



## LA CREACIÓN DE VALOR ENFOCADA EN LAS ORGANIZACIONES

Adriana Mercedes Ruiz Reynoso<sup>1</sup>, Esperanza Coter Regalado<sup>2</sup> y Maria Guadalupe Soriano Hernandez<sup>3</sup>

1 Centro Universitario UAEM Valle de México, 2 Centro Universitario UAEM Valle de Chalco, 3 Centro Universitario UAEM Zumpango. amruizr@uaemex.mx

En la actualidad las empresas han sido vistas cada vez más como una causa importante de los problemas sociales, ambientales y económicos; mientras que las PyMES han comenzado a adoptar la responsabilidad corporativa, más se les ha culpado por fallas a la sociedad. Esta pérdida de confianza en las organizaciones lleva a que los líderes políticos tomen medidas que limitan la competitividad y el crecimiento económico, por lo cual están atrapadas en un círculo vicioso en un enfoque anticuado de la creación de valor. Desde décadas pasadas se sigue teniendo una visión estrecha sobre la creación de valor, optimizando el desempeño financiero de corto plazo y pasan por alto las necesidades de los clientes e ignoran las influencias más amplias que determinan su éxito en el largo plazo.

Por lo que, las PyMES deben asumir el liderazgo para volver a unir las organizaciones con la sociedad. Existen organizaciones más avanzadas y empresarios líderes que reconocen esta necesidad, y ya están surgiendo nuevas estrategias; pero todavía falta un marco general para guiar estos esfuerzos y la mayoría de las PyMES sigue unida en la "responsabilidad social" donde los problemas sociales están en la periferia.

La solución está en el principio del valor compartido, que involucra crear valor económico de una manera que también cree valor para la sociedad al abordar sus necesidades y desafíos. Las PyMES deben reestructurarse para tener éxito. El valor compartido no es la responsabilidad social ni filantropía y ni siquiera sustentabilidad, sino una nueva estrategia de éxito económico, ambiental, tecnológico y social.