

RETOS DE LA PEQUEÑA EMPRESA PARA INCORPORAR LA SUSTENTABILIDAD A SU COMPETITIVIDAD

**Área de investigación: Administración de la micro,
pequeña y mediana empresa**

XXI
CONGRESO
INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA
ADMINISTRACIÓN
E
INFORMÁTICA

Raúl Arturo Cornejo López

Facultad de Contaduría y Administración
División de Estudios de Posgrado
Universidad Nacional Autónoma de México
racornejo@hotmail.com

Eduardo Villegas Hernández

Departamento de Economía
Universidad Autónoma Metropolitana
Unidad Iztapalapa
Área de investigación: Planeación Estratégica de las Empresas

Rosa María Ortega Ochoa

Departamento de Economía
Universidad Autónoma Metropolitana
Unidad Iztapalapa
Área de investigación: Planeación Estratégica de las Empresas



RETOS DE LA PEQUEÑA EMPRESA PARA INCORPORAR LA SUSTENTABILIDAD A SU COMPETITIVIDAD

Resumen



La sustentabilidad se está convirtiendo en uno de los elementos que definirá la permanencia o la desaparición de las empresas en todo el mundo; ya que los problemas del medio ambiente, los económicos y los sociales son evidentes. No hay duda del cambio climático que sufre el planeta, tampoco lo hay del aumento en los niveles de pobreza de gran parte de la población, ni de los problemas sociales y expresiones de descontento de las diferentes comunidades del mundo.

Toda empresa busca ser competitiva y efectiva, lo que aparentemente no es compatible con el cuidado del medio ambiente, ya que la búsqueda de la utilidad es lo único importante, sin considerar los problemas ambientales y sociales. La sustentabilidad entonces es complicada y su incorporación a la empresa es difícil, razón por la que representa una gran amenaza para las pequeñas empresas; ésta investigación, está dirigida a identificar su situación con respecto a las acciones estructurales que tienen, con respecto a la sustentabilidad, saber si la han incorporado a su misión, visión, objetivos, valores y en general si forma parte de su cultura organizacional.

Se encontraron evidencias para confirmar la hipótesis de trabajo, ya que las empresas encuestadas requieren reorientar su planeación estratégica y su cultura organizacional, hacia la sustentabilidad, como una estrategia para su permanencia en el mercado.

Palabras clave: PYME, sustentabilidad, competitividad, efectividad.



Introducción

La sustentabilidad se está convirtiendo en uno de los elementos que definirá la permanencia o la desaparición de las empresas en todo el mundo, ya que los problemas del medio ambiente, los económicos y los sociales son evidentes. No hay duda del cambio climático que sufre el planeta, tampoco la hay del aumento en los niveles de pobreza de gran parte de la población mundial, ni de los problemas sociales y expresiones de descontento de las diferentes comunidades del mundo.



México no es la excepción a la problemática anterior, al contrario los niveles de contaminación son cada vez mayores, como lo muestra la mala calidad del aire que tiene la Ciudad de México o la terrible contaminación que sufren los ríos por los desechos tóxicos que vierten en ellos muchas empresas y descargas de drenajes de la población por falta de planeación e infraestructura adecuada; sin olvidar, las manifestaciones de inconformidad social que en varias partes del País y por diversas causas se registran a diario. Aunado a lo anterior, no está claro para las empresas, el significado e implicaciones que tiene la sustentabilidad, muchos lo confunden con el cuidado del medio ambiente, ya que no se ha entendido que este término implica accionar en la intersección de sus tres ejes: lo económico, lo social y lo ecológico o cuidado del medio ambiente; contrario a lo que muchos consideran como sustentable, que es solo lo ecológico, y desde ese momento se dificulta su incorporación a las empresas.

También se provoca una discusión entre grupos solo ambientalistas y los que defienden la necesidad de que las empresas sigan buscando solo los rendimientos económicos, y ambos no consideran los problemas sociales que se generan por el hecho de explotar a los trabajadores o defender el medio ambiente, sin considerar los requerimientos de empleo y necesidades de bienes y servicios de la población. Esta es una visión parcial o miope del problema.

Por otra parte, toda empresa busca ser competitiva y efectiva, lo que aparentemente no es compatible con el cuidado del medio ambiente, ya que la búsqueda de la utilidad es lo único importante, sin considerar los problemas ambientales y sociales.



Justificación

Por las condiciones ambientales que se están presentando a nivel mundial, cada vez es más claro que los organismos internacionales y la sociedad civil, están imponiendo restricciones para la explotación de los recursos naturales y medidas en favor del cuidado del planeta; en poco tiempo serán medidas obligatorias o simplemente las empresas infractoras no podrán operar.



Las empresas entonces, se tendrán que adecuar para sobrevivir e invertir en equipos o procesos sustentables, que obviamente les costarán y que las pequeñas empresas tendrán problemas para cumplir o financiar y que hoy lo ven como una amenaza real para su sobrevivencia, en lugar de tomarlo como una oportunidad de mejora. En otros casos, es aún peor, ni siquiera se han dado cuenta de lo que viene.

Las pequeñas y medianas empresas (Pyme) representan en todos los países la principal fuente de empleo, por lo que son indispensables para toda economía y en el caso de México, según la Secretaría de Economía, la Pyme, gracias a su gran potencial de generación de empleos representan un excelente medio para impulsar el desarrollo económico y una mejor distribución de la riqueza, ya que generan el 72% de la fuerza laboral y contribuyen en la producción del 52% del Producto Interno Bruto (PIB) del país. Otras de las ventajas es que pueden realizar productos individualizados en contraposición con las grandes empresas que se enfocan a productos más estandarizados, además de que se caracterizan por auxiliar a estas grandes empresas a realizar sus servicios u operaciones. Su dinamismo es la verdadera columna vertebral del sector productivo.

“Las empresas micro, pequeñas y medianas representan a nivel mundial el segmento de la economía que aporta el mayor número de unidades económicas y personal ocupado; de ahí la relevancia que reviste este tipo de empresas y la necesidad de fortalecer su desempeño, al incidir éstas de manera fundamental en el comportamiento global de las economías nacionales; de hecho, en el contexto internacional se puede afirmar que el 90%, o un porcentaje superior de las unidades económicas totales, está conformado por las micro, pequeñas y medianas empresas” (INEGI. Censos Económicos. 2013).

La sustentabilidad entonces es complicada y su incorporación a la empresa es difícil, razón por la que representa una gran amenaza para las pequeñas



empresas; ésta investigación, está dirigida a ellas y plantea las siguientes **preguntas de investigación**:

¿Cómo lograr combinar los objetivos y acciones de competitividad y efectividad de las pequeñas empresas, con los retos de la sustentabilidad?

¿Qué tan factible es la incorporación de la sustentabilidad a su planeación estratégica, como en su visión, misión, objetivos y valores organizacionales?

Esto sería un buen principio para la incorporación de la empresa a los procesos sustentables, de donde surgen los **objetivos de la investigación**:

- a) Identificar los avances que sobre sustentabilidad tienen las pequeñas empresas, ya sea en sus procesos productivos o en la incorporación de ésta en su planeación estratégica (visión, misión, objetivos y valores).
- b) Identificar si las pequeñas empresas ven a la sustentabilidad como una oportunidad o una amenaza.
- c) Analizar la posibilidad de que las pequeñas empresas logren hacer compatibles sus objetivos de competitividad y efectividad que actualmente tienen, con los de ser una empresa sustentable.

Hipótesis

Las empresas mexicanas requieren reorientar su visión, misión, objetivos, valores y procesos productivos para incorporarse en forma integral a la sustentabilidad, incrementando con ello su competitividad y efectividad comercial.

Metodología

Esta investigación se basa en la información obtenida en las pequeñas empresas del Área Metropolitana de la Ciudad de México, se llevó a cabo mediante una muestra no probabilística de oportunidad, ya que es un estudio de carácter cuantitativo, exploratorio, descriptivo y transversal; abarca a toda la empresa, para elaborar diagnósticos que permitan identificar y analizar las estrategias o acciones en general, que las pequeñas empresas llevan a cabo,



que puedan considerarse dentro de una administración sustentable o al menos acciones que puedan ser consideradas como sustentables.

Para obtener información sobre el tema que nos ocupa, se utilizó un cuestionario sobre competitividad, efectividad y sustentabilidad, el cual contiene preguntas abiertas y cerradas con opciones múltiples y preguntas con escala Likert; así como entrevistas con los responsables de las pequeñas empresas. En cuanto a la muestra tomada para la aplicación de encuestas, se marcó una limitante, que sólo se aplicarían a personas que estuvieran involucradas y conocieran el funcionamiento total de la empresa en la que labora: directores generales, dueños o responsables de la misma; dado que por el tamaño, son empresas que frecuentemente no definen bien los niveles jerárquicos. La muestra de 53 empresas visitadas, se considera representativa, en función de la dificultad de ser atendidos por los responsables de las empresas, por lo que la muestra es aleatoria, en función de que acepten o no, responder el cuestionario.



Marco Teórico

El concepto de sustentabilidad comienza con el informe “Nuestro Futuro Común”, también conocido como el “Informe Brundtland”, difundido por la Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo (CMMAD) de las Naciones Unidas, presidida por la Doctora Gro Harlem Brundtland, en el que define a la sustentabilidad:

“La capacidad de satisfacer necesidades de la generación humana actual sin que esto suponga la anulación de que las generaciones futuras también puedan satisfacer las necesidades propias” (ONU. Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo. 1987).

Esta definición se vuelve a retomar en 1992 por la Organización de las Naciones Unidas, la comunidad internacional se reunió en Río de Janeiro, Brasil, para discutir los medios para poner en práctica el desarrollo sostenible. Durante la denominada Cumbre de la Tierra de Río, los líderes mundiales adoptaron el Programa 21, con planes de acción específicos para lograr el desarrollo sostenible en los planos nacional, regional e internacional.

En 2002 en la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible, se aprobó el Plan de Aplicación de Johannesburgo. El Plan de Aplicación se basó en los progresos realizados y las lecciones aprendidas desde la Cumbre de la Tierra,



y prevé: un enfoque más específico, con medidas concretas, metas cuantificables, con plazos y metas. En 2012, veinte años después de la histórica Cumbre de la Tierra, los líderes mundiales se reunieron de nuevo en Río de Janeiro a: 1) asegurar el compromiso político renovado con el desarrollo sostenible, 2) evaluar el progreso de su aplicación deficiente en el cumplimiento de los compromisos ya acordados, y 3) abordar los desafíos nuevos y emergentes. La Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible, o Cumbre de la Tierra de Río 20, se centra en dos temas: 1) economía verde en el contexto del desarrollo sostenible y la erradicación de la pobreza y 2) el marco institucional para el desarrollo sostenible. La sustentabilidad tiene tres áreas importantes en las que se divide que son:



Imagen 1. Fuente: BIO: CONNECTION.

La sustentabilidad o sostenibilidad está integrada por tres ejes: ecológico o ambiental, social y económico. Es importante mencionar que esta investigación considera sinónimos ambos términos, sustentable y sostenible, por considerar que lo importante es su significado.

Para ser sustentable se debe actuar desde la intersección de los tres ejes; su sinergia, es su razón de ser.

- Importancia Ecológica o Ambiental

Preservar el planeta, reconociendo el cambio climático, le permitirá al ser humano seguir viviendo. Esto implica dejar de utilizar energía sucia como combustibles fósiles y recurrir a las fuentes de energía renovables, considerando su uso en función de la capacidad de regeneración y limpiar las huellas de lo ya contaminado.



- Importancia Social

La sustentabilidad debe lograr la cohesión de la sociedad; dado que, para el bienestar social es requerido un planeta con un medio ambiente limpio y con fuentes de empleo dignas y suficientes para la gente, que permitan el crecimiento y el desarrollo social.



Lograr para la gente: la inclusión, calidad de vida, no discriminación, igualdad de oportunidades y desarrollo integral, son algunos de los objetivos sociales que se buscan a través de la sustentabilidad.

- Importancia Económica

Las empresas deben sobrevivir, crecer y generar valor, lo cual no implica hacerlo en perjuicio del medio ambiente o de la explotación de los trabajadores; esto es ser empresas sustentables, cuyo principal objetivo debe ser generar desarrollo económico en beneficio de la sociedad, sin dañar el medio ambiente.



Competitividad

Michael Porter, en su libro Estrategia Competitiva la define:

“Es la capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población; el único camino sólido para lograr esto se basa en el aumento de la productividad”. (Porter, 1980).



Muchas otras definiciones existen al respecto, por lo que se puede decir que no existe claramente una definición de competitividad, pero todas se refieren a que es la forma de producir bienes, con una calidad y precio en el cual es posible competir con los diferentes productos similares, ya sea a nivel nacional o internacional.

Efectividad

Existen diferentes definiciones, una de las más conocidas es: ser eficiente más eficaz hacia el cliente da como resultado ser efectivo. Con la cual no estamos totalmente de acuerdo, ya que se pueden lograr los objetivos organizacionales y hacerlo con el menor costo y tiempo posible, sin lograr ser efectivo, ya que



si el cliente o usuario no lo adquiere, de nada servirá; por lo que en nuestra opinión la efectividad es: la calificación o preferencia que otorga el cliente o usuario del bien o servicio, a través de su compra o adquisición continua.

Cuando se habla de efectividad, se está haciendo referencia a la capacidad o habilidad que puede demostrar una persona, un animal, una máquina, un dispositivo o cualquier elemento para obtener determinado resultado a partir de una acción. Por lo tanto para la efectividad, cada empresa debe buscar el equilibrio entre el logro de sus objetivos, su funcionamiento, la obtención de sus recursos y la satisfacción personal de sus constituyentes, siendo estos los cuatro criterios genéricos de la efectividad organizacional (A. Kinicki. 2003).

La micro, pequeña y mediana empresa (Mipyme) en México

Las Mipyme son todas aquellas empresas que cuentan entre 1 y 250 empleados de acuerdo a la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), estas representan el 99% de las empresas y el 72.3 % de los empleos.

Tabla 1 Tamaño de las Mipyme según la OCDE

Tamaño	Sector	Rango de número de empleados
microempresas	Todos	Hasta 10
Pequeñas	Comercio	De 11 a 30
	Industria y servicios	De 11 a 50
Medianas	Comercio	De 31 a 100
	Servicios	De 51 a 100
	Industria	De 51 a 250

Fuente: [www.compitemex.org.mx/DOF nueva estratificación de las PyMES.htm](http://www.compitemex.org.mx/DOF_nueva_estratificacion_de_las_PyMES.htm)

En México existen 5 654 012 unidades empresariales, de las cuales 99.8% son Mipyme que generan 52% del Producto Interno Bruto (PIB) y 72% del empleo en el país (29, 642, 421 mexicanos). Sin embargo, sólo el 3.6% son Pequeñas Empresas (PE) y el 95.4% son Microempresas. (INEGI. Censos económicos. 2014).

La investigación solo fue realizada con las pequeñas empresas del Área Metropolitana de la Ciudad de México, de 11 a 50 trabajadores. Estas empresas son un eslabón fundamental, para el crecimiento de México.



Emprendimiento de las Pyme sustentables

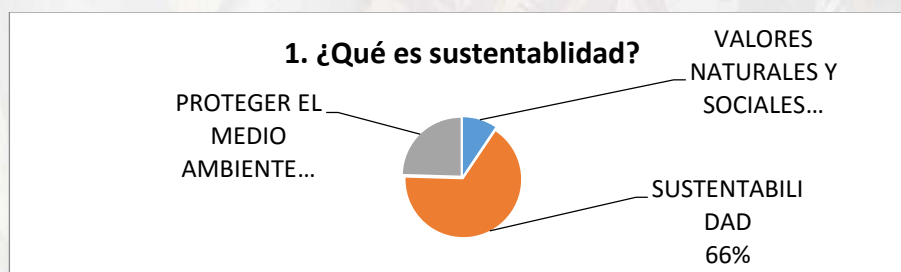
En México falta un sistema más amplio de apoyo financiero a empresas sustentables, la Secretaría de Economía fundó en 2013 el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) el cual intenta apoyar financieramente a las Pyme. Este organismo ha aprobado en un año a más de 230 incubadoras a través de un proceso de reconocimiento, de las cuales 216 son consideradas básicas y únicamente 17 de alto impacto.



“Las incubadoras básicas se enfatizan en crear empresas de comercio, servicios e industria ligera y las de alto impacto concentran sus esfuerzos en el nacimiento de negocios de los sectores estratégicos determinados por cada estado”, explicó Rafael Díaz, titular del Programa Nacional de Incubadoras.

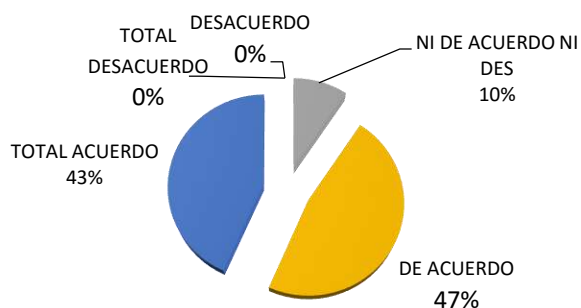
Presentación de resultados

Durante el levantamiento de las encuestas, fue muy significativo el darnos cuenta de la necesidad de información y capacitación que requieren las pequeñas empresas, no se deja de reconocer la habilidad, destreza, conocimiento del mercado actual y fuerte problemática a que se enfrentan estas empresas. Se reconocen los esfuerzos, habilidades y sacrificios que han tenido que hacer para que su empresa sobreviva, ante un medio ambiente comercial adverso. Los resultados por pregunta son los siguientes.



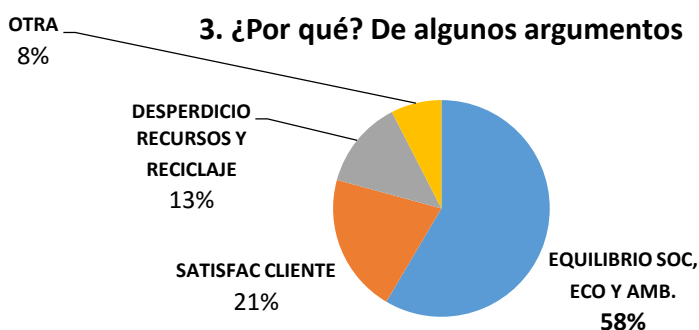
Gráfica 1. Se puede observar que las empresas comienzan a saber que es sustentabilidad y nos lo demuestra que el 66% de las empresas contestaron correctamente.





2. ¿Considera que es importante la sustentabilidad?

Gráfica 2. Las empresas están considerando que la sustentabilidad ya es algo vital o importante, 43% (De acuerdo) y el 47% (Totalmente de acuerdo).

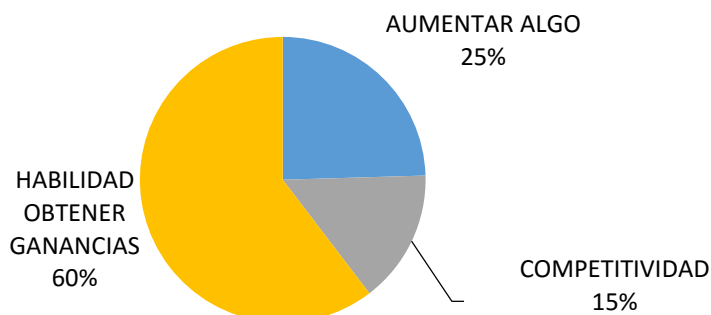


3. ¿Por qué? De algunos argumentos

Gráfica 3. Las empresas que están de acuerdo con la importancia de la sustentabilidad, el 58% considera que es por tener un equilibrio más social, económico y ambiental.



4. ¿Qué es competitividad?



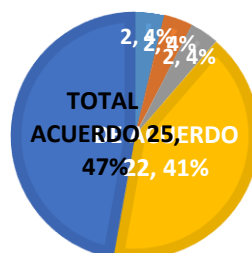
Gráfica 4. La palabra competitividad si se utiliza mucho, pero la mayoría de



las empresas lo unen con ganancias y participación en el mercado, pero realmente solo el 15% tiene claro lo que significa este término.

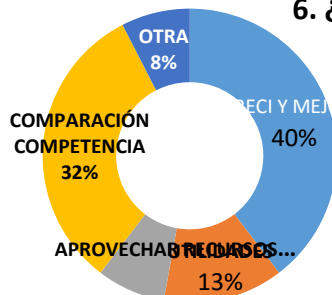
5. ¿CONSIDERA QUE ES IMPORTANTE LA COMPETITIVIDAD EN LA ACTUALIDAD?

1 2 3 4 5



Gráfica 5. La mayoría de las empresas consideran que actualmente no se puede sobrevivir sin la competitividad, respuesta 5 y 4.

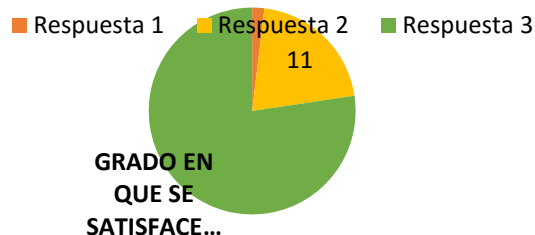
6. ¿Por qué? De algunos argumentos



Gráfica 6. La competitividad las empresas la consideran importante porque las ayuda a crecer según la respuesta con el 40% y ayuda a tener una idea de su posición comparándose con las demás según el 32%, y las demás es en general tener más recursos.



7. ¿Qué es efectividad? ¹

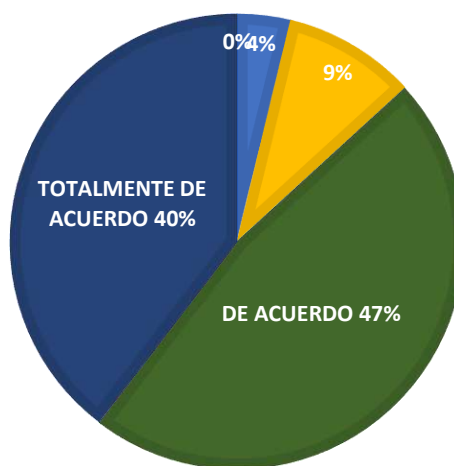


Gráfica 7. Para la empresa es importante satisfacer al cliente (41) y eso entiende como efectividad.



8. ¿CONSIDERA QUE ES IMPORTANTE LA EFECTIVIDAD?

■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5



Gráfica 8. La mayoría de las empresas están de acuerdo con que la efectividad es importante para ellos, lo cual trae beneficios al cliente.



9. ¿POR QUÉ? DE ALGUNOS ARGUMENTOS



Gráfica 9. La efectividad les ayuda a mejorar su producto o servicio, evitar los desperdicios y a su competitividad (15).

10. DE LOS SIGUIENTES ELEMENTOS MARQUE CON CUALES CUENTA SU EMPRESA POR ESCRITO

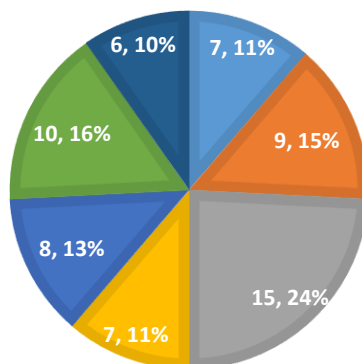


Gráfica 10. Es lo que tiene por escrito cada empresa, en su mayoría son los objetivos, misión y visión, así como sus valores, y les siguen las estrategias; pero menos del 50% de las empresas tienen manuales de procesos.



11.1 DEL SIGUIENTE CUADRO MARQUE CUÁL DE LOS SIGUIENTES ELEMENTOS ESTÁ INTEGRADA LA PALABRA SUSTENTABILIDAD.

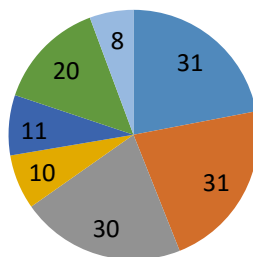
■ Misión ■ Visión ■ Objetivos ■ Valores
■ Cultura organizacional ■ Estrategias ■ Manuales de procesos



Gráfica 11. La mayoría de las empresas no manejan la sustentabilidad por escrito en algunos de los elementos ya mencionados en la gráfica.

11.2 Del siguiente cuadro marque cuál de los siguientes elementos está integrada la palabra competitividad.

■ Misión ■ Visión ■ Objetivos
■ Valores ■ Cultura organizacional ■ Estrategias
■ Manuales de procesos

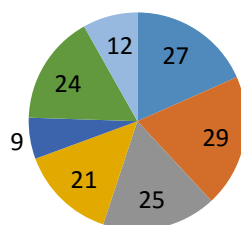


Gráfica 12. Podemos observar que las empresas consideran importante tener la palabra competitividad más en lo que es la misión, visión y objetivos; pero no en los demás elementos que tienen por escrito.



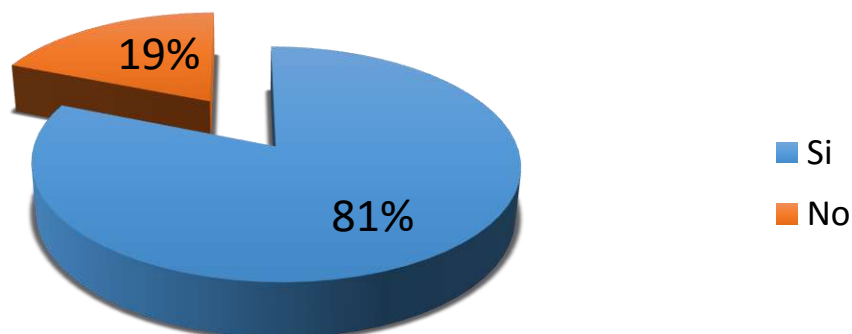
11.3 Del siguiente cuadro marque cuál de los siguientes elementos está integrada la palabra efectividad.

■ Misión ■ Visión ■ Objetivos
 ■ Valores ■ Cultura organizacional ■ Estrategias
 ■ Manuales de procesos

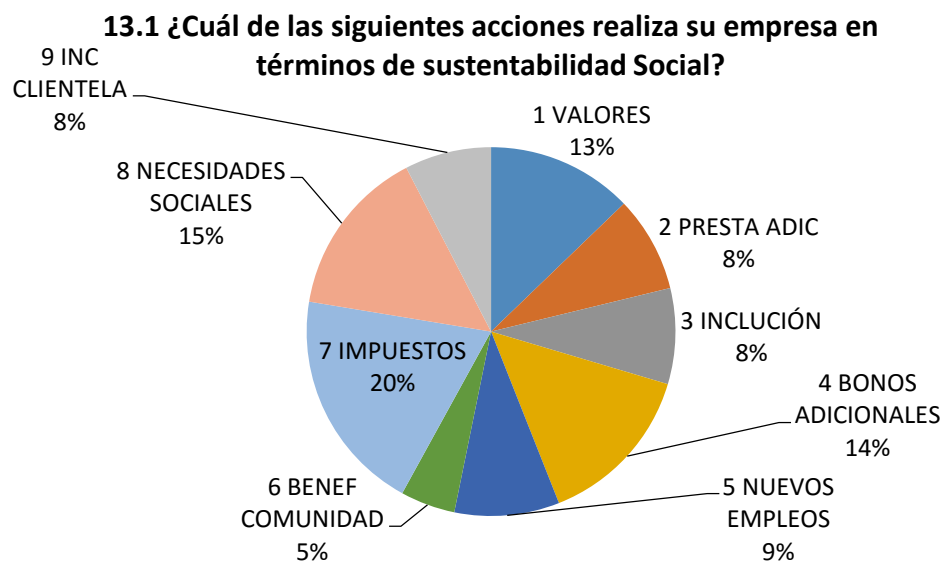


Gráfica 13. Las empresas tienen más integrada la efectividad es su misión, visión, objetivos y estrategias; pero esto solo es cerca del 50% de las empresas.

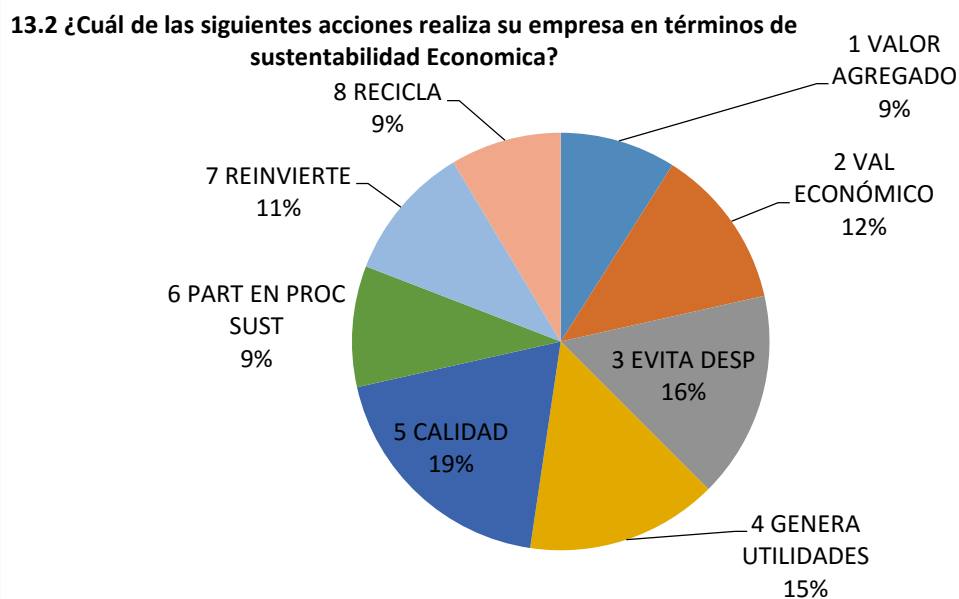
12. ¿Estaría dispuesto a rediseñar su misión, visión, objetivos y valores, cultura organizacional, estrategias, manuales de procesos, integrando la sustentabilidad, competitividad y efectividad?



Gráfica 14. La mayoría de las empresas que no tienen integradas la sustentabilidad, competitividad y efectividad, estarían dispuestas a tener una reingeniería en los elementos anteriormente mencionados.



Gráfica 15. La mayoría de las empresas son sustentables socialmente en tanto ellas pagan impuestos, ayudan a sus trabajadores con bonos y satisfacen las necesidades de sus clientes lo cual les ayuda en parte a ser sustentables.

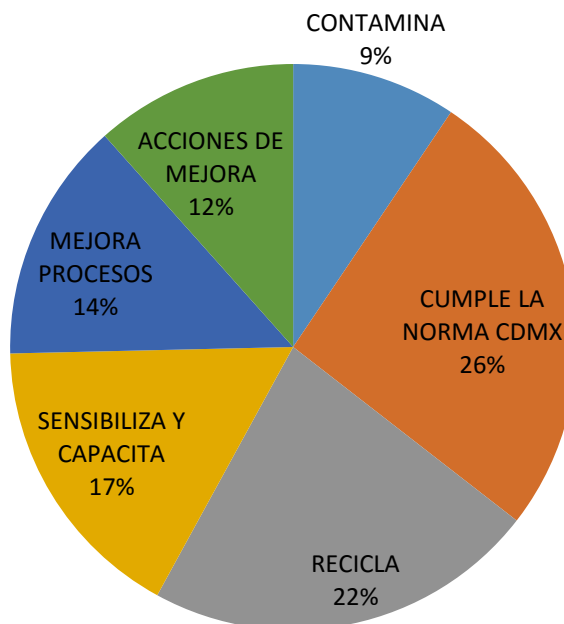


Gráfica 16. Las empresas son sustentables económicamente en lo que es cuidar las utilidades de la empresa y su crecimiento, evitando desperdicios.





13.3 ¿Cuál de las siguientes acciones realiza su empresa en términos de sustentabilidad? Ambiental

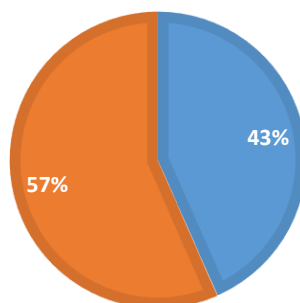


Gráfica 17. En general la sustentabilidad ambiental de las empresas se enfoca más en seguir las normatividades y en evitar desperdicios y esto lo hacen más del 20% de ellas.



14. EN LOS ÚLTIMOS DIEZ AÑOS, ¿HA MODIFICADO SU PROCESO PRODUCTIVO PARA SERLO SUSTENTABLE?

■ Si ■ No

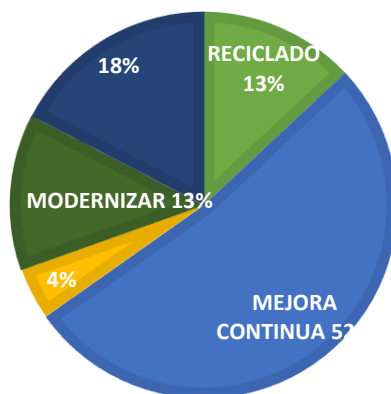


Gráfica 18. Como era de esperarse, el 57 % de las empresas no han modificado su proceso productivo en los últimos diez años para hacerlo sustentable.



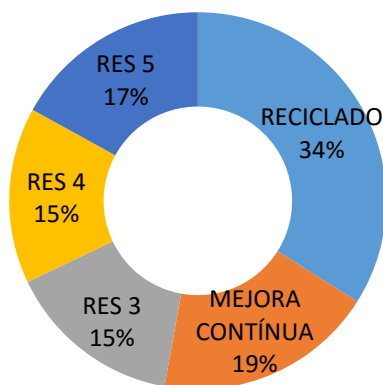
EN CASO DE QUE SI, DESCRIBALO BREVEMENTE:

■ Respuesta 1 ■ Respuesta 2 ■ Respuesta 3 ■ Respuesta 4 ■ Respuesta 5



Gráfica 19. Del porcentaje que dijo que, si ha modificado su proceso productivo para hacerlo más sustentable, lo han hecho por motivos de mejora continua, una por ideología y valor empresarial.

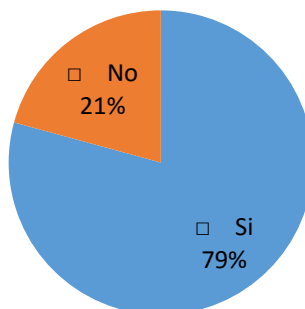
15. ¿Qué acción podría realizar su empresa para reducir el impacto negativo del medio ambiente?



Gráfica 20. La respuesta que más porcentaje tuvo fue los recursos reciclados, igual debido a que es una práctica que se ha popularizado ya desde hace años, quieren apoyar a la protección del medio ambiente como parte de ser sustentables.



16. ¿Considera la sustentabilidad como un área de oportunidad para su organización? (En caso de que sí, ¿por qué?; en caso de que no, no se tome en cuenta).



Gráfica 21. Las empresas al menos son sinceras y admiten que la sustentabilidad es algo en lo que no han trabajado mucho por diversas razones, y en algún momento comenzaran.



17. ¿Por qué?



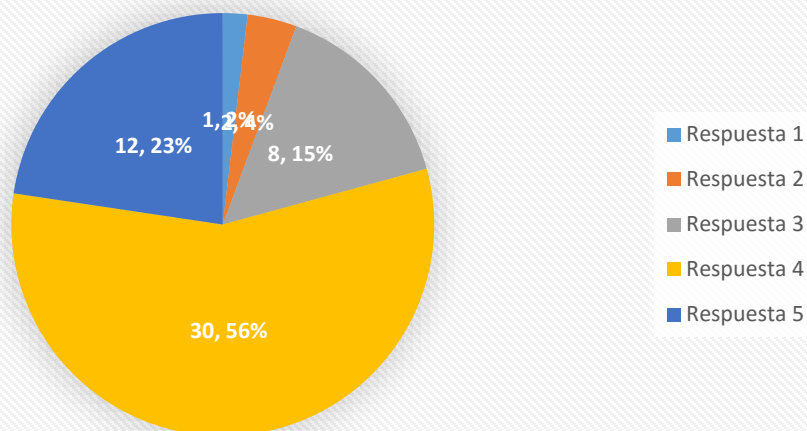
■ Respuesta 1 ■ Respuesta 2 ■ Respuesta 3 ■ Respuesta 4 ■ Respuesta 5

Gráfica 22. Es interesante ver que la respuesta con menor puntaje es la uno, lo que quiere decir que la sustentabilidad es algo que las empresas aún no lo han incorporado en su quehacer diario, no lo consideran importante o no pueden hacerlo.





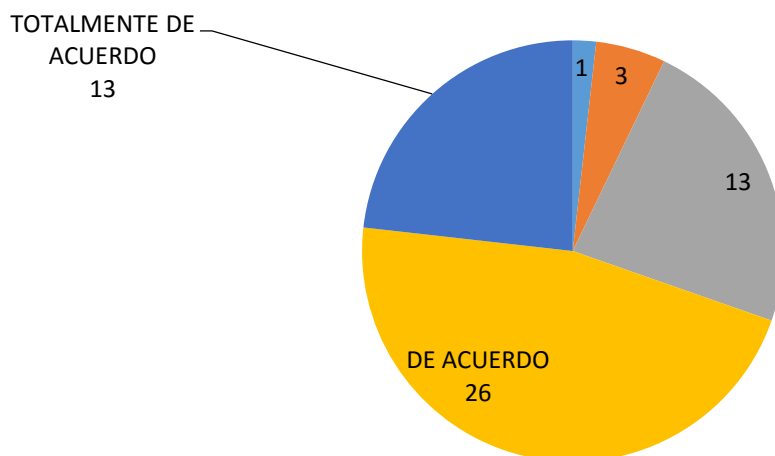
18. ¿Considera usted a la sustentabilidad como un elemento que pueda mejorar el posicionamiento de su empresa en el mercado?



Gráfica 23. Las empresas que respondieron de acuerdo, se dan cuenta o despierta su interés, saben que les generará beneficios como, aumentar o mejorar su posicionamiento en el mercado.



19. ¿Considera usted a la sustentabilidad como un elemento que le ayuda a incrementar las ventas de sus productos?

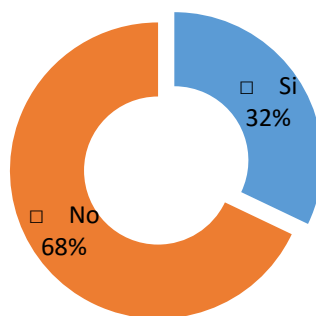


Gráfica 24. Se observa que la gran mayoría de las empresas acepta que la sustentabilidad sería una oportunidad de obtener beneficio, como el incrementar la venta de sus productos.





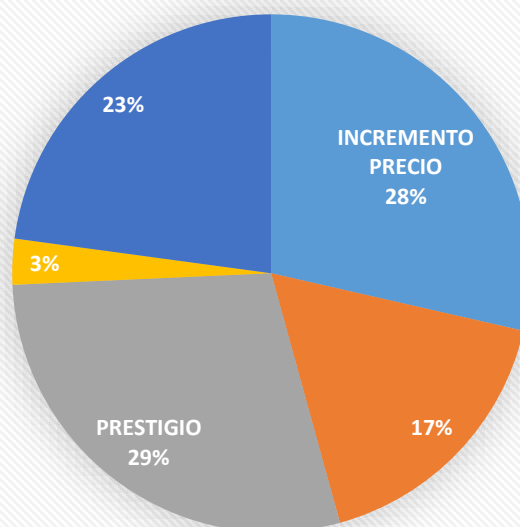
20. Si se considera una empresa sustentable, ¿se lo ha informado a sus clientes?



Gráfica 25. Es interesante y negativo a la vez observar que si bien hay un número importante de empresas que tratan de seguir un camino de sustentabilidad, aunque es mayor el de las que no, todavía no se lo han informado a sus clientes.



21. Le ha significado algún beneficio:



■ Respuesta 1 ■ Respuesta 2 ■ Respuesta 3 ■ Respuesta 4 ■ Respuesta 5

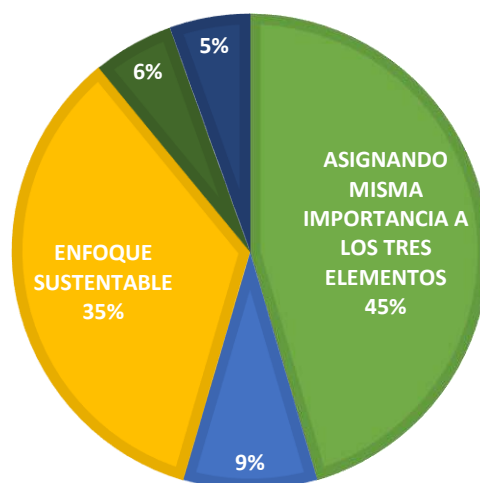
Gráfica 26. Esta pregunta se podría tomar como una conclusión ya que se identifica lo que las empresas han considerado como resultado de cambios en su empresa para hacerla más sustentable.





22. ¿CÓMO PODRÍA ENCONTRAR UN EQUILIBRIO ENTRE SUS OBJETIVOS ECONÓMICOS, SOCIALES Y AMBIENTALES?

■ Respuesta 1 ■ Respuesta 2 ■ Respuesta 3 ■ Respuesta 4 ■ Respuesta 5



Gráfica 27. Las empresas (47%) saben la importancia que tiene cada uno de los elementos que integran la sustentabilidad e indican que se debe hallar un equilibrio.

Conclusiones

Se encontraron evidencias para confirmar la hipótesis de trabajo, ya que las empresas encuestadas requieren reorientar su planeación estratégica, su organización no contempla, en la mayoría de los casos, a la sustentabilidad en sus manuales de organización y procedimientos; peor aún, no aparece en la misión, visión, objetivos y valores de la empresa, lo que también indica que no la tienen contemplada en su cultura organizacional.

Las pequeñas empresas en México no tienen una buena definición de lo que es la sustentabilidad, apenas un poco más de la mitad contestó acertadamente a la pregunta, pero al profundizar sobre el tema, por ejemplo, que acciones hacen ya sea en lo social, en lo económico o en lo ambiental, no realizan acciones conjuntas y, por lo tanto, no realizan su trabajo o proceso productivo integrado a la sustentabilidad.

Es interesante observar que las empresas realmente no saben lo que es competitividad, ya que un porcentaje muy pequeño contestó correctamente,

se enfocan en tener liquidez y ganancias, pero no necesariamente en incrementar el valor de la empresa.

Sobre la efectividad, se considera que no tienen el concepto bien definido, sin embargo, saben muy bien que el cliente los califica con su compra y recompra, por lo tanto, realizan acciones en su favor.



Se nota una incipiente preocupación por la sustentabilidad, al menos una mayoría de ellos conocen el término, pero las acciones que desarrollan al respecto, generalmente son parciales y en función de reducir costos o cumplir con las leyes locales, como el Programa Verde o el no circula del Gobierno de la Ciudad de México; siguen considerando que los esfuerzos por mejorar el medio ambiente, son acciones que solo les provocan gastos sin sentido. Las acciones sustentables de tipo económico, como pagarles con oportunidad y justicia los sueldos y prestaciones a su personal, así como los impuestos que pagan, lo ubican como algo natural para el funcionamiento de la empresa, pero no como parte de la sustentabilidad; de igual manera, la sustentabilidad social, no es bien identificada, ya que el hecho mismo de ofrecer a la sociedad sus productos con oportunidad y buen precio, es parte de lo sustentable.

La pequeña empresa, aun no ubica la importancia del ser sustentable, ya que si bien en algunos aspectos lo son, sus clientes no son informados y no agregan valor a este hecho y en su caso, no atraen a otros consumidores que apoyan lo sustentable.

Es necesario educar a las pequeñas empresas, mostrarles el camino para que logren encontrar ese equilibrio entre sus objetivos para ser sustentables, competitivas y efectivas, algo que la mayoría de las empresas respondió que estaría dispuesta a hacer y más aún lo ven como un área de oportunidad de mejora continua. Además, si no cambian su cultura, no podrán cumplir con las exigencias internacionales que obligarán a todas las empresas, a nivel mundial, a cumplir con el cuidado del medio ambiente, apoyo social y desarrollo económico.

No hay evidencia suficiente, para suponer que los gobiernos estatales o el federal, promuevan la creación o reorientación de las pequeñas empresas a ser sustentables, se dispone de créditos blandos, sin embargo, estas empresas no logran cumplir con todos los requisitos para ser sujetos de crédito, quedando estos esfuerzos gubernamentales, en solo buenas intenciones o mentiras.



La sustentabilidad es clave en la organización, ya que no cabe duda que el medio ambiente será un motor de cambio en las próximas décadas, afectando no solo a las empresas sino también a la sociedad, a la salud pública y al planeta mismo.



Según Leff (2008), el desarrollo sustentable debe concebirse como un proyecto orientado a satisfacer las necesidades básicas de los seres humanos, a elevar su calidad de vida y a erradicar la pobreza, no solo como una estrategia de gestión ambiental. Por lo que el debate sobre la sustentabilidad no está en discutir sobre si se debe producir o no, consumir o no, contaminar o no, dicho debate se centra en encontrar mejores maneras de producir y manejar los recursos con los que contamos de manera mucho más racional, generar desarrollo económico, comprendido en mejores oportunidades para todos.

Bibliografía

- 1) BIO:CONNECTION
<http://www.bico.com.mx/empresa/sustentabilidad/>
- 2) Brundtland, G.H.(1987). Our Common Future, United Nations Declaracion de Rio sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (1992)
<http://www.un.org/spanish/esa/sustdev/agenda21/riodeclaration.htm>
- 3) CEMEFI. Centro Mexicano para la Filantropía, promotor y miembro fundador de Forum Empresa. <http://www.cemefi.org/>
- 4) Censos económicos de INEGI 2013 y 2014.
<http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2014/>
- 5) Elkington, J. Cannibals with Forks, Capstone, Oxford, 1997 y "The triple bottom line for 21st Business". R. Welford y R. Starkey (eds.) Business Sustainable Development, Earthscan Publications Ltd. London, 2001, pp. 20-43.
- 6) Federación, D. O. (20 de mayo de 2013). Plan Nacional de Desarrollo. (S. d. Gobernacion, Ed.) Diario Oficial de la Federación, pág. 64.

7) Franco, C.A. Beneficios y exigencias de la competitividad. 1998. En J.E. Medina. Competitividad y desarrollo social: Retos y perspectivas. Págs. 276-288. Santiago de Cali. Universidad del Valle.

8) Left, Enrique. Discursos sustentables. México: Ed. Siglo XXI. 2008.

9) Portales, Luis. Otros. Modelo de sustentabilidad empresarial penta-dimensional: Aproximación teórica Dic. 2009.

10) Porter, M.E. The competitive advantage of nations. London: McMillan.

