán. Tal investigación se realizó bajo un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo y correlacional. Se aplicó un total de 399 cuestionarios, - basados en el mapa de competitividad del BID - a los directivos y/o encargados de la toma de decisiones de las ya señaladas entidades económicas.

Dentro de los principales hallazgos, los autores señalan que las organizaciones enfocan sus esfuerzos en disminuir el consumo de materias primas contaminantes, agua y energía. Asimismo, confirman una relación positiva entre la gestión ambiental y la competitividad de las MiPyMES Yucatecas, dado que la correlación arrojó un valor de .744, es decir, que las variables estudiadas se relacionan en un 74%. Los autores añaden –con base en sus resultados- que a medida en que se incrementa el valor de la competitividad en la gestión ambiental, los niveles competitivos generales de las empresas también aumentan.

Por otra parte, Derbez y de la Torre (2013) realizaron un estudio que tenía como objetivo conocer y analizar los niveles de la competitividad en cada uno de las dimensiones de la sostenibilidad: económica, ambiental y social; a lo que los autores denominan competitividad sustentable. Dicho análisis tuvo como muestra 266 empresas situadas en la zona conurbada de Veracruz. El instrumento aplicado, fue dirigido a los gerentes y/o propietarios de las PYMES.

El cuestionario utilizado estaba conformado por 15 reactivos, los cuales surgieron de los principales indicadores y/o herramientas utilizados internacional y nacionalmente, como la ISO 26000, el GRI, el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) entre otros. Cabe mencionar que la información recabada favoreció la validación del instrumento mediante el Análisis de Componentes Principales Categóricos (CATPCA, por sus siglas en inglés).

Respecto a los principales resultados obtenidos, los autores señalan que el aspecto económico de la competitividad, el cual contempla temas como la calidad, procesos productivos, el mercado y recursos económicos y materiales, se descubrió que el 77% de las empresas encuestadas poseen un nivel bajo de apreciación en esta dimensión. Derbez y de la Torre (2013) señalan que los dueños de las pymes, presentan una baja percepción de la situación financiera y productiva de sus empresas, de igual manera, presentan una falta de interés por identificar los recursos necesarios para mejorar sus procesos y aumentar la eficiencia.

Los autores señalan que los niveles bajos que las pymes veracruzanas presentan en la dimensión económica, se debe a la falta de recursos tanto económicos como materiales para la implementación de programas de calidad. Asimismo, comentan que los directivos enfocan sus esfuerzos en las áreas funcionales de la organización, dejando de lado la estructuración de estrategias, metas y objetivos medibles y alcanzables en un mediano y largo plazo.

Según Derbez y de la Torre, esto se debe a que las micros y pequeñas empresas no cuentan con el personal suficiente para delegar funciones, recayendo toda la responsabilidad en el directivo y obstaculizándolo para la formulación de estrategias. De igual manera, relacionan esta baja ponderación con la falta de información, es decir, las empresas encuestadas carecen de un sistema que le permita recabar información y hacer sus proyecciones a futuro sobre su mercado y competidores.

En lo que respecta a la dimensión social de la sostenibilidad, se evaluaron indicadores como el conocimiento, habilidades y capacidades de los colaboradores,

la capacidad y oportunidades que la empresa proporciona para que sus empleados se desarrollen profesional y personalmente. Contrario a lo arrojado en la dimensión económica, las empresas evaluaron positivamente la dimensión social, hecho que según los autores, se debe a la sensibilidad que representa esta dimensión; cuando se aborda el tema del trato al personal y las oportunidades que se le brindan, los empresarios tienden a mostrarse más perceptivos. Además, el alto nivel de la dimensión social se debe a las mismas características de las MiPyMES, es decir, debido a su tamaño la relación jefe-empleado tiende a ser más cercana, por lo tanto las necesidades de ambas partes suelen ser fácilmente identificadas.

No obstante, los autores señalan que estas actividades no se encuentran sistematizadas ni institucionalizadas, más bien se llevan a cabo de una manera informal. Añaden que a pesar del notorio interés por parte de los empresarios de desarrollar el talento humano, hace falta la institucionalización de mismo, ya sea a través de políticas o programas de desarrollo formales.

Por último, la dimensión ambiental, la cual fue evaluada mediante el aprovechamiento de los recursos y su uso para la mejora de la productividad empresarial. Las empresas evaluadas presentaron un nivel medio en esta dimensión, lo cual muestra, según los autores el interés naciente por parte de los empresarios por ser un buen uso de los recursos con los que la empresa cuenta. No obstante, tal preocupación queda a nivel de buenas intenciones ya que, carecen de políticas o programas ambientales, no cuentan con una sistematización ni institucionalización de actividades a favor del medio ambiente.

Con base en lo anterior, los autores concluyen que la competitividad sustentable presenta una perspectiva mayor, la cual va más allá del posicionamiento de servicios y productos en el mercado con el único objetivo de incrementar la riqueza económica. Se puede concluir que, a pesar de que los empresarios mostraron tener conocimiento y planes sobre cómo lograr un aumento en la competitividad de sus empresas, estos no logran materializarse debido a las características propias de las MiPyMES (tamaño, número de empleados, ventas al año, falta de sistemas informáticos, en sí su estructura); provocando con ello una vulnerabilidad palpable

para estos entes económicos ante un contexto cada vez más globalizado y más competitivo.

De una manera concluyente a la presente sección, es menester subrayar que las investigaciones aquí presentadas se limitan a una sola dimensión de la sostenibilidad, lo cual impide tener un conocimiento integral de este fenómeno, mismo que sabemos está conformado por tres dimensiones: económica, social y ambiental. Asimismo, es notoria la escasez de estudios que relacionen sostenibilidad empresarial y competitividad en un contexto nacional, más aún en el sector agropecuario; el cual es el escenario de la presente investigación.

CAPÍTULO III

MÉTODO

La investigación se desarrolla bajo un enfoque cuantitativo, el cual tiene como objetivo la aceptación y/o refutación de hipótesis, establecer pautas de comportamiento y comprobar teorías. Esto, mediante la recolección de información con base en la medición numérica y el análisis estadístico (Hernández, Fernández & Baptista, 2006). Asimismo, el estudio es de carácter explicativo, descriptivo y correlacional ya que se busca analizar la relación entre la sostenibilidad empresarial y la competitividad. De igual manera, la investigación tiene un diseño no experimental ya que no se manipularan las variables. Respecto al corte, éste es transversal ya que el estudio ocurre en un tiempo determinado (Creswell, 2013).

3.1. Sujeto de estudio.

La investigación se enfoca a las micro, pequeñas y medianas empresas comercializadoras de insumos agropecuarios establecidas en el sur de Sonora. Para la selección de tales entes económicos, se tomaron en cuenta algunos factores, entre ellos que las empresas cumplieran con las características que dicta la Ley para el desarrollo de la competitividad para la micro, pequeña y mediana empresa (2015) (Véase tabla 2), así mismo, que dichas organizaciones estuviesen registradas en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE, 2017) y por último, que éstas se dedicaran a la venta de insumos para el sector agropecuario, es decir, fertilizantes, semillas, insecticidas, medicamento para ganado, entre otros.

En ese sentido, y tomando en cuenta todos los elementos antes señalados, se contabilizaron 119 empresas en Cajeme y 44 en Navojoa, sumando un total de 162 empresas. Para determinar la muestra, se empleó el muestreo por estratos con un nivel de confianza de 95% y un margen de error de 10%. Aplicando la fórmula:

$$n = \frac{z^2(p*q)}{e^2 + \frac{z^2(p*q)}{N}}$$

n= Tamaño de la muestra

z= Nivel de confianza

p=Proporción de la población con la característica deseada (éxito)

q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)

e= Nivel de error dispuesto a cometer

N= Tamaño de la población.

Se obtuvo una muestra de 54 empresas para Cajeme y 31 para Navojoa, dando un total de 85 empresas, sin embargo, para efectos del estudio se encuestaron 100 organizaciones. De las cuales, figuraron como informantes los mandos medios y altos de las empresas en cuestión, entre ellos: gerentes, administradores, contadores y jefes de finanzas. Esto, con la intención de obtener información precisa acerca de las actividades realizadas en las organizaciones, así como también la situación actual en la que se encuentran.

De las 100 MiPyMES encuestadas, las micro empresas predominaron dejando en segundo lugar a las pequeñas y por último a las medianas empresas. Cabe mencionar que el rango de edad en que oscilan la mayoría de los encuestados esta entre los 30 y 55 años. Así mismo, se encontró que del total de encuestados, el sexo masculino prevalece, y que el nivel de estudios predominante es aquel perteneciente a la categoría de licenciatura; cabe mencionar que la categoría de otros, hace referencia a posgrados académicos (maestría, doctorados entre otros) (Ver tabla 2).

Tabla 2

Caracterización de la muestra analizada

Tamaño de la empresa			Grado académico			Sexo del encuestado	
Micro	Pequeña	Mediana	Preparatoria	Licenciatura	Otros	Masculino	Femenino
53%	35%	12%	16%	79%	5%	77%	23%

Nota: Elaboración propia con base en los datos obtenidos

3.2. Materiales de investigación.

Para la recolección de datos se aplicó un instrumento en forma de cuestionario, el cual fue construido basándose en la traducción al español en 2014 de la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad y en el instrumento para la medición de la competitividad utilizado por Saavedra (2014) mismo que fue adaptado para la consecución de los objetivos de la investigación en curso. Dicho instrumento se basa en el Mapa de Competitividad del BID, el cual según Martínez y Álvarez (2006) visualiza a la empresa como un sistema conformado por ocho dimensiones, las cuales al tener contacto entre sí, benefician el desempeño de la organización. Las dimensiones que marcan el Mapa de competitividad del BID son: la planeación estratégica, aprovisionamiento, aseguramiento de la calidad, comercialización, contabilidad y finanzas, recursos humanos, gestión ambiental y sistemas de información.

Para fines del presente proyecto, se optó por adaptar las dimensiones antes señaladas y prescindir de la gestión ambiental, ya que la información se duplicaría al medir dicha dimensión y la dimensión ambiental que conforma la sostenibilidad empresarial. Sin embargo, alguno de los ítems que maneja la gestión ambiental, fueron aprovechados y colocados en esta dimensión.

El instrumento está dividido en dos partes. La primera de ellas recaba información general de la empresa: nombre de la organización, años en el mercado, número de empleados, ventas en el último año, puesto del encuestado, edad, sexo y grado académico. La segunda sección, se enfoca en recaudar información relacionada a

las variables en estudio; 30 ítems miden la sostenibilidad empresarial: del ítem 1 al 9 se miden aspectos económicos relacionados con las ventas, utilidades y costos de la empresa; del ítem 10 al 19 se analizan aspectos ambientales relacionados con el consumo de agua y energía, actividades ecológicas, en sí el desempeño ambiental de la empresa. Los últimos 11 ítems, evalúan aspectos sociales, entre ellos actividades sociales, deportivas y/o culturales, relación empresa-empleado, aspectos culturales, entre otros. (Ver tabla 3).

Tabla 3

Operacionalización de la variable sostenibilidad empresarial

Variable	Dimensión	Ítem	Autores
SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL	Ecónomica (DSE)		
	Global Reporting International, 2013; Dow Jones Sustainability World Index, Hart y Milstein, 2003; Saavedra, 2014;	1 a 9	Global Reporting International, 2013; Dow Jones Sustainability World Index.
	Ambiental (DSA)		
Elkington, 1994, 1998, 1999; Van Marrewijk y Were, 2003; Verger, 2003; Ricart, Rodríguez, Sánchez, y Ventoso, 2002 y 2006; Hart y Milstein, 2003; Hart, S. 2005 y 2007; Prahalad, 2005; Louette et al. 2007; Kim y Mauborgne, 2008; Olcese, Rodríguez Ángel, y Alfaro, 2008; Schlange, 2009.	Global Reporting International, 2013; Dow Jones Sustainability World Index, Hart y Milstein, 2003; Saavedra, 2014;	10 a 19	Global Reporting International, 2013; Dow Jones Sustainability World Index; Saavedra, 2014.
	Social (DSS)		
	Global Reporting International, 2013; Dow Jones Sustainability World Index, Hart y Milstein, 2003; Saavedra, 2014;	20 a 30	Global Reporting International, 2013; Saavedra, 2014.

Nota:: Elaboración propia con base en lo autores

Con los que respecta a la competitividad a nivel micro, el instrumento mide 45 ítems, de los cuales del 31 al 36 abordan el tema de la planeación estratégica, en donde se cuestionan aspectos relacionados con la misión, visión y valores de la

organización, con las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades (FODA) de la misma, así como los objetivos y la innovación. Del ítem 37 al 42, se analizan aspectos sobre la producción y operaciones dentro de la empresa; del 43 al 48 se abordan temas relacionados al aseguramiento de la calidad, por ejemplo programas de capacitación, inspecciones de calidad, selección de productos.

Por otra parte, el ítem 49 al 54 se miden cuestiones relacionadas a la contabilidad y finanzas; del ítem 55 al 65 se analiza la comercialización de la empresa: sus planes de mercado, estrategias de penetración al mercado, información de sus competidores, entre otros. Del 66 al 71, los ítems miden temas relacionados con los recursos humanos y del 72 al 75 se analizan lo relacionado con los sistemas de información. (Ver tabla 4). Así pues, el cuestionario tiene un total 75 ítems, los cuales presentan una escala de apreciación para su respuesta del 5 al 1; donde 5 es totalmente de acuerdo y 1 totalmente en desacuerdo.

Tabla 4

Operacionalización de la variable competitividad a nivel

Variable	Dimensión	Ítem	Autores
Competitividad a nivel micro Mintzberg & Quinn, 1998; Martínez & Álvarez, 2006; Estrada, 2010 y Ortega, 2011 Anaya, 1998 y Martínez, Sánchez, Santero & Marcos, 2009; Rothery, 1994 Zeballos, 2001 Rubio & Aragón, 2005; Estrada, 2010 Katz & Hilbert, 2003	Planeación estratégica	31 a 36	Mintzberg & Quinn, 1998; Martínez & Álvarez, 2006; Estrada, 2010 y Ortega, 2011
	Producción y Operaciones	37 a 42	Anaya, 1998 y Martínez & Álvarez, 2006 Martínez, Sánchez, Santero &
	Aseguramiento de la calidad	43 a 48	Marcos, 2009; Martínez & Álvarez, 2006 y Rothery, 1994 Zeballos, 2001
	Contabilidad y Finanzas	49 a 54	
	Comercialización	55 a 65	Martínez & Álvarez, 2006 Rubio & Aragón, 2005;
	Recursos Humanos	66 a 71	Martínez & Álvarez, 2006 y Estrada, 2010 Katz & Hilbert, 2003;
	Sistemas de Información	72 a 75	RICYT, 2009 y Martínez & Álvarez, 2006

Nota: Elaborado con base en Saavedra y Milla (2014).

3.3. Procedimiento.

Se realizó una búsqueda detallada de la temática a desarrollar, con el fin de contar con fuentes científicas, confiables y validas (investigaciones, casos de éxito, casos de estudio, estadísticos, etc.) que ayudaran a clarificar la problemática y objetivo de investigación. Para ello se hizo uso de diversas bases de datos como *Springer, Ebsco, Emerald, Elsevier, Jstor* así como de múltiples Journals o revistas: *Journal of Global Responsibility, Journal of business Ethics, European Management Journal, Journal of world business, Journal of cleaner production, Revista de Estudios Latinoamericanos, Revista Internacional Administración & Finanzas, Pensamiento & Gestión*. Una vez recopilado la información –considerada relevante, se determinara la problemática así como el objetivo y supuestos de investigación, se creó un cuadro de variables donde se reflejan las dimensiones e ítems que apoyan el estudio, mismos que estructuran el instrumento para la recopilación de datos precisos.

Una vez diseñado el instrumento a utilizar, éste pasó por filtros de aceptación y aprobación con expertos en el tema. Una vez llevada a cabo dicha etapa, se inició la prueba piloto, la cual tuvo lugar en 36 empresas tomando en cuenta las especificaciones indicadas a inicios del presente capítulo. En dicha prueba se obtuvieron niveles óptimos de confiabilidad a través de cálculos estadísticos (ver tabla 5), los cuales permitieron continuar aplicando el instrumento en el resto de la muestra.

Cabe mencionar que, aunque en la prueba piloto las alfas salieron favorables en su mayoría, la dimensión de producción y operaciones sale por debajo de lo deseado. No obstante, ésta incrementó su fiabilidad al aumentar la aplicación de encuestas.

Una vez aplicados el total de cuestionarios, se pasó la información al programa de análisis, en este caso el SPSS versión 22. Se analizó la información obtenida, se corrieron las pruebas estadísticas de correlación y regresión con la finalidad de

aceptar o rechazar las hipótesis. Finalmente, con base a la información obtenida se plasmaron las discusiones y conclusiones acerca de la investigación.

Tabla 5

Alfa de Cronbach de cada uno de los indicadores que componen el instrumento

	Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basados en elementos estandarizado	Total de elementos
De la variable independiente: Sostenibilidad	.916	.908	30
Dimensiones de sostenibilidad			
Económica	.811	.834	9
Ambiental	.936	.936	10
Social	.759	.773	11
De la variable dependiente: Competitividad	.958	.958	45
Dimensiones de Competitividad			
Planeación estratégica	.887	.894	6
Producción y Operaciones	.672	.698	6
Aseguramiento de la Calidad	.884	.882	6
Contabilidad y Finanzas	.828	.803	6
Comercialización	.864	.866	11
Recursos Humanos	.775	.793	6
Sistemas de Información	.831	.846	4

Nota:: Elaboración propia.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Consecuente a lo anterior, tanto teórico como empírico, en el presente capítulo se comparan los resultados obtenidos con algunas de las investigaciones consultadas que mantienen relación con el presente estudio. Los resultados arrojados indican una relación positiva entre las variables y modernamente significativa. A diferencia del común de investigaciones, la dimensión ambiental es la que menos influencia tiene sobre la competitividad empresarial.

4.1. Resultados.

Una vez obtenido la confiabilidad de cada una de las variables (sostenibilidad empresarial y competitividad) y demás pruebas de normalidad, se procedió a correr los datos estadísticos para identificar la existencia o no de una relación entre las ya señaladas variables.

Tabla 6

Relación entre la sostenibilidad empresarial y la competitividad a nivel micro en las MiPyMES comerciales de insumos agropecuarios

Variables	M	DE	1	2
Competitividad a nivel micro	4.30	.532	–	
Sostenibilidad empresarial	3.81	.628	.447**	–

Nota: **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

M = Medias, DE= Desviación Estándar

Como puede observarse en la tabla 6 la sostenibilidad empresarial presenta una relación positiva con la competitividad de las empresas. De acuerdo con Pértega y Fernández (1997) la relación lineal entre dos variables cuantitativas, se estudia por medio del cálculo del coeficiente de correlación de Pearson: dicho coeficiente oscila entre -1 y $+1$. En ese sentido, las variables presentan una relación del .447 o 44 %, lo cual indica una relación moderadamente positiva.

Con base en lo anterior, se puede decir que la competitividad de las MiPyMES comercializadoras de insumos agropecuario se ve beneficiada a través de la implementación de actividades sostenibles a favor de las necesidades y las exigencias de sus respectivos grupos de interés; entre dichas actividades se encuentra el reciclado, el uso responsable del agua, la energía, así como también la contribución a la sociedad sonoreNSE mediante actividades recreativas como el deporte y la generación de empleos.

No obstante, cabe señalar que tal relación no se presenta de manera equilibrada, es decir, de las tres dimensiones que conforman a la sostenibilidad empresarial (económico, social y ambiental) la dimensión social es la que presenta una mayor relación con la competitividad empresarial, dejando a la dimensión económica en segundo lugar y por último a la dimensión ambiental. (Ver tabla 7).

Tabla 7

Dimensiones de la sostenibilidad empresarial y competitividad a nivel micro

Variables	M	DE	1	2	3	4
1.- Competitividad empresarial	4.30	.532	-			
2.- Dimensión Económica	4.03	.583	.375**	-		
3.- Dimensión Ambiental	3.59	1.015	.340**	.243*	-	
4.- Dimensión Social	4.12	.513	.444**	.358**	.433**	-

*Nota: ** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas). *La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).*

Nota: Elaboración propia.

Ahora bien, para determinar la influencia que las dimensiones de la sostenibilidad empresarial ejercen sobre la competitividad de las MiPyMES, se realizó una regresión lineal múltiple (ver tabla 8). El modelo indica que las variables

independientes (a), explican el .270 de la competitividad de las empresas (b) que se estudiaron. En otras palabras, la competitividad de las MiPyMES analizadas sólo se ve influenciada un 27% del 100% disponible, lo cual indica que el 73% restante de la competitividad es explicado por otros fenómenos organizacionales.

Tabla 8

Influencia de las dimensiones de la sostenibilidad empresarial sobre la competitividad

Modelo	R	R2	R2 corregida	Error típ. de la estimación	Estadísticos de cambio				Sig. Cambio en F	Durbin-Watson
					Cambio en R2	Cambio en F	gl1	gl2		
1	.520 ^a	.270	.247	.46206374	.270	11.831	3	96	.000	1.706

Nota: a. Variables predictoras: (Constante), Dimensión Social, Dimensión Económica, Dimensión Ambiental

b. Variable dependiente: Competitividad Micro.

Nota: Elaboración propia.

Por otra parte, cabe mencionar que, a pesar de que el modelo señala un porcentaje moderado, éste es revelador; ya que de acuerdo con el análisis ANOVA del modelo (ver tabla 9) éste es significativo, puesto que el estadístico F presenta un porcentaje del 11.831 y la significancia es < 0.05 . Con base en lo anterior, se puede decir que la información obtenida del modelo, puede ser generalizada a la población de estudio y no sólo a la muestra seleccionada.

Tabla 9

Generalización de la información a la población en estudio

Modelo	Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
Regresión	7.578	3	2.526	11.831	.000 ^b
1 Residual	20.496	96	.214		
Total	28.074	99			

Nota: a. Variable dependiente: Competitividad Micro. b. Variables predictoras: (Constante), Dimensión Social, Dimensión Económica, Dimensión Ambiental.

Nota: Elaboración propia.

En cuanto a los coeficientes del modelo (ver tabla 10), éste indica que las variables que aportan al mismo, son la dimensión económica (DE) y la dimensión social (DS),

ya que el estadístico t dio como valor: DE = 2.468 (Sig. 0.015); Sig. < 0.05 DS = 2.897 (Sig. 0.005); Sig. < 0.05. Para el caso de la Dimensión Ambiental, ésta no fue significativa, por lo tanto no aporta al modelo y la varianza explicada de la variable dependiente. Éste resultado puede deberse a que las organizaciones analizadas se encargan de la comercialización de productos poco amigables con el ambiente entre ellos los fertilizantes, plaguicidas, herbicidas y fungicidas por mencionar algunos.

En ese sentido, las empresas señalaron que no ofrecen productos respetuosos con el medio ambiente, que no tienen claridad sobre las políticas medioambientales actuales y que carecen de certificaciones ambientales. Cabe mencionar que aunque se estudiaron empresas que ofertan productos orgánicos y eco-amigables, éstas fueron la minoría.

Tabla 10

Peso y orden de las variables independientes sobre la dependiente

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.	Estadísticos de colinealidad	
	B	Error típ.	Beta			Tolerancia	FIV
(Constante)	1.900	.426		4.459	.000		
Dimensión Económica	.212	.086	.232	2.468	.015	.862	1.160
Dimensión Ambiental	.082	.051	.157	1.612	.110	.804	1.244
Dimensión Social	.303	.105	.293	2.897	.005	.745	1.343

Nota: a. Variable dependiente: Competitividad Micro. Elaboración propia.

Con respecto a los pesos y orden de importancia de las variables que fueron significativas y que tienen mayor influencia en valores absolutos son las siguientes: La Dimensión Social es la más importante y la que más aporta al modelo con un 29.3%. En segundo orden se tiene a la Dimensión Económica con un 23.2%.

Así pues, con base en lo expuesto anteriormente se presenta la tabla 11 donde se indica el resultado de las hipótesis planteadas a inicios de la investigación. Dichos

supuestos indicaban una relación e influencia positiva y significativa entre las variables independientes sobre la dependiente, por lo tanto se permite aceptar los supuestos establecidos a inicios de la presente investigación. No obstante, los resultados arrojaron que tal relación no es significativa con respecto a la dimensión ambiental y la competitividad, por lo tanto, dado que la dimensión ambiental presenta valores bajos y no aporta significativamente al modelo obtenido, se opta por rechazar la hipótesis 4.

Tabla 11

Relación de hipótesis

Hipótesis	Relación planteada	t	Sig.	Resultado
H1.	Sostenibilidad empresarial → Competitividad a nivel micro	4.94	0	Aceptada
H2.	Dimensión Económica → Competitividad a nivel micro	2.468	0.015	Aceptada
H4.	Dimensión Ambiental → Competitividad a nivel micro	1.612	0.11	Rechazada
H5.	Dimensión Social → Competitividad a nivel micro	2.897	0.005	Aceptada

Nota: Elaboración propia con base en los análisis de resultados

4.2. Discusión.

La relación entre la competitividad y la sostenibilidad empresarial ha sido estudiada por diversos investigadores y en diferentes contextos (naciones, regiones, empresas). Tales investigaciones –en su mayoría- brindan resultados parciales, es decir, sólo analizan una o dos dimensión de la sostenibilidad o bien solo estudian a la competitividad tomando en cuenta factores financieros dejando de lado temas intangibles como la cultura organizacional, gestión del conocimiento, identidad laboral entre muchos otros elementos que de igual manera influyen en la competitividad de las empresas.

En ese sentido, una contribución de la presente investigación es el hecho de que se analizaron las tres dimensiones de la sostenibilidad, ya que, son estas tres por igual, las que componen tal fenómeno; así mismo se analizaron elementos financieros como no financieros de la competitividad a nivel micro.

Respecto a los estudios que han analizado la relación entre las variables, abordando una o más de las dimensiones, es posible encontrar resultados heterogéneos; hay quienes señalan una relación positiva y altamente significativa (Porter y Van der Linde, 1999; Fergusson y Langford, 2006; Dos Santos y Brandi, 2014; Marius, 2015), otros que no existe relación (Tan, Ochoa, Langston y Sheen, 2015), a menos no a corto plazo; y otros que indican una relación débil (Wagner y Schaltegger, 2003; Venkatram y Nayak, 2015).

Como ya se ha señalado en el capítulo anterior, la relación que presentan las variables es positiva aunque moderada, por lo tanto podría decirse que coincide con Wagner y Schaltegger (2003) y Venkatram y Nayak (2015). Según los autores esto podría deberse en primer lugar a la poca disposición por parte de las empresas en invertir e innovar en sus productos, procesos y actividades. Así mismo, podría deberse a las propias características de las MiPyMES, las cuales como sabemos, se enfocan en el alcance de beneficios en el corto plazo y como bien lo señala Tan et. al (2015), los beneficios se ven reflejados en un periodo de tiempo largo.

Por otra parte, la mayoría de las investigaciones señalan a la dimensión ambiental como la más fuerte en relación con la competitividad (Aigner y Lloret, 2013; Dos santos y Brandi, 2014; López y Encalada, 2015; Porter y Van der Linde, 1999). De acuerdo con los resultados obtenidos, en las MiPyMES comerciales de insumos agropecuarios, esta dimensión se comporta de manera diferente, es decir difiere del común. Cabe mencionar que las investigaciones que señalan una relación positiva entre lo ambiental y la competitividad, fueron realizadas en empresas turísticas, textiles y constructoras, lo cual permite deducir que el contexto en que está investigación fue realizada tiene especial influencia en los resultados obtenidos.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El estudio de la sostenibilidad y la competitividad en su nivel micro, aún está en etapa de desarrollo, es decir, aún no se cuenta con resultados concluyentes que indiquen con certeza la existencia de una relación sea ésta positiva o no, dado a la diversidad de estudios que difieren en sus resultados. Cabe mencionar que el análisis de estas variables en conjunto, resulta complejo por la magnitud de sus dimensiones; tanto la competitividad como la sostenibilidad son variables holísticas que contemplan factores macros y micros, internos y externos, por lo tanto los resultados que se obtengan dependerán en gran medida de los indicadores utilizados y el contexto en que se analicen.

5.1. Conclusiones.

La relación entre la competitividad y la sostenibilidad empresarial ha sido estudiada por diferentes investigadores bajo diversos contextos, en donde los resultados indican una relación, en su mayoría positiva con lo que respecta a la dimensión ambiental y los niveles competitivos de una empresa. Sin embargo, los resultados existentes hasta el momento manifiestan diferencias de opinión, es decir, en ciertos estudios la relación resulta positiva, en otros negativa o bien, un relación inexistente.

Consecuente a lo anterior, este documento analiza la relación entre la sostenibilidad y la competitividad empresarial de las MiPyMES comerciales de insumos agropecuarios situadas en el sur de Sonora. Cabe mencionar que al ser la

sostenibilidad empresarial un constructo holístico, es decir, que abarca factores externos como internos, se optó por analizar la competitividad considerando sólo elementos internos de las organizaciones, con la finalidad de analizar dos fenómenos al mismo nivel y poder así obtener resultados específicos a las organizaciones, en este caso lucrativas. En ese sentido, los principales hallazgos muestran que efectivamente, existe una relación positiva y significativa entre las variables, sin embargo, ésta es moderada.

A diferencia del común de los estudios, los resultados de esta investigación señalan a la dimensión ambiental como la que menor influencia tiene sobre la competitividad de las empresas. Contrario a lo anterior, la dimensión social presenta mayor influencia en los niveles competitivos de las MiPyMES comerciales del ya indicado sector. Asimismo, la dimensión económica presenta una relación e influencia positiva sobre la competitividad, sin embargo, no representa el mayor porcentaje.

Por lo tanto, se concluye que la competitividad empresarial no está condicionada o limitada nada más a los recursos financieros que una empresa posee, sino que, ésta se ve determinada por un conjunto de factores tangibles e intangibles, los cuales son representados por los valores, visión, misión y recursos financieros, por mencionar algunos. Dicho de otra manera, la competitividad de una empresa, si depende de factores externos, pero también de su naturaleza y cultura, en dónde a la vez, la sostenibilidad tiene lugar, puesto que al implementar estrategias en ese sentido, ésta se vuelve parte estratégica para el desarrollo empresarial, lo cual obliga a toda la estructura y diseño de la empresa adoptar una visión respetuosa con el medio ambiente, ser responsable socialmente, así como el uso eficiente de los recursos con los que se cuenta.

Consecuente a lo anterior, surge la necesidad de encontrar maneras de incrementar las investigaciones en el área, esto con el objetivo de proporcionar a la comunidad científica y empresarial, resultados concluyentes que realmente indiquen cómo es la relación entre estas variables, si existen otros fenómenos que influyan en la relación, o bien, si ésta cambia con el paso del tiempo. Lo anterior, con el propósito de que las empresas incrementen su competitividad a través de la integración y

gestión de actividades sostenibles, las cuales busquen generar valor tanto a las empresas como a todos sus grupos de interés.

Por otra parte, cabe mencionar que aunque los resultados indican que las MiPyMES estudiadas presentan un bajo nivel en la dimensión ambiental, lo cual se debe en gran medida a los productos que comercializan, estas entidades económicas no están exentas de cuidar al medio ambiente, que si bien, su naturaleza es la venta de fertilizantes, pesticidas, insecticidas entre otros productos tóxicos, también es cierto que pueden llevar a cabo actividades que minimicen tal impacto, por ejemplo, implementado procesos ecológicos, ofreciendo servicios de limpieza a la comunidad, incorporando en sus productos algunos insumos orgánicos, educándose en temas relacionados al medio ambiente o bien, conociendo las políticas medioambientales dirigidas al sector y apegarse lo más posible a éstas.

Así pues, se concluye que en las MiPyMES comercializadoras de insumos agropecuarios existe una relación positiva y significativa entre las variables, sin embargo, se requiere de continuar con esta investigación tanto en el sector como en otros contextos, con la finalidad de analizar cómo se comportan estos fenómenos bajo otras circunstancias, llámense tiempo o contexto.

5.2. Recomendaciones.

Sí bien los resultados salieron positivos y eso permitió aceptar –en su mayoría- las hipótesis plateadas, para futuras investigaciones se recomienda que la muestra se amplíe con el propósito de identificar si los resultados mejoran, sí se la incrementan los sujetos de estudio.

Así mismo, se propone hacer un análisis longitudinal con los mismos informantes o bien incrementando los criterios de selección, con el objetivo comparar los resultados e identificar sí éstos se comportan de manera diferente con el tiempo; además, se sugiere que esta investigación se lleve a cabo en otro contexto y con otros informantes, ya que el entorno en que esta investigación fue realizada se cree tuvo una influencia significativa en los resultados obtenidos.

Por último, se sugiere a los gerentes de las empresas estudiadas presten mayor atención a sus actividades, especialmente a las relacionadas con lo ambiental. Esto con la finalidad de que mejoren sus niveles competitivos, de que cumplan con las necesidades de sus principales grupos de interés y de que mejoren su relación con el medio ambiente.

ANEXOS

Anexo 1. Acontecimientos históricos de la sostenibilidad

Suceso	Año	Sede	Entidad organizadora	Aportación
Publicación de la "Primavera silenciosa"	1962	Estados Unidos de América	Autora Rachel Carson	A partir de éste evento se da origen a la concientización ambiental, misma que abriera paso a eventos posteriores a favor del cuidado del medio ambiente.
Primer conferencia mundial sobre medio ambiente	1972	Estocolmo, Suecia	Organización de las Naciones Unidas	Analizar por primera vez las problemáticas medioambientales y se resalta la importancia del entorno para el ser humano y demás seres vivos. Así mismo, en el mismo año, nace el programa de la ONU a favor del medio ambiente denominado PNUMA (UNEP por sus siglas en inglés).
Nacen las directrices de la OCDE a favor de empresas multinacionales	1976	Francia	Organización para la cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)	Asegurar que las empresas multinacionales progresaran considera las políticas establecidas por los países pertenecientes a la OCDE, con el objetivo de fortalecer la relación entre las empresas y las fuerzas gubernamentales. Cabe mencionar que estas directrices figuran como una herramienta útil que impulsa y evalúa la responsabilidad social por parte de las empresas.
Congreso para la protección de la capa de Ozono	1985	Viena, Austria	Secretaria de Ozono-PNUMA	Proteger la salud humana así como al entorno de los efectos infortunados provocado por los cambios en la capa de ozono.
Publicación del informe de Brundtland	1987	Ginebra, Suecia	Comisión Nacional para el Medio Ambiente y Desarrollo (WCED, por sus siglas en inglés)	Brinda por primera vez el término desarrollo sostenible, el cual es entendido como la satisfacción de las necesidades presentes sin comprometer las necesidades de futuras generaciones. Este informe representa un cambio en cuanto a la idea de la ecología, al mismo tiempo que enfatiza en lo económico y desarrollo social.
Conferencia de la ONU sobre Medio Ambiente y Desarrollo (CNUMAD)	1992	Rio de Janeiro	Organización de las Naciones Unidas	Promover políticas para el desarrollo sostenible. Se aprobaron cinco acuerdos, entre ellos: Declaración de Rio sobre medio ambiente y desarrollo, Agenda 21, Convenio sobre la diversidad biológica, Convenio sobre el cambio climático, Declaración de principios sobre bosques.
Publicación del Reglamento Eco-Management and Audit Schema (EMAS)	1993	Unión Europea	Parlamento Europeo	Reconocer a las organizaciones que mantienen un compromiso con la protección del medio ambiente a través de un sistema de gestión medio ambiental. Hasta esa fecha no existía referente que uniera los conceptos desarrollo sostenible y la actividad empresarial.
Publicación de la norma para sistemas de gestión de seguridad y salud ocupacional, (OHSAS por sus siglas en inglés).	1995	Reino Unido	Institución de Normas Británicas (BSI por sus siglas en inglés).	Brindar un conjunto de especificaciones a favor de la salud y seguridad laboral.
Publicación de la Norma ISO 14001	1996	Uruguay	Organización Nacional de Normalización (ISO por su siglas en inglés)	Proporcionar un conjunto de normas referentes al medio ambiente productos y organizaciones.
				Impulsar el desarrollo sostenible mediante la acción equilibrada de cada una de las partes (gobierno,

Protocolo de Kyoto	1997	Kyoto, Japon	Organización de las Naciones Unidas	empresas, organizaciones), para la reducción de emisiones CO ₂ a la atmosfera. Por otra parte cabe mencionar que ese mismo año se publicó la primera norma sobre responsabilidad social denominada SA800, así mismo se fundó el Global Reporting Initiative (GRI).
Pacto Mundial de la ONU	1999	Davos, Suiza	Organización de las Naciones Unidas	Promocionar la implementación de diez principios básicos de conducta y acción a favor de los derechos humanos el medio ambiente, el trabajo y la lucha contrala corrupción, en las estrategias y actividades de las empresas.
Declaración del Milenio de la ONU	2000	Nueva York, Estados Unidos	Organización de las Naciones Unidas	Enfatizar en el desarrollo sostenible, subrayando la importancia del respeto y la responsabilidad hacia la naturaleza como valores básicos para las relaciones internacionales del siglo XXI.
Publicación del Libro Verde para la sostenibilidad y responsabilidad social de las empresas	2001	Brúcelas, Bélgica	Comisión de las Entidades Europeas (CCE)	Fomentar la responsabilidad social por parte de las empresas a nivel internacional.
Comisión Mundial sobre Desarrollo Sostenible	2002	Johannesburgo, Sudáfrica	Organización de las Naciones Unidas	Señalar la importancia del trabajo en conjunto como estrategia clave para el cumplimiento y aplicación de desarrollo sostenible. Por otra parte cabe mencionar que en el mismo año se publicaron guías como UNE165001, la nueva guía GRI, el código de gobierno de la empresa sostenible, la norma SGE21, norma AA1000.
Publicación del Informe Stern sobre la economía del cambio climático	2006	Reino Unido	Instituto de Investigación Económica y Social, Universidades de Hamburgo, Vrije y Carnegie Mellon	Informar los impactos que tiene el cambio climático en la economía internacional.
Publicación del informe sobre la valoración del Painel Intergubernamental del Cambio Climático (IPCC por sus siglas en inglés)	2007	Bangkok, Tailandia.	Organización Meteorológica Mundial y PNUMA	Informar los sucesos climáticos que afectan al planeta. Así mismo proporciono información científica, técnica y socioeconómica con la finalidad de facilitar la comprensión del cambio climático
Cumbre del G20	2009	Londres, Inglaterra	Grupo de los 20,(G20)	Renovación del sistema financiero global, con el objetivo de hacer frente en la crisis económica
Cumbre sobre Cambio Climático	2010	Cancún, México	Organización de las Naciones Unidas	Establecer un fondo climático global
Conferencia sobre el Cambio Climático	2011	Durban, Sudáfrica	Organización de las Naciones Unidas	Prolongar los acuerdos del protocolo de Kyoto con la finalidad de reforzar legalmente dichos acuerdos a favor de la reducción de emisiones de CO ₂ para 2020.
Río + 20	2012	Río de Janeiro, Brasil.	Organización de las Naciones Unidas	Indicar la importancia del desarrollo sostenible de la erradicación de la pobreza y una red institucional para el desarrollo sostenible

Anexo 2. Instrumento utilizado



INSTITUTO TECNOLÓGICO DE SONORA

Maestría en Gestión Organizacional

OBJETIVO: El presente instrumento de recolección tiene el propósito de recabar información sobre las temáticas de sostenibilidad y competitividad en las micro, pequeñas y medias empresas del sector comercial, establecidas en el sur del de Sonora.

INDICACIONES: El instrumento está dividido en dos partes. La primera de ellas recaba información general de la empresa. La segunda sección, se enfoca en recaudar información relacionada a los temas de sostenibilidad y competitividad. Cabe mencionar que la información proporcionada será totalmente confidencial, no obstante, si algún dato por razones de confidencialidad considera inadecuado, usted puede no incluir el mismo.

1.- INFORMACIÓN GENERAL

Instrucciones: Favor de contestar lo que se indica.

Nombre de la organización: _____ **Años en el mercado:** _____

No. Empleados: Máximo 10 () De 11 a 30 () De 31 a 100 () **Ventas en el último año:** Hasta 4 mdp () De 4.01 a 100 mdp ()

*Mdp: millones de pesos .01 a 250 mdp ()

Puesto del encuestado: _____ **Edad:** _____

Sexo: ___ **Antigüedad:** _____ **Grado Académico:** Licenciatura () Preparatoria () Secundaria () Otros _____

2.- SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD

Instrucciones: Para responder esta sección favor de marcar en el número que considere se acerque más a la respuesta en su organización, ver ejemplo

Posibles respuestas:

Totalmente de acuerdo = 5
De acuerdo = 4
Indeciso = 3
En desacuerdo = 2
Totalmente en desacuerdo = 1

Ejemplo:

1.- Realizamos trabajos de limpieza en la comunidad

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
5	4	3	2	1

SOSTENIBILIDAD	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
DIMENSIÓN ECONÓMICA					
1. La empresa ha crecido en los últimos tres años.	5	4	3	2	1
2. Los costos de nuestros productos e insumos con nuestros proveedores son bajos.	5	4	3	2	1
3. A la empresa le va bien económicamente	5	4	3	2	1
4. La empresa ha incrementado sus ventas en los últimos dos años.	5	4	3	2	1
5. Los objetivos de venta se cumplen eficientemente.	5	4	3	2	1
6. La empresa ha disminuido sus costos en los últimos dos años.	5	4	3	2	1
7. La empresa ha reducido sus deudas en los últimos dos años.	5	4	3	2	1
8. La empresa ha mejorado sus utilidades en los últimos tres años.	5	4	3	2	1
9. Los resultados financieros de la empresa han mejorado en los últimos tres años.	5	4	3	2	1
DIMENSIÓN AMBIENTAL					
10. Implementamos programas de reciclado.	5	4	3	2	1
11. Minimizamos el consumo de energía y agua mediante la mejora de nuestras actividades.	5	4	3	2	1
12. Implementamos políticas a favor del medio ambiente.	5	4	3	2	1
13. Nos aseguramos de llevar a cabo correctamente el proceso de reciclaje.	5	4	3	2	1
14. Nos importan las regulaciones ambientales y el bienestar de los trabajadores.	5	4	3	2	1
15. Medimos el desempeño ambiental de acuerdo a metas y estándares establecidos.	5	4	3	2	1
16. Implementamos procesos ecológicos en nuestras actividades.	5	4	3	2	1
17. Conocemos las normas ambientales que nos controlan y establecemos procedimientos para cumplirlas.	5	4	3	2	1
18. Contamos con certificaciones ambientales.	5	4	3	2	1
19. Ofrecemos productos respetuosos con el medio ambiente.	5	4	3	2	1
DIMENSIÓN SOCIAL					
20. Incentivamos al personal a través de remuneración, beneficios y recompensas de empleo.	5	4	3	2	1
21. Tenemos un compromiso con los empleados para la igualdad de oportunidades de un ascenso.	5	4	3	2	1
22. Contratamos al personal por sus capacidades y no por su género.	5	4	3	2	1
23. Contamos con reglamento para prevenir accidentes.	5	4	3	2	1
24. Ofrecemos un trato justo y equitativo a los empleados.	5	4	3	2	1
25. Comunicamos y practicamos una actitud de equidad de género.	5	4	3	2	1
26. Etiquetamos los productos ofertados con su contenido, instrucciones de uso y precauciones.	5	4	3	2	1
27. Cumplimos con las necesidades del cliente.	5	4	3	2	1
28. Patrocinamos actividades deportivas.	5	4	3	2	1
29. Realizamos actividades sociales, recreativas y deportivas a favor de la comunidad.	5	4	3	2	1
30. La mayoría de nuestros proveedores son locales.	5	4	3	2	1

COMPETITIVIDAD					
Planeación Estratégica					
31. Hemos realizado un proceso de planeación estratégica en los últimos dos años.	5	4	3	2	1
32. Nuestra misión y visión de negocio están por escrita y son conocidas por quienes deben ejecutarla.	5	4	3	2	1
33. Nuestros objetivos son medibles y se cumplen en un plazo definido.	5	4	3	2	1
34. Tomamos en cuenta las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa y el mercado (FODA), para formular estrategias.	5	4	3	2	1
35. Incorporamos la innovación en las diferentes actividades de la empresa.	5	4	3	2	1
36. El personal está activamente involucrado en el logro de objetivos de la empresa.	5	4	3	2	1
Producción y Operaciones					
37. La empresa dispone de un seguro contra incendio así como la indemnización adecuada.	5	4	3	2	1
38. Contamos con un sistema de abastecimiento flexible y adaptable.	5	4	3	2	1
39. Seleccionamos a nuestros proveedores teniendo en cuenta la calidad de los mismos.	5	4	3	2	1
40. Nos coordinamos con los proveedores para la entrega de productos con el fin de no incidir en faltantes.	5	4	3	2	1
41. El almacenamiento y control de inventarios es eficiente para garantizar un adecuado nivel de productos disponibles.	5	4	3	2	1
42. La infraestructura, instalaciones y ubicación de la empresa son adecuadas para atender sus necesidades actuales y futuras.	5	4	3	2	1
Aseguramiento de la Calidad					
43. Implementamos programas de calidad y capacitamos a los empleados para el mejoramiento continuo.	5	4	3	2	1
44. Las normas de calidad para todos los productos de la empresa están documentadas y son aplicadas.	5	4	3	2	1
45. Nuestros productos cumplen con las normas técnicas establecidas para el sector.	5	4	3	2	1
46. Contamos con un sistema de calidad que identifica las necesidades del cliente	5	4	3	2	1
47. Tenemos especificaciones técnicas para la selección de productos.	5	4	3	2	1
48. Documentamos las inspecciones de calidad.	5	4	3	2	1
Contabilidad y Finanzas					
49. Contamos con un sistema de contabilidad y costos que provee información confiable y oportuna para la toma de decisiones.	5	4	3	2	1
50. El registro formal de la sociedad y sus modificaciones se encuentran al día y archivadas.	5	4	3	2	1
51. Periódicamente preparamos reportes de cuentas por cobrar.	5	4	3	2	1
52. Tenemos un sistema establecido para contabilizar y controlar nuestros inventarios.	5	4	3	2	1
53. Realizamos con frecuencia presupuestos de ingresos y egresos, flujos de caja y los analizamos.	5	4	3	2	1
54. Comparamos mensualmente los resultados financieros con los presupuestados, y analizamos las variaciones.	5	4	3	2	1
Comercialización					
55. Generamos un plan de mercado anual y está por escrito.	5	4	3	2	1
56. Tenemos claramente definido nuestro mercado meta, sus estrategias de penetración, posicionamiento y comercialización.	5	4	3	2	1
57. Conocemos los segmentos de mercado en que competimos, nuestra participación, crecimiento y rentabilidad.	5	4	3	2	1
58. Establecemos objetivos o cuotas de venta, para cada uno de sus vendedores y controlamos su cumplimiento.	5	4	3	2	1

59. Disponemos de información de nuestros competidores.	5	4	3	2	1
60. En los últimos dos años, los productos nuevos han generado ventas y utilidades importantes en la empresa.	5	4	3	2	1
61. Los recursos asignados al marketing son adecuados y se usan de manera eficiente.	5	4	3	2	1
62. Constamos con medios para conocer las necesidades de nuestros consumidores.	5	4	3	2	1
63. Evaluamos periódicamente los mecanismos de promoción para fomentar las ventas.	5	4	3	2	1
64. El personal tiene contacto con el cliente, reconoce sus responsabilidades y tiene suficiente autonomía para resolver las necesidades del cliente.	5	4	3	2	1
65. Disponemos de catálogos y especificaciones técnicas de nuestros productos.	5	4	3	2	1
Recursos Humanos					
66. Tenemos un organigrama escrito, donde las líneas de autoridad y responsabilidad están claramente definidas.	5	4	3	2	1
67. Tenemos políticas y manuales de procedimientos por escritos.	5	4	3	2	1
68. Nuestro personal se siente identificado y ha desarrollado un sentido de pertenencia con la empresa.	5	4	3	2	1
69. Tenemos un programa definido para la capacitación e inducción para el personal.	5	4	3	2	1
70. Las habilidades del personal son claves para establecer una escala remunerativa y promover al personal.	5	4	3	2	1
71. Existe una buena comunicación oral y escrita a través de los diferentes niveles de la empresa.	5	4	3	2	1
Sistemas de Información					
72. Contamos con un sistema de información que satisface los requerimientos de la empresa.	5	4	3	2	1
73. Nos actualizamos frecuentemente en programas y equipos de cómputo.	5	4	3	2	1
74. Generamos y archivamos adecuadamente los documentos de soporte en las diferentes áreas de la empresa, evitando la doble digitación.	5	4	3	2	1
75. Tenemos procedimientos de contingencia en caso de pérdidas de fluido eléctrico o fallas en el equipo de procesos.	5	4	3	2	1

¡Gracias por su colaboración!

Referencias Bibliográficas.

- Agan, Y., Acar, M. F., & Borodin, A. (2013). Drivers of environmental processes and their impact on performance: a study of Turkish SMEs. *Journal of Cleaner Production*, 51, 23-33.
- Aigner, J. D., & Lloret, A. (2013). Sustainability and competitiveness in Mexico. *Management Research Review*, 36(12), 1252-1271.
- Alba, L. F. C. (2015). Reforma financiera y el desarrollo de las Mipymes en México. *Revista Raites*, 1(1), 77-91.
- Alonso-Almeida, M., Marimon, F., & Llach, J. (2015). Difusión de las memorias de sostenibilidad en Latinoamérica: análisis territorial y sectorial. *Estudios Gerenciales*, 31(135), 139-149.
- Álvarez, D. C. V., González, H. D. Z., Álvarez, H. F. R., & Carvajal, M. C. V. (2007). Competitividad sectorial internacional: Caso: sector del cuero y del calzado. *Entramado*, 3(1), 24-49.
- Angelkova, T., Koteski, C., Jakovlev, Z., & Mitrevska, E. (2012). Sustainability and competitiveness of tourism. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 44, 221-227.
- Arias, A. Y., & Linares R. M. (2011). Desarrollo de un reporte de sostenibilidad basado en la metodología del Global Reporting Initiative (GRI) aplicado a la Facultad de Ciencias e Ingeniería de la Universidad Católica.
- Bain, J. S. (1956). Barriers to New Competition: Their Character and Consequences in Manufacturing Industries. *Cambridge (Mass.)*.
- Bansal, P. (2005). Evolving sustainably: A longitudinal study of corporate sustainable development. *Strategic management journal*, 26(3), 197-218.
- Barcellos de Paula, L. (2011). Modelos de gestión aplicados a la sostenibilidad empresarial (Doctoral dissertation, Universitat de Barcelona).

- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 17(1), 99-120.
- Barney, J. B. (2001). Resource-based theories of competitive advantage: A ten-year retrospective on the resource-based view. *Journal of management*, 27(6), 643-650.
- Báscones, M. I. S., Vilchez, E. J. G., & Almudí, R. P. (2010). Análisis de herramientas de sostenibilidad y RSC para su aplicación a la industria de procesos. *Revista de Estudios Empresariales*, 2(2).
- Baumgartner, R. J. (2009). Organizational culture and leadership: Preconditions for the development of a sustainable corporation. *Sustainable development*, 17(2), 102-113.
- Baumgartner, R. J., & Ebner, D. (2010). Corporate sustainability strategies: sustainability profiles and maturity levels. *Sustainable Development*, 18(2), 76-89.
- Bueno, C. E. (1995). La competitividad en la empresa: un enfoque de "organización" y una referencia a España. *Dirección y organización*, (13), 5-15.
- Calvente, A. M. (2007). El concepto moderno de sustentabilidad. Argentina: Universidad abierta Interamericana, *Centro de Altos Estudios Globales*.
- Cardozo, E., Velasquez de Naime, Y., & Monroy, R. (2012). La definición de PYME en América: Una revisión del estado del arte Definition of SMEs in Latin America: A review of the state of the art. In *6th International Conference on Industrial Engineering and Industrial Management* (pp. 1345-1352).
- Carrillo, G. (2011). Sustentabilidad en las organizaciones: nuevos enfoques y formas de entender del concepto. *Administración y Organizaciones*, 27, 5-11.
- Chabowski, B. R., Mena, J. A., & González, P. T. L. (2011). The structure of sustainability research in marketing, 1958–2008: a basis for future research opportunities. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39(1), 55-70.

- Cheong, D., Jansen, M., & Peters, R. (2013). *Shared Harvets: Agriculture, Trade, and Employment*. Geneva, Switzerland: International Labour Office.
- Chong, M. C. (2012). Diseño de un modelo de gestión para el desarrollo de las pequeñas unidades agrícolas rurales del Perú: Talleres de asociatividad. *Industrial Data*, 15(1), 045-052.
- Creswell, J. W. (2013). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Cuervo García, A. (1993). El papel de la empresa en la competitividad. *Papeles de economía española*, (56), 363-378.
- De la Rosa Alburquerque, A. (2000). La micro, pequeña y mediana empresa en México: sus saberes, mitos y problemática. *La administración frente a los desafíos del cambio social, Revista IZTAPALAPA*, 20(48), 183-220.
- Derbez, L. E. P., & de la Torre, C. G. (2013). La Sustentabilidad Empresarial De Las Pymes Veracruzananas, Una Aproximación Desde Su Competitividad.
- Dini, M., Ferraro, C. A., & Gasaly, C. (2007). *Pymes y articulación productiva. Resultados y lecciones a partir de experiencias en América Latina*. CEPAL.
- Dos Santos, S. F., & Brandi, H. S. (2014). A canonical correlation analysis of the relationship between sustainability and competitiveness. *Clean Technologies and Environmental Policy*, 16(8), 1735-1746.
- Elkington J. (1994). "Towards the Sustainable Corporation: Win-Win-Win Business Strategies for Sustainable Development", *California Management Review*, 36 (2), pp. 90-100.
- Elkington, J. (1998). Partnerships from cannibals with forks: The triple bottom line of 21st-century business. *Environmental Quality Management*, 8(1), 37-51.

- Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D., & Meyer-Stamer, J. (1996). Systemic competitiveness. *New Governance Patterns for Industrial Development, Londres, DIE*, 112-132.
- Fergusson, H., & Langford, D. A. (2006). Strategies for managing environmental issues in construction organizations. *Engineering, Construction and Architectural Management*, 13(2), 171-185.
- Figge, F., & Hahn, T. (2004). Sustainable Value Added -- measuring corporate contributions to sustainability beyond eco-efficiency. *Ecological Economics* 48: 173-87
- Foss, N., & Stea, D. (2014). Putting a Realistic Theory of Mind into Agency Theory: Implications for Reward Design and Management in Principal-Agent Relations. *European Management Review*, 11(1), 101-116.
- García, J., & Pulgar, N. (2010). Globalización: aspectos políticos, económicos y sociales. *Revista de Ciencias Sociales*, 16(4).
- García, M. L. S., Toro, S. M., & Sánchez, B. T. (2013). Determinación de la competitividad de la PYME en el nivel micro: El caso de del Distrito Federal, México. *FAEDPYME International Review-FIR*, 2(4), 18-32.
- Garzón, M., & Ibarra, A. (2014). Revisión Sobre la Sostenibilidad Empresarial. *Revista de Estudios Avanzados de Liderazgo*, 1(3), 52-77.
- Gil, L. A.M.G., Barcellos, P. L. (2011). Los desafíos para la sostenibilidad empresarial en el siglo XXI. *Revista Galega de Economía*, 20(2) 1-22.
- Goyal, P., Rahman, Z., & Kazmi, A. A. (2013). Corporate sustainability performance and firm performance research: Literature review and future research agenda. *Management Decision*, 51(2), 361-379.
- Gray, R. (2006). Does sustainability reporting improve corporate behaviour?: Wrong question? Right time?. *Accounting and Business Research*, 36(sup1), 65-88.

- Gupta, S., Melewar, T. C., & Czinkota, M. C. (2013). Global business management for sustainability and competitiveness: The role of corporate branding, corporate identity and corporate reputation. *Journal of World Business, 48*(3), 285-286.
- Hart, S. L., & Milstein, M. B. (2003). Creating sustainable value. *The Academy of Management Executive, 17*(2), 56-67.
- Hernández, R. (2001). *Elementos de competitividad sistémica de las pequeñas y medianas empresas (PYME) del Istmo Centroamericano*. CEPAL.
- Hernández, R. Fernández-Collado, C. & Baptista, P.(2006). *Metodología de la investigación, 4*.
- Kanji, G. K., & Chopra, P. K. (2010). Corporate social responsibility in a global economy. *Total Quality Management, 21*(2), 119-143.
- Kosacka, M., Mierzwiak, R., & Golinska-Dawson, P. (2015). Sustainability Classification for SMEs—A Guidance of Sustainability Assessment with the Use of Averaged Traits Quality Method. In *Toward Sustainable Operations of Supply Chain and Logistics Systems* (pp. 141-152). Springer International Publishing.
- Kresl, P. K., & Singh, B. (1999). Competitiveness and the urban economy: twenty-four large US metropolitan areas. *Urban studies, 36*(5-6), 1017-1027.
- Kwarteng, A., Dadzie, S. A., & Famiyeh, S. (2016). Sustainability and competitive advantage from a developing Economy. *Journal of Global Responsibility, 7*(1).
- Labarca, N. (2007). Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial. *Omnia, 13*(2).
- Labuschagne, C., Brent, A. C., & Van Erck, R. P. (2005). Assessing the sustainability performances of industries. *Journal of cleaner production, 13*(4), 373-385.

- Latorre, E., E. (2011). Gestión ambiental empresarial: Instrumento de competitividad y solidaridad.
- Lepoutre, J., & Heene, A. (2006). Investigating the impact of firm size on small business social responsibility: A critical review. *Journal of business ethics*, 67(3), 257-273.
- Linnenluecke, M. K., & Griffiths, A. (2010). Corporate sustainability and organizational culture. *Journal of world business*, 45(4), 357-366.
- Lombana, J., & Gutiérrez, R. S. (2009). Marco analítico de la competitividad: Fundamentos para el estudio de la competitividad regional. *Pensamiento & gestión*, (26), 1-38.
- López, R. N. O., & Encalada, J. M. (2015). La gestión ambiental y su relación con la competitividad: un estudio aplicado en las micro, pequeñas y medianas empresas del estado de Yucatán, México (Environmental management and its relation to competitiveness: a study of micro, small and medium...). *Tec Empresarial*, 9(2), 41-49.
- Lu, W. (2016). An Exploration Of The Associations Among Corporate Sustainability Performance, Corporate Governance, And Corporate Financial Performance.
- Marín, M. E., & López, V. G. (2011). La competitividad: una perspectiva multidisciplinaria. *Redes de Innovación, Energías Renovables y Competitividad*, 15-35.
- Marius, P. (2015). Sustainable Development Through Firm Competitiveness: The Case Of Romania. *Lucrări Științifice Management Agricol*, 17(3), 83.
- Martínez, J., & Álvarez, C. (2006). Mapa de competitividad para el diagnóstico de Pymes. In *las memorias XI foro de Investigación. Congreso Internacional de Contaduría y Administración e Informática. México, DF*.
- Mazaro, R. M., & Varzin, G. (2008). Modelos de Competitividad para Destinos Turísticos en el Marco de la Sostenibilidad/Competitiveness Models for

- Tourist Destinations into the Sustainability Context. *Revista de Administração contemporânea*, 12(3), 789.
- Medel, F., García, L., Enriquez, S., & Anido, M. (2011). Reporting models for corporate sustainability in SMEs. In *Information technologies in environmental engineering*. Springer Berlin Heidelberg.
- Melgarejo, Z., Vera-Colina, M. A., & Mora-Riapira, E. H. (2013). Competitividad De La Mipyme Y Desarrollo Regional. Estudio Del Caso Colombiano. *Tendencias: Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas*, 14(2).
- Moneva, J. M. (2005). Información corporativa y desarrollo sostenible. *Economistas*, 23(106), 70-78.
- Moore, S. B., & Manring, S. L. (2009). Strategy development in small and medium sized enterprises for sustainability and increased value creation. *Journal of cleaner production*, 17(2), 276-282.
- Morhardt, J. E., Baird, S., & Freeman, K. (2002). Scoring corporate environmental and sustainability reports using GRI 2000, ISO 14031 and other criteria. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 9(4), 215-233.
- Morrow, D., & Rondinelli, D. (2002). Adopting corporate environmental management systems:: Motivations and results of ISO 14001 and EMAS certification. *European Management Journal*, 20(2), 159-171.
- Neira, N. F. (2006). Elementos para el estudio de la microempresa latinoamericana. Latinoamérica. *Revista de Estudios Latinoamericanos*, (43), 153-174.
- Ochoa, J. S., Hernández, J. A.C., Leyva, O.B. A., & López, F. J. C. (2014). Estrategia, Desempeño E Identidad Organizacional De Las Pymes Manufactureras Mexicanas (Strategy, Performance and Organizational

- Identity of the Mexican Manufacturing SMEs). *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 7(7), 75-90.
- Parrish, B. D. (2005). A value-based model of sustainable enterprise. In *Business Strategy and the Environment Conference, University of Leeds, UK*.
- Pértega, D. S., & Fernández, P. S. (1997). Relación entre variables cuantitativas. *Cad Aten Primaria*, 4, 141-4.
- Peteraf, M. A. (1993). The cornerstones of competitive advantage: a resource-based view. *Strategic management journal*, 14(3), 179-191.
- Pinillos, A. A., & Fernández, J. L. F. (2011). De la RSC a la sostenibilidad corporativa: una evolución necesaria para la creación de valor. *Harvard-Deusto Business Review*, 207, 5-21.
- Portales, L., García de la Torre, C., Camacho, G., & Arandia, O. (2009). Modelo de sustentabilidad empresarial penta-dimensional: Aproximación teórica. *Administración y organizaciones*, 23(12), 113-129.
- Porter, M. E. (1990). The competitive advantage of notions. *Harvard business review*, 68(2), 73-93.
- Porter, M. E., & Linde, C. V. D. (1999). Green and competitive: ending the stalemate. *Journal of Business Administration and Policy Analysis*, 215.
- Prahalad, C. K., & Hamel, G. (1994). Strategy as a field of study: Why search for a new paradigm?. *Strategic management journal*, 15(S2), 5-16.
- Rubio, A. B., & Aragón, S. A. (2002). Factores explicativos del éxito competitivo. Un estudio empírico en la pyme1. *Cuadernos de Gestión*, 2(1), 49.
- Saavedra, G. M. L., & Hernández, Y. (2008). Caracterización e importancia de las MIPYMES en Latinoamérica: Un estudio comparativo. *Actualidad contable faces*, 11(17), 122-134.

- Saavedra, G.M. L. (2012). Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana. *Pensamiento & Gestión*, (33), 93-124.
- Saavedra, M. (2010). Hacia la determinación de la competitividad de la PYME Latinoamericana. *XII Asamblea general de ALAFEC*, 29, 9-12.
- Saavedra, M., & Milla, S. (2012). La competitividad de la MIPYME mexicana en el nivel micro: el caso del estado de Querétaro. *Memoria de la XXVIII Asamblea anual de la academia europea de economía de la empresa (AEDEM)*, Barcelona España, 5-7.
- Salzmann, O., Ionescu-Somers, A., & Steger, U. (2005). The business case for corporate sustainability: literature review and research options. *European Management Journal*, 23(1), 27-36.
- Sánchez, S. N. (2012). *La sostenibilidad en el sector empresarial: importancia de los distintos grupos de interés en el proceso de cambio a sostenibilidad en el sector empresarial* (Master's thesis, Universitat Politècnica de Catalunya).
- Senge, P. M., Smith, B., Kruschwitz, N., Laur, J., & Schley, S. (2008). *The necessary revolution: How individuals and organizations are working together to create a sustainable world*. Crown Business.
- Sobrino, J. (2002). Competitividad y ventajas competitivas: revisión teórica y ejercicio de aplicación a 30 ciudades de México. *Estudios demográficos y urbanos*, 311-361.
- Stead, J. G., & Stead, W. E. (2008). Sustainable strategic management: an evolutionary perspective. *International Journal of Sustainable Strategic Management*, 1(1), 62-81.
- Tan, Y., Ochoa, J. J., Langston, C., & Shen, L. (2015). An empirical study on the relationship between sustainability performance and business competitiveness of international construction contractors. *Journal of Cleaner Production*, 93, 273-278.

- Terrones, C., A., & Sánchez, T., Y. (2010). Demandas de insumos de la producción agrícola en México, 1975-2011. *Universidad y ciencia*, 26(1), 81-91.
- Tilley, F., Hooper, P., & Walley, L. (2003). Sustainability and competitiveness: are there mutual advantages for SMEs?. Competitive advantage in SMEs: *Organising for innovation and change*, 71-84.
- Urban, B., & Naidoo, R. (2012). Business sustainability: empirical evidence on operational skills in SMEs in South Africa. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19(1), 146-163.
- Van Marrewijk, M. (2003). Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: Between agency and communion. *Journal of business ethics*, 44(2), 95-105.
- Van Marrewijk, M., & Werre, M. (2003). Multiple levels of corporate sustainability. *Journal of Business ethics*, 44(2-3), 107-119.
- Venkatraman, S., & Nayak, R. R. (2015). Relationships among triple bottom line elements: Focus on integrating sustainable business practices. *Journal of Global Responsibility*, 6(2), 195-214.
- Villarreal, R., & Ramos, R. (2001). La apertura de México y la paradoja de la competitividad: hacia un modelo de competitividad sistémica. *Comercio Exterior*, 51(9), 772-788.
- Wagner, M., & Schaltegger, S. (2003). How does sustainability performance relate to business competitiveness?. *Greener Management International*, (44), 5-17.
- Wang, L. (2005). A methodology of sustainability accountability and management for industrial enterprises.
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic management journal*, 5(2), 171-180.

Wilson, M. (2003). Corporate sustainability: What is it and where does it come from. *Ivey Business Journal*, 67(6), 1-5.

Zapata, W. A. S., Osorio, L. A. R., & del Castillo, X. Á. (2011). Bases conceptuales para una clasificación de los sistemas socio-ecológicos de la investigación en sostenibilidad. *Revista Lasallista de investigación*, 8(2), 136-142.

Zevallos E (2006). Obstáculos al desarrollo de las pequeñas y medianas empresas en América Latina. *Cuadernos de Difusión*, 11(20):75-96.