



La sustentabilidad y el desarrollo local en las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas como detonantes para su competitividad

Baltazar-Domínguez, Daniela Alejandra.¹ & Caldera-González, Diana del Consuelo.²

¹ *Universidad de Guanajuato, División de Ciencias Económico Administrativas, Maestría en Administración Guanajuato, Guanajuato, México, da.baltazardominguez@ugto.mx, dccaldera@ugto.mx, Fraccionamiento 1; Col. El Establo S/N; C.P. 36250, (+52) 473 735 29 00*

Información del artículo arbitrado e indexado en Latindex:

Fecha de envío: 22 marzo de 2017

Fecha de revisión: 16 mayo de 2017

Fecha de endoso: 20 mayo de 2017

Fecha de aceptación: 18 mayo de 2017

Fecha de publicación en línea: 1 julio de 2017

Resumen

Este trabajo es una investigación documental cuyo objetivo es analizar la sustentabilidad y el desarrollo local como detonantes para la competitividad en Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYME) mexicanas. Se parte de una exposición de los grandes retos del siglo XXI, enfatizando aquellos que afectan la sustentabilidad y el desarrollo de México como una economía emergente. Se prosigue con un análisis del peso social y económico que tienen las MIPYME para el país, haciendo hincapié en las ventajas competitivas que representaría la inclusión y fortalecimiento de prácticas de sustentabilidad y desarrollo local. Más adelante se exponen algunas opciones de estrategias y modelos de negocios innovadores para las MIPYME de esta región. Finalmente se muestran los resultados y las conclusiones que apuntan hacia la posibilidad de combinar los objetivos económicos y sociales para mejorar las condiciones de la sociedad y su entorno, y con esto potenciar el desarrollo local.

Palabras clave: competitividad, desarrollo local, MIPYME, sustentabilidad.

Abstract

This research is based on a documentary research the scope is to analyze the sustainability and local development as detonators for competitiveness in Mexican micro, small and medium enterprises (SMES). It begins from an exposition of the 21st century biggest challenges, by focusing on those that affect sustainability and development of Mexico as an emergent economic nation. The research continues with an analysis of the social and economic impact that the MIPYME have for the country, making emphasis in the competitive advantages that might represent the inclusion and strengthening of sustainability and local development practices. Furthermore, some strategies and business model's options for regional SMES are shown. At the final part of this paper, results and conclusions are presented, those conclusions focuses in to the possibility of combine the economic and social objectives to optimize the social conditions and their environment, through these activities enhance local development.

Key words: competitiveness, local development, MIPYME, sustainability.

1. Introducción

El entorno del siglo XXI exige al sector empresarial como nunca antes, alinearse a los objetivos de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible que la Organización de Naciones Unidas (ONU) propone, los cuales incluyen la implementación de estrategias que permitan poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad; entre las prioridades están el cambio climático, la desigualdad económica, la innovación y la justicia.

Las contribuciones de las empresas de cualquier tamaño a la vida sostenible de la Tierra y sus habitantes son de gran peso para marcar la diferencia. En este tenor, el rol de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYME) en este contexto resulta determinante, puesto que son las que tienen más alta densidad a nivel mundial.

El desarrollo local, el desarrollo sustentable y la competitividad, no caminan por senderos separados; pueden combinarse y en conjunto generar una armonía que los potencie en beneficio de su entorno. Porter (2008) afirma que una empresa es competitiva y rentable cuando genera valor, y el valor se logra cuando se proporcionan al consumidor beneficios únicos en el mercado que puedan compensar los precios ofertados; según el mismo autor, la finalidad de cualquier estrategia empresarial debe crear un valor agregado para los compradores que sea más elevado del costo que se empleó para elaborar el producto.

En el mundo de los negocios, se ha mantenido la idea acerca de que la búsqueda de beneficios sociales y económicos son objetivos contrarios, sin embargo, hoy, ante un panorama tan crítico de pobreza, falta de educación, desigualdad de género, escasez de agua, contaminación, desempleo, violencia y condiciones climáticas deplorables; la sociedad, las organizaciones y los gobiernos toman consciencia acerca del trabajo y esfuerzo comunitario requerido para aminorar los efectos de tales eventos.

De acuerdo con Belz, Peattie & Galí (2013), los grandes retos del siglo XXI son los siguientes: daños a los ecosistemas, la erosión de la diversidad cultural, la subida de los precios mundiales de los alimentos y la escasez de agua. Para Kliksberg (2009), estos retos se pueden resumir en tres principales: pobreza, desigualdad y cambio climático.

México es considerada como una economía emergente, donde las necesidades se multiplican y la diferencia económica entre los sectores de la población se hace cada vez más evidente, lo cual genera rezago educativo, pobreza, problemas de salud y escasas oportunidades de mejorar la calidad de vida.

Según el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL) en su Informe de pobreza en México 2014, existen 55.3 millones de personas que viven en situación de pobreza y 63.8 millones tuvieron un ingreso inferior a 2,542 pesos mensuales en zonas urbanas, los cuales resultan insuficientes para adquirir una canasta básica completa. Por el lado del rezago educativo, según estimaciones del Instituto Nacional para la Educación de los Adultos (INEA, 2017), al final del 2016 en México, de los 88,483,784 personas de 15 años o más, un 32.8% no había concluido sus estudios de primaria o secundaria.

Con estos datos resulta evidente que es necesario implementar estrategias que permitan que esta situación cambie, ya que esto asegurará una mejor calidad de vida para la humanidad. Un

entorno global sano es sinónimo de un ambiente local, económico y social saludable, con las condiciones adecuadas para el buen funcionamiento de la sociedad como una comunidad.

El objetivo de este trabajo es analizar la sustentabilidad y el desarrollo local como detonantes para la competitividad en MIPYME mexicanas. Se parte de una exposición de los grandes retos del siglo XXI, enfatizando aquellos que afectan la sustentabilidad y el desarrollo de México como una economía emergente. Se prosigue con un análisis del peso social y económico que tienen las MIPYME para el país, haciendo hincapié en las ventajas competitivas que representaría la inclusión y fortalecimiento de prácticas de sustentabilidad y desarrollo local. Más adelante se exponen algunas opciones de estrategias y modelos de negocios innovadores para las MIPYME de esta región (Empresa B y empresa social). Finalmente se muestran algunas conclusiones.

2. Referentes Teóricos

Las empresas son pieza clave para el desarrollo económico de México. Rodríguez (2010) expresa que son las empresas las que representan el principal factor dinámico de la economía, pues permiten que se pongan en operación recursos organizacionales: materiales, financieros, técnicos y humanos; y de su correcta dirección, como asegura García (1994), depende el éxito o fracaso de las mismas. Las empresas existen, afirman Case & Fair (1997) cuando una persona o grupo de personas transforman insumos o materia prima en bienes o servicios para satisfacer a un mercado; originando un intercambio entre vendedores y consumidores que impulsa la creación de empleos, además de que contribuyen a la generación de Producto Interno Bruto (PIB) nacional.

Las empresas predominantes en cualquier país son las micro, pequeñas y medianas (MIPYME); las cuales contribuyen como opinan Andriani, Biasca & Ramírez (2003), en la creación de empleo, generación de riqueza y además, satisfacen necesidades de mercados que son poco atractivos para las grandes empresas. Según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2015) en la República Mexicana existen un total de 5 millones 654 mil 014 establecimientos, de los cuales un 94.5% lo conforman empresas de no más de 10 colaboradores con oportunidades de crecimiento.

Las MYPIMES, revelan Pomar, Rendón & Rivera (2011), tienen una gran trascendencia social y económica, pues no sólo son un medio para generar ingresos, sino una forma de vida que potencia la creatividad y el conocimiento, en la que las relaciones entre altos y bajos mandos gozan de un trato directo, lo cual genera un ambiente laboral armónico que permite el desarrollo de la confianza y el compromiso entre los colaboradores, mismo que los lleva a ser más productivos y lograr un mejor desempeño.

A pesar de sus ventajas, las MIPYMES son vulnerables, de acuerdo con Pérez & Stumpo (2002) a causa de la inestabilidad económica, la falta de financiamiento de largo plazo, carencias de infraestructura, altas tarifas de los servicios públicos y un marco regulatorio ineficiente.

Andriani *et al.* (2003) comentan que los efectos o síntomas más comunes en las pequeñas y medianas empresas, son la pérdida de mercado, la falta de ingresos, de utilidades y rentabilidad; a los que correlaciona con causas como: mala calidad, costo elevado, entregas atrasadas, desorden, falta de rumbos claros, falta de innovación y mejora e inversión

excesiva. Para el caso específico de México, Chávez, Caldera & Ortega (2016) destacan algunas problemáticas que llevan a una MIPYME a la muerte, como: la falta de planeación desde que nace la empresa, el desconocimiento de su competencia, del mercado y del sector; además de la falta de innovación, profesionalización, aseguramiento de calidad, estructura organizacional y financiamiento (Figura 1).

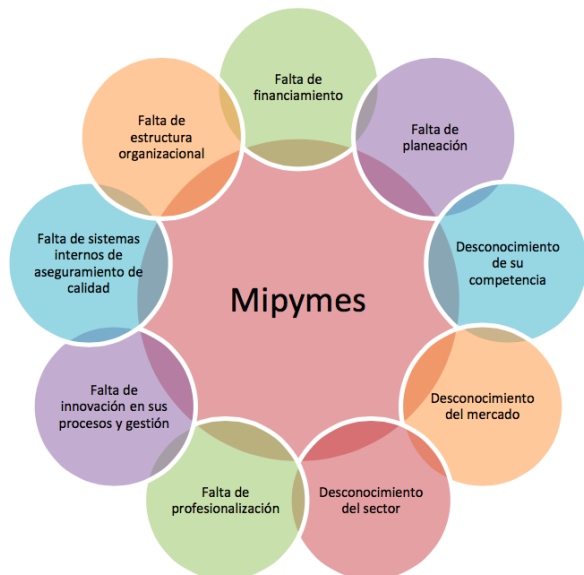


Figura 1. Principales problemáticas de las MIPYMEs. Fuente: Chávez, Caldera & Ortega, 2016.

Una forma de asegurar que las MIPYME reduzcan su probabilidad de fracaso, es aumentar su competitividad. Según el artículo tercero fracción IV de la Ley para el desarrollo de la competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa de México (DOF, 2002), la competitividad se refleja en la capacidad para mantener y fortalecer la rentabilidad y participación de una MIPYME en los mercados, con base en ventajas asociadas a sus productos o servicios, así como a las condiciones en que los ofrecen.

2.1 El desarrollo local y las MIPYME en economías emergentes

Hablar de desarrollo local significa relacionarlo inevitablemente con el desarrollo global. Arocena (1995), afirma que no pueden hacerse distinciones entre uno y otro porque ambos tipos de desarrollo -local y global- buscan desarrollo y éste es único; sólo dependiendo de la escala a la que se aplique, las estrategias para lograrlo podrán diferir; igualmente recalca que es un error básico cerrar las puertas y limitarse a la percepción de lo local.

De acuerdo con Portales (2014), el desarrollo local incluye la creación de procesos de exclusión y pobreza por medio de la participación social y el aprovechamiento de los recursos que se encuentran en determinado territorio; los elementos que conforman este tipo de desarrollo según este autor pueden visualizarse en la Figura 2.



Figura 2. Elementos del desarrollo local. Elaboración propia con información de Portales, 2014.

Por su parte, Aghón, Albuquerque y Cortés (2001) opinan que la visión del desarrollo económico local da prioridad a las MIPYME, a causa de la alta proporción que representan dentro de las empresas latinoamericanas, resaltando que son grandes generadoras de empleo y renta, lo cual permite elaborar políticas de innovación productiva y empresarial que van más allá de una perspectiva asistencial. Sin embargo, es preciso reconocer que al mismo tiempo de ser el colectivo más numeroso, es también el más frágil del sector empresarial. Muy pocas MIPYME por sí mismas son capaces de identificar la complejidad del entorno y los niveles tan altos de exigencia en competitividad de los mercados.

El desarrollo local aplicado a una MIPYME, implica que ésta se involucre en la eficiencia del desarrollo económico y social del territorio en el que se encuentra, procurando generar empleos que contribuyan a aminorar los efectos de la pobreza y el desempleo. En los países emergentes, estos objetivos se comparten con los gobiernos, pues estos buscan mediante la elaboración de reformas estructurales, el crecimiento constante y sostenido de la nación. Sin embargo, como ya se ha comentado anteriormente, ni la sociedad ni las empresas dependen exclusivamente del gobierno para tratar cuestiones de desarrollo local y sustentabilidad.

El desarrollo local se basa en importantes conceptos de orientación (PNUD, OIT, UNOPS, EURADA & Ministerio de Relaciones Exteriores Italiano, 2002), que son:

- El desarrollo de un territorio está fuertemente condicionado por la voluntad y la capacidad de los actores locales. Entre mayor sea el consenso en torno a los objetivos y las acciones de apoyo, mayor será el éxito de tales estrategias.
- El desarrollo de un territorio gira alrededor de la valorización de las potencialidades endógenas. Todo territorio tiene por lo menos un recurso aprovechable.
- Una de las fuentes más eficaces de desarrollo económico y ocupacional es la representada por las MIPYME.
- El desarrollo depende de la capacidad de integrar las iniciativas empresariales en un ambiente que facilite su nacimiento y su crecimiento.
- El territorio debe dotarse de instrumentos adecuados para la aplicación de políticas y de estrategias de desarrollo local, su éxito residirá en la interacción activa de las economías locales y las decisiones que se toman a nivel nacional e internacional.

Se percibe claramente que el desarrollo no depende únicamente de variables económicas, pues el sector social es pieza clave

para llevarlo a cabo y controlarlo. La atención debe centrarse tanto en el factor humano de la localidad a la que se pretende dirigir las estrategias de la MIPYME como en ella misma.

Entre las iniciativas empresariales que proponen diversos organismos, se encuentran las infraestructuras productivas y no productivas, servicios a las empresas, instrumentos financieros específicos y marketing territorial para atraer otros recursos externos, ya sean inversiones o recursos humanos (PNUD, OIT, UNOPS, EURADA & Ministerio de Relaciones Exteriores Italiano, 2002).

Aghón, Albuquerque y Cortés (2001) proponen poner al alcance de las MIPYME, información empresarial, tecnológica y de mercados, de esta manera mejorarán en eficiencia productiva y competitividad. Al momento de repartir esta información, debe tomarse en consideración el sector productivo y el territorio al que pertenece la empresa, sólo así se asegurará que cada MIPYME cuente con los datos que le son relevantes conocer.

2.2 La sustentabilidad vista desde una MIPYME

De acuerdo con Rojas (2003), en México se enfrentan tres retos fundamentales: superar el desarrollo económico, disminuir las profundas desigualdades socioeconómicas y revertir o al menos detener el deterioro del medio ambiente.

Difícil de creer es que a la vez que hay quienes luchan por un mejor planeta donde vivir, haya quienes conserven la arraigada creencia de que las normas medioambientales erosionan la competitividad. Para algunos existe, explica Porter (1995), esa disyuntiva entre ecología y economía. No obstante, toda empresa actual es testigo del mundo real de competencia dinámica en el que, para permanecer, se deberá estar en una búsqueda constante por encontrar soluciones innovadoras a las presiones de los competidores, los clientes y las autoridades.

El concepto de Desarrollo Sostenible fue descrito en 1987 en el Informe de la Comisión de Brundtland como un “desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades” (ONU, 1987).

Para Rojas (2003), en el desarrollo sustentable están involucrados aspectos sociales, económicos y ambientales (Figura 3), todos ellos equilibrados en la búsqueda de una mejor calidad de vida. No se puede explicar solamente el tipo ambiental o ecologista sin otras disciplinas debido a que los cambios sustentables se derivarán de la relación entre naturaleza y sociedad.



Figura 3. Aspectos del Desarrollo Sustentable. Elaboración propia con datos de Rojas, 2003.

Como prueba del análisis de Rojas (2003), basta con observar la relación entre el medio ambiente y los sectores económico y social. Del lado de la pobreza, las MIPYME que se encuentran en zonas con rezago social tienden a dañar el medioambiente en su lucha por producir cada vez más, de ahí que muchas recurran a la tala indiscriminada de árboles, agoten las tierras agrícolas y contaminen el abastecimiento de agua con desechos porque no tienen los medios para tratarlos; sin embargo, una sociedad sana es la que demandará constantemente los productos o servicios de la empresa. El negocio que deje de considerar a la sociedad y la comunidad en la que opera cuando persigue sus fines, descubrirá que está destinada al éxito temporal e inevitablemente al fracaso.

Al respecto, Porter & Kramer (2006) consideran que, aunque las empresas estén cada vez más conscientes del impacto social de sus actividades, deben reconocer que estos impactos pueden ser más sutiles y variables de lo que se perciben, dependiendo del lugar; no son los mismos problemas ambientales que hay en una sierra a los que hay en una costa o una zona desértica. Además, estos impactos se modifican también con el tiempo, la evolución de los estándares sociales y el progreso de la ciencia. Es evidente entonces que las empresas ya no pueden quedarse sólo con los obvios impactos sociales del presente, pues esto hará que su panorama se vea limitado y no se permitan observar los problemas que en su comunidad hubo alguna vez y habrá en el mañana.

Es preciso recalcar que ninguna empresa podrá resolver todos los problemas sociales, económicos y ambientales que se viven en la actualidad en su entorno, y tampoco asumirá el costo de hacerlo, así que cada MIPYME debe analizar los problemas que existen en su comunidad, priorizarlos y elaborar un plan de trabajo o agenda sustentable que le permita recordar que ese también es un objetivo empresarial y, por lo tanto, parte de las ganancias se destinarán a la consecución de tal fin.

2.3 Modelos de negocios innovadores y responsables para las MIPYME

El contexto del mercado actual está inmerso en factores que no se pueden controlar. Clark, Osterwalder & Pigneur (2012) señalan que entre estos factores están la recesión, los drásticos cambios demográficos, la creciente competencia internacional y los factores medioambientales. Es claro que las empresas no pueden modificar el entorno en el que se desenvuelven, de

modo que su única alternativa es cambiar su modelo de negocio o crear uno nuevo a fin de seguir siendo competitivas. En esta sección se proponen para las MIPYMES, los modelos de negocios “Empresas B”, “Empresas Sociales” y “Empresa Socialmente Responsables”.

2.3.1 Empresas B

Conscientes de que el mundo está cambiando demasiado rápido, quienes trabajan por el sistema de empresas B buscan encontrar soluciones socioambientales a esa misma velocidad, cambiando el sentido del éxito en los negocios y en la economía, por aquel que se mide a través del bienestar que generan las empresas en las personas, las sociedades y la naturaleza.

El Banco de Desarrollo de América Latina, CAF (2016) define a las Empresas B como:

“[...] una nueva clase de organización que, además de maximizar la rentabilidad financiera crean un impacto material positivo en la sociedad y el medio ambiente, impacto que se mide por normas de terceros. Se distinguen de empresas tradicionales en razón de su propósito, responsabilidad y transparencia [...]”

Entre las principales características de este modelo de negocio están: sus políticas de impacto positivo aspirando a ser la mejor empresa para el mundo y no sólo del mundo; amplía el deber fiduciario de accionistas y gestores para incluir intereses no financieros, se compromete a operar con altos estándares de gestión y transparencia y acepta una declaración de interdependencia con la comunidad global.

El Fondo Multilateral de Inversiones (2012), explica que la empresa B considera las utilidades como una herramienta para lograr sus objetivos y no como un fin en sí mismas, además, es consciente de que la mejor manera de provocar un cambio social o ambiental es a través del mercado, en el cual se persigue un triple impacto (Figura 4) que incluye: 1) la solución de problemas sociales y ambientales con los productos y servicios que comercializa y a través de las relaciones que mantiene con la comunidad y proveedores; 2) el pasar por un riguroso proceso de certificación que garantiza el cumplimiento de estándares de desempeño, además de destacarse por su transparencia al publicar sus resultados y el impacto que éstos tienen en la sociedad y el ambiente y 3) que incorpora modificaciones legales para proteger su misión o su propósito empresarial en el que combina el interés público y el privado.

Los sectores de interés para estas empresas son: las economías de regeneración, en las cuales las empresas agrícolas y forestales pueden pasar de la destrucción del entorno a vincularse a la regeneración de la biodiversidad; las ciudades sostenibles, en las cuales se busca la igualdad territorial y las buenas prácticas ambientales; las nuevas energías, en especial la solar y eólica para que sean suficientemente explotadas y; la protección social, en el tema de pensiones y salud.

El sistema B en México está en proceso de formalización, sin embargo, ya hay personas involucradas que interactúan con regularidad proponiendo soluciones e intercambiando ideas y pueden encontrarse en la página web: <http://sistemab.org/mexico/>.

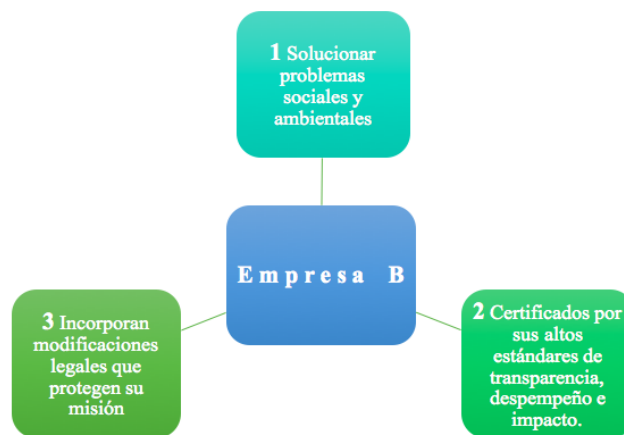


Figura 4. El triple impacto de una Empresa B. Elaboración propia con datos del FOMIN, 2012.

2.3.2 Empresas Sociales

El progreso en el desarrollo humano ha sido desigual. El panorama que se vive actualmente está compuesto por enormes brechas de desigualdad, crisis mundiales de energía, finanzas y alimentos que han causado volatilidad e inestabilidad de precios, como afirma el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2015). Las empresas sociales son una opción de solución ante esta problemática, en la que, sin perder de vista el sentido económico de un negocio, la razón de ser del mismo es el beneficio social.

En una empresa social, la intención de generar mejoras a través de la movilización y asignación inteligente de sus recursos es explícita; de hecho, estas acciones afectan el entorno donde operan las compañías, pues el objetivo de las mismas es beneficiar directamente a la comunidad para la que fueron creadas las iniciativas sociales (BID, 2006). Los emprendimientos sociales apuntan a crear valor social.

El modelo de negocios de una empresa social, de acuerdo con Ashoka (2010), utiliza mecanismos de mercado, ofrece un bien o servicio por el cual recibe un pago que aparte de cubrir sus costos, le genera excedentes que destina a brindar mayores beneficios a sectores de la sociedad que se encuentran en situaciones de ventaja. Este negocio es un medio y no un fin en sí mismo. La misión de una empresa social es el beneficio social, la inclusión y la apertura de nuevas oportunidades, sin perder de vista que necesitan excedentes económicos como un medio para conseguirlos.

La empresa social puede idear un proceso productivo o de distribución que genere oportunidades de empleo y mejore los ingresos de personas en situación de vulnerabilidad: violencia, pobreza y discapacidad, entre otras. Otra variable de este modelo de negocios se da cuando la empresa logra que los sectores más pobres puedan acceder a productos y servicios que son críticos para mejorar su calidad de vida, estos están relacionados con la vivienda, salud, acceso al agua y la energía. Por otro lado, están las empresas sociales que pueden ser propiedad del sector vulnerable, de modo que cualquier ganancia generada por las operaciones de la empresa se destina directamente a mejorar la calidad de vida de sus dueños.

En común, todas las empresas sociales tienen sus bases en la misión y los valores, de ahí parten para generar una estrategia con el mayor impacto social posible dentro del alcance y

enfoque que se hayan propuesto. Es preciso reconocer, según explica el BID (2006), que, aunque la estrategia esté planeada, tiene que estar abierta a los cambios que puedan emerger, de la misma manera, deberá estar abierta al entorno tan complejo que se vive hoy en día. Resulta importante también, definir bien el alcance del emprendimiento social, pues resulta complejo diversificarse demasiado por entusiasmo o por necesidad de financiamiento.

2.3.3 La Empresa Socialmente Responsable

Actualmente ya muchas empresas han hecho bastante por mejorar las consecuencias sociales y medioambientales de sus actividades, pero como bien distinguen Porter & Kramer (2006), estos esfuerzos están lejos de ser todo lo productivos que podrían. La mayor parte de las empresas que presumen ser "socialmente responsables" lo hacen de manera cosmética, mediante relaciones públicas y campañas en los medios, mostrando la sensibilidad social de la compañía.

Para comenzar a ser una empresa con responsabilidad social corporativa (RSC), se deben elegir los problemas sociales abordar, identificando y priorizando aquellos que sean más importantes para las operaciones de negocios y para el contexto competitivo de la empresa. Es preciso reconocer que ninguna empresa tiene la capacidad de resolver todos los problemas que hay en la sociedad ni los recursos para hacerlo. De esta manera, Porter y Kramer (2006) sugieren enfocarse en los impactos sociales de la cadena de valor, pues en ellos podrían afectar directamente las estrategias de la empresa.

Además, se propone tener destinada cierta parte de los ingresos a la RSC, lo que obligará a los ejecutivos a llevar un control de las acciones realizadas. Se necesitan metas claras y medibles que puedan ser monitoreadas a lo largo del tiempo; esto requiere ajustes en la organización, en las relaciones jerárquicas y en los incentivos. La RSC puede ser mucho más que un costo, una limitación o un requisito para ganar un estatus; puede ser una fuente de oportunidades, de innovación y desarrollo de competitividad. Una empresa con un enfoque y acciones claras, puede tener un mayor impacto sobre el bienestar social que cualquier fundación, voluntariado u organización filantrópica.

Los beneficios de implementar estrategias de sustentabilidad y desarrollo local en una MIPYME se muestran a continuación.

3. Método

Esta investigación es de corte documental y se basa en fuentes primarias y secundarias de información. Dichas fuentes se categorizaron de acuerdo a dos líneas temáticas que fueron el tema del desarrollo local y la sustentabilidad como factores que detonan la competitividad en las MIPYME.

Como ya se ha mencionado, el objetivo general de este trabajo fue realizar un análisis respecto al tema del desarrollo local y la sustentabilidad, que sirviera de base para reflexionar respecto las ventajas que éstos tienen para potenciar la competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa ante un entorno que no pueden controlar, sino adaptarse a él.

Así, en este trabajo se proporcionó información sobre las dos líneas temáticas y se añadieron tres propuestas de modelos de negocios: las empresas B, las empresas sociales y las empresas socialmente responsables. Lo anterior en el entendimiento de

que son viables para adaptarse a las MIPYME y detonar su competitividad.

4. Resultados

El presente trabajo proporciona una visión general y un acercamiento al tema del desarrollo local y la sustentabilidad en las MIPYME como detonantes de su competitividad, puesto que las condiciones globales exigen más que nunca responder con acciones y estrategias concretas al entorno crítico de desigualdad, pobreza y cambio climático. Se considera que el actuar conforme a estos dos ámbitos representará un valor agregado a la empresa, lo cual se traduce en mayor competitividad, resaltando el beneficio social a la comunidad en la que se desenvuelven y consecuentemente al planeta.

La limitación de dicho estudio es que se basa en una revisión documental y la experiencia empírica de las autoras; sin embargo, el contenido del mismo aporta una visión integral respecto al tema del desarrollo local y la sustentabilidad, además de la oportunidad de interrelacionarlos en la cadena de valor para generar mayor competitividad.

Las condiciones sociales y económicas de la sociedad actual están fomentando que cada vez más empresas decidan actuar bajo marcos de sustentabilidad y desarrollo local, también a la creación de nuevos modelos de negocios como la empresa B, la empresa social y la empresa socialmente responsable. Materia de otra investigación podrá ser descubrir el desempeño de las empresas con estos nuevos modelos y el análisis de los factores que las han llevado al éxito o fracaso.

5. Conclusiones

A lo largo de la investigación se han mencionado, de forma general, la situación del país y algunas propuestas de solución que llevan a concluir que la competitividad, la sustentabilidad y el desarrollo local son complementarios. A partir del entorno global, las MIPYME deben innovar y crear estrategias para adaptarse y generar impacto benéfico para la sociedad. Este impacto, lejos de representar un costo, debe verse como una inversión para lograr valor agregado y por ende ser más competitivas.

Si la alta dirección de la MIPYME se involucra y se compromete con el desarrollo local y la sustentabilidad, la empresa se podrá enfocar en resolver un problema o un selecto número de problemas sociales, y trabajarlo desde una perspectiva estratégica que le permita convertirse en una fuente de progreso social a medida que aplica sus vastos recursos, experiencia y conocimiento al logro de estas actividades.

Toda corporación exitosa necesita de una sociedad en equilibrio. Si la educación, la salud y la igualdad de oportunidades son adecuadas, la fuerza laboral productiva estará lista para aportar lo mejor de sí. Además, la utilización eficiente de recursos naturales hace más productivos los procesos e indirectamente más competitiva a la empresa.

Entre más adopten las MIPYME los modelos de empresa mencionados, la sociedad irá mejorando y con el paso del tiempo, su contribución a la solución de los grandes problemas de la humanidad será significativa, lo cual se traduce en una regla ganar-ganar no sólo para la sociedad del presente, sino también para la sociedad de las generaciones futuras.

Referencias

- Aghón G., Albuquerque F. & Cortés, P. (2001). *Desarrollo Económico Local y Descentralización en América Latina: Un Análisis Comparativo*. Santiago de Chile: CEPAL/GTZ.
- Andriani, C., Biasca, R. & Rodríguez, M. (2003). *El nuevo Sistema de Gestión para las PYME's*. México: Norma.
- Arocena, J. (1995). *El desarrollo local, un desafío contemporáneo*. Caracas: Nueva Sociedad.
- Ashoka (2010). Ashoka Official Website. www.ashoka.org.
- Banco Interamericano de Desarrollo [BID]. (2006). *Gestión efectiva de emprendimientos sociales: Lecciones extraídas de empresas y organizaciones de la sociedad civil en Iberoamérica*. México: Planeta.
- Belz, F., Peattie, K. & Gali, J.M. (2013). *Marketing de Sostenibilidad: Una perspectiva global*. España: Profit.
- CAF. Banco de Desarrollo de América Latina. (2016). *CAF y Empresas B: un nuevo sentido del éxito*. Caracas: CAF. Recuperado de <http://scioteca.caf.com/handle/123456789/948>
- Case, K. Fair, R. (1997). *Principios de Microeconomía* (4ª ed.). México: Prentice Hall.
- Clark, T., Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2012). *Tu modelo de negocio*. Nueva Jersey: John Wiley & Sons, Ink.
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social [CONEVAL] (2016). *Informe de pobreza en México, 2014*. México, DF: CONEVAL.
- Chávez, A., Caldera, D. C. C., & Ortega, M. A. (2016). Análisis de la situación de la MIPYME en México. En Solano, C. E., Sánchez, M. E., Vázquez, G. V., Martínez, A. y Esquiváis, J. M. (Eds.), *Compendio de Investigaciones Científicas en México*. (pp. 1511-1516). México, Guanajuato.: Centro de Investigaciones en Óptica.
- Diario Oficial de la Federación [DOF]. (2002). *Ley para el desarrollo de la competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa*. Recuperado de http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=716999&fecha=30/12/2002
- Fondo Multilateral de Inversiones. (2012). *El fenómeno de las Empresas B en América Latina. Redefiniendo el éxito empresarial*. Recuperado de http://www.obela.org/system/files/EmpresasBAL_BID.pdf
- García, S. (1994). *Introducción a la Economía de la Empresa*. España: Díaz de Santos.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2015). *Censos Económicos 2014*. Recuperado de <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/ce/ce2014/>
- Instituto Nacional para la Educación de los Adultos [INEA]. (2017). *Estimaciones del rezago educativo al 31 de diciembre del 2016*. Recuperado de http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/196486/863_Estimacion_Rezago_2016.pdf
- Kliksberg, B. (2009). Los desafíos éticos pendientes en un mundo paradójico: el rol de la universidad. *CLAD Reforma y Democracia*, (43), pp. 65-72. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=357533674003>
- Organización de las Naciones Unidas [ONU] (1987). *Nuestro futuro común, Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, Naciones Unidas*. Recuperado de <http://www.un.org/Depts/dhl/spanish/resguids/specenvsp.htm>
- Organización de las Naciones Unidas [ONU] (2017). *Objetivos del Desarrollo Sostenible*. Consultado el 10 de marzo de 2017. Recuperado de <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Peres, W. & Stumpo, G. (2002). *Pequeñas y medianas empresas industriales en América Latina y el Caribe*. México: Siglo XXI.
- Pomar, S., Rendón, A. & Rivera, M. (2014). Política industrial de apoyo para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa. En *La UAM ante la sucesión presidencial: Propuesta de política económica y social para el nuevo gobierno*. pp. 155-182. México: UAM-X, CSH, Depto. de Producción Económica.
- Portales, L. (2014). Los pobres como agentes de su desarrollo, la lucha contra la pobreza y la exclusión desde lo local. *Revue Interventions économiques*, (50), pp. 1-21- Recuperado de <http://interventionseconomiques.revues.org/2172>
- Porter, M. & Kramer, M. (2006). Estrategia y sociedad: el vínculo entre ventaja competitiva y responsabilidad social corporativa. *Harvard Business Review América Latina*, 84 (12), 42-57.
- Porter, M. (2008). Las cinco fuerzas que dan forma a la estrategia. *Harvard Business School Publishing Corporation*, 86(1), pp. 58-77.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD]. (2015). *El futuro que queremos para todos*. Recuperado de http://www.un.org/en/development/desa/policy/untaskteam_undf/unttreport_sp.pdf
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo/Organización Internacional del Trabajo/Oficina de las Naciones Unidas de Servicios para Proyectos [PNUD/OIT/UNOPS/EUR]. (2002). *Las agencias de desarrollo local*, Nueva York: PNUD/OIT/UNOPS/EUR.
- Rodríguez, J. (2010). *Administración de pequeñas y medianas empresas* (6ª ed.). México: Cengage Learning.
- Rojas, C. (2003). *El desarrollo sustentable, nuevo paradigma para la administración pública*. México: Instituto Nacional de Administración Pública, A.C.
- Sistema B. (2017). *Sistema B: México*. Banco de Desarrollo de América Latina. Recuperado de <http://sistemab.org/mexico/>