

Artículo original

Acceso abierto

Competitividad y desarrollo humano en los emprendimientos por necesidad: un caso de estudio situado en la región de los Tuxtlas en Veracruz, México

Competitiveness and human development in entrepreneurship by necessity: a case study located in Los Tuxtlas in Veracruz, Mexico

Giovanna Maddalena Mazzoti Pabello

Natalia Murrieta Martínez

Margarita Altamirano Vásquez

Correspondencia:

gmazzotti@uv.mx

Universidad Veracruzana –

Profesora Investigadora

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-0852-5480>

0002-0852-5480

nmurrieta@uv.mx

Universidad Veracruzana –

Profesora de Tiempo Completo

ORCID: <http://orcid.org/0009-0006-3384-1756>

0006-3384-1756

maaltamirano@uv.mx

Universidad Veracruzana –

Profesora de Tiempo Completo

ORCID: <http://orcid.org/0009-0003-9564-8749>

0003-9564-8749

DOI: <https://doi.org/10.63042/nj7d05>

Fecha de recepción:

12-mayo-2023

Fecha de aceptación:

21-agosto-2024

Resumen

Los emprendimientos por necesidad se originan como una estrategia de supervivencia en comunidades rurales y urbanas, especialmente en regiones de América Latina. A diferencia de otros tipos de emprendimiento, estos se basan en la generación de ingresos que favorecen la autosuficiencia de quienes lo realizan y no en un enfoque empresarial de crecimiento económico.

Con el objetivo de evaluar estos emprendimientos, este artículo propone una adaptación de la competitividad tradicional hacia una competitividad social que considera al entorno social, al cultural y a las interacciones comunitarias, que apoya a emprendedores en condiciones de vulnerabilidad y que propone herramientas de planificación y evaluación adecuadas a su contexto.

Para ello, se analiza al colectivo de meliponicultoras de Maretux, en la región de los Tuxtlas en el estado de Veracruz, México, como ejemplo de emprendimiento por necesidad impulsado por factores económicos y sociales adversos. Las mujeres que integran el colectivo generan ingresos mediante la producción de miel y derivados, además de que contribuyen al desarrollo sostenible al conservar especies nativas de abejas y promueven la biodiversidad. El artículo destaca la importancia de los emprendimientos por necesidad en el fortalecimiento de la economía de subsistencia, la cohesión social y el desarrollo de habilidades comerciales y de organización, mejorando la calidad de vida en comunidades rurales y promoviendo un modelo de negocio alineado con el desarrollo humano.

Palabras clave: emprendimiento, desarrollo humano, competitividad.

Abstract

Necessity-driven entrepreneurship emerges as a survival strategy in rural and urban communities, especially in regions of Latin America. Unlike other types of entrepreneurship, these ventures are based on generating income that promotes self-sufficiency for those involved, rather than an economic growth-oriented business approach. To evaluate these ventures, this article proposes an adaptation of traditional competitiveness towards social competitiveness, which considers the social and cultural environment and community interactions, supporting entrepreneurs in vulnerable conditions and offering planning and evaluation tool tailored to their context. For this purpose, the article analyzes the collective or meliponiculture women from Maretux, in Los Tuxtlas region of Veracruz, Mexico, as an example of necessity-driven entrepreneurship motivated by adverse economic and social factors. The women in the collective generate income through the production of honey and honey-based products, and they also contribute to sustainable development by conserving native bee species and promoting biodiversity. The article highlights the importance of necessity-driven ventures in strengthening the subsistence economy, social cohesion and the development of organizational and commercial skills, improving the quality of life in rural communities and promoting a business model aligned with human development.

Keywords: entrepreneurship, human development, competitiveness.

Introducción

En términos generales, los emprendimientos motivados por necesidad se comprenden como la expresión organizada formal o informalmente (en cooperativas, colectivos o asociaciones) de un cierto número de personas que, en contextos rurales o urbanos, se constituyen en unidades productivas o de servicios para la puesta en marcha de un proyecto que representa la posibilidad de obtener un complemento en el ingreso, para que una economía de auto-subsistencia se sostenga. Se refiere a un cierto tipo de iniciativa que se lleva a cabo, de manera individual o colectiva, para producir u ofrecer algún bien o servicio que permita el incremento de los ingresos necesarios para mantener o mejorar las condiciones de vida de dichos actores. Este tipo de emprendimientos, asociados a las condiciones de pobreza y marginación (Amorós, 2011; Amorós y Poblete; como se citó en Díaz de León y Cancino, 2014), se conciben como estrategias de sobrevivencia generadas para hacer frente a condiciones socio-económicas y culturales adversas. Por lo cual se asume que la lógica que impulsa la acción de los emprendimientos, motivados por la necesidad, está impulsada por factores push (o de empuje) que se caracterizan por ser iniciativas de reacción defensiva que consisten en elaborar, ejecutar y sustentar iniciativas orientadas a la superación de una dificultad frente condiciones percibidas como adversas en la vida de las personas.

En este sentido, la propuesta que se desarrolla en este artículo parte del reconocimiento de la noción de competitividad relacionada con la economía, al favorecer el crecimiento económico de los individuos en una sociedad; pero también con la sociología, ya que promueve su bienestar social y la equidad en su entorno. De esta forma, se hace énfasis en la importancia que tienen los emprendimientos por necesidad en el ámbito social y económico, en la medida en que son el resultado de esfuerzos organizados que generan alternativas de vida en situaciones de marginación, precariedad laboral o desempleo, a través de la oferta de bienes o servicios que van a atender tanto una necesidad de sobrevivencia del grupo, como una necesidad en el mercado. De acuerdo con lo anterior, los emprendimientos por necesidad resultan fundamentalmente distintos a las unidades empresariales y a los emprendimientos por oportunidad, orientados al crecimiento económico; por lo que, al ser evaluados con criterios de desarrollo económico o de las teorías que se derivan de la gestión empresarial (Terán-Yépez y Guerrero-Mora, 2019), se considera que “tienden al fracaso, lo que podría guardar relación no solo con la carencia de recursos financieros o la inexperiencia en creación

de negocios, sino también con la falta de visión empresarial de los emprendedores” (Díaz de León y Cancino, 2014, p. 49).

Con base en ello, teóricos identifican la necesidad de contar con una noción de competitividad que sea acorde a la naturaleza, al contexto social, a la lógica que motiva la acción emprendedora –propósitos–, a las disposiciones y los valores de las personas que conforman el emprendimiento por necesidad, para estar en condiciones de generar las herramientas y las estrategias de planeación, evaluación y mercadeo que les son de utilidad, surgiendo el concepto de competitividad social.

Por lo tanto, la pertinencia de esta propuesta radica en que aún cuando se cuenta con una descripción basada en la comprensión de su naturaleza, motivaciones y estructura (Amorós, 2011) de los emprendimientos por necesidad, los criterios y las herramientas de gestión y planeación que se utilizan, tanto para evaluar como para generar propuestas que incentivar su desempeño, provienen de los estudios realizados en unidades económicas productivas de corte empresarial (Díaz de León y Cancino, 2014) que no sólo no contemplan, sino que muchas veces desalientan los esfuerzos colectivos de las pequeñas asociaciones productivas o comercializadoras que requieren de estrategias organizativas y comerciales acordes a sus propósitos y sus recursos, para desarrollar capacidades y estrategias competitivas.

Desarrollo

Los emprendimientos por necesidad, una aproximación necesaria

Antes de adentrarse en la descripción de los emprendimientos por necesidad, es preciso mencionar, tal como lo presentan Terán-Yépez y Guerrero-Mora (2020), que en la literatura especializada en el tema de los emprendimientos se identifican principalmente cuatro tendencias de análisis: por un lado, se encuentra la perspectiva económica que enfatiza el vínculo entre el espíritu emprendedor y las ganancias, y las teorías que se derivan del punto de vista de la gestión empresarial, que se centran en el aprovechamiento de oportunidades y la optimización de los recursos, como detonantes del fenómeno emprendedor; por otro lado, están las aproximaciones propias de las teorías psicológicas, que caracterizan el tipo de emprendimiento con base en los atributos actitudinales y las motivaciones personales y/o del grupo, y las teorías de origen socio-

antropológico, que apuntan al análisis de los emprendimientos en el contexto social y cultural, así como sus implicaciones en el ámbito del desarrollo.

Esta propuesta, además de identificar las distintas fuentes analíticas de las que provienen los diversos criterios de clasificación y evaluación, utilizados para el estudio de los emprendimientos, muestra la conveniencia de integrar criterios de evaluación específicos por necesidad, pues a diferencia de los emprendimientos por oportunidad no pueden ser comprendidos desde la perspectiva de crecimiento económico y de las teorías de la gestión empresarial. De acuerdo con la tipología presentada por Amorós (2011), en el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), los tipos de emprendimientos tienen como referencia a nivel global:

Las fases del desarrollo económico que se establecen en el Reporte Global de Competitividad (GCR, por sus siglas en inglés) del Foro Económico Mundial: economías basadas en recursos, fundamentalmente centradas en actividades extractivas; economías basadas en la eficiencia, en la cual la intensidad en las economías de escala es el principal impulsor del desarrollo; y finalmente, las economías basadas en la innovación. (p. 5)

Cada una de las fases del desarrollo económico mencionadas se asocia con la naturaleza, la estructura de las actividades y la capacidad de innovación de los emprendimientos. Así, vinculados a las economías basadas en la innovación, se reconocen los emprendimientos por oportunidad de tipo dinámico que generan un efecto positivo el crecimiento económico, al tomar ventaja de una oportunidad en el mercado gracias a que hacen de la innovación el principal motor de la actividad empresarial (Amorós y Poblete; como se citó en Díaz de León y Cancino, 2014). Los emprendimientos por oportunidad de estilo de vida se asocian con las condiciones provistas en las economías basadas en la eficiencia, ya que, si bien no influyen directamente en el crecimiento económico, sí se apegan a un modelo de negocios de crecimiento limitado focalizados en los beneficios personales, y hacen una contribución en el capital social y financiero de la comunidad (Balachandran y Sakthivelan, 2013; como se citó en Díaz de León y Cancino 2014).

Mientras que los emprendimientos por necesidad se encuentran en estrecha relación con las economías basadas en recursos, o a las condiciones de pobreza de los países en vías de desarrollo, se mantienen sectores tradicionales de la economía y son vistos como una estrategia de supervivencia (Rosa, Kodithuwakku y Balunywa, 2006; como se citó en Díaz

de León y Cancino 2014), con un alcance local; y aun cuando no aportan al crecimiento económico, sí ayudan a que una economía de auto-subsistencia se sostenga, ya que “El emprendimiento se transforma en un recurso que los sujetos deben activar para generar nuevos ingresos” (Pérez-Roa, 2019, p. 68).

Por otra parte, desde la perspectiva de análisis de las teorías psicológicas (Terán-Yépez y Guerrero-Mora, 2020), se incorpora el estudio de los factores que determinan la lógica de acción emprendedora, que de acuerdo con Alvarez-Sousa (2019), comprende tanto los aspectos motivacionales y actitudinales del individuo, así como socioeconómicos y culturales. De acuerdo con ello, se afirma la existencia de una lógica de acción proactiva, motivada por la fuerza de empuje –factores *pull*– y la lógica de acción reactiva, motivada por la necesidad de defender o mantener las condiciones que se ven amenazadas –factores *push*–.

Se comprende entonces que la lógica de la acción emprendedora de tipo *pull* refleja los esfuerzos de puesta en marcha de los emprendimientos por oportunidad, que surgen para aprovechar una oportunidad de negocio; mientras que una acción emprendedora *push* promueve la creación de un emprendimiento por necesidad, como una reacción defensiva frente las condiciones adversas del mercado de trabajo. En esa dirección, se señala una serie de elementos tanto internos como externos que van a influir en las diferencias de la acción emprendedora del tipo *push* o *pull*; uno de ellos es la educación, ya que se asume que según sea la cantidad y la calidad de la formación con la que cuentan las personas, tendrán mayor o menor capacidad para iniciar y desarrollar las actividades emprendedoras que se propongan. Otro es el de la situación laboral o el estado de precariedad, que incentive a buscar emprender o auto-emplearse para tener una mejor remuneración. Como factores externos relevantes, se contemplan las condiciones sociales, económicas y políticas; el entorno institucional –que puede apoyar o no la formación de cierto tipo de emprendimientos– las cuestiones de seguridad, el acceso a fuentes de financiamiento, facilidades legales e incentivos fiscales, etcétera.

Así, Terán-Yépez y Guerrero (2019) sostienen que, según la literatura actual, los emprendimientos por necesidad derivan de las motivaciones *push* de las personas, mientras que los factores *pull* sientan las bases para que los emprendedores de oportunidad generen nuevos negocios. Ejemplos de motivaciones *pull* son la necesidad de logro, el deseo de ser independiente y las posibilidades de desarrollo social; mientras que las motivaciones *push* pueden ser el desempleo, la presión familiar y/o la insatisfacción con la situación laboral actual (Verheul et al., 2016; como se citó en Terán-Yépez y Guerrero, 2019).

De este modo, se indica que los emprendedores *pull* por necesidad, a diferencia de los emprendedores de tipo *push* por oportunidad, carecen de un nivel de formación y capacitación en la esfera de los negocios, lo cual les permite priorizar la actividad emprendedora; tienen un grado de precariedad laboral alto o medianamente alto, por lo que no enfocan sus esfuerzos a obtener beneficios a corto plazo; y, además, exhiben la tendencia a no contemplar recursos para la inversión. Debido a ello, aunado a la falta de visión empresarial, concluyen Díaz de León y Cancino (2014), que las aspiraciones de crecimiento y desarrollo de este tipo de emprendimientos carecen de planes operativos y/o estrategias de crecimiento económico, de innovación tecnológica y creación de puestos laborales, razón por la cual tienden al fracaso.

Desde esta perspectiva, puede observarse que los emprendimientos por necesidad son descritos en función de sus carencias, toda vez que se toma como referente la visión empresarial o de los emprendimientos por oportunidad que tienen como fin el crecimiento económico. No obstante, al tomarse en consideración que los emprendimientos por necesidad, estas tienen una relación estrecha con las economías basadas en recursos o a las condiciones de pobreza de los países en vías de desarrollo, su importancia radica en que aportan a que una economía de autosubsistencia se sostenga. Es por ello que la importancia que tienen los emprendimientos por necesidad aparece cuando se pone atención en los impactos negativos que se presentaron por las políticas de ajuste económico de tipo neoliberal especialmente la reducción del gasto público, la focalización de programas sociales y las limitaciones de la inversión pública durante la década de los años 90 en la mayor parte de los países de la región latinoamericana, que provocaron el incremento de la pobreza, la migración y la violencia en comunidades rurales (González, 2020). Así, al abordar este tipo de emprendimientos se debe considerar que:

Más allá de generar un negocio rentable en vistas de una oportunidad o necesidad de emprender. Implica elaborar, ejecutar y sustentar iniciativas orientadas a la superación de una dificultad social, y el logro de un beneficio común a un grupo humano, ya sea por medio de actividades empresariales o social-comunitarias. Como otro tipo de emprendimiento, cuenta con los elementos centrales de innovación y riesgo en la solución novedosa a una necesidad o problema. Sin embargo, ya se evidencia contraste entre emprendimiento comercial y social. La principal diferencia propuesta entre ambos tipos de emprendimiento trata sobre la preponderancia de los objetivos sociales y/o ambientales por sobre los económicos. (Bargsted, 2013; como se citó en Ospina, 2018, p. 122)

Es indispensable, en consecuencia, considerar que si bien los emprendimientos por necesidad surgen como respuesta a condiciones económicas adversas (factores *push*), el esfuerzo organizativo que implica elaborar, ejecutar y sustentar iniciativas orientadas a generar alternativas que buscan mantener o mejorar las condiciones de vida del grupo y las unidades familiares correspondientes, así como de la comunidad a la que pertenecen, se activa y se mantiene gracias a factores *pull* que impulsan la necesidad de logro, el deseo de ser independiente y las posibilidades de desarrollo social. En ese sentido, y tal como se expresa en la tipología de Amorós (2011), los emprendimientos por necesidad, en su naturaleza, no se proponen transformar la dinámica de vida incorporando formas de trabajo que se le superpongan; por el contrario, se trata de generar ingresos suplementarios que les permitan a sus integrantes conservar o mejorar las formas de vida que se desean mantener.

Por otra parte, desde la perspectiva de análisis de las teorías sociológicas, Terán-Yépez y Guerrero-Mora (2020) mencionan que las creencias religiosas, los valores culturales, la expectativa de roles, la personalidad, los antecedentes familiares, entre otros aspectos del contexto social y cultural en los que se desenvuelva una organización, tendrá un impacto directo en el tipo de emprendimientos que se desarrollen. De ahí la importancia de analizar, en su complejidad, tanto los propósitos como la lógica de la acción de este tipo de emprendimientos en los que se combinan factores defensivos *–push–*, influidos por aspectos socioeconómicos que la condicionan y proactivos *–pull–* determinados por los valores culturales que la posibilitan. Es por ello que en el siguiente apartado se revisa la noción de competitividad contemplando las características y los factores que posibilitan su adecuación en la evaluación y el trabajo con los emprendimientos por necesidad.

De qué hablamos cuando hablamos de competitividad

En el tenor de lo que se propone en este artículo, se retoma la propuesta de Müller (1995), quien sostiene que la competitividad es:

Una de esas palabras que adquieren el don de ser extremadamente precisas, específicas, y a la vez extremadamente genéricas, sin límites; altamente operativas y mensurables, y a la vez sumamente abstractas y extensas. Sin embargo, en cualquiera de los casos, tienen el privilegio de forjar conductas y perspectivas, y como herramientas de evaluación, de influir en la vida práctica. (p. 138)

Esto permite, en primer lugar, aludir a la diversidad conceptual existente y a la necesidad de precisar las características y los factores que serán tomados en cuenta para su definición. En segundo lugar, al hecho de que de dicha definición se desprenderán las perspectivas y las conductas que definirán la tónica y el carácter de la organización, lo cual resulta fundamental para el propósito de este artículo, que es abordar la cuestión de la competitividad en aquellas asociaciones que resultan de emprendimientos derivados de la necesidad (Amorós y Poblete; como se citó en Díaz de León y Cancino, 2014) que, como se menciona, surgen con la intención de comercializar algunos productos o de ofrecer algún servicio con la finalidad de incrementar los ingresos para mantener o mejorar las condiciones de vida de sus integrantes, en contextos de pobreza y marginación.

En este tenor, se plantea un breve recorrido sobre las distintas adopciones del término competitividad, resaltando los aspectos que permitirán sostener la propuesta de definición adecuada que atienda las cualidades y las aspiraciones de una organización, derivada de los emprendimientos por necesidad y que facilite el logro de sus objetivos, al mismo tiempo que fomente las prácticas y las conductas que les sean importantes. Así, Müller (1995) afirma que, si bien, en sus orígenes el concepto de competitividad refiere a factores exclusivamente económicos y no se distingue del de competencia en el mercado, en la actualidad existe un abanico de definiciones en cuyo extremo se encuentran las que

Revelan mayor preocupación por los aspectos económicos de la competitividad y que hacen hincapié en sus manifestaciones más inmediatas y mensurables; [mientras que] en el otro extremo, hay definiciones que intentan articular los aspectos tecno económicos, sociopolíticos y culturales del proceso competitivo. (1995, p. 139)

En efecto, y según lo señalan diversos autores (Rojas 1999; Benavides, Muñoz y Parada, 2004), en la década de los 90 y del 2000: “con la globalización y toda una serie de elementos innovadores como tecnologías de avanzada, nuevos patrones de consumo y una mayor conciencia sobre la conservación de los recursos naturales” (Rojas, 1999, p. 11), a las definiciones de competitividad basadas únicamente en los aspectos económicos se le fueron añadiendo elementos de otro orden, entendidos como factores no económicos o factores de no precio.

Dentro de estas consideraciones, se ubica la reconocida propuesta de Michael E. Porter, la cual distingue entre las ventajas comparativas y las ventajas competitivas que se crean a partir de la diferenciación del producto y de la reducción de costos, en las que la

tecnología, la capacidad de innovación y los factores especializados son vitales (Rojas, 1999). En este tipo de ventajas se reconocen cuatro factores principales que determinan el nivel de competitividad de una empresa: el precio, el producto, la posición geográfica y la promoción, donde los tres últimos corresponden a factores no económicos que fundamentan la idea de rentabilidad de una empresa.

A nivel general, es posible afirmar que la finalidad de cualquier estrategia de empresa es generar un valor adjunto para los compradores, más elevado del costo empleado para generar el producto. Por lo cual, en lugar de los costos, se debería utilizar el concepto de valor en el análisis de la posición competitiva (Porter, 1991; como se citó en Carralero et al., 2015, p. 3).

Es años más tarde, afirma Thompson et al. (2012), la idea de las ventajas comparativas y competitivas se amplía para dar pie a la noción de estrategias competitivas diversificadas: se habla de estrategias de costos bajos, para llegar a un espectro más amplio de clientes; de estrategias de diferenciación amplia, para lograr productos que tengan atributos que atraigan un espectro amplio de compradores; de estrategias dirigidas o de nicho de mercado de bajo costo, que se concentra en un pequeño segmento de compradores que buscan productos baratos; de estrategias de nicho de mercado de diferenciación, que se concentra en un pequeño segmento de compradores con gustos específicos; y, por último, de estrategias de mejores costos del proveedor, que es un híbrido de ciertos elementos de las estrategias de diferenciación y de costos.

Según sostienen Chavarría y Sepúlveda (2001), gracias a los estudios de Pierson, Allen y Reed (1992; como se citó en Chavarría y Sepúlveda 2001, p. 6), se incorporan otros factores de no-precio que influyen en la competitividad de una empresa dentro de su industria y que abarcan la calidad de los recursos humanos, la protección de los recursos naturales (medioambiente) y las características de la ubicación espacial. Así, la competitividad empieza a relacionarse con innovación, emprendimiento, creatividad y demás alternativas que promueven un cambio, no necesariamente económico, pero que redundan en el beneficio de una empresa u organización, y sus partes interesadas. Las incorporaciones de estos factores de no-precio a la noción de competitividad son de vital importancia en los emprendimientos por necesidad, ya que las personas que lo integran, la relación con el medio ambiente y el lugar en el que habitan son distintivos que pueden contribuir en la generación de valor de sus productos.

Sin embargo, existen al menos dos grupos de factores de no-precio que afectan directamente a la competitividad de una organización (Chavarría y Sepúlveda, 2001), los

cuales corresponden, en primer lugar, al producto y al servicio, e incluyen elementos de diseño, calidad, funcionalidad, confianza en el uso y la presentación física del producto, tanto como los servicios como asistencia a los clientes y servicios postventa. En el segundo grupo, se contemplan tanto los factores internos de la organización, como los externos que incluyen elementos del ambiente y los factores que afectan la demanda, los cuales se afectan por el comportamiento de compra y las tendencias del consumo orientadas por criterios no económicos, y en los que intervienen ciertos elementos culturales. Con lo anterior se comprende que la competitividad es un concepto diversificado resultado de la vinculación y la acción recíproca en los distintos niveles que la conforman (Krugman, 1994; como se citó en Mancheno-Saá y Albán-Bautista, 2019), y que la competitividad sistémica aborda en cuatro niveles: el nivel meta en el que se despliegan los factores de precio y de no-precio en los patrones de organización política y de la economía en su conjunto; del nivel macro, en el que se insertan las condiciones macroeconómicas, la política cambiaria, monetaria fiscal, etcétera, y la política comercial de cada país; del nivel meso que se conforma por las políticas específicas para la creación de ventajas competitivas de un sector y del nivel micro, en el que se engloban los requerimientos de la empresa u organización. En este nivel la competitividad, “está basada en la interacción; donde el aprendizaje por interacciones estratégicas es clave en el proceso de innovación, especialmente cuando se constituyen ventajas competitivas” (Ferrer, 2005, p. 154).

Cabe hacer mención que, si bien la ventaja competitiva tiene sus antecedentes en la economía y la psicología, también lo tiene en la sociología, específicamente con la teoría de la contingencia, la dependencia de los recursos y la ecología organizacional, refiriendo que el contexto en el que se desenvuelven las organizaciones es la principal causa entre la tipología y su desempeño, tal como se puede apreciar en el objeto de este artículo.

Competitividad para el desarrollo humano

Estos aportes que amplían el concepto de competitividad son sumamente importantes para llevar a cabo una aproximación hacia la concepción de la competitividad en los emprendimientos por necesidad; sin embargo, no bastan para configurar una línea de acción de la que se desprendan perspectivas, las conductas que definan una tónica, un carácter de la organización que los fortalezca y los potencie. Es preciso, además, tomar en cuenta que la

estructura y la naturaleza, así como la lógica de la acción emprendedora que les caracteriza, se diferencia de los emprendimientos por oportunidad o las unidades empresariales, ya que no están definidas por el interés del crecimiento económico, sino en función de la creación de alternativas que incrementen las oportunidades del ser humano para mejorar su calidad de vida (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD], 1990).

En efecto, si la competitividad típicamente ha sido definida como la capacidad de una empresa para crear e implementar estrategias competitivas y mantener o aumentar su cuota de productos en el mercado de manera sostenible (Ferraz, Kupfer y Haguenaer, 1996; como se citó en Medeiros, Goncalvez y Camargos 2019), y se ha establecido su importancia por su relación positiva con el crecimiento económico a largo plazo, determinando la influencia que tienen los factores de no precio para, en última instancia, asegurar la permanencia en el mercado. La competitividad relacionada con el enfoque del desarrollo humano que:

Compagina la producción y distribución de artículos de consumo y la expansión y uso de las capacidades humanas. También se concentra en las alternativas -en qué debe tener la gente, qué debe ser y qué debe hacer para asegurar su propia subsistencia. Además, el desarrollo humano se refiere no solamente a la satisfacción de necesidades básicas, sino también al desarrollo humano como un proceso dinámico de participación. (PNUD, 1990, p. 35)

Se hace indispensable incorporar los factores de no precio señalados arriba, con la capacidad de incrementar las posibilidades de participación, aumentar las alternativas de las personas para asegurar su propia subsistencia y compaginar la producción, y la distribución de bienes o servicios que potencien las capacidades humanas.

Del mismo modo, al considerarse el valor adjunto a los bienes o servicios que se ofrecen a los compradores, en el caso de los emprendimientos por necesidad, estarían estrechamente vinculados a los factores de no-precio (Pierson, Allen y Reed, 1992; como se citó en Chavarría y Sepúlveda, 2001), comprendiendo la expansión de las capacidades humanas -de los recursos humanos-; el cuidado del medioambiente y los valores socioculturales que se desean mantener. Asimismo, al vincularse los factores de no-precio (Chavarría, y Sepúlveda, 2001) que corresponden al producto o al servicio -diseño, calidad, funcionalidad y presentación tanto como los servicios a los clientes- con los principios del desarrollo humano,

se buscaría compaginar con procesos que potencien las capacidades humanas relacionadas con innovación, emprendimiento, creatividad.

En esa dirección, los factores internos de no-precio que contemplan a la organización “basada en la interacción; donde el aprendizaje por interacciones estratégicas es clave en el proceso de innovación, especialmente cuando se constituyen ventajas competitivas” (Ferrer, 2005, p. 154); con el desarrollo humano se resalta la creación de oportunidades y la capacidad para participar e influir positivamente en elementos del ambiente para crear mejoras en la calidad de vida. Así, bajo la noción de la competitividad vinculada al desarrollo humano, comprendida como concepto diversificado (Krugman, 1994; como se citó en Mancheno-Saá y Albán-Bautista, 2019), los factores de no precio que afectan la demanda –comportamiento de compra y las tendencias del consumo– están relacionadas con espacios de participación y creación de formas de interacción y aprendizaje colectivo, que posibiliten la expansión de las capacidades y las oportunidades humanas. De esta manera, se comprende la existencia de una combinación creativa de innovaciones en dos planos: social y organizativo, así como técnico, en donde las innovaciones sociales son el requisito indispensable para el funcionamiento de nuevos conceptos de organización (Esser et al., 1996; como se citó en Benavides, Muñoz y Parada, 2004).

En este marco, la noción de estrategias competitivas diversificadas en los emprendimientos por necesidad se distinguen por la búsqueda de encontrar un equilibrio entre costos, relación con proveedores, costos y expansión de oportunidades para la mejora de la calidad de vida de quienes le conforman; por lo cual, el desarrollo de estrategias competitivas deberá ligarse a los propósitos y a la lógica de la acción de cada emprendimiento particular tomando en cuenta las condiciones medioambientales, sociales y económicas del entorno local-regional.

En este sentido, se crea el Boletín de Competitividad Social, el cual surge del interés del PNUD por registrar el impacto de ciertas condiciones del mercado laboral en el desarrollo de las personas –considerándose el emprendimiento como una condición laboral–, el cual parte de la tesis de que una sociedad puede generar desarrollo si consigue que el trabajo sea un catalizador del bienestar de los individuos, dando un carácter social al enfoque tradicional de competitividad y creando el Índice de Competitividad Social (ICS), compuesto por tres dimensiones: salud, educación e ingreso. De esta manera, puede definirse la competitividad social como “el potencial de una sociedad para generar el bienestar para sus integrantes,

a través de ciertas condiciones del mercado de trabajo asociadas con la formación de capacidades básicas para el desarrollo humano” (PNUD, 2018, p. 1).

En adelante, se describe cómo trabajar con esta propuesta de competitividad ligada al desarrollo humano y social, el cual permite aproximarse de manera más adecuada a los emprendimientos por necesidad que, tal como se ha mencionado, por su estructura y naturaleza, no pueden ser comprendidos por su papel en el crecimiento económico, sino en función de su capacidad para generar alternativas que incrementen las oportunidades y las capacidades de sus integrantes, las unidades familiares a las que pertenecen y la comunidad en la que están insertas.

En el caso de Maretux, un emprendimiento por necesidad

El colectivo de Meliponicultoras Agroecológicas en Red de Los Tuxtlas (Maretux) surge en el año 2018, a partir de la propuesta de Meliponicultoras Agroecológicas en Red (La Mare). Es impulsada por una asociación civil que trabaja al cuidado y conservación de las Abejas Nativas (INANA, A.C., 2023). La Mare, con presencia en los estados de Puebla, Oaxaca y Veracruz, promueve el reconocimiento al papel que tienen las abejas para la reproducción de la vida, la alimentación y la salud, por lo que invita a su conservación ante las múltiples amenazas que enfrentan en el mundo actual (<https://www.inana-ac.org/>).

Según documentan Aldasoro et al. (2023), Maretux está formada en más de un 90% por mujeres de 15 localidades, algunas de poblaciones indígenas popolucas y nahuas de media y alta marginación, de seis municipios de la región de los Tuxtlas en el sur de Veracruz, que cuidan y manejan 196 nidos distribuidos en 18 meliponarios, en los que se crían 5 de las 14 especies de meliponinos que se han identificado para la región. Este colectivo surge de grupos organizados en torno a la realización de proyectos productivos con apoyo de organizaciones de la sociedad civil, y por diversas iniciativas de capacitación impulsadas por los programas de gobierno que se reúnen como Maretux: “en torno al interés por proteger nuestros recursos naturales y buscar alternativas a los problemas de salud y economía familiar y comunitaria” (Aldasoro et al., 2023, s.p.).

Se considera un emprendimiento por necesidad, ya que los factores *push* que la incentivan se identifican en la necesidad de responder a los problemas de salud, violencia y falta de recursos económicos que, según un diagnóstico realizado por las integrantes del

colectivo, enfrentan las mujeres en la región. En ese sentido, la meliponicultura representa una oportunidad para quienes no cuentan con tierra de labranza, ya que es una actividad de traspatio y que se puede realizar en su propia casa y, a su vez, ofrece la posibilidad de elaborar productos derivados de la cosecha de miel y de propóleos tales como pomadas, cremas, jarabes y tinturas, para atender algunos problemas de salud en la familia y, así, generar un recurso económico con la venta del excedente de estos productos.

Hay que ver, sin embargo, que en la elección de iniciar el trabajo con los meliponinos (o meliponas, como se les conoce coloquialmente) existen factores *pull*, ya que apuntan hacia la protección de los recursos naturales y de la biodiversidad que se requiere en el ciclo de polinización de las abejas, mediante la siembra de árboles y plantas de la región por un lado y, por el otro, que induce al rechazo de la utilización de fertilizantes y pesticidas químicos que les afectan. En la medida que el cuidado y el manejo de los meliponarios conlleva procesos de aprendizaje colectivos muy complejos, que van desde la comprensión de los procesos de la vida silvestre, los periodos de polinización y la cosecha de miel y propóleos, hasta la elaboración de productos, se observa que en este emprendimiento se compagina la producción de los artículos de venta y consumo, con la expansión y uso de las capacidades humanas.

De este modo, los factores internos de no-precio que atañen a la organización cumplen con criterios de competitividad asociada al desarrollo humano ya que, tal como lo menciona Ferrer (2005), el aprendizaje por interacciones estratégicas detona procesos de innovación que se constituyen ventajas competitivas. Las innovaciones que se generan son de distintos tipos y pueden ser agrupadas en los planos que señalan Esser et al., (1996; como se citó en Benavides, Muñoz y Parada, 2004), las innovaciones sociales surgen con la interacción y el acompañamiento mutuo, en el aprender, el compartir experiencias y trabajar colectivo que genera capacidades organizativas para la realización de las actividades cotidianas, pero también para la creación de espacios de participación más amplios entre los que se cuenta la organización del festival “Polinizando territorios”, para conmemorar el día mundial de las abejas, y otro para celebrar la agrodiversidad en los Tuxtlas, y también la participación en distintos eventos en los que se comercializan los productos elaborados y se lleva a cabo el intercambio de experiencias con otras personas y grupos.

A pesar de que la concepción original de la competitividad nace bajo el enfoque económico neoliberal, dada la importancia que ha adquirido el emprendimiento por necesidad principalmente en las comunidades, como es el caso de la Maretux, cuyas integrantes, a la

par de la generación de un incremento en el ingreso familiar por la comercialización de sus productos, han tenido la posibilidad de aprender a elaborar nuevos productos y compartir la forma de realizar los que ya han producido, gracias a la presencia de integrantes de diferentes localidades, generándose un círculo virtuoso de participación y aprendizaje colectivo, el cual posibilita tanto la expansión de las capacidades y las oportunidades humanas, y como el surgimiento de una necesidad de mejora continua de los procesos para que sus productos, en lo individual, sean los preferidos por el mercado.

Conclusiones

A lo largo del artículo, se han analizado diversas concepciones de la competitividad, enfocándose en el emprendimiento por necesidad y los factores que motivan o limitan dicho emprendimiento. También se han citado las estrategias competitivas, los factores no-precio y las motivaciones que llevan a las personas a emprender.

Cuando se habla de competitividad ligada al desarrollo humano, es menester valorar los distintos tipos de factores que se encuentran en la lógica de la acción emprendedora cuyo comienzo se remonta, generalmente, a la intervención de dependencias gubernamentales, a través de programas sociales, o de organismos no gubernamentales, quienes ofrecen talleres u otras formas de apoyo social, y considerar la evolución que dichas intervenciones han tenido a lo largo de los años. Estos eventos han contribuido en la formación de aspectos que influyen en la existencia de factores *pull* y *push*, promoviendo la oportunidad de aprender actividades que no necesariamente eran propias de la cultura local que, en el mejor de los casos, les han generado beneficios económicos.

El trabajo realizado con el colectivo Maretux ha permitido la conceptualización de la competitividad vinculada al desarrollo humano en el que se busca la creación de un estado de cooperación y apoyo, basado en las características sociales y culturales de la comunidad, en el que el aprendizaje se convierta en la mayor fortaleza productiva, comercial y organizacional, con el fin de mejorar la calidad de vida de los habitantes, construir negocios sostenibles y posicionar los bienes y servicios, cuyo valor se reconozca en la medida de su capacidad para generar alternativas de vida que aumenten los espacios de participación.

Referencias

- Aldasoro Maya, E. M., Carrera Sánchez, E., Acosta Vázquez, C. y Gómez Marín, F. J. (2023). Mujeres abeja: crianza de abejas nativas sin aguijón en Los Tuxtlas, Veracruz. *Ichan Tecolotl*, 34(371). <https://ichan.ciesas.edu.mx/mujeres-abeja-crianza-de-abejas-nativas-sin-aguijon-en-los-tuxtlas-veracruz/>
- Alvarez-Sousa, A. (2019). Emprendedores por necesidad. Factores determinantes. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 166, 3-24. <http://dx.doi.org/10.5477/cis/reis.166.3>
- Amorós, J. E. (2011). El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM): una aproximación desde el contexto latinoamericano. *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*, (46), 1-15.
- Benavides, S., Muñoz, J. J. y Parada Gómez, Á. M. (2004). El enfoque de competitividad sistémica como estrategia para el mejoramiento del entorno empresarial. *Economía y Sociedad*, 24, 119-137.
- Carralero-Hidalgo, L., Tamayo-Fajardo, M. A., Vilariño-Corella, C. y Ruiz-Almeida, D. (2015). La innovación en la competitividad a partir de la relación universidad–empresa. *Ciencias Holguín*, XXI(4), 1-11.
- Chavarría, H. y Sepúlveda, S. (2001). Factores no Económicos de la Competitividad. *Cuaderno Técnico N° 18*. 18.pdf (iica.int)
- Díaz de León, D. y Cancino, C. A. (2014). De emprendimientos por necesidad a emprendimientos por oportunidad: casos rurales exitosos. *Multidisciplinary Business Review*, 7(1), 48-56. <https://journalmbr.net/index.php/mbr/article/view/352>
- Ferrer, J. (2005). Competitividad Sistémica: Niveles analíticos para el fortalecimiento de sectores de actividad económica. *Revista de Ciencias Sociales*, 11(1), 149-166. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182005000100010&lng=es&tlng=es.
- González, M. (2020). Emprendimiento social para el desarrollo comunitario en México: el caso del centro de desarrollo comunitario sustentable (CEDECOSU) del CREFAL en Pátzcuaro, Michoacán. *Revista Exitus*. (10, e020071). <https://doi.org/10.24065/2237-9460.2020v10n0id1465>.

- INANA, A.C. (2023). *Abejas para la vida. Acciones en torno al cuidado de las abejas nativas*. <https://www.inana-ac.org/>
- Mancheno-Saá, M. J. y Albán-Bautista, M. L. (2019). Competitividad Sistémica Empresarial, un término que define el rendimiento de mercados modernos. *Revista Científica FIPCAEC* 4(4), 559-577. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v4i4.154>
- Medeiros, V., Goncalves Godoi, L. y Carmargos Teixeira, E. (2019). La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo. *Revista de la CEPAL*, 129. https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/45005/RVE129_Medeiros.pdf
- Müller, G. (1995). El caleidoscopio de la competitividad. *Revista de la CEPAL*, (56), 137-148. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/11993-caleidoscopio-la-competitividad>
- Ospina, D. (2018). Construcción de comunidades colaborativas desde el diseño y el emprendimiento endógeno. *Revista EAN*, 84. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-81602018000100063
- Pérez-Roa, L. (2019). Emprendedores por necesidad: el emprendimiento como estrategia de pago de deudas en un contexto precariedad laboral. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, (83), 61-75.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) (1990). *Informe de Desarrollo Humano*. Tercer Mundo Editores. <https://hdr.undp.org/system/files/documents/hdr1990escompletonostats.pdf>
- _____(2018). *Boletín Competitividad Social en México*. <https://www.undp.org/es/latin-america/publicaciones/competitividad-social-en-mexico#:~:text=La%20competitividad%20social%20se%20define,b%C3%A1sicas%20para%20el%20desarrollo%20humano>.
- Rojas Sepúlveda, S. (1999). ¿Qué es la competitividad? *Serie Cuadernos Técnicos IICA* 9. <http://orton.catie.ac.cr/repdoc/A5283e/A5283e.pdf>
- Terán-Yépez, E. y Guerrero-Mora, A. (2019). ¿Emprendimiento por oportunidad o por necesidad? Estudio comparativo entre países. *Mikarimin Revista Científica Multidisciplinaria*, 5(2), 77-88.
- Thompson, A., Peteraf, M., Gamble, J. y Strickland, A. (2012). *Administración estratégica: teoría y casos*. McGraw Hill.