



Las opiniones y los contenidos de los trabajos publicados son responsabilidad de los autores, por tanto, no necesariamente coinciden con los de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad.



Esta obra por la Red Internacional de Investigadores en Competitividad se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported. Basada en una obra en riico.net.

La adaptación empresarial sostenible en la era COVID-19

*María Eugenia De la Rosa Leal*¹

Resumen

La pandemia COVID-19 hizo evidente la importancia de aspectos sociales y ambientales en el funcionamiento saludable y continuo de las empresas. Presentando una invitación y un reto para innovar los modelos de negocios e incluir a la sostenibilidad empresarial.

El objetivo del estudio es descubrir la percepción y adaptación empresarial de la sostenibilidad durante el COVID-19 en empresas del estado de Sonora durante el período 2020-2021, considerando aspectos sociales y ambientales además de los económicos. Para lo cual se aplicó un estudio descriptivo y cualitativo en una muestra por conveniencia.

Los resultados detectaron la presencia de una innovación disruptiva tecnológica en el sistema de ventas, sin inclusión de nuevos aspectos socio-ambientales y un apego a la imagen de la firma como interpretación del valor social de la empresa.

Palabras clave: COVID-19, sostenibilidad, empresas.

Abstract

The COVID-19 pandemic made evident the importance of social and environmental aspects in the healthy and continuous operation of companies. Presenting an invitation and a challenge to innovate business models and include corporate sustainability.

The objective of the study is to discover the perception and business adaptation of sustainability during COVID-19 in companies in the state of Sonora during the period 2020-2021, considering social and environmental aspects in addition to economic ones. For which a descriptive and qualitative study was applied in a convenience sample.

The results detected the presence of a technological disruptive innovation in the sales system, without the inclusion of new socio-environmental aspects and an attachment to the image of the firm as an interpretation of the social value of the company.

Keywords: COVID-19, sustainability, companies.

¹ *Universidad de Sonora*

Introducción

En enero de 2020 la rápida aparición de la pandemia COVID-19 provocó paros y restricciones en la actividad económica, dando lugar a una respuesta reactiva emergente por parte de las distintas empresas para atender un mercado, limitado por restricciones sanitarias. En esta resistencia obligada se cambiaron las reglas del juego, se vivió una perspectiva de la sostenibilidad y se incrementó el uso de tecnologías en comunicación, modificando y adaptando la gestión de las empresas con un enfoque emergente.

En esta innovación emergente, se hizo obligatorio el desarrollo de competencias digitales y la vinculación con redes sociales de forma creativa, manteniendo y respetando las medidas sanitarias, aprendiendo sobre la seguridad laboral y el valor social empresarial. En este aprendizaje se reflejó el grado de comprensión de la situación, responsabilidad y compromiso social de personas y organizaciones en general.

En la adaptación de la gestión, los modelos de negocios se especializaron para atender sus distintas actividades, adaptando su estructura y el seguimiento de procesos y sistemas de acuerdo a sus posibilidades e infraestructura, en la búsqueda de una viabilidad y rentabilidad económica.

Este modelo de negocios *per se*, es resultado de la visión, experiencia, creatividad, decisiones y retroalimentación de los puestos directivos y mandos medios de las empresas, para modelar un sistema con distintos recursos y genera una organización típica y única, diferente a otros negocios similares, estableciendo con ello las bases de su valor económico y social.

En la operación del negocio, a partir de la experiencia del COVID 19 y la ampliación de la visión del valor social empresarial en este trabajo se estudió el alcance del aprendizaje emergente socio ambiental en la era COVID-19 y post COVID-19, mediante un estudio descriptivo resultado de una encuesta semiestructurada aplicada en 2020 y 2021 a empresarios y profesionistas con actividad empresarial en el estado de Sonora en el noroeste de México. La pregunta de investigación planteada fue ¿Cómo se percibe las sostenibilidad y su valor social empresarial en la era COVID-19?

La narración del trabajo describe los antecedentes ambientales y del COVID-19, la metodología utilizada, el análisis de resultados y las conclusiones.

El resultado describe en la muestra estudiada una visión empresarial sin cambios pre y post COVID-19, con una adopción forzada de medidas temporales en la gestión, con exigencia de apoyo oficial, delatando una ausencia de aprendizaje o intención de una visión sostenible y la adquisición de valor socio ambiental en el marco del COVID 19.

Antecedentes

La crisis económica producto de la pandemia COVID 19², reconocida y atendida mundialmente se enmarca en una crisis ambiental, producto del abuso y daño acumulado a los recursos naturales como resultado de la modernidad y el progreso tecnológico (Latour, 2015 citado por Larrinaga y García Torea , 2022).

Para contrarrestar este daño ambiental se impulsa la economía circular ³ como una actualización de teorías de reuso y reciclaje, en una propuesta reparadora y regenerativa de uso de materias primas, reuso de componentes y reciclaje de desechos, que se contraponen a la economía lineal de tomar, hacer y desechar. enfatizándose en los 80s y retomándose en los 2000 sin quedar clara su fecha de uso efectivo por las empresas (Cerdá y Khalilova, 2016).

En México, por su parte se emite la iniciativa de Ley de Economía Circular en 2021 (Cámara de Diputados , 2021) proponiendo modificar el derroche consumista como alternativa para atacar los sistemas de producción insostenibles, controlar su flujo de extracción, producción, uso, descargas y energías contaminantes mediante un mayor rendimiento de los flujos de materiales, de energías renovables y energía en un flujo maestro de naturaleza-sociedad, naturaleza-material y energía (Cerdá y Khalilova, 2016).

En materia de sostenibilidad su desarrollo conceptual se ha derivado de una visión sustentable entre tres ejes : económico, social y ambiental hacia un desarrollo sostenible que implica el ajuste de los ejes en una medida de viabilidad y soportable, implicando en ello una justicia socio ambiental en razón de las posibilidades financieras (De la Rosa Leal, 2021). De tal forma que los límites económicos interpretan el alcance de objetivos socio ambientales empresariales.

La situación durante la pandemia COVID 19, resaltó la importancia del capital humano al provocar cuarentenas, medidas sanitarias, presiones y tensiones económicas, políticas y sociales en el país y en las relaciones internacionales, exigiendo para su atención la evolución clínica de vacunas, el desarrollo y fortalecimiento del sector salud , inversión financiera en salud, apoyo social y solidaridad general (Sachs et al, 2020).

Sin embargo a pesar de restricciones de actividades prioritarias y no prioritarias apartir de 2020, varias empresas continuaron trabajando adaptando sus ciclos de trabajo y su cadena de valor

² Covid, pandemia provocada por el virus SARCoV2 con alto grado de contagio, provoca daños respiratorios severos o graves.

³ Economía circular es propuesta en 1989 por Pearce y Turner en el libro Economía de los Recursos Naturales y del Medio Ambiente.

invirtiendo presupuestos extraordinarios y desarrollando estrategias para proteger a su planta laboral y acceder a sus mercados, cambiando su cadena de valor y distribución.

Las empresas vivieron la apertura de su importancia social y económica, no solo en razón de intereses de sus accionistas, detectando su capacidad de apoyo social en la salud, trabajos justos y saludables, el uso de tecnologías amigables y la recuperación o adquisición de sus clientes todo ello como mecanismo de subsistencia económica, enfrentándose a la cara social de la sostenibilidad.

En este tema, la apertura a sumar en la imagen y legitimación de las empresas su participación en la mejora de la calidad de vida y desarrollo de las comunidades le otorga un verdadero valor empresarial. Dando espacio a conductas ambientales sustentables y sociales pro ecológicas, austeras, altruistas y equitativas cuya lógica se basa en la conservación ambiental, los productos y recursos, la solidaridad y la interacción (Corral Verdugo, 2010).

Este valor social empresarial se une con la justicia ambiental de respeto a la naturaleza y la oportunidad de otorgar un beneficio social en un modelo ético empresarial que suma derechos y obligaciones con los seres humanos y los recursos naturales (De la Rosa Leal, 2021). Conforme Adam Smith en la teoría del valor del trabajo se combinan los principios de la naturaleza con la conducta antropogénica (Sevilla Arias, 2015) dando lugar a una ética empresarial.

A su vez, el modelo social empresarial es medido con relación a las metas de los Objetivos Sostenibles de la Agenda 2030 de la Organización de las Naciones Unidas que en términos empresariales implican reducir, prevenir, proteger, disminuir, facilitar, asegurar, promover, garantizar o gestionar en aspectos de : Salud y bienestar; Agua limpia y saneamiento; Trabajo decente y crecimiento económico; Industria innovación e infraestructura; Ciudades y comunidades sostenibles; Producción y consumo responsables; Acción por el clima; Ecosistemas terrestres; y Alianzas para lograr los objetivos (Organización de las Naciones Unidas, 2020).

La lógica empresarial en el COVID-19

En la lógica empresarial, la gestión, metas económicas, sociales y sostenibles se incorporan el modelo de negocio como directrices ecológicas y morales (De la Rosa Leal y Hernández García, 2018).

Este modelo es creado, diseñado y ajustado por actores protagonistas de la empresa como son el director ejecutivo, el inversor atraído por las ventajas competitivas prometedoras, el o los visionarios del plan empresarial, y el consultor especializado quienes definen un paquete empresarial con objetivo, metas y rutas, utilizando el mecanismo *intrapeneur* de cultura de innovación, desarrollo de herramientas vanguardistas y la creación de oportunidades empresariales (Ostelwalder y Pigneur, 2011).

Las empresas se constituyen por el espíritu emprendedor, el conocimiento de la actividad a desarrollar y el interés de integrar un centro de operaciones que cubra las necesidades económicas y creativas de los emprendedores. Una empresa en si se integra por tres elementos básicos: el recurso humano claramente ubicado en la actividad; el recurso financiero necesario para llevar a cabo el proyecto y la infraestructura y materiales para lograr hacerlo.

El éxito de la empresa depende de que sus productos y servicios cubran las necesidades naturales o creadas en el mercado meta, así como en su capacidad para hacerlo.

En el momento en que la empresa se ubica en una comunidad, inicia una interacción social con ella por distintos motivos: contratación de personal, proceso de producción o servicios y sus posibles impactos como residuos, emisiones en general, tránsito, espacios requeridos, cadena de suministros y distribución. Esta interacción social es percibida por la empresa de manera común como algo natural, gestionando su operación de acuerdo a sus necesidades y su posibilidad.

Sin embargo la relación comunitaria a través del tiempo conlleva compromisos comunitarios que transforman a la empresa en un actor social que suma en su comportamiento y operación la atención de su entorno cercano, de distribución y competencia. Incluyendo en ellos el apoyo y solidaridad por parte de la empresa en lograr zonas colindantes provistas de todos los servicios para una calidad de vida, infraestructura adecuada educativa, recreativa, saludable y de servicios, propiciando el desarrollo y progreso de la comunidad relacionada con la empresa.

Surge entonces la creación de valor compartido, para mejorar sus condiciones competitivas y a la vez atender su función como actor social. Si bien es cierto que las empresas se fortalecen en el sistema capitalista como generadoras de ingresos y activadoras del ciclo de consumo, es necesario establecer en el modelo de negocios el valor compartido de la empresa a través de políticas y prácticas que atiendan las condiciones sociales internas y externas, además de las metas económicas y competitivas (Díaz Cáceres y Castaño, 2013).

Los temas sociales considerados como marginales, se atiende con la gestión ESG (Environmental Social and Governance) implementada en 2011 como criterios de gestión corporativa que conjunta el interés económico y los objetivos sociales (De la Rosa Leal, 2021; Díaz Cáceres y Castaño, 2013).

Sin embargo, esta fusión económica y social empresarial no es tarea fácil ya que la lógica de la empresa es la productividad, es decir hacer más con menos, para lo cual la planeación de operación atiende lo estrictamente necesario para obtener el resultado esperado no incluyendo en ello aspectos considerados como externos o innecesarios como efectos sociales y ambientales.

Así la propuesta para construir el valor económico social compartido (Porter y Kramer, 2011 citado por Díaz Cáceres y Castaño, 2013) propone como estrategias básicas:

- a) Reinventar los productos estableciendo una reingeniería para innovar y mejorar la calidad en productos amigables que atiendan las necesidades del mercado;
- b) Reinventar los mercados estableciendo nuevas relaciones de consumo, confiabilidad, costos y valor compartido; y
- c) Reestructurar la cadena de valor en calidad, costo, coincidencia y logística socio ambiental.

Logrando con ello, una integración del valor compartido sumando objetivos pres establecidos como inductores en la creación de valor social, creación del valor ambiental y creación del valor del negocio en una amalgama que atienda a los inversores largo plazo y la competitividad de la empresa.

Sin embargo en todo este diseño del modelo empresarial, la presencia del COVID19 ha golpeado y sumado debilidades acumuladas en la estructura productiva y operativa de las empresas, algunas como punto de rompimiento y otras por brechas productivas entre empresas Pymes y grandes empresas , además de otras implicaciones externas como la resiliencia regional ante las restricciones sanitarias en la producción, fuerza laboral, rompimiento de cadenas de valor y las medidas de emergencia para la reactivación económica e inserción internacional (CEPAL, 2020).

A razón de esta pandemia, durante ella y en la obligada nueva normalidad las medidas adoptadas para responder a la crisis empresarial como producto de la pandemia no han sido suficientes en razón de que: se redujo la fuerza laboral y con ello sus capacidades lo cual dificulta en la nueva normalidad recuperar el flujo de la actividad económica; a la vez el cierre de empresas llevó consigo la pérdida del conocimiento empresarial, del capital físico, de cadenas productivas y de flujo de efectivo que desaparecen y prolongan el efecto económico crítico más allá de la pandemia; la respuesta de la política económica debe atender en tiempo y forma directa a empresas en riesgo apoyando en la recuperación de liquidez, mantenimiento de la fuerza laboral y por tanto el funcionamiento formal de las empresas (CEPAL, 2020).

De tal manera que la lógica empresarial ante el contexto COVID-19 y nueva normalidad, por un lado permitió valorar al recurso humano y sus necesidades de salud y seguridad, estableció la necesidad de controles de residuos biológicos, enfrentó a la empresas a una crisis de efectivo, obligó al uso de tecnologías, bautizó el home office como mecanismo de operación continua, y forzó a las empresas a reinventarse para adaptarse, explotar sus capacidades, descubrir oportunidades, ampliar sus conocimientos de su proceso, mercado y competencia (García Marduga et al, 2021) incurriendo en una innovación disruptiva de su modelo de negocios.

Marco Teórico

Siendo el interés del estudio el valor social y la percepción de la sostenibilidad en las empresas, se estableció como marco teórico la teoría de la firma, para contextualizar el interés, alcance y sentido de pertenencia de los conceptos añadidos a la sostenibilidad.

La teoría de la firma, tiene como punto de partida la existencia en el mercado de las empresas, en un enfoque neoclásico como un conjunto de elementos en la “caja negra”⁴ para lograr sus productos o servicios y obtener el máximo rendimiento económico combinando sus *inputs* y *outputs*. De tal manera la firma es el elemento central que introduce innovaciones, impulsa tecnología, genera ventajas competitivas dinámicas, como un agente que interviene con la sociedad (Favaro Villegas, 2013) y sostiene la identidad de la empresa.

La teoría de la firma como teoría económica establece a la empresa como un agente económico innovador cuyo criterio es la utilidad de un comportamiento práctico, con información de sus posibilidades futuras en mercados perfectos y la maximización de beneficios (Favaro Villegas, 2013). La firma se justifica por la delimitación e integración de costos de transacción y coordinación de sus procesos internos, estrategias, tareas, objetivos, limitaciones y toma de decisiones (Tarzijan, 2003).

Utilizando la teoría de la firma se estudió como objeto de estudio la propuesta de sostenibilidad empresarial, cuyo enfoque acepta o rechaza aspectos relativos a la firma, integrando una visión práctica de reconocimiento de actuación y compromisos de la empresa.

Metodología

El estudio se aplicó para estudiar la posición de la sostenibilidad empresarial en una muestra de empresas del estado de Sonora, utilizando una encuesta virtual semi estructura aplicada los años 2020 y 2021. La muestra fue de dos municipios de Sonora: Hermosillo y Ciudad Obregón, la elección de la muestra fue por conveniencia a partir de la base de datos del Colegio de Contadores Públicos de Sonora, aplicando 150 encuestas, de las cuales la tasa de rechazo fue de 100 empresas con 50 encuestas respondidas, por lo cual el resultado solo permitió un estudio exploratorio

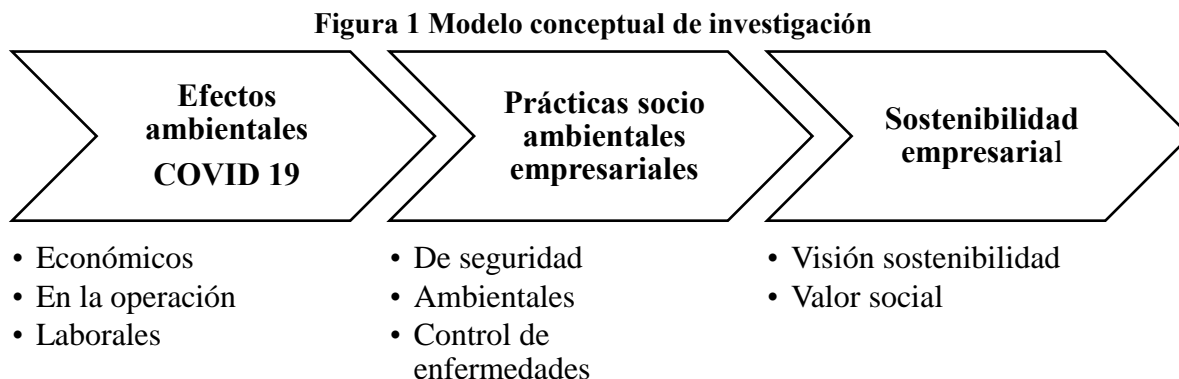
Los sujetos de estudio fueron empresarios y profesionistas independientes con servicio a empresas, la encuesta estudió: el proceso de trabajo, aspectos ambientales, sociales y efectos del

⁴ Caja negra como sistema cerrado interno de organización productiva de la empresa.

COVID-19 en las empresas, la encuesta se integró con 20 preguntas cerradas en escala de Likert de 5 opciones y 4 respuestas abiertas.

La pregunta de investigación fue ¿En la era COVID-19, cómo se perciben las sostenibilidad y el valor social empresarial?, para responder a ella, se describen en este trabajo los resultados de las variables COVID-19 y aspectos socio ambientales de la encuesta.

El modelo conceptual de la investigación utilizado se presenta en la figura 1.



Fuente: Elaboración propia.

La conducción de la investigación como se representa en la figura, fue causal, en donde la variable independiente COVID-19 con sus efectos empresariales, condiciona las prácticas socio ambientales empresariales, con un efecto causal de distintas tipologías de sostenibilidad empresarial.

El fenómeno de estudio, la sostenibilidad empresarial se estudió con dos dimensiones básicas: la visión sostenible y el valor social empresarial los cuales son la suma de las percepciones comunitarias de la participación de la empresa como actor social.

Resultados

La integración de la muestra de estudio de 50 empresas, se aplicó a empresarios directos y profesionistas con servicios empresariales en donde el 50% otorgan servicios contables y fiscales a las empresas. La muestra fue de los municipios de Hermosillo y Ciudad Obregón en el estado de Sonora, México.

La segmentación de la muestra de estudio, se detalla en la tabla 1:

Tabla 1 Integración muestra de estudio

Sector	Proporción en la muestra	Actividad	%
Empresarios	33%	Giro comercial	6%
		Giro servicios inmobiliarios	6%
		Giro industrial	11%
		Giro servicios de comunicación	11%
Profesionistas independientes son servicio a empresas	67%	Servicios contables y fiscales	50%
		Auditoría financiera	11%
		Consultoría	6%
Fuente: Elaboración propia.			

En los resultados obtenidos del estudio de los efectos empresariales del COVID-19, se encontraron tres tipos: efectos económicos, de operación y laborales.

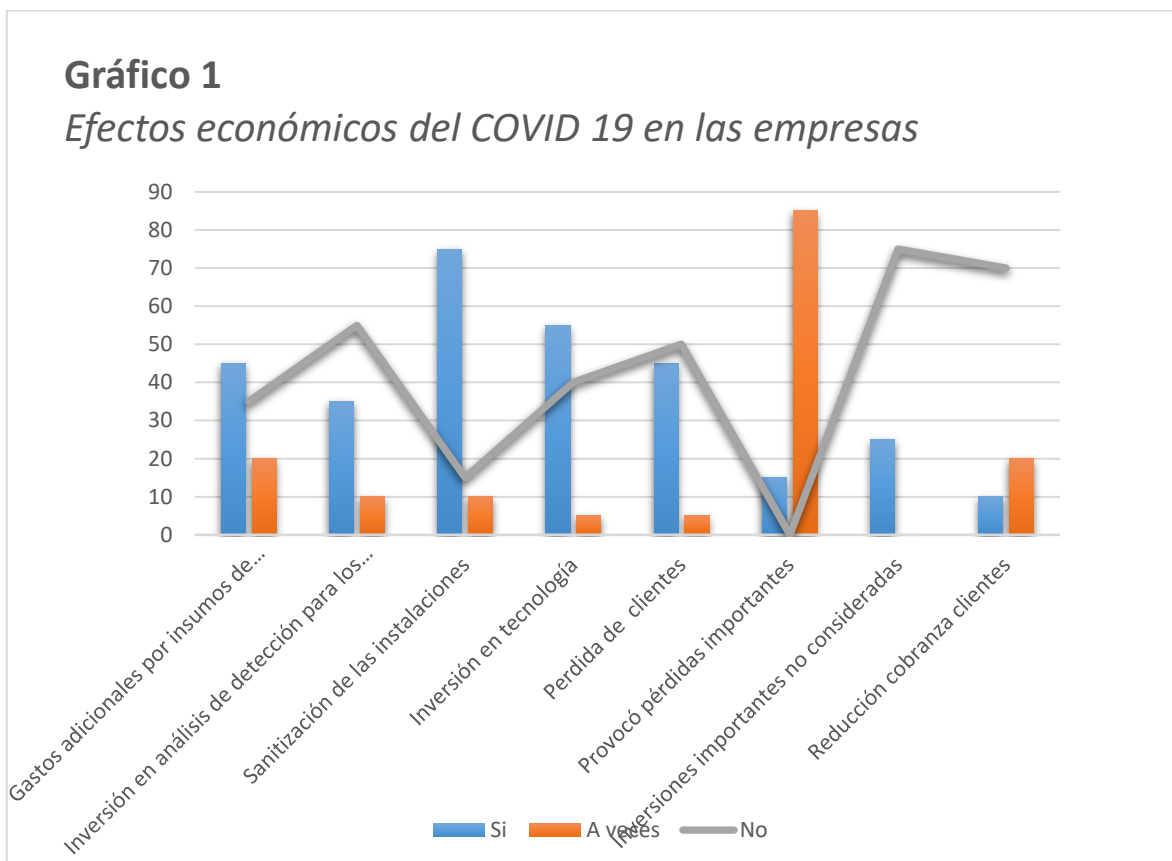
Los efectos económicos encontrados del COVID-19 en las empresas, se presentan en la tabla 2.

Tabla 2 Efectos económico empresariales del COVID- 19 en empresas sonorenses (2020-2021)			
	Presencia	%	Total
Gastos sanitarios extraordinarios			
Gastos por insumos de protección sanitaria	Constante	45%	65 %
	Ocasional	20%	
Gastos de análisis de detección del COVID-19 en empleados	Constante	35%	45%
	Ocasional	10%	
Gasto por sanitización de instalaciones	Constante	75%	85%
	Ocasional	10%	
Inversiones extraordinarias			
Inversión en tecnología	Constante	55%	60%
	Ocasional	5%	
Inversiones en equipos no consideradas	Constante	25%	25%
Pérdidas extraordinarias			
Pérdida de clientes	Constante	45%	50%
	Ocasional	5%	
Pérdidas importantes en liquidez	Constante	15%	100%
	Ocasional	85%	
Reducción cobranza clientes	Constante	10%	30%
	Ocasional	20%	
Fuente: Elaboración propia, análisis de resultados.			

Como se observa en la tabla, los efectos económicos COVID-19 en las empresas estudiadas fueron de tres tipos: Gastos extraordinarios, Inversiones extraordinarias y Pérdidas extraordinarias.

Los de mayor impacto fueron los gastos sanitarios con 195% de presencia, le siguen las pérdidas con 180% y las inversiones extraordinarias por 85%, estos valores salen del plan del negocio y han provocado desembolsos no considerados y no recuperables.

A fin de visualizar los efectos económicos COVID-19 en las empresas y su densidad, se presenta el gráfico 1.



Fuente: Elaboración propia, análisis de información.

Como lo representa el gráfico, los efectos económicos describen un contraste de efectos constantes (si) y ocasionales (a veces), con ocho orígenes en las empresas por el COVID-19, reflejándose en el flujo de efectivo por los conceptos representados en el gráfico y detallados en la tabla 1.

Los dos valores económicos críticos extraordinarios son: las pérdidas ocasionales de liquidez con el 85% y la inversión en sanitización constante de instalaciones 75%, acompañados con una baja reducción de cobranza de la cartera de clientes 10%, y la caída o pérdida de clientes en un 45%.

Por otro lado el proceso operativo en la muestra, no considera una reingeniería, adaptación o innovación, remitiéndose solamente a ampliar el sistema de mercadeo al uso de tecnologías en un 60%, conforme la tabla 2.

Se observó que los efectos en la continuidad de operación en y durante el COVID-19 no fueron radicales, ya que la continuidad de actividades se detuvo parcialmente, como se comprobó en los resultados de la tabla 3 y el gráfico 2.

En el caso de los efectos en la operación de las empresas, estos se dirigieron a cinco acciones como se detalla en la tabla 3.

Tabla 3			
Efectos del COVID-19 en la operación de las empresas sonorenses (2020-2021)			
Acción	Presencia	%	Total
Cambio en la operación general de la empresa	Constante	85%	95%
	Ocasional	10%	
Cambio en los sistemas de producción y distribución	Constante	35%	85%
	Ocasional	50%	
Cierre de instalaciones	Constante	35%	85%
	Ocasional	50%	
Manejo de desechos biológico infecciosos (sanitarios)	Constante	40%	100%
	Ocasional	60%	
Deterioro de instalaciones por falta de mantenimiento	Constante	100%	100%

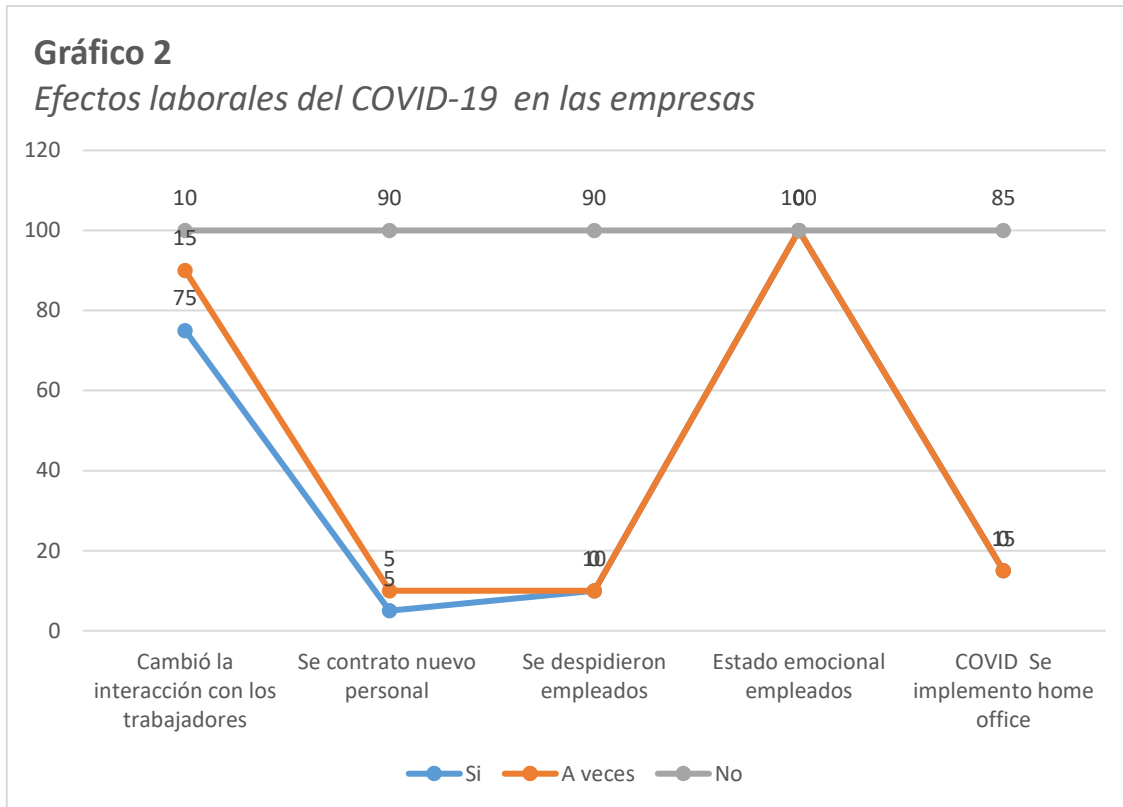
Fuente: Elaboración propia, análisis de resultados

Los cambios en la operación de las empresas, como lo indica la tabla denotan una respuesta reactiva de las empresas, con un daño por deterioro de mantenimiento a instalaciones en un 100% y la aparición de una nueva variable: la gestión de residuos sanitarios en el 100% de las empresas.

El cierre de instalaciones se presentó en un 85% de las empresas, de las cuales reabrieron el 50%. Y sólo utilizó home office el 15% de la muestra.

En resumen, los cambios en la operación fueron principalmente por el control sanitario, y la adaptación a ellos en los sistemas de producción y distribución. La respuesta reactiva a las necesidades de cambio se dio de forma improvisada y emergente en el modelo de negocios.

Los efectos laborales percibidos en el estudio se representan en el gráfico 2.



Fuente: Elaboración propia, análisis de resultados.

Como se observa en el gráfico 2, los efectos principales en la planta laboral como resultado del COVID-19 son el efecto en el estado emocional de los empleados en un 100%, quienes vivían en estado de alerta constante en el trabajo y con la familia; y el cambio en la interacción con los trabajadores por la implementación de tecnología de comunicación e informática en un 75%.

Se implementó el home office en un 15%, lo cual implica que 85% de las empresas del estudio continuaron con su operación regular, si lo extrapolamos con las características de la muestra, se detecta que los servicios profesionales empresariales no se detuvieron, ni utilizaron home office.

En el caso del despido laboral fue de un 10%, que sumado entre siempre y algunas veces da un 20% de despido de la planta laboral, con un 5% de nueva contratación permanente y 5% de contratación eventual. Haciendo notar que todas las empresas de la muestra, continúan laborando con su modelo original de negocios.

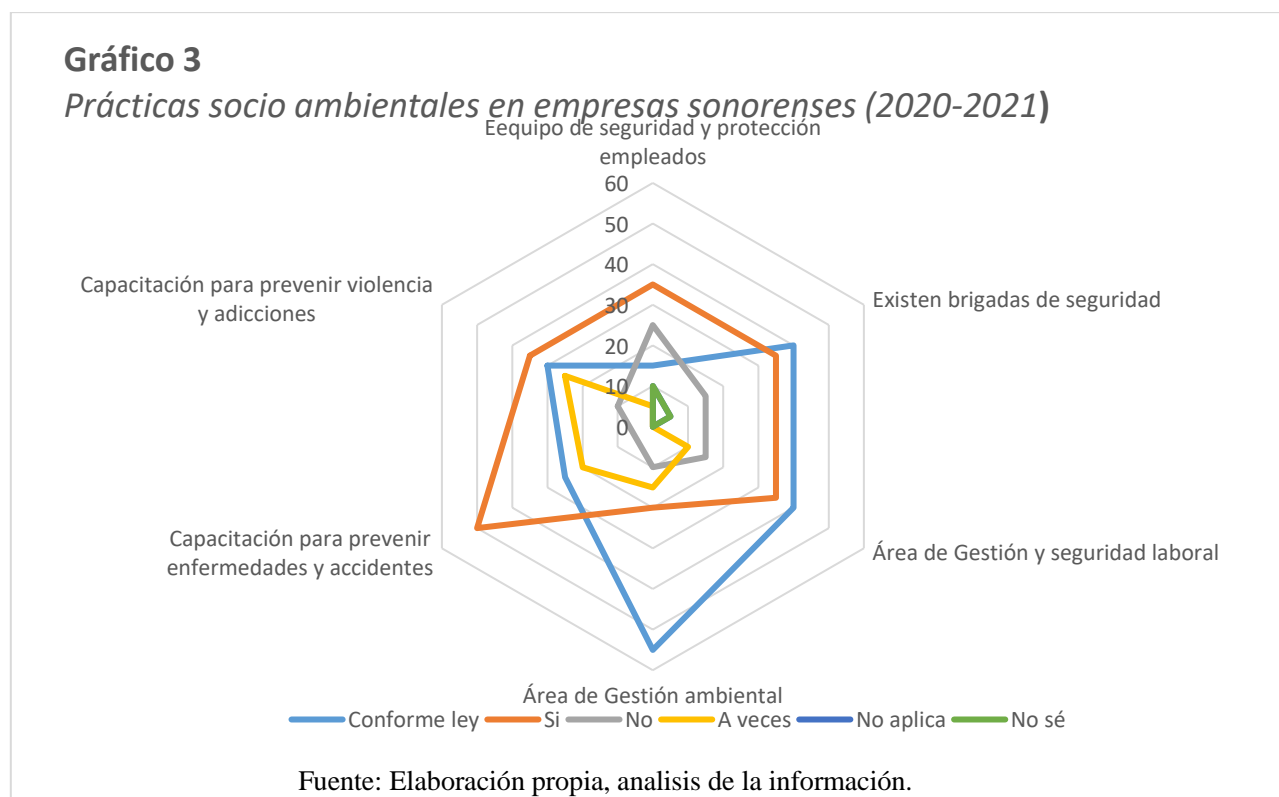
En relación a las prácticas socio ambientales de las empresas, se encontraron seis tipos, detallados en la tabla 4.

	Equipo de seguridad y protección empleados	Existen brigadas de seguridad	Área de Gestión y seguridad laboral	Área de Gestión ambiental	Capacitación para prevenir enfermedades y accidentes	Capacitación para prevenir violencia y adicciones
Conforme ley	15%	40	40	55	25	30
Si	35%	35	35	20	50	35
No	25%	15	15	10	5	10
A veces	5%	0	10	15	20	25
No aplica	20%	10	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia, análisis de resultados.

Como se presenta en la tabla, las prácticas socio ambientales en las empresas estudiadas mantuvieron su estilo de seguridad, ambiental y prevención de accidentes de antes de la pandemia, delegando a las áreas de seguridad e higiene cualquier acción de protección laboral o ambiental.

El enfoque estándar de atención de las prácticas socio ambientales por las empresas es cumplir con base a la obligatoriedad legal (De la Rosa-Leal, 2009), situación confirmada en el estudio como se describe y representa en la tabla 4 y el gráfico 3.



En el gráfico radial 3 se distinguen como prácticas laborales y ambientales de las empresas estudiadas la existencia en la estructura de la empresa del Área de Gestión Ambiental para cumplir las disposiciones ambientales y laborales conforme ley 55%, y la capacitación para prevención de enfermedades y accidentes 25%, equipos de seguridad el 15%, existencia de brigadas de seguridad 40% y capacitación de prevención de violencia y adicciones en un 30%, todas ellas como parte de disposiciones legales ambientales y laborales, lo cual permite distinguir que varias empresas tienen una gestión socio ambiental incompleta con un enfoque legal.

Se observó la aparición de respuestas de no aplica 15%, y no sé 15% , lo cual denota la falta de familiaridad con conceptos de protección y seguridad socio ambiental, y por lo tanto inexistencia de tales prácticas en un 30% de la muestra, no obstante que son necesarias en mayor o menor grado en todas las actividades empresariales.

Se puede resumir que la pandemia COVID-19 en las empresas, se ha atendido de manera emergente, extraordinaria y temporal sin crear nuevas conductas de aprendizaje y apertura hacia la sostenibilidad y los elementos que la componen.

En esta experiencia de la pandemia, la mayor preocupación empresarial hacia sido la recuperación del flujo de efectivo y el desarrollo de estrategias tecnológicas de mercadeo, cuyas iniciativas se suman al modelo de negocio en una innovación disruptiva de las ventas que en ocasiones llega a rebasar lo esperado por el consumidor (Schewenkow, 2015), estableciendo y fortaleciendo la dependencia directa con el sistema financiero y el servicio de entrega.

La innovación disruptiva encontrada no modifica la cadena de valor, mejora la movilidad en tiempo y forma, sin incursionar en nuevos productos o servicios, añadiendo en ocasiones en razón del mercadeo COVID imágenes mercadológicas de solidaridad, llevando a la empresa a una digitalización en su funcionamiento.

En razón del COVID-19, la reputación y gestión del conocimiento de las conductas empresariales se ha afectado, colocando en la mesa el valor de los intangibles corporativos, su efecto en la imagen de las empresas y su verdadero valor social, ya que la situación económica y laboral presentadas no ha propiciado el desarrollo de acciones de fortalecimiento de conductas sostenibles y sociales, persistiendo la credibilidad por el mantenimiento de empleos y los ciclos de producción y servicios.

Por otro lado, las políticas públicas paralelas a las de salud, que han afectado a las empresas durante este período COVID-19 han sido las políticas fiscales que concedieron un aplazamiento del pago de impuestos, sin ninguna disminución, replantearon nuevos régimen fiscales, fortalecieron nuevas disposiciones y establecieron procedimientos de lavado de dinero, complicando aún más la operación de las empresas.

Conclusiones

La ruta para lograr un valor social empresarial es la comprensión y apropiación de la sostenibilidad de las empresas en situaciones extraordinarias como el COVID-19, con o sin ellas, como un conjunto de capacidades empresariales resilientes claramente identificadas con el sentido económico, social y ambiental.

La pandemia COVID-19 puso a prueba a todos en distintos sentidos: éticos, culturales, de salud, conocimientos y económicos, reprobando a varios, alertando y abriendo espacios de aprendizaje.

Durante esta emergencia sanitaria, se reafirmó la importancia de los actores económicos y políticos y su capacidad de respuesta, resaltando el valor del capital humano como un capital activo intelectual imprescindible.

Paralelamente a la pandemia se impulsó la adopción de la sostenibilidad empresarial y la Agenda 2030 de la ONU, enmarcados en las políticas públicas y las conductas empresariales.

Las empresas se han visto sometidas a escenarios extraordinarios, que les ha obligado a adaptar sus modelos de negocios de forma abrupta, y fortalecer en el camino su formación sostenible y su papel como actor social.

El estilo común de operación de los modelos de negocios se rige por varias teorías, en particular se aplicó la teoría de la firma, comprobando que la conducta detectada en las empresas estudiadas se limita solamente a los elementos de propiedad directa que forman parte de ella, entre ellos la fuerza laboral a pesar de ser necesaria, no es integrada como propiedad en el modelo de la firma.

Se encontró que el sentido de interpretación del valor social desde la firma, se ubica a partir de la oferta de empleo y mantenimiento del capital. De tal forma que el valor social se define a sí mismo como valor económico de la firma, en donde, la sostenibilidad se considera si y solo sí aporta un beneficio a la misma.

La pandemia COVID-19 y sus efectos colaterales, permitieron medir el grado de desarrollo del pensamiento empresarial de la sostenibilidad en la muestra de estudio, delimitando una serie de causas y efectos económicos surgidas, que no necesariamente enmarcan prácticas socio ambientales proactivas o creativas, tomando en cuenta que estas prácticas dan forma a una interpretación y tipología de Sostenibilidad Empresarial.

Teóricamente la Sostenibilidad Empresarial puede ser naciente, en formación, o consolidada a partir de la atención de los ODS en la operación de la empresa y/o el establecimiento de un marco de Responsabilidad Social Empresarial.

A partir de los resultados encontrados en el estudio, se puede concluir, que los efectos COVID-19 no modificaron el pensamiento empresarial, la situación se calificó como extraordinaria y emergente, innovando solamente de manera disruptiva el sistema de ventas en las empresas, sin otra evolución o innovación paralela.

De tal forma que la sostenibilidad empresarial no es aprendida por las empresas y se ve solamente como una obligación legal a cumplir, en donde las medidas ambientales y laborales solo deben cumplirse en los mínimos establecidos por Ley.

Así, la visión empresarial encontrada es reduccionista y totalmente apegada a la firma dirigida al logro de beneficios económicos, en donde la percepción del éxito competitivo y su valor social es el “valor financiero”.

Referencias

- Cámara de Diputados . (2021). *Ley General de Economía Circular* . Cámara de Senado. Estados Unidos Mexicanos .
- CEPAL. (2020). *Sectores y empresas frente al COVID-19: emergencia y reactivación*. CEPAL.
- Cerdá, E., y Khalilova, A. (2016). Economía Circular. *Economía Industrial*, 401, 11-20.
- Corral Verdugo, V. (2010). *Psicología de la sustentabilidad* . Trillas.
- De la Rosa Leal , M. E. (2021). *Responsabilidad Social, Ética Corporativa, Gestión ambiental de riesgos, en la sostenibilidad empresarial integrada* (Primera edición ed.). Jorale Editores.

- De la Rosa Leal , M. E., y Hernández García, P. (2018). Capítulo 5. La sustentabilidad desde la perspectiva de la industria extractiva. En L. D. Álvarez Castañón, y M. E. De la Rosa Leal , *Veredas del Desarrollo Regional Sostenible* (págs. 117-139). Plaza y Valés.
- De la Rosa-Leal, M. E. (2009). *Modelo de costos medioambientales contables. Caso industria maquiladora*. Plaza y Valdés.
- Díaz Cáceres, N., y Castaño, C. A. (2013). El valor compartido como nueva estrategia de desarrollo empresarial. *International Journal of Good Conscience*, 8(2), 82-100.
- Favaro Villegas, D. (junio de 2013). Enfoques de la teoría de la firma y su vinculación con el cambio tecnológico y la innovación. *Revista Cultura Económica*(85), 51-70.
- García Marduga , M. Á., Grilló Méndez, A. J., y Morte Nadal, T. (abril-septiembre de 2021). La adaptación de las empresas a la realidad COVID: una revisión sistemática. *Retos*, 11(21), 55-70.
- Larrinaga , C., y García Torea , N. (2022). An ecological critique of accounting: The circular economy and COVID 19. *Critical Perspectives on Accounting*, 82, 1-10. doi:<https://doi.org/10.1016/j.cpa.2021.102320>
- Organización de las Naciones Unidas. (17 de Junio de 2020). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Obtenido de Objetivos: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/>
- Ostelwalder, A., y Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelos de negocio* . Deusto.
- Sachs, J., Schmidt Traub, G., Kroll, C., Lafortune, G., Fuller, G., y Woelm, F. (2020). *The Sustainable Development Goals and COVID-19*. Cambridge Univeristy Press.
- Schewenkow, D. (2015). La Innovación disruptiva cambia al mundo. *Innovation*, 84-85. Obtenido de https://centrumthink.pucp.edu.pe/Docs/files/strategia_38_dirk_schewenkow.pdf
- Sevilla Arias , A. (5 de octubre de 2015). *Adam Smith* . Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/adam-smith.html>
- Tarzijan, J. (2003). Revisando la Teoría de la Firma. *ABANTE*, 6(2), 149-177.