

El rol de los empresarios en México

Por Redacción

En 1602 fue fundada la Dutch East India Company, considerada la primera empresa del mundo en el concepto actual. Aunque desde antes ya existían negocios y actividades comerciales, estas funcionaban de manera mucho más simple, local y personal. La mayoría de los negocios eran individuales o familiares, donde un comerciante o artesano producía y vendía directamente sus bienes, asumiendo todo el riesgo con su propio capital.

Sin embargo, la Dutch East India Company cambió el mundo al combinar organización, financiamiento y operación a una escala global, y así sentó las bases del modelo empresarial que ha evolucionado hasta las empresas globales que conocemos. Y es este modelo el que ha posicionado a las empresas como una de las formas más poderosas que ha encontrado la humanidad para transformar su entorno.

Hoy, las empresas no son sólo entidades económicas; son actores sociales con capacidad de influir en la vida de millones de personas.

Entre la admiración y la desconfianza

En México, la relación entre la sociedad y el empresariado está marcada por una paradoja. Por un lado, existe un reconocimiento claro de su papel en la generación de empleo y dinamismo económico. Por otro, persiste una duda profunda sobre sus motivaciones y su compromiso con el bienestar colectivo. Esto nos lo presentan los resultados de la Encuesta de Percepción sobre el Empresariado y el Capitalismo (EPEC 2025), realizada por el Centro Eugenio Garza Sada, un ejercicio anual que documenta la percepción ciudadana sobre el sector empresarial.

El éxito empresarial no sólo debe ser medido en utilidades, sino en su contribución al bienestar colectivo

Los resultados de la EPEC 2025 revelan una brecha reputacional que el sector privado no puede ignorar. Mientras que la opinión positiva hacia los empresarios alcanza un robusto 83% en Monterrey y un 69% a nivel nacional, la confianza no le sigue el paso, estancándose en niveles de entre el 50% y el 65%. Esta buena imagen se sustenta en la “generación de empleo” (31%), de acuerdo con las respuestas de la encuesta, pero la confianza se erosiona ante la percepción de “explotación laboral” y la sospecha de intereses puramente individuales. A esto se suma un factor crítico para la “licencia social para operar”: el 75% de los mexicanos cree que los grandes empresarios cometen actos de corrupción. Esta cifra actúa como un techo de cristal que impide que la admiración técnica se transforme en valor social.

Entre lo público y lo privado

Aunque es reconocido por la creación de empleo, no lo son por la sostenibilidad de éstos. De acuerdo con la encuesta, el 55% de los encuestados reconoce que los salarios han aumentado en los últimos cinco años; sin embargo, el crédito de este esfuerzo financiero se está fugando hacia la esfera pública. A nivel nacional, el 43% atribuye el incremento gracias al gobierno, mientras que sólo el 23% se lo reconoce a los empresarios. Sin

embargo, para la mayoría de las empresas, el esfuerzo que han hecho en aumentar los salarios representa una inversión sin retorno de capital social; están pagando la cuenta, pero el gobierno recibe los aplausos. Pero en otro lado de la moneda, la encuesta presenta que los trabajadores valoran algo más allá del sueldo: El Seguro Médico Particular que se ha consolidado como la prestación número uno en todas las geografías estudiadas. Este hallazgo no es casual. Es una respuesta directa a la deficiencia percibida en el sistema de salud pública. En este contexto, la empresa deja de ser sólo un lugar de trabajo para convertirse en un refugio de seguridad social indispensable que el Estado no está logrando cubrir.

Una nueva visión del sistema económico

El mexicano no busca alternativas ideológicas radicales para su economía; de acuerdo con el EPEC el 55% de las personas prefiere el capitalismo sobre otros modelos, asociándolo principalmente con la libertad para emprender (7 de cada 10). No obstante, esta preferencia convive con una percepción negativa: élites se hacen más ricas mientras la

gente común batalla para pagar sus cuentas. Por ello, los empresarios y los emprendedores deben de entender que su rol va más allá de gestionar eficientemente sus empresas. Deben de estar a la altura de lo que exigen las nuevas generaciones del sector privado: el impacto social no debe ser visto como una externalidad, sino como parte central de su modelo de negocio, con productos, servicios y cadenas de valor que busquen generar beneficios económicos, pero también sociales y ambientales. Este cambio no es sólo ético; es estratégico.

Porque el verdadero reto del empresariado en México no está en su capacidad de generar riqueza —esa está comprobada—, sino en su capacidad de contribuir al bienestar de la sociedad. Hoy, 400 años después de la creación de la Dutch East India Company, los empresarios tienen una oportunidad histórica: liderar la construcción de un nuevo contrato social. Uno donde el crecimiento económico vaya de la mano con la reducción de desigualdades, donde la innovación también signifique inclusión, y donde el éxito empresarial se mida no sólo en utilidades, sino en su contribución al bienestar colectivo.

Y en ese proceso, el empresariado no es un espectador. Es protagonista.

