

Capítulo VI La Orientación Emprendedora, la Orientación a la Sustentabilidad Ambiental y la Competitividad de Negocios de Artesanía en México: Un Análisis Descriptivo

Chapter VI Entrepreneurship, Orientation to Environmental Sustainability and Handicraft Business Competitiveness in Mexico: A Descriptive Analysis

JIMÉNEZ-CASTAÑEDA, Julio César †*, NIETO-DELGADO, María Lourdes y GRANADOS-ECHEGOYEN, Hugo Ernesto

Instituto Politécnico Nacional/CIIDIR Oaxaca

ID 1^{er} Autor: *Julio César, Jiménez-Castañeda* / **ORC ID:** 0000-0002-9944-1978, **Researcher ID Thomson:** Q-9561-2018, **CVU CONACYT ID:** 256832

ID 1^{er} Coautor: *María Lourdes, Nieto-Delgado* / **ORC ID:** 0000-0003-1333-0992

ID 2^{do} Coautor: *Hugo Ernesto, Granados-Echegoyen* / **ORC ID:** 0000-0002-1033-8975

DOI: 10.35429/H.2019.1.80.97

J. Jiménez, M. Nieto y H. Granados

jujimenec@ipn.mx

E. Galeana & M. Valenzo. (Dir.) La competitividad como estrategia de crecimiento en las organizaciones. Handbooks-©ECORFAN-Mexico, Michoacán, 2019.

6.1. Introducción

Un tema importante para la administración estratégica ha sido la competitividad de la empresa que se entiende como los resultados de las acciones que los dueños o gerentes llevan a cabo para lograr sus objetivos. Sin embargo, la manera en cómo los dueños o gerentes logran esos objetivos es un tema que aún permanece en discusión.

Las pequeñas y medianas empresas juegan un papel muy importante en las economías capitalistas, ya que representan la mayor parte de las empresas existentes, contribuyen al producto interno bruto y generan empleos. Debido a esta situación, estos negocios han llamado poderosamente la atención de los investigadores de varias partes del mundo.

Los últimos años la micro, pequeña y mediana empresa ha tomado un auge muy fuerte en los diferentes ámbitos del desarrollo económico, revisten una gran importancia en el desarrollo de los países y pueden ser la diferencia entre un país financieramente sano y otro que no lo sea tanto.

A partir del trabajo de Stevenson y Jarillo (2007) se ha vinculado a la administración estratégica con la actividad emprendedora (entrepreneurship), dando como resultado una teoría bastante interesante denominada en un principio postura estratégica ((Miller 1983), (Covin and Slevin 1989)) y después conocida como orientación emprendedora (Lumpkin and Dess 1996).

Se dice que una empresa que adopte una orientación emprendedora puede mejorar su desempeño a partir de la disposición de la empresa a innovar, a adelantarse a las demandas y tendencias, a ser la primera en el mercado, a arriesgar activos de la empresa sin tener la seguridad completa de los resultados de esta acción, a actuar de manera autónoma en las tomas de decisiones y a ser audaz con sus competidores.

Recientemente, dentro de ese conjunto de orientaciones y combinándolo con la teoría basada en los recursos, surge una nueva propuesta: la orientación de la empresa hacia la sustentabilidad ambiental (Roxas, Ashill et al. 2017).

Esta teoría sugiere que, debido al impacto negativo de las actividades industriales, como la contaminación del aire, agua y suelo, las empresas deben tomar acciones hacia la prevención de este fenómeno y no solamente de manera de amortiguar este impacto negativo, sino también como parte de sus estrategias de trabajo. Esto podría conducir a un mejor desempeño en el mercado.

El objetivo del presente trabajo es hacer un análisis descriptivo de las acciones de orientación emprendedora, las acciones de orientación hacia la sustentabilidad ambiental y el desempeño de los pequeños negocios de artesanía en algunos estados de la República Mexicana.

6.2. Revisión de la Literatura

6.2.1. La Estrategia Competitiva

El posicionamiento estratégico es visto como una cuestión de obtener una ventaja competitiva a largo plazo contra los otros en el mercado. Desde su artículo seminal en 1979, Michael Porter ha adoptado un enfoque normativo, escribiendo acerca de cómo las empresas deben posicionarse de manera que su capacidad proporcione la mejor defensa contra las fuerzas competitivas (Porter 1979).

Entonces, la estrategia es vista como la construcción de defensas u acciones ofensivas contra las fuerzas de la competencia, o cómo encontrar una posición adecuada en una industria donde las fuerzas competitivas es relativamente débiles.

Según Porter (1980), diferenciación y liderazgo en costos son las dos principales estrategias para ganar ventaja competitiva, es decir, la capacidad de la empresa para llevar a cabo actividades a un costo menor que los competidores o para realizar actividades que conducen a la diferenciación en la mente del cliente en comparación con los competidores.

En resumen, la esencia de la estrategia de Porter es la elección para llevar a cabo actividades diferentes a los de los competidores.

En este sentido, la estrategia cumple con varios propósitos, uno es servir de medio de coordinación y comunicación entre los integrantes de la organización; dos, constituirse como propósito estratégico en el largo plazo; y tres, convertirse en el medio fundamental que permita a las organizaciones ser competitivas, esto es, que en su desarrollo facilite a las empresas construir ventajas competitivas.

Como se puede observar en párrafos anteriores, la estrategia en sus inicios se fundó en las fortalezas y debilidades de los negocios, sin embargo, con los aportes a inicios y mediados de los 80s de Porter (1980), con las cinco fuerzas del mercado, se orientó hacia su entorno, especialmente en las fallas del mercado y en la asimetría de asignación de recursos, estableciendo que la manera de lograr un mejor desempeño y ventajas competitivas es por medio de la diferenciación y el liderazgo en costos (Hernández, Giraldo et al. 2009).

Los indicadores de la competitividad han sido en mayor medida los índices de rentabilidad sobre inversiones y activos, los volúmenes de ventas, el crecimiento, la participación en el mercado; sin embargo, también existen otros indicadores utilizados en menor medida como la satisfacción.

6.2.2. La Orientación Emprendedora

Dentro del campo de la administración estratégica se han desarrollado varias teorías que han tratado de identificar los factores claves de éxito en las empresas.

Una teoría que ha llamado la atención de los investigadores de diversas partes del mundo es la de la orientación emprendedora cuyos inicios se remontan a los trabajos seminales de Pradip N. Kandhwalla en 1979, a Danny Miller en 1983, a Jeffrey Covin y Deniss Slevin en 1990 y a Tomas Lumpkin y Gregory Dess en 1996, quienes popularizaron esta teoría.

La orientación emprendedora puede ser considerada según Lumpkin y Dess (1996), como los procesos, prácticas y actividades de toma de decisiones que guían las actividades de la empresa.

Miller (1983) sugiere que una empresa con orientación emprendedora es aquella que se dedica a la innovación en el producto/mercado, emprende algunos negocios riesgosos y es el primero que presenta innovaciones proactivas, madrugando a los competidores.

Lumpkin y Dess (1996) sugieren otras variables que se reconocen en una empresa con orientación emprendedora. La primera es la agresividad competitiva, capta la idea clara de “madrugar a los competidores” sugerida por Miller en su definición sobre empresas emprendedoras; se refiere al tipo de intensidad y la postura cara a cara que los nuevos “entrantes” a menudo necesitan para competir con los rivales existentes.

Otro componente clave son las acciones autónomas e independientes. Los niveles de burocracia y tradición organizacional rara vez contribuyen a las actividades de nuevas entradas en las empresas existentes, “el motor del entrepreneurship corporativo reside en la iniciativa estratégica autónoma de los individuos en los niveles operacionales de la organización.”

6.2.3. Innovatividad

En Jiménez, Castro y Nieto (2016) se menciona que, según algunos autores, un componente clave dentro del éxito de una empresa es el grado de innovatividad que se refiere a la capacidad de la empresa para introducir nuevos procesos, productos o ideas en la organización.

Los gerentes estratégicos o emprendedores, el desarrollo y adopción de innovaciones pueden generar ventajas y proporcionar una mejor fuente de crecimiento de la empresa.

6.2.4. Proactividad

La proactividad es una búsqueda de oportunidades, una perspectiva a mirar hacia adelante caracterizada por la introducción de nuevos productos y servicios antes que la competencia y una actuación anticipada a las demandas futuras (Lumpkin, Cogliser et al. 2009), la habilidad para detectar las necesidades y deseos de los clientes, así como con la identificación de oportunidades (Smart and Conant 1994), implica una perspectiva con miras al futuro que puede crear una ventaja de primer movedor para enfrentar a sus competidores y ser primero en introducir nuevos productos al mercado y ajustar los volúmenes de producción como se necesite (Chang, Lin et al. 2007).

6.2.5. Toma de Riesgos

Dess y Lumpkin ((2005), citado por (Jiménez Castañeda, Martínez Castro et al. 2016)) se refieren a la toma de riesgos como la voluntad para aprovechar una oportunidad, aunque no se conozca si la aventura será exitosa y para actuar de manera audaz sin conocer las consecuencias.

Para tener éxito mediante la actividad emprendedora, las empresas usualmente tienen que tomar alternativas más riesgosas, aunque esto signifique privarse de los métodos o productos que funcionaron en el pasado.

6.2.6. Autonomía

La autonomía como mencionan Lumpkin y Dess ((1996), citado por (Jiménez Castañeda, Martínez Castro et al. 2016)) es la libertad garantizada a los individuos y equipos para que puedan ejercitar su creatividad y sus ideas promisorias que son necesarios para que la actividad emprendedora ocurra.

Algunas empresas destruyen jerarquías y delegan autoridad a las unidades operativas con lo que logran que los equipos trabajen libres de presión logrando obtener buenos resultados.

6.2.7. Agresividad Competitiva

Dess y Lumpkin ((2005), citado por (Jiménez Castañeda, Martínez Castro et al. 2016)) mencionan que la agresividad competitiva está caracterizada por la capacidad para responder, que puede tomar la forma de una confrontación cara a cara, la agresividad competitiva también refleja una voluntad para ser inusual más que confiar en métodos tradicionales de competencia.

Algunas acciones tienen la finalidad de asustar a los competidores, pero estas acciones podrían ser cuestionables desde el punto de vista ético.

6.2.8. La Orientación hacia la Sustentabilidad Ambiental

Según Roxas, Ashill y Chadee (2017), la orientación hacia la sustentabilidad ambiental (OSA) se refiere a la postura estratégica de las empresas para integrar consideraciones ambientales naturales dentro de su estrategia de negocio.

La OSA refleja la estrategia deliberada de la empresa para reconfigurar su sistema organizacional, estructura, procesos y actividades para mitigar el impacto negativo de sus actividades al medio ambiente.

Conceptualmente, la OSA proviene de la noción de que las empresas necesitan integrar temas ambientales dentro de su cultura, en la toma de decisiones, en la estrategia y en las operaciones e interacciones con distintos stakeholders.

Este tipo de orientación estratégica hacia la responsabilidad empresarial busca ampliar el alcance de los objetivos del negocio en cuanto a tener una contribución positiva hacia el ambiente externo natural de la empresa y hacia la calidad de vida en la comunidad y sociedades donde interactúa.

Roxas y Coetzer (2012) mencionan que puede observarse una empresa con altos niveles de orientación y compromiso hacia la preservación del medio ambiente, cuando se implementan actividades de negocio sustentable, desencadenadas por un profundo sentimiento de responsabilidad y rendición de cuentas de la conducta de la empresa y su impacto potencial en el medio ambiente.

La OSA es considerada un constructo estratégico de la empresa que toma en cuenta manifestaciones organizacionales de preocupación, dedicación y compromiso hacia los temas, actividades y programas relacionados a la sustentabilidad ambiental natural.

Algunas acciones o indicadores de empresas con una OSA pueden ser la simple implementación de medidas para prevenir o reducir la contaminación. Otras empresas con mayor compromiso podrían invertir en tecnologías y prácticas amigables con el ambiente o dedicar esfuerzos persistentes y recursos para abordar problemas ambientales y eventualmente incluir temas ambientales en las operaciones de la empresa.

6.3. Metodología

Para obtener los datos, se entrevistaron a 170 dueños de negocios de artesanía. El cuestionario o instrumento de medición estuvo integrado por 343 preguntas.

El cuestionario fue aplicado a los dueños de negocios de artesanías diversas en comunidades de los Estados de Oaxaca, Puebla, Tlaxcala y Guerrero. Se entrevistaron a los artesanos más famosos de cada una de las localidades visitadas, a quienes se les explicó la finalidad del estudio, el tiempo aproximado de respuesta y la confidencialidad de la información. Posteriormente utilizando el análisis de frecuencias simple, se obtuvieron las respuestas a los ítems relativos a la OE, OSA y Desempeño.

6.3.1. Muestra

El tamaño de la muestra fue determinado por conveniencia y quedó integrada por 170 negocios de diferentes artesanías:

Tabla 1 Localidades de la Muestra

| Localidad | Frecuencia | % |
|-----------------------|------------|--------------|
| Oaxaca | | |
| San Martin Tilcajete | 5 | 2.9 |
| Santo Tomás Jalietza | 22 | 12.9 |
| San Bartolo Coyotepec | 21 | 12.4 |
| Teotitlán del Valle | 21 | 12.4 |
| San Antonio Arrazola | 21 | 12.4 |
| Guerrero | | |
| Olinalá | 20 | 11.8 |
| Puebla | | |
| Acatlán de Osorio | 16 | 9.4 |
| Puebla de los Ángeles | 6 | 3.5 |
| Amozoc | 3 | 1.8 |
| Cholula | 1 | 0.6 |
| Chignahuapan | 24 | 14.1 |
| Tlaxcala | | |
| San Pablo del Monte | 10 | 5.8 |
| Total | 170 | 100.0 |

Fuente: Elaboración Propia

6.4. Resultados

A continuación, presentamos los principales hallazgos de nuestra propuesta de investigación:

6.4.1. Desempeño

Tabla 2 Frecuencias de Respuesta de la Variable Desempeño Financiero

| Desempeño Financiero | | |
|-----------------------------|-------------------|-------------------|
| | Frecuencia | Porcentaje |
| Nada | 56 | 32.94 |
| Poco | 20 | 11.76 |
| Regular | 20 | 11.76 |
| Mucho | 37 | 21.76 |
| Muchísimo | 37 | 21.76 |
| Total | 170 | 100 |

Fuente: Elaboración Propia

El desempeño financiero, se refiere a los indicadores cuantitativos del desempeño de la empresa, como pueden ser las ventas, utilidades y en empleos generados.

Tabla 3 Frecuencias de Respuesta de la Variable Desempeño No Financiero

| Desempeño No Financiero | | |
|--------------------------------|-------------------|-------------------|
| | Frecuencia | Porcentaje |
| Nada Satisfecho | 33 | 19.41 |
| Poco satisfecho | 41 | 24.12 |
| Regularmente satisfecho | 65 | 38.24 |
| Muy satisfecho | 24 | 14.12 |
| Totalmente satisfecho | 7 | 4.12 |
| Total | 170 | 100 |

Fuente: Elaboración Propia

El desempeño no financiero se refiere a los indicadores cualitativos del desempeño de la empresa, es decir, lo que el artesano siente acerca de los resultados de su negocio, como son los indicadores de satisfacción con: ventas, utilidades, crecimiento de la empresa y negocio.

6.4.2. Orientación Emprendedora en Artesanía

La orientación emprendedora ha sido medida con base en la escala de Covin y Slevin (1989) cuyos ítems necesariamente fueron adaptados a la naturaleza del sector artesanal mexicano.

Tabla 4 Frecuencias de la Variable Innovatividad

| Innovatividad | | |
|----------------------|-------------------|-------------------|
| | Frecuencia | Porcentaje |
| Nada | 17 | 10 |
| Poco | 68 | 40 |
| Regular | 72 | 42.4 |
| Mucho | 13 | 7.6 |
| Muchísimo | 0 | 0 |
| Total | 170 | 100 |

Fuente: Elaboración Propia

Los artesanos constantemente realizan innovaciones en productos, pero escasamente en los procesos de producción por considerarlos únicos y en comercialización prefieren trabajar de manera tradicional.

Tabla 5 Frecuencias de la Variable Proactividad

| Proactividad | | |
|---------------------|------------|------------|
| | Frecuencia | Porcentaje |
| Nada | 129 | 75.9 |
| Poco | 28 | 16.5 |
| Regular | 7 | 4.1 |
| Mucho | 3 | 1.8 |
| Muchísimo | 3 | 1.8 |
| Total | 170 | 100 |

Fuente: Elaboración Propia

Los artesanos no son tan proactivos, solamente el 7% de artesanos de la muestra, realizan actividades como la colocación de artesanías mejoradas o modificadas en el mercado, el monitoreo constante del entorno para detectar oportunidades y además son quienes lideran los mercados.

Tabla 6 Frecuencias de la Variable Toma de Riesgos

| Toma de Riesgos | | |
|------------------------|------------|------------|
| | Frecuencia | Porcentaje |
| Nada | 158 | 92.9 |
| Poco | 10 | 5.9 |
| Regular | 2 | 1.2 |
| Mucho | 0 | 0 |
| Muchísimo | 0 | 0 |
| Total | 170 | 100 |

Fuente: Elaboración Propia

La toma de riesgos en los negocios de artesanía es casi nula, únicamente aspiran y reciben los créditos sin riesgo que proporciona el Gobierno a través de sus diferentes programas de apoyo a la actividad artesanal.

Tabla 7 Frecuencias de la Variable Autonomía

| Autonomía | | |
|------------------|------------|------------|
| | Frecuencia | Porcentaje |
| Nada | 77 | 45.3 |
| Poco | 51 | 30 |
| Regular | 28 | 16.5 |
| Mucho | 14 | 8.2 |
| Muchísimo | 0 | 0 |
| Total | 170 | 100 |

Fuente: Elaboración Propia

La gran mayoría de los negocios artesanales en México son talleres familiares, en los que los miembros de la organización tienen tareas específicas, siendo el dueño de la empresa una persona con el poder suficiente para realizar cualquier tipo de cambio en la organización, proceso, producto, mercado.

Esta flexibilidad de la organización le permite al negocio adaptarse a las circunstancias del entorno de una manera rápida, lo cual generaría una ventaja sobre las organizaciones un poco más complejas.

Tabla 8 Frecuencias de la Variable Agresividad Competitiva

| Agresividad Competitiva | | |
|--------------------------------|------------|------------|
| | Frecuencia | Porcentaje |
| Nada | 40 | 23.5 |
| Poco | 72 | 42.4 |
| Regular | 53 | 31.2 |
| Mucho | 5 | 2.9 |
| Muchísimo | 0 | 0 |
| Total | 170 | 100 |

Fuente: Elaboración Propia

En el sector artesanal la agresividad competitiva puede centrarse principalmente en los precios y promoción de sus artículos.

Generalmente los artesanos manejan precios similares a los de su competencia, pero en el momento de la compra, ofrecen descuentos e incluso artículos sin costo como promoción para que el comprador decida adquirir los productos, provocando de esta forma que los competidores pierdan las posibles ventas.

6.4.3. Orientación hacia la Sustentabilidad en Artesanía

Las siguientes tablas contienen las respuestas de los encuestados respecto a los temas de cuidado ambiental.

Es importante mencionar que no existe acuerdo alguno sobre la forma de medir este constructo, es decir, no hay una escala recomendada para realizar este trabajo, por lo que este sería un tema a tratar en futuros estudios.

Tabla 9 Frecuencia de Reciclaje

| Reciclaje de Materiales | | |
|--------------------------------|------------|------------|
| | Frecuencia | Porcentaje |
| Nada | 106 | 62.4 |
| Poco | 21 | 12.4 |
| Regular | 32 | 18.8 |
| Mucho | 9 | 5.3 |
| Muchísimo | 2 | 1.2 |
| Total | 170 | 100 |

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 10 Frecuencia de Reducción

| Reducción de Materiales | | |
|--------------------------------|------------|------------|
| | Frecuencia | Porcentaje |
| Nada | 134 | 78.8 |
| Poco | 20 | 11.8 |
| Regular | 9 | 5.3 |
| Mucho | 5 | 2.9 |
| Muchísimo | 2 | 1.2 |
| Total | 170 | 100 |

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 11 Frecuencia de Sustitución de Materiales de Producción

| Sustitución por Materiales Amigables con el Ambiente | | |
|---|------------|------------|
| | Frecuencia | Porcentaje |
| Nada | 161 | 94.7 |
| Poco | 3 | 1.8 |
| Regular | 3 | 1.8 |
| Mucho | 2 | 1.2 |
| Muchísimo | 1 | 0.6 |
| Total | 170 | 100 |

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 12 Frecuencia de Conservación de Recursos Naturales

| Conservación de Recursos Naturales Utilizados en la Artesanía | | |
|--|------------|------------|
| | Frecuencia | Porcentaje |
| Nada | 134 | 78.8 |
| Poco | 4 | 2.4 |
| Regular | 7 | 4.1 |
| Mucho | 19 | 11.2 |
| Muchísimo | 6 | 3.5 |
| Total | 170 | 100 |

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 13 Frecuencia de Reutilización de Desperdicios

| Reutilización de Desperdicios | | |
|--------------------------------------|------------|------------|
| | Frecuencia | Porcentaje |
| Nada | 135 | 79.4 |
| Poco | 12 | 7.1 |
| Regular | 12 | 7.1 |
| Mucho | 6 | 3.5 |
| Muchísimo | 5 | 2.9 |
| Total | 170 | 100 |

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 14 Frecuencia de Empaques Ecológicos

| Utilización de Empaques Ecológicos | | |
|---|------------|------------|
| | Frecuencia | Porcentaje |
| Nada | 155 | 91.2 |
| Poco | 5 | 2.9 |
| Regular | 2 | 1.2 |
| Mucho | 4 | 2.4 |
| Muchísimo | 4 | 2.4 |
| Total | 170 | 100 |

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 15 Frecuencia de Creencia de Contaminación por Residuos

| Creencia de que los Residuos de la Actividad Artesanal Perjudican a la Naturaleza | | |
|--|------------|------------|
| | Frecuencia | Porcentaje |
| Nada | 131 | 77.0 |
| Poco | 15 | 8.8 |
| Regular | 21 | 12.4 |
| Mucho | 2 | 1.2 |
| Muchísimo | 1 | 0.6 |
| Total | 170 | 100 |

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 16 Frecuencia de Acciones contra la Contaminación del Aire

| Acciones para Evitar la Contaminación del Aire | | |
|---|------------|------------|
| | Frecuencia | Porcentaje |
| Nada | 139 | 81.8 |
| Poco | 6 | 3.5 |
| Regular | 10 | 5.9 |
| Mucho | 10 | 5.9 |
| Muchísimo | 5 | 2.9 |
| Total | 170 | 100 |

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 17 Frecuencia de Acciones contra la Contaminación del Suelo

| Acciones para Evitar la Contaminación del Suelo | | |
|--|------------|------------|
| | Frecuencia | Porcentaje |
| Nada | 141 | 82.9 |
| Poco | 2 | 1.2 |
| Regular | 14 | 8.2 |
| Mucho | 9 | 5.3 |
| Muchísimo | 4 | 2.4 |
| Total | 170 | 100 |

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 18 Frecuencia de Acciones contra la Contaminación del Agua

| Acciones para Evitar la Contaminación del Agua | | |
|---|------------|------------|
| | Frecuencia | Porcentaje |
| Nada | 141 | 82.9 |
| Poco | 2 | 1.2 |
| Regular | 9 | 5.3 |
| Mucho | 13 | 7.6 |
| Muchísimo | 5 | 2.9 |
| Total | 170 | 100 |

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 19 Frecuencia de Evitar Tirar al Drenaje Productos Tóxicos

| Evitar Tirar Productos Tóxicos al Drenaje | | |
|--|------------|------------|
| | Frecuencia | Porcentaje |
| Nada | 145 | 85.3 |
| Poco | 3 | 1.8 |
| Regular | 12 | 7.1 |
| Mucho | 6 | 3.5 |
| Muchísimo | 4 | 2.4 |
| Total | 170 | 100 |

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 20 Frecuencia de Desechar Productos Tóxicos en Depósitos Especiales

| Desecho de Residuos Tóxicos en Depósitos Especiales | | |
|--|------------|------------|
| | Frecuencia | Porcentaje |
| Nada | 146 | 85.9 |
| Poco | 6 | 3.5 |
| Regular | 6 | 3.5 |
| Mucho | 5 | 2.9 |
| Muchísimo | 7 | 4.1 |
| Total | 170 | 100 |

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 21 Frecuencia de Actividades de Reforestación

| Participación en Actividades de Reforestación | | |
|--|------------|------------|
| | Frecuencia | Porcentaje |
| Nada | 95 | 55.9 |
| Poco | 31 | 18.2 |
| Regular | 30 | 17.6 |
| Mucho | 6 | 3.5 |
| Muchísimo | 8 | 4.7 |
| Total | 170 | 100 |

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 22 Frecuencia de Participación en Actividades Comunes

| Participación en Actividades de Limpieza de calles, ríos, arroyos, etc. | | |
|--|------------|------------|
| | Frecuencia | Porcentaje |
| Nada | 72 | 42.4 |
| Poco | 26 | 15.3 |
| Regular | 38 | 22.4 |
| Mucho | 16 | 9.4 |
| Muchísimo | 18 | 10.6 |
| Total | 170 | 100 |

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 23 Frecuencia de Evitar Desperdicio de Agua

| Evitar el Desperdicio de Agua | | |
|--------------------------------------|------------|------------|
| | Frecuencia | Porcentaje |
| Nada | 10 | 5.9 |
| Poco | 11 | 6.5 |
| Regular | 35 | 20.6 |
| Mucho | 82 | 48.2 |
| Muchísimo | 32 | 18.8 |
| Total | 170 | 100 |

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 24 Frecuencia de Preocupación por la Contaminación

| Preocupación por la Contaminación de Suelo, Aire y Agua | | |
|--|------------|------------|
| | Frecuencia | Porcentaje |
| Nada | 10 | 5.9 |
| Poco | 5 | 2.9 |
| Regular | 28 | 16.5 |
| Mucho | 69 | 40.6 |
| Muchísimo | 58 | 34.1 |
| Total | 170 | 100 |

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 25 Frecuencia de Preocupación por Agotamiento de Recursos Naturales

| Preocupación por el Agotamiento de los Recursos Naturales | | |
|--|------------|------------|
| | Frecuencia | Porcentaje |
| Nada | 10 | 5.9 |
| Poco | 5 | 2.9 |
| Regular | 24 | 14.1 |
| Mucho | 62 | 36.5 |
| Muchísimo | 69 | 40.6 |
| Total | 170 | 100 |

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 26 Frecuencia de Saber si Existen Normas Ambientales

| Existencia de Normas o Leyes Ambientales Relacionadas a su Artesanía | | |
|---|------------|------------|
| | Frecuencia | Porcentaje |
| Sí | 42 | 24.7 |
| No | 128 | 75.3 |
| Total | 170 | 100 |

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 27 Frecuencia de Conocimiento de Normas Ambientales

| Conocimiento de Normas o Leyes Relacionadas a su Artesanía | | |
|---|------------|------------|
| | Frecuencia | Porcentaje |
| 0 | 128 | 75.3 |
| Nada | 8 | 4.7 |
| Poco | 25 | 14.7 |
| Regular | 1 | 0.6 |
| Mucho | 1 | 0.6 |
| Muchísimo | 7 | 4.1 |
| Total | 170 | 100 |

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 28 Frecuencia de Cumplimiento de Normas Ambientales

| Conocimiento de Normas o Leyes Relacionadas a su Artesanía | | |
|---|------------|------------|
| | Frecuencia | Porcentaje |
| 0 | 128 | 75.3 |
| Nada | 6 | 3.5 |
| Poco | 25 | 14.7 |
| Regular | 5 | 2.9 |
| Mucho | 1 | 0.6 |
| Muchísimo | 5 | 2.9 |
| Total | 170 | 100 |

Fuente: Elaboración Propia

Las frecuencias muestran escasa actividad por sustituir, reutilizar y reciclar materiales, debido a que los artesanos piensan que con su actividad no contaminan el entorno, y esto se nota un poco en las frecuencias de preocupación por la contaminación al medio ambiente y la participación en actividades comunitarias de limpieza de calles, ríos o arroyos. Sin embargo algo que parece importante es que en algunos sectores de artesanía, sobre todo los cerámicos y alfareros, sí existen normas ambientales y la mayoría por no poder cumplirlo o por no tener los recursos para certificarse, dicen no saber de ellos (75%).

6.5. Conclusiones

El objetivo del trabajo es hacer un análisis descriptivo (análisis de frecuencias simple), para conocer el comportamiento emprendedor y el comportamiento hacia la sustentabilidad ambiental de los negocios de artesanía en México.

Como pudo observarse los resultados mostraron que existe una gran preocupación por los impactos negativos de las actividades empresariales hacia el medio ambiente. Pero a la vez, los artesanos parecen darse cuenta de este impacto en el medio ambiente, por lo cual la gran mayoría no presenta estrategias comunes de cuidado al ambiente.

En cuanto a la orientación emprendedora la innovatividad y la proactividad son las variables que con más frecuencia son usadas por los artesanos.

Por lo que se refiere a la competitividad, los resultados mostraron que un poco más del 50% de la muestra tienen buenos indicadores de ventas y utilidades, y el 56% de la muestra se encuentra satisfecha con el negocio de artesanías.

Las preguntas a responder ahora serían: ¿Cuál es el impacto de la OE en la competitividad?, ¿Cuál es el impacto de la OSA en la competitividad? y ¿Cuál es la relación que guardan la OE y la OSA?; para responder a estas cuestiones hace falta realizar un análisis profundo de la literatura, observar los avances, establecer el estado del arte y realizar análisis estadísticos inferenciales.

6.6. Referencias

Chang, S.-C., R.-J. Lin, F.-J. Chang and R.-H. Chen (2007). "Achieving manufacturing flexibility through entrepreneurial orientation." *Industrial Management & Data Systems* 107(7): 997-1017. <https://doi.org/10.1108/02635570710816711>

Covin, J. G. and D. P. Slevin (1989). "Strategic management of small firms in hostile and benign environments." *Strategic management journal* 10(1): 75-87. <https://doi.org/10.1002/smj.4250100107>

Dess, G. G. and G. T. Lumpkin (2005). "The role of entrepreneurial orientation in stimulating effective corporate entrepreneurship." *Academy of Management Perspectives* 19(1): 147-156. <https://doi.org/10.5465/ame.2005.15841975>

Hernández, G. C., C. M. Á. Giraldo and J. C. N. Valencia (2009). "Orientacion estrategica y recursos competitivos: un estudio en grandes empresas industriales de Colombia." *Cuadernos de Administración* 22(38).

Jiménez Castañeda, J. C., C. J. Martínez Castro and M. L. Nieto Delgado (2016). "La orientación emprendedora en pequeños negocios de artesanía de México." *Nova scientia* 8(16): 475-500.

Lumpkin, G. T., C. C. Cogliser and D. R. Schneider (2009). "Understanding and measuring autonomy: An entrepreneurial orientation perspective." *Entrepreneurship theory and practice* 33(1): 47-69. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2008.00280.x>

Lumpkin, G. T. and G. G. Dess (1996). "Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance." *Academy of management Review* 21(1): 135-172. <https://doi.org/10.5465/amr.1996.9602161568>

Miller, D. (1983). "The correlates of entrepreneurship in three types of firms." *Management science* 29(7): 770-791. <https://doi.org/10.1287/mnsc.29.7.770>

Porter, M. (1979). "E.(1979). How competitive forces shape strategy." *Harvard Business Review* 57(2): 137-145.

Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. New York, Free press.

Roxas, B., N. Ashill and D. Chadee (2017). "Effects of entrepreneurial and environmental sustainability orientations on firm performance: A study of small businesses in the Philippines." *Journal of Small Business Management* 55: 163-178. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12259>

Roxas, B. and A. Coetzer (2012). "Institutional environment, managerial attitudes and environmental sustainability orientation of small firms." *Journal of Business Ethics* 111(4): 461-476. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1211-z>

Smart, D. T. and J. S. Conant (1994). "Entrepreneurial orientation, distinctive marketing competencies and organizational performance." *Journal of Applied Business Research (JABR)* 10(3): 28-38. <https://doi.org/10.19030/jabr.v10i3.5921>

Stevenson, H. H. and J. C. Jarillo (2007). *A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management*. Entrepreneurship, Springer: 155-170.