

## **Desarrollo de valores ecológicos y ambientales en dirigentes y empleados de la MIPYME y de la Empresa Familiar, alineados con su desarrollo sustentable y su responsabilidad social**

F. Javier Mendoza Ortega  
Universidad de Guanajuato

### **Resumen**

Este trabajo pretende contribuir a superar la problemática que se tiene a nivel nacional, por desconocimiento del qué y por qué no se cuenta con una cultura empresarial de los directivos de las MIPYMES para proceder a implementar programas y medidas que se apeguen a una estrategia que motive el establecimiento y la práctica de los valores ecológicos y ambientales que permitan crear y consolidar una conciencia empresarial apoyada en la Ética Ambiental de forma disponible y asequible para la MIPYME, facilitando su incorporación al desarrollo sustentable y su responsabilidad social.

### **Palabras clave:**

*Valor, empresa, responsabilidad y sustentabilidad.*

**Código JEL:** R11

### **1. Introducción**

La mayor parte del tiempo, el hombre sobre el planeta ha tenido que confrontarse con los problemas ambientales, ha buscado la reducción en la tasa de consumo y una distribución más equitativa del capital para elevar el nivel de cultura y el progreso socio-moral. Los estudios en economía pueden determinar las curvas de oferta y demanda, cantidad y precio y el equilibrio del mercado; el intercambio de precios entre los productores y consumidores trae como consecuencia un nivel óptimo de equilibrio entre la producción y el consumo. Se aprecia que el aumento de los precios estimula el descubrimiento de las nuevas tecnologías y la materia prima y produce eficiencia tanto en la producción como en el consumo, cualquier desviación de este equilibrio resultaría en la repartición menos óptima de los recursos y por ende menor nivel de satisfacción del hombre. De este estado de bienestar de la sociedad basado en la eficiencia del mercado emergió el superávit del productor y la del consumidor. El efecto de la contaminación, y el desequilibrio ambiental, concientizó de manera impactante al mundo entero, sobre problemas ambientales graves debido al uso irracional de plaguicidas, combustibles fósiles, desperdicio y mal uso de los recursos naturales, y de este modo hizo un llamado por el mejoramiento de la calidad ambiental. El problema

se centra en el arraigo entre los miembros de una sociedad en malas prácticas o costumbres en su comportamiento habitual, a lo que llamaremos “Hábitos a renovar”, o sea cambiar un hábito malo por uno bueno y constructivo que reafirme nuestra conciencia medio ambientalista hacia el ecosistema.

La noción del valor en término de la dimensión humana está dada. Se presenta en diferentes tipos de valores como: teórico, económico, estético, ético, social, político, religiosos, cultural e ecológico. Se enfatiza la importancia de los valores ecológicos dentro del marco de los distintos niveles organizacionales que se usa para el estudio de la ciencia de la ecología. Se debe tener presente la relevancia intrínseca y la relación entre los valores ecológicos, sociales económicos, culturales y políticos para definir el papel del proceso educativo en la relación con los valores ecológicos y del medio ambiente.

## **2. Marco Teórico**

Para poder comenzar con nuestra propuesta nos plantearemos algunas preguntas que nos permitan despertar nuestra curiosidad al abordar el tema.

- ¿Qué es un valor y cómo se clasifican?,
- ¿Cuáles son los valores y principios sobre los cuales se logra sustentabilidad en el aspecto ecológico y ambiental?,
- ¿Qué factores intervienen para evitar la práctica de esos valores?,
- ¿De qué manera y bajo qué circunstancias se pueden desarrollar los valores?,

### **2.1. Valor**

Desde épocas remotas con los filósofos griegos Sócrates, Aristóteles y Platón se tuvo la noción “Valor” y el establecimiento de “Ética”, las bases o reglas, y “Moral”, el comportamiento de la persona.

Fue con Max Scheler (22 de agosto de 1874, Múnich – 19 de mayo de 1928, Fráncfort del Meno) un filósofo alemán, de gran importancia en el desarrollo de la fenomenología, la ética y la antropología filosófica, además de ser un clásico dentro de la filosofía de la religión, que se tuvo un estudio más profundo sobre la diversidad de los valores.

Los valores, según Max Scheler, se presentan objetivamente, esto es a priori; el conocimiento a priori es aquel que, en algún sentido importante, es independiente de la experiencia, esto es: conocimiento de lo universal y necesario, como estructurado según dos rasgos fundamentales y exclusivos:

1. La polaridad, todo los valores se organizan como siendo positivos o negativos. A diferencia de las cosas que sólo son positivas.
2. La jerarquía, cada valor hace presente en su percepción que es igual, inferior o superior a otros valores. Esta jerarquía da lugar a una escala de valores que Scheler ordena de menor a mayor en cuatro grupos:
  1. Los valores del agrado: dulce - amargo
  2. Las valores vitales: sano – enfermo, puro - contaminado

3. Los valores espirituales, estos se dividen en:
  1. Estéticos: bello - feo
  2. Jurídicos: justo - injusto
  3. Intelectuales: verdadero - falso
4. Los valores religiosos: santo - profano

Los valores morales no son una categoría de valores porque no poseen portadores, son valores puros. Su realización es más bien indirecta. Se verifica en la realización de los otros valores según su polaridad y jerarquía objetiva.

Más allá de una clasificación epistemológica de los valores universales nos interesa ver la manera en que estos se materializan en el aspecto ecológico y medio ambiental.

Los límites de los recursos naturales sugieren reglas básicas, para asegurar la sustentabilidad ambiental y es así como lo sustentable debe buscar el equilibrio entre lo económico, lo ecológico y lo social llamado el "Triángulo mágico de la sustentabilidad" es en este contexto que surge la necesidad de reforzar los valores que incentiven nuevas conductas y actitudes de los habitantes de este planeta.

Podemos decir que los valores son creencias, criterios y convicciones que sirven para comprendernos a nosotros mismos y dar un sentido de interdependencia con los demás. Los valores son principios que le ayudan a toda la persona comprender el mundo y sobre todo a descubrir su propia identidad. Los valores son modelos a seguir, parámetro de comportamiento, son ideales (no sólo un juego de reglas) a alcanzar para conseguir una armonía interior y exterior (social).

Uno de los ángulos o perspectivas más importantes sobre los valores incide en la necesidad de comprensión, conocimiento personal o sentido de identidad. La importancia de esta radica en la necesidad de conocernos a nosotros mismos. "Conócete a ti mismo" fue el axioma fundamental de Sócrates, fundador de la ética filosófica.

Existen varios tipos de valores que marcan tendencias preferenciales (Badii et al., 2000):

- 1. Valor teórico.** Busca la verdad. Es por naturaleza una persona intelectual. Su pasión es conocer, saber el porqué, investigar. Les agrada la lógica la precisión, las ciencias exactas.
- 2. Valor económico.** Busca la utilidad, no sólo económica, sino práctica. Es la persona que dice: Si el descubrimiento científico no va a ser útil, para qué se gasta dinero, y tiempo en investigar.
- 3. Valor estético.** Busca la belleza. La armonía y la sensibilidad son sus rasgos básicos. Puede ser de dos tipos: el realizador de la obra de arte (el artista) y el espectador, que no es capaz de realizar pero si contempla la belleza.
- 4. Valor ético.** Busca la optimización del conducto como la ética universal que se aplica a todos los seres vivos.

**5. Valor social.** Busca el bien y toda la constelación de valores que van con este valor central, tales como la justicia, equidad, respecto a la dignidad humana, servicio, la solidaridad, la caridad, etcétera.

**6. Valor político.** Busca el poder. El motivo fundamental de su vida es influir sobre los demás, y posee un afán de dominio. Saber es poder. La verdad se debe subordinar la política.

**7. Valor religioso.** Busca la trascendencia. Para el hombre religioso, Dios es el centro de su vida, por Tanto, actúa y vive en Dios. Si la persona no es religiosa, de todas formas buscará trascender a través de sus obras.

**8. Valor cultural.** La cultura se trata de una parte central que enfoca los valores que uno aprende hasta la edad de alrededor de 10 años, es decir, prácticamente, los criterios centrales aprendidas en la casa por la familia. Aparte de la sección central, también existe la sección superficial que se radica en conocer las costumbres, símbolos y héroes los cuáles se aprenden en la escuela de vida. Ahora bien, los de índole central no son fácil de modificar contrario de los de tipo superficial que uno los puede moldear y modificar a través de los intentos.

**9. Valor ecológico.** La ecología es el estudio de la distribución y abundancia de los organismos con el objetivo de comprender la aptitud ecológica de los mismos. Con aptitud ecológica, se quiere decir la probabilidad de sobrevivir y reproducir, en otras palabras la capacidad de existir y adaptarse a las condiciones ambientales.

Ahora bien, la ecología, se estudia en diferentes niveles organizacionales que permiten un estudio estructurado y racional de la ecología. Estos niveles son los siguientes.

- a. Nivel molecular
- b. Nivel celular.
- c. Nivel de órgano.
- d. Nivel individual o sinecología.
- e. Nivel poblacional.
- f. Nivel de comunidad.
- g. Nivel de ecosistema.
- h. Nivel de bioma.
- i. Nivel de biosfera.

De todos estos niveles, lo más relevante es el nivel de ecosistema, ya que un ecosistema constituye un conjunto del ambiente físico y los organismos vivos en donde existe el intercambio de energía y la materia. Cabe recalcar que de los nueve niveles organizacionales, el único nivel funcional lo constituye el ecosistema. En otras palabras, el ser depende del ecosistema para existir, ya que este sistema ecológico provee el aire para respirar, el agua para beber, el alimento para comer y las materias para la vivienda.

**El trinomio de los valores ecológicos-sociales-culturales.** La jerarquía más alta corresponde a los valores ecológicos por el hecho de que para ser se necesita con que ser; sin aire para respirar, agua para beber y alimento para comer, no hay manera de ser. La jerarquía intermedia corresponde a los valores sociales porque de ellos depende el ser o funcionalidad y competitividad del grupo, para el humano, sin grupo no hay individuo. Finalmente, con la menor jerarquía quedan los valores culturales, estos cambian de grupo a grupo, e inclusive dentro de uno de ellos, varían de época en época y de región a región; para que esto último sirva de ejemplo la posición de la mujer en diferentes épocas y culturas, la cual ha variado de ser simple propiedad del hombre hasta igualdad total con él en todos los aspectos de la vida cultural y social de una comunidad.

Los valores ecológicos más importantes pudieran ser:

- Reconocerse cada individuo y toda la sociedad como producto y parte del ecosistema.
- Mantener la población humana dentro de límites normales según la capacidad de carga de cada ecosistema.
- Mantener el uso de materia y energía dentro de los recursos cíclicos del ecosistema y dentro de su capacidad homeostática.
- Mantener la calidad fenotípica y genotípica de la población humana dentro de los límites etológicos y culturales de la comunidad.

Estos cuatro valores deben ser trabajados desde un punto de vista filosófico, pero no desvirtuados, ni alterados, para adaptarlos a las características sociales y culturales de la comunidad.

El mejor conjunto de valores sociales podría ser el decálogo cristiano, el cual, en realidad es general a toda la especie humana y seis de sus mandatos los compartimos con múltiples especies de los animales superiores. Estos diez mandatos se orientan a promover la formación del grupo y su funcionalidad interna; los valores para normar las relaciones no están en este decálogo, esos se han ido formando en los últimos 200 años como parte de las constituciones de los países “modernos”, ya sean monarquías constitucionales, o repúblicas federales o centrales, también se ha desarrollado el derecho internacional que pretende normar las relaciones entre los países. Finalmente, para que el decálogo cristiano nos sea de aplicación generalizada y eficiente y no verlo como un mandato religioso cuestionable, debe ser reconsiderado desde los puntos de vista etológico, filosófico y cultural de la sociedad contemporánea.

Para los valores culturales, dada su fluidez y dinamismo, se impone una continua consideración de su funcionalidad y ventaja adaptativa dentro del marco ecológico, etológico, social, técnico y económico de la comunidad. El derecho a la libertad, a la justicia, al respeto de la persona, a la intimidad, a la propiedad, entre otras, han variado en el continuo tiempo-espacio, de en época y de cultura en cultura, su existencia dependerá de la habilidad del hombre para actualizarlos y darles ventaja adaptativa.

Las normas de conducta se transmiten de padres a hijos, de generación en generación, por medio de la herencia biológica y la herencia cultural; por medio de los gametos que

llevan los genes; y por medio del ejemplo. En especies con cerebro rudimentario la herencia es casi totalmente biológica. Conforme aumenta el tamaño y complejidad del cerebro, la herencia cultural aumenta en importancia, sin embargo la herencia biológica controla los aspectos particulares del cerebro en cuanto a tamaño y complejidad; es decir, el límite último de la educación es biológico.

En el momento presente, hay una crisis local, nacional y mundial por falta de normas de conducta para ajustar la sociedad urbano-industrial que usa tecnología científica, a los factores limitantes del ecosistema. La sociedad humana, con su tecnología científica, ha roto los sistemas de equilibrio que le permitan vivir en el mundo, faltan normas de conducta, es decir, valores que restablezcan ese equilibrio. En el entendido de que no se puede vivir fuera de un ecosistema, y de que con la tecnología actual el hombre puede destruir cualquier ecosistema o grupo de ecosistemas. Como parte de la crisis hay un conflicto entre las normas de conducta de la sociedad pre-científica, que persisten en amplios sectores de la sociedad contemporánea, y los intentos por desarrollar nuevas normas de conducta con base científica.

La solución natural a este conflicto (la supervivencia del más apto), será un proceso largo, doloroso, de alto costo, y peligroso. Es mejor recurrir a lo más valioso que tenemos: nuestro ser consciente, los conocimientos científicos y la tecnología científica; con esto se pueden establecer normas de conducta (valores) que restablezcan el equilibrio requerido.

Los Valores Básicos (no ecológicos) del Empresario de las MIPYMES.

Objetivo: Hacer el bien y lograr el bienestar COMÚN.

Hemos indicado que los valores son aquellos juicios éticos sobre situaciones imaginarias o reales a los cuales nos sentimos más inclinados por su grado de utilidad personal y social.

Los valores de la empresa son los pilares más importantes de cualquier organización. Con ellos en realidad se define a sí misma, porque los valores de una organización son los valores de sus miembros, y especialmente los de sus dirigentes.

Los empresarios deben desarrollar virtudes como la templanza, la prudencia, la justicia y la fortaleza para ser transmisores de un verdadero liderazgo.

Antes de mencionar qué valores debe adoptar el empresario para contribuir favorablemente al medio ambiente, consideremos los valores universales propios de la persona emprendedora.

- **Integridad:** Es decir una totalidad, plenitud y rectitud en el pensar, decir y hacer.
- **Fidelidad:** Es decir una lealtad, exactitud, veracidad en los hechos.
- **Valentía:** Es decir un esfuerzo, vigor y decisión con liderazgo.
- **Solidaridad:** Es decir una adhesión circunstancial a la causa o a la empresa y a otras personas.
- **Participación:** Es decir la intervención en todos los asuntos del negocio.

- **Responsabilidad:** Cumplimiento de las obligaciones o cuidado al hacer o decidir algo.
- **Justicia:** Es decir la virtud que inclina a dar a cada uno lo que le pertenece o lo que le corresponde como derecho, razón o equidad., especialmente cuando hay competencia y disputa:

Valores Ecológicos y Ambientales y de la sustentabilidad ellos son principalmente: Durabilidad, Eficiencia, Renovabilidad, Separabilidad, Reciclaje y Reutilización, Inocuidad y Suficiencia.

La abundancia transitoria de recursos naturales, trae consigo una perspectiva social poco consciente del valor que esos recursos naturales no renovables tienen para el presente y para el futuro de nuestro país. México cuenta con recursos energéticos renovables y una gran capacidad científica, tecnológica, industrial, manufacturera, etc. Por lo tanto la posibilidad de un mayor desarrollo sostenible para México representa una gran oportunidad para reducir la dependencia del petróleo y lograr una diversificación energética que atenúe el impacto ambiental.

**Durabilidad:** No podemos considerar como sostenibles las cosas de poca calidad, que no duran. La materia prima utilizada en cualquier producto, así como el tipo de energía utilizada para su fabricación, además del trabajo invertido deben contribuir a un uso prolongado de vida en las mejores condiciones.

**Eficiencia:** Cantidad de energía consumida y los productos finales. Siendo la eficiencia la capacidad de alguien o de algo, para lograr un efecto determinado con el mejor rendimiento.

**Renovabilidad:** Es de suma importancia priorizar el uso de recursos y energías renovables y de fuentes inagotables. El Sol, el viento y la precipitación pueden garantizar el suministro de energía renovable.

**Separabilidad:** La separación de origen, el establecer los materiales a utilizar y sus residuos para que éstos puedan ser separados fácilmente. El diluir o mezclar es convertir el producto final en irrecuperable. Es más sencillo separar los componentes si se plantea al principio del proceso.

**Reciclaje:** Debe de estar previsto desde la concepción del producto mismo. Sólo se puede reciclar el producto que ha sido concebido para ser reciclado; ya que el reciclaje debe de ser barato, y fácil para crear productos que puedan reintegrarse al ciclo de producción.

**Reutilización:** Usar y usar antes de tirar, el objetivo principal de la reutilización es agotar la vida útil de un producto previo a su reciclaje, esto impide el reciclaje de productos útiles lo cual es muy poco sustentable ya que se desaprovecha la energía.

México tiene grandes oportunidades para lograr un desarrollo sostenible donde se aprovechen las energías no renovables, se optimicen recursos y cambien las políticas públicas para que sean más adecuadas para su fomento. Esta escala de valores aquí propuesta, además de crear conciencia, le da sentido al hecho de imaginar, proyectar y construir un mundo más sustentable o sostenible.

**Ahorro:** Alargar la vida de los recursos escasos.

**Inocuidad:** Es la incapacidad para hacer daño. Si los componentes de un producto son inocuos y sin grado de toxicidad, son más sustentables que si no lo fueran; se deben de utilizar materiales limpios y saludables.

**Suficiencia:** Evitar el derroche y el consumo innecesario. Los procesos sobredimensionados o los objetos excesivos no garantizan la bondad de los recursos, sino que los agotan.

**Gratificante:** El placer reside en la sencillez, los bienes y servicios que adquirimos deben de ser gratificantes.

**Compartir:** El compartir gratifica y mejora la eficiencia.

**Equidad:** La equidad redistributiva es el principal objetivo social de la sustentabilidad.

Valores de la sustentabilidad en vías de una responsabilidad social aplicables por parte de la MIPYME y la Empresa Familiar.

Objetivo: Apoyar en vías de lograr la equidad social.

La sustentabilidad establece un "Equilibrio entre el desempeño social, medioambiental y económico."

En 1987, la ONU estableció el desarrollo sustentable como una prioridad mundial. Con esto se refiere a "Satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin hipotecar la posibilidad de que futuras generaciones satisfagan las suyas."

Finalmente, una perspectiva sistémica la define como "Supervivencia con connotaciones temporales (largo plazo), sistémica (consecuencias de las acciones) y espacial (localidad)".

Valor Sustentable recopila lo mejor de estas visiones y lo incorpora en la estrategia de su empresa.

“La sustentabilidad o sostenibilidad ante todo, es una nueva escala de valores basada en la internalización de todas las consecuencias de cada acto”.

Se trata de un cambio de actitud, de costumbres, no se trata únicamente de hacer las cosas mejor, se trata de hacer otras cosas y comportarse de otra manera, utilizando estos valores de referencia y lograr la sostenibilidad de nuestro país.

La sustentabilidad en México pelagra ya que es un país donde la riqueza natural en recursos energéticos no renovables ha provocado una alta dependencia a los combustibles fósiles; generando un gran impacto en la economía y en sus ecosistemas, cuyas consecuencias no son alentadoras a mediano o a largo plazo. Conociendo los valores de la sustentabilidad podemos combatir las malas prácticas y frenar revertir, en la medida de lo posible, el proceso de deterioro ecológico.

Los límites de los recursos naturales sugieren reglas básicas, para asegurar la sustentabilidad ambiental y es así como lo sustentable debe buscar el equilibrio entre lo económico, lo ecológico y lo social llamado el “Triángulo mágico de la sustentabilidad” es en este contexto que surge la necesidad de reforzar los valores que incentiven nuevas conductas y actitudes de los habitantes de este planeta (ver Figura 1).

Figura 1. Triángulo mágico de la sustentabilidad





## 2.2. La responsabilidad y la sustentabilidad o sostenibilidad es también una oportunidad para las mipymes

“Nadie cambia si no siente la necesidad de hacerlo”... Henry Ford.

Podemos hacernos algunas preguntas para delinear el trabajo que se tendrá que hacer para motivar a los dirigentes y empleados de las MIPYMES a aplicar los nuevos valores que les acerquen a convertirse en una RSE, entre ellas están estas:

¿Están preparadas estas empresas para hacer el cambio?

¿Podrán estas empresas continuar la actividad dentro de 5 años?

¿Con qué se enfrentarán?

¿Están haciendo algo para adelantarse a esa situación?

Las MIPYMES que quieran adaptarse a los nuevos retos del siglo XXI, deberán cambiar productos, servicios y procesos, para responder a la demanda de sus clientes:

Las MIPYMES que liciten para las Administraciones Públicas, deberán reunir requisitos de sustentabilidad y responsabilidad social.

Las MIPYMES que se hallen dentro de la cadena de valor de empresas grandes o multinacionales, deberán reunir los requisitos que éstas ya están imponiendo a sus proveedores.

Las MIPYMES que vendan producto final, deberán poder responder a la creciente demanda por parte de los clientes y consumidores, de productos y comportamientos responsables.

La filosofía de trabajo (estrategias y planes), deberán de estar basadas en :

Liderazgo

Las experiencias de las MIPYMES que ya vienen implantando políticas de RSE, vienen principalmente determinadas por los valores del empresario-propietario, quien, a su vez, debe servir de ejemplo.

#### Competitividad

Las políticas de RSE van encaminadas a garantizar la supervivencia de la empresa en el mercado. Para ser competitivos a medio plazo, las MIPYMES deberán cumplir tres elementos clave: calidad, eficiencia y sustentabilidad.

#### Compromiso de la empresa con sus trabajadores

El gran capital de una MIPYME es su capital humano. Las MIPYMES a menudo se hallan ante problemas de falta de recursos materiales y humanos. Tener una plantilla implicada, motivada, y satisfecha, será fundamental para el éxito de la empresa. Cuidar a los empleados, hacerlos partícipes y celebrar los éxitos conjuntamente, atraerá y retendrá talento, lo cual, consecuentemente, aumentará la reputación de la empresa.

#### Buenas prácticas día a día

La mayoría de MIPYMES llevan a cabo acciones de RSE, de manera casi inconsciente. El camino, suele estar iniciado, lo cual facilita la implantación de políticas y sistemas de RSE.

#### Impacto en la cuenta de resultados

Las políticas y estrategias socialmente responsables en las empresas tienen un impacto positivo en sus cuentas de resultados. La falta de comportamientos socialmente responsables puede afectar negativamente a la cuenta de resultados de la empresa, a través del impacto negativo en sus trabajadores, clientes, accionistas e incluso en su capacidad de acceder o mantenerse en la cadena de valor de entidades públicas o privadas.

#### Bajo costo

Pueden llevarse a cabo distintas políticas de RSE, con bajos costos, en línea con las realidades de las MIPYMES.

Sabemos que en nuestro país la economía está basada principalmente en la microempresa. En el censo que presentamos en la Tabla 1, se puede apreciar el desequilibrio que existe en cuanto al tamaño de las empresas las cuales en casi su totalidad están lejos de ser una RSE y menos aún toman en cuenta los

¿Cómo podemos lograr un cambio en los valores que hemos propuesto.

Tabla 1. Censos económicos 2009

Censos Económicos 2009

Estructura porcentual de las unidades económicas, personal ocupado total y producción bruta total, según la integración en empresas o en establecimientos por estratos de personal ocupado 2008

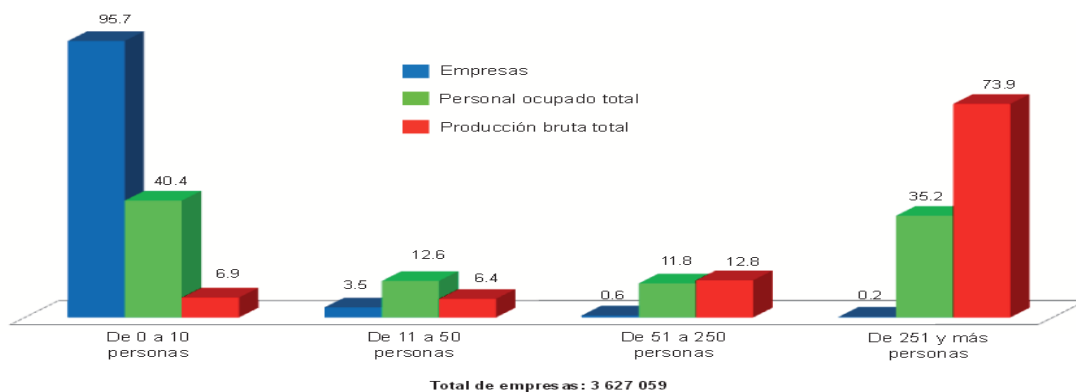
Estrato de personal ocupado	Unidades económicas		Personal ocupado total		Producción bruta total	
	Integradas por establecimiento	Integradas por empresa	Integrado por establecimiento	Integrado por empresa	Integrada por establecimiento	Integrada por empresa
Total nacional	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
0 a 10 personas	95.0	95.7	41.8	40.4	8.3	6.9
11 a 50 personas	4.0	3.5	15.3	12.6	9.0	6.4
51 a 250 personas	0.8	0.6	15.9	11.8	17.4	12.8
251 y más personas	0.2	0.2	27.0	35.2	65.3	73.9

Es de tomarse en cuenta que la participación de las PYMES en la producción es más importante que la de la microempresa con personal de hasta 10 empleados, como lo muestra la Gráfica 1.

Gráfica 1. Empresas, personal ocupado y producción bruta total, según el tamaño de la empresa

Empresas, personal ocupado total y producción bruta total, según tamaño de la empresa 2008

Porcentajes



En base al sondeo realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi), nuestro país cuenta con 5.144.056 empresas, que emplean a 27.727.406 personas. Dicho estudio se basó en los Censos Económicos 2009.

De manera detallada se muestra lo siguiente:

El 95,2% (4,8 millones) de las compañías son microempresas, el 4,3% (221.194) pequeñas empresas, el 0,3% (15.432) medianas y el 0,2% (10.288) grandes firmas

En cuanto al personal ocupado, las mujeres representan el 42,5% de la fuerza laboral y los hombres el 57,5%. Los estados que más emplean al sexo femenino son: Tlaxcala con el 47%, seguido de Oaxaca (46,9%), Morelos (46,7%) y Michoacán (46%)

Las microempresas emplean al 45,6% de todos los trabajadores, las pequeñas al 23,8%, las medianas al 9,1% y las grandes al 21,5%, esto se debe a que, a pesar de que son pocas las compañías de gran tamaño, ocupan más de 10,000 empleados.

Asimismo, los estados mexicanos con mayor número de empresas son el Estado de México (585.000), el Distrito Federal (414.000), Veracruz (364.000), Jalisco (331.000) y Puebla (309.000).

En relación al giro empresarial, las firmas que residen en nuestro país agrupan sobre todo en el sector de los servicios (47,1%), comercio (26%), manufacturas (18%) y otros (8,9%).

### **3. Metodología para lograr el cambio de valores y así se pueden cambiar los hábitos y conductas.**

#### **Condiciones para lograr un cambio de comportamiento.**

Para que se produzca un cambio de conducta, actitud o comportamiento deben darse estos requisitos:

1. Se debe querer hacer el cambio.
2. Se debe saber cómo hacer el cambio.
3. Se debe tener la oportunidad de hacer el cambio.
4. Se debe estar dispuesto a hacer el cambio.
5. Se debe tener la voluntad para hacer lo que sea preciso para que el cambio se produzca.

Los puntos 1 y 5 aluden a la motivación. ¿Cuán motivado está para hacer el cambio?, ¿Se está dispuesto a hacer lo necesario para lograr el objetivo? (punto 5). Si no se responde positivamente a ambas preguntas, entonces los retos que se plantean no existirá la motivación necesaria.

El punto 2 tiene que ver con el conocimiento. ¿Si las autoridades impusieran una multa y le exigieran hacer cambios hacia la sustentabilidad, el empresario sería capaz de hacerlo?". Si la respuesta es afirmativa, entonces el impedimento está relacionado con la motivación o disposición, pero si la respuesta es no, entonces el obstáculo tiene que ver con el conocimiento (el cómo).

El punto 3 se refiere a las circunstancias que son difíciles de controlar y que pueden controlarse más de lo que se cree. Si se quiere ser ESR y no se ha incursionado en el proceso correspondiente, esta sería una limitación de oportunidad.

El punto 4 hace referencia al sistema inconsciente de creencias y valores. Si se quiere o pretende lograr certificarse como ESR, pero el sistema de creencias arraigado en el empresario establece que es innecesario o imposible que se consiga, entonces con toda probabilidad nunca será capaz de hacerlo. Carecerá de la disposición para hacerlo. Si se tenía intención de ser ESR, pero la única manera en que se procede es esperar a que se le exija certificarse, entonces el sistema de valores establecido impedirá hacerlo y una vez más, se carecerá de la disposición para hacerlo con el nivel presente de conocimientos. Estos cinco puntos cobran importancia cuando se empieza a considerar qué es posible lograr el objetivo. Si se consideran los objetivos que pueden fijarse en la empresa, se descubrirá que si aún no se han logrado, el problema casi siempre tiene que ver con uno de estos puntos.

Para consolidar el cambio se deberá:

1. Conocer en toda su amplitud el objetivo.
2. Ser consciente del progreso que se está haciendo en lo que al objetivo se refiere.

3. Con el propósito de lograr el objetivo, variar la conducta como respuesta a la reacción que se obtenga en el paso 2.

Con respecto al paso 2 y una vez que los nuevos valores han sido asimilados, la MIPYME podrá acercarse a las instituciones y organismos que en el momento actual ya han establecido políticas y procesos para adoptar acciones en pro de la sustentabilidad.

Dos de ellas que certifican como ESR son:

**AliaRSE** que es la alianza de COPARMEX, CCE, CONCAMIN, Confederación USEM, Cemefi, Caux Round Table

Mexico e Impulsa, comprometida e interesada en promover la responsabilidad social empresarial en México.

Su Misión es:

“Promover la cultura de Responsabilidad Social Empresarial para el bien ser y el bienestar de todos los mexicanos”

En AliaRSE, se entiende a la Responsabilidad Social Empresarial como el compromiso consciente y congruente que asume el empresario y la empresa de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa tanto en lo interno, como en lo externo, considerando las expectativas de todos sus participantes en lo económico, social o humano y ambiental, demostrando el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y la construcción del bien común con justicia social.

La Alianza por la Responsabilidad Social en México (AliaRSE)

La Alianza por la Responsabilidad Social en México (AliaRSE), está integrada por el Consejo Coordinador Empresarial (CCE), la Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex), la Unión Social de Empresarios de México (Confederación USEM), IMPULSA, Caux Round Table, el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi), la Confederación de Cámaras Industriales de México (Concamin), la Cámara Nacional de la Industria de Transformación (Canacintra), el Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica, A.C. (Compite), la Cámara Mexicana de la Industria del Construcción (CMIC), la Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México (Canaco), y el Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas (IMEF).

Su visión es “Lograr que la empresa sea y se perciba como creadora de valor y generadora de bienestar que promueve el bien común, por medio del ejercicio de su Responsabilidad Social, apalancando, coordinando y facilitando la sinergia de los esfuerzos de nuestras organizaciones en beneficio del país y en particular de nuestros miembros”.

Sus lineamientos estratégicos son:

- Proponer y apoyar metodologías para la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial.
- Definir indicadores y medir avances de impacto en la empresa y la sociedad.
- Lograr el fortalecimiento institucional de cada uno de los miembros de AliaRSE en torno al tema de Responsabilidad Social Empresarial
- Definir las aportaciones de cada organización miembro en cuanto a Responsabilidad Social Empresarial.

Otra acción que se puede llevar a cabo es el marketing ecológico que surgió a raíz de los desastres naturales que se han estado registrado en el mundo, por ello, no es extraño encontrar publicidad de una gran variedad de productos que son ecológicos, estos se anuncian como biodegradables, verdes o reciclables. Las MIPYMES podrían girar hacia la producción de bienes y servicios de este tipo.

#### **4. Conclusiones**

Por medio de esta información nos podemos dar cuenta de la importancia que tienen las empresas en México y la cantidad de trabajadores que emplean, por ello, es importante que nos enfoquemos en establecer estrategias que permitan lograr el objetivo de asimilar los valores que los lleven a lograr ser una RSE que alimente la sustentabilidad en nuestro país. Así mismo se requiere el gobierno les apoye y proporcione los medios adecuados pues forman parte de la médula espinal que sustenta la economía de todo país. El mejoramiento del sector empresarial no solo reside en la obtención de mejores créditos, sino en mejorar el sistema financiero, capacitación del personal, entre otras cosas, que permitan ser a los mexicanos más competitivos.

Como se ha venido mencionando el punto central está en crear una conciencia en todos los actores de las MIPYMES que les permita ver la necesidad de cambiar los hábitos y conductas que se contraponen al logro de una operación y logro de objetivos de manera sustentable.

#### **5. Bibliografía**

- Sánchez, V. (1995). *Ética*. Fromm, Erick, "Ética y Psicoanálisis". FCE, Méx. 1994.
- Abbagnano, S. F. (2000). "Ética como amor propio" Grijalbo Mondadori, Barna.
- Barone, L.R. (2001). *Ética y civismo: valores y derechos para un nuevo modelo de convivencia*. Bogotá, Euroméxico.
- Nuño, V. F. (2004). *Filosofía, ética, moral y valores*. México. Thomson, 2004.
- Weber, M. (1980). "La ética protestante, premia ed. Méx. 80".
- Jaeger, W-Paideia, FCE. Méx.
- Badii, M.H. (1989). *Ciencia y generación de hipótesis*. Buletin de División General de Estudios de Postgrado, UANL. 3(31): 1-2.
- Badii, M.H., A.E. Flores, V. Garza & M. Villa. (2000). *Educación y cultura ambiental. Fundamentos y Perspectivas de Control Biológico*. M. H. Badii, A. E. Flores & J. L. Galán Wong (eds.). UANL. Monterrey.
- Abbagnano, N. (1963). *Diccionario de Filosofía*, FCE. México, Bs.As.
- Teresa, W. S. (1997). *Formación, representaciones, ética y valores*. México, UNAM

#### **Páginas WEB**

- <http://www.sdesostenible.com/>
- <http://www.morada.com.mx/moradapedia/los-valores-de-la-sustentabilidad.php>
- <http://www.buenastareas.com/ensayos/Administracion-Por-Valores-Ensayo/3206.html>
- <http://www.sdesostenible.com/>
- <http://www.aliarse.org.mx/>
- <http://www.cemefi.org/Aliados-Estrategicos/la-alianza-por-la-responsabilidad-social-en-mexico-aliarse.html>