



La Sustentabilidad de las Pymes comerciales como factor de competitividad.

Andrés Abelino Villalba Chamorro

Universidad Nacional de Pilar

anvill65@hotmail.com

RESUMEN

La investigación tiene como objetivo identificar y analizar las estrategias y prácticas de las Pymes, y su relación con la sustentabilidad que oriente a un modelo social y económico más responsable con su entorno.

Para ello se adoptó estrategias metodológicas del tipo de estudio descriptivo, con un enfoque cuali – cuantitativo, ya que el mismo se limita a describir los aspectos propios de la organización en cuanto a las prácticas y estrategias de sustentabilidad utilizadas por las Pymes de la ciudad de Pilar, Paraguay.

Como técnica de recolección de datos se recurrió a la encuesta, y como instrumento documental se utilizó el cuestionario aplicado a la totalidad de los 99 Pymes de la ciudad de Pilar, Paraguay. El instrumento utilizado fue la entrevista estructurada.

Entre los resultados obtenidos se destacan que gran parte de estas empresas no tienen el contacto necesario con sus proveedores y clientes, en el sentido de promover el compromiso de los mismos en el aprovechamiento de los desperdicios que puedan reportar dichas compras, logrando de esta forma un círculo virtuoso en cuanto a la reutilización de los materiales que se puedan incorporar de nuevo al ciclo económico. En cuanto a los Recursos Humanos, la mitad de los funcionarios manifestaron que son capacitados en temas de sustentabilidad, competitividad, gestión de riesgos, así también se observa un esfuerzo en incorporar tecnología, filosofía orientada a lo social y ambiental, la comunicación externa e interna, el control efectivo de uso de la energía, el agua, el papel, entre otros. Sin embargo, aún existen aspectos que mejorar hacia el cambio de paradigma de los propietarios, empleados, consumidores y proveedores-toda la cadena de valor -, en cuanto a las prácticas de cada uno de los componentes y su impacto al medio ambiente, la satisfacción de las necesidades actuales sin comprometer necesidades de las futuras generaciones.

Palabras claves: sustentabilidad, pymes, competitividad, estrategias, paradigma.

ABSTRACT

The research aims to identify and analyze the strategies and practices of SMEs, and their relationship with sustainability that guides a more responsible social and economic model with their environment.

For this, methodological strategies of the descriptive study type were adopted, with a qualitative - quantitative approach, since it is limited to describing the organization's own aspects regarding the practices and sustainability strategies used by SMEs in the city of Pilar, Paraguay.

As a data collection technique, the survey was used, and as a documentary instrument the questionnaire applied to all of the 99 SMEs in the city of Pilar, Paraguay was used. The instrument used was the structured interview.

Among the results obtained, it is worth highlighting that a large part of these companies do not have the necessary contact with their suppliers and customers, in the sense of promoting their commitment in the use of the waste that such purchases may report, thus achieving a virtuous circle regarding the reuse of materials that can be incorporated back into the business cycle. Regarding Human Resources, half of the officials said they are trained in issues of sustainability, competitiveness, risk management, and there is also an effort to incorporate technology, social and environmental oriented philosophy, external and internal communication, the effective control of the use of energy, water, paper, among others. However, there are still aspects that improve towards the paradigm shift of the owners, employees, consumers and suppliers - the entire value chain - in terms of the practices of each of the components and their impact on the environment, satisfaction of current needs without compromising the needs of future generations.

Keywords: sustainability, SMEs, competitiveness, strategies, paradigm.

Artículo recibido: 09 dic. 2019

Aceptado para publicación: 18 dic. 2019

Correspondencia: anvill65@hotmail.com

Conflictos de Interés: Ninguna que declarar

FUNDAMENTACIÓN

Marco teórico

La sustentabilidad es un término que se viene imponiendo en diferentes puntos del mundo. Donde hay actividad humana, existen impactos sobre el medio ambiente y la Sociedad. Kras, E (1994) en su ponencia Desarrollo sustentable y las empresas, manifiesta que, para hablar de empresas e industrias “tenemos que remontarnos a la revolución científica, porque es ahí donde se inició la revolución industrial que requería grandes cantidades de recursos naturales para sus procesos industriales, y arrojaba al aire, al suelo y el agua grandes cantidades de desechos todo esto era considerado “necesario para la modernización”.

En este contexto, Kras, E (1994) añade que, por el año 1987, bajo la dirección de la ONU tuvo lugar un importante reconocimiento internacional que confirmaba la gravedad de los problemas ecológicos y del riesgo para las futuras generaciones, y que dio origen a la Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo, donde se “analizaba ya el impacto de las industrias y empresas sobre el medio ambiente y la necesidad urgente de las naciones de un compromiso por cumplir objetivos y metas en la búsqueda de una economía más sustentable”.

La economía en la actualidad se enfrenta ante un reto en torno al crecimiento y el desarrollo, por una parte, y por otra, al de preservar el medio ambiente. El modelo actual enfrenta una gran crisis producto de un paradigma consumista, materialista y extractiva de los recursos existentes. El desafío es la de cambiar el paradigma consumista e irresponsable por una economía más sustentable, que esté en armonía con la naturaleza y la sociedad. Este modelo deberá ser difundido y puesto en marcha en todas las empresas, en especial en las Pymes, ya que estas son numerosas y tienen influencias importantes en el uso de los recursos en diversas economías, sobre todo en Latinoamérica, donde ocupa gran cantidad de mano de obra, recursos naturales e insumos para su funcionamiento. Las Pymes son fundamentales en los procesos económicos, sociales y ambientales de un país, por lo que su papel debe ser fundamental en la consecución de la sustentabilidad. En ese sentido, es preciso partir de la premisa de que las Pymes son de vital importancia en nuestro país, por ende, en la ciudad de Pilar, departamento de Ñeembucú, donde deberá cumplir un rol más que importante, no solo en la cantidad de empleos que puedan proporcionar a los jóvenes, sino en la mejoría significativa de las condiciones del entorno de la sociedad.

En cuanto se refiere al contexto nacional para las Pequeñas y Medianas Empresas (pymes) paraguayas tiene muchas complicaciones y adolece de varias deficiencias en cuanto al apoyo deseable para que el sector tenga el éxito deseado. No obstante, ante este panorama existente, en la ciudad de Pilar, se realizan esfuerzos por fortalecer el desempeño de las mismas mediante

convenios entre la Asociación de comerciantes y la Universidad Nacional de Pilar, donde se abordan temas en la búsqueda del fortalecimiento y el despegue de las iniciativas de acuerdo a los nuevos desafíos que impone el mercado.

En la ciudad de Pilar, existen unas 99 Pymes, según Villalba, E. (2019). Es uno de los sectores que más aporta empleo a la economía de la ciudad. Aparte de Manufactura de Pilar S.A., que emplea a unas 800 personas en su fábrica textil – la más grande del país-, no existen otras industrias capaces de absorber la mano de obra ofertada en el mercado pilarense. En los últimos años se han instalado numerosos talleres de confección, aprovechando la industria local que exporta sábanas, colchas, camisas, entre otros productos al exterior y permite que la mano de obra local sea ocupada en este negocio. Además, existen numerosos negocios comerciales que emplean a gran cantidad de mano de obra, aprovechando la presencia de turistas de las cercanas provincias de Corrientes, Chaco y Formosa, República Argentina. Pilar, como ciudad fronteriza y capital departamental tiene hoy un importante movimiento comercial y turístico. Funcionan cooperativas, bancos, financieras, mutuales, fundaciones, etc. que de alguna manera aportan flujo de dinero al mercado buscando dinamizar la misma. Por otra parte, actualmente se visualizan sectores educativos que podrían guiar o mejorar las capacidades de los trabajadores del sector pymes, dotándoles de esta manera herramientas eficaces para mejorar sus desempeños y, por ende, sus ingresos. Es allí donde reside este factor Institucional – público y privado- que pretende ser una herramienta que dé inicio a un esfuerzo conjunto que perdure en el tiempo para favorecer a estas iniciativas que trabajan por cuenta propia y que necesitan mejorar su competitividad. Con el mejoramiento de la competitividad se obtendrán mejores ingresos, esto favorecerá a toda la economía como una herramienta eficaz de lucha contra la pobreza.

¿Pero que son realmente las Pymes? Pyme es el acrónimo de pequeña y mediana empresa. Se trata de la empresa mercantil, industrial o de otro tipo que tiene un número reducido de trabajadores y que registra ingresos medio producto de sus actividades.

Pyme también suele escribirse como PYME y Pyme. Un término relacionado es MiPymes o MiPymes, el acrónimo de micro, pequeña y mediana empresa, que toma en cuenta las modalidades de empresa más reducidas, tales como las unipersonales.

La definición de pyme varía según el país. En Argentina, por ejemplo, las empresas se clasifican de acuerdo a sus ventas anuales y a su rubro (una pyme industrial puede tener un volumen de facturación que, en otro sector económico, la ubicaría entre las de mayor volumen).

Pérez Porto, J. y Gardey, A. (2009) sostienen que, en otros países, el concepto de pyme se asocia a la cantidad de empleados. “Entre 1 y 10 empleados, se habla de microempresa; entre 11 y 50, de pyme. Dichas cifras, de todas maneras, pueden variar de acuerdo a la región”.

En Paraguay, la Ley N.º 4457, 2012 define a las MiPymes como “las unidades económicas que, según la dimensión en que organicen el trabajo y el capital, se encuentren dentro de las categorías establecidas en el artículo 5º de la Ley y se ocupen del trabajo artesanal, industrial, agroindustrial, agropecuario, forestal, comercial o de servicio”.

Para categorizar a las MiPymes se consideran elementos como el número de trabajadores ocupados y el monto de facturación bruta anual, realizado en el ejercicio fiscal anterior.

Según Ortega, J. (2017) el artículo 5º de la Ley N.º 4457, 2012 clasifica las Micro, Pequeñas y Medianas de la siguiente manera:

- **Microempresas:** identificadas con las siglas MIE, son aquellas formadas por hasta un máximo de diez personas, en la que el propietario trabaja personalmente él o integrantes de su familia y facture anualmente hasta el equivalente a G. 500.000.000 (guaraníes quinientos millones).
- **Pequeñas empresas:** identificadas con las siglas PE, son aquellas unidades económicas que facturen anualmente hasta G. 2.500.000.000 (guaraníes dos mil quinientos millones) y ocupe hasta treinta trabajadores.
- **Medianas empresas:** son identificadas con las siglas ME, y las que facturan hasta G. 6.000.000.000 (guaraníes seis mil millones) de facturación anual y ocupen hasta cincuenta trabajadores.

Como señala Delvalle, A. (2018) “el sector pymes abarca actualmente a un porcentaje muy alto del empleo, son el motor de la economía local, ya que representan el 93% de las unidades productivas del país, generando el 61% de la mano de obra nacional y su aporte en los bienes o ingresos del país es del 8,7%, según registros del Vice ministerio de las Micos, Pequeñas y Mediana Empresas (MiPymes)”.

Por otra parte, la realidad de la falta de competitividad y sustentabilidad se deberá abordar, tanto a nivel pública y privada, con estrategias que lleven a cambiar gradualmente el paradigma extractivista hacia modelos más sustentables, mediante el esfuerzo de todos los sectores de la economía y la sociedad.

Hoy se debate con más frecuencia sobre que la economía denominada del bien común es posible, para el efecto se deberá desarrollar políticas de desarrollo más sustentables, capaz de proporcionar mejores condiciones de vida de los habitantes, el desarrollo de planes a mediano y largo plazo, ya que los actuales son cortoplacistas y economicistas puramente.

Las debilidades que se observan en las Pymes, se debaten tanto a nivel público como privado, donde la producción y el consumismo se llevan de la mano sin tener en cuenta aspectos sociales y ambientales, es decir, no son competitivas, tampoco sustentables.

En este sentido, empresas sustentables se denominan a aquellas iniciativas empresariales cuya filosofía y cultura de trabajo buscan un balance entre los tres componentes principales que la conforman bajo este concepto: sociedad, ambiente y economía. En ese aspecto, las Pymes suelen estar fuera del proceso de concienciación hacia la cultura de la sustentabilidad. Son las grandes empresas las que reciben mayor apoyo e implementación de programas relativos al tema, logrando de esa forma una competitividad superior y notoriedad en el mercado. Es ahí donde se debe apuntar, el de comprometer a los sectores donde más mano de obra existen, donde la cultura se reproduce igual que las grandes empresas. Es preciso sentar las bases de un modelo más sustentable de los protagonistas más genuinos de la economía.

Sustentables desde el punto de vista de equilibrio entre sus componentes, sin que ello represente daños o impacto adverso de uno sobre el otro, incluyendo lo económico. No significa renunciar a lo económico, al contrario, es ser capaz de utilizar los recursos existentes hoy día, sin comprometer en demasía al futuro.

La sustentabilidad en las empresas, en especial las Pymes, está directamente asociada al liderazgo empresarial: cómo la empresa se proyecta con respecto a las demás y, su nivel de creatividad e innovación para mantenerse a la vanguardia.

La empresa “sustentable” se proyecta e integra en la sociedad maximizando sus beneficios, tanto económicos como sociales, logrando la satisfacción de todos los componentes del grupo de interés, incluyendo a la sociedad en su conjunto.

En este contexto competitivo, Delvalle, A. (2018) afirma que, hoy día, “las Pymes son la principal aportante de mano de obra en gran parte de América”.

Prosigue que “las pequeñas y medianas iniciativas dan oportunidades de trabajo a más del 61% de las personas que están en edad de trabajar en Paraguay, su aporte en los bienes o ingresos del país es del 8,7%, según registros del Viceministerio de las Micos, Pequeñas y Mediana Empresas (MiPymes) por lo que es una exigencia insalvable ser competitivos para sobrevivir en un mercado cada vez más globalizado” (Delvalle, A., 2018).

Al mismo tiempo, estas pequeñas iniciativas “son un soporte social y cultural importante para las comunidades donde están asentadas, ya que generalmente tienen un contacto directo con los consumidores, generando una relación positiva o negativa en la conducta de los mismos,

dependiendo con la visión y la política que imprimen en la gestión de sus emprendimientos” (Delvalle, A., 2018).

Por ejemplo, las Pymes pueden contribuir a que sus empleados y consumidores puedan desarrollar practicas sustentables para: el uso de energía natural, uso racional de materiales (papel, cartón y similares), uso de maderas, uso de materiales biodegradables, reciclajes y manejo adecuado de la basura, entre otras acciones diarias.

El gran desafío de hoy día para estas pequeñas y medianas iniciativas, es el de convertirlos en modelos sustentables como estrategia de competitividad. Imbuir a los componentes de la organización de los valores y principios cuya filosofía y cultura de trabajo buscan un balance entre los tres componentes principales que la conforman bajo este concepto: sociedad, ambiente y economía.

Álvarez, L. V. V. y Vargas-Hernández, J. G. (2012, p. 105) concluyen que en la actualidad “la estrategia empresarial pretende alcanzar un modelo ecológicamente adecuado, económicamente viable y socialmente justo para llegar a un equilibrio sustentable, impulsado por las organizaciones y fortalecido por las capacidades y recursos con lo que cuenta la empresa, con el fin de lograr ventajas que impulsen el desarrollo integral y permitan la maximización de beneficios desde una perspectiva tangible e intangible”.

En la actualidad, diariamente las empresas y las personas en particular, llevan a cabo diversas actividades, de manera consciente o inconsciente, que lesionan y destruyen el medio ambiente, como la tala de árboles, la pesca, la destrucción de selvas debido al crecimiento desmesurado y sin proyección de la población; sin duda, todo esto afecta a los ecosistemas en forma negativa, así como el buen funcionamiento del ecosistema. Por tanto, es muy importante procurar el desarrollo sustentable en nuestro entorno desde la actividad que uno desarrolla, sea esta productiva o no, como una contribución efectiva al planeta.

Como señalan Estrella Suárez, M. V. y González Vázquez, A. (2017, p. 5), “los principios de sustentabilidad surgieron con el objetivo de explicar la sustentabilidad en términos más concretos y cuantificables”. A continuación, se analizan tres importantes principios de la sustentabilidad, desde la perspectiva de la biosfera:

1. En la naturaleza todo se recicla y nada se acumula.
2. El desarrollo de los organismos se basa en el uso de recursos naturales renovables y en el flujo de la energía solar.
3. La biosfera es una coevolución de todos los seres vivos en la que estos tienden a formar paulatinamente nuevos niveles de organización, que sustenten una mejor funcionalidad.

En este punto, los expertos en el tema coinciden que la sustentabilidad consiste algo más que cuidado del medio ambiente, donde se destacan tres dimensiones principales: Económico, Sociocultural y Natural o ambiental.

En el escenario económico, todo proceso o actividad económicamente activo debe demostrar su sustentabilidad ecológica, la cual se define como la capacidad de un sistema (o un ecosistema) de mantener su estado en el tiempo, conservando para ello los parámetros de volumen, tasas de cambio y circulación invariables, o haciendo fluctuar dichos parámetros cíclicamente en torno a valores promedio. Asimismo, Estrella Suárez y González Vázquez consideran tres diferentes políticas para alcanzar la sustentabilidad ecológica (2017, p. 6):

1. Una tasa sobre la destrucción de capital natural, con el fin de reducir o eliminar la destrucción del mismo.
2. La aplicación del principio contaminador pagador aplicado a productos contaminadores, de tal forma que incentive a los productores a mejorar el entorno.
3. Tener un sistema de aranceles ecológicos que permita a los países aplicar las dos políticas anteriores sin forzar a sus productores a moverse a otros lugares con el objetivo de mantener la competitividad.

Estrella Suárez y González Vázquez (2017, p. 7) consideran que se alcanza la sustentabilidad social “cuando los costos y los beneficios son distribuidos de manera adecuada y equitativa tanto entre el total de la población actual (equidad intergeneracional) como entre las generaciones presentes y futuras”.

Desde un punto de vista social, Estrella Suárez y González Vázquez (2017, p. 7) consideran que “los agentes sociales y las instituciones desempeñan un papel muy importante en el logro del desarrollo sostenible a través de una correcta organización social, que permita el desarrollo duradero y de las técnicas adecuadas, como las inversiones en capital humano o, por ejemplo, el incremento de la cohesión social”.

Ahora bien, para alcanzar un modelo de empresa más sustentable es necesario la implementación de las estrategias que se conoce, pero con un paradigma más social y ecológico. ¿Pero que son las estrategias? Las estrategias de negocios incluyen la expansión geográfica, la diversificación, el desarrollo de productos, el desarrollo de mercados, la penetración de mercado, los costos bajos, la enajenación, la adquisición, la liquidación y las empresas conjuntas.

Para llevar adelante las estrategias competitivas, son los individuos los que llevan sobre sus hombros la responsabilidad de llevarlos adelante en forma eficiente, como líderes en sus respectivas facetas.

Jay Conger (1991, como se citó por David, Fred R., 2003, p. 8), profesor de comportamiento organizacional en la London Business School y autor de *Building Leaders*, comenta:

“Todos los estrategas tienen que ser directores generales en aprendizaje, pues estamos en un periodo de cambio constante. Si nuestros líderes no son reconocidos como modelos capaces de adaptarse con facilidad durante este periodo, entonces nuestras empresas tampoco se adaptarán, porque finalmente el liderazgo consiste en ser un modelo a seguir”.

Las Pymes no escapan a esta realidad, al contrario, están llamadas a implementar estrategias competitivas, capaz de sacarlas adelante en los diferentes sectores de la economía.

En 1980, Michael E. Porter, Profesor de la Harvard Business School, publicó su libro *Competitive Strategy* que fue el producto de cinco años de trabajo en investigación industrial y que marcó en su momento un hito en la conceptualización y práctica en el análisis de las industrias y de los competidores.

Porter, M. (1980, como se citó por Ayala Ruiz, L. E. y Arias Amaya, R., s.f.) describió la estrategia competitiva como “las acciones ofensivas o defensivas de una empresa para crear una posición defendible dentro de una industria”, acciones que eran la respuesta a las cinco fuerzas competitivas que el autor indicó como determinantes de la naturaleza y el grado de competencia que rodeaba a una empresa y que, como resultado, buscaba obtener un importante rendimiento sobre la inversión.

Esas tres estrategias genéricas fueron:

- El liderazgo en costos totales bajos
- La diferenciación
- El enfoque

Tener una ventaja competitiva implica poder crear más valor que los competidores. Al crear más valor, la empresa es capaz de proporcionar al consumidor un excedente equivalente o superior al de los competidores, al tiempo que obtiene un mayor beneficio.

Las variables relacionadas con la creación de valor son el coste y el beneficio percibido por el consumidor. Ambas variables determinan las dos formas en que la empresa puede crear valor y obtener una ventaja competitiva: reduciendo costes o incrementando el beneficio percibido por el consumidor. ¿Pero cómo pueden las Pymes ser competitivas utilizando estas estrategias, al tiempo de ser sustentables? ¿Ser eficiente desde el punto de vista económico al tiempo de respetar el medio ambiente y la sociedad, no comprometiendo los recursos de las generaciones futuras?

Una de las experiencias más notables en los últimos tiempos lo constituyen las empresas B, cuyas filosofías se enmarcan en la responsabilidad, el compromiso, el cuidado del medio ambiente y la sociedad, al tiempo de producir rentabilidad a sus emprendimientos.

Para Estévez, R. (2014) “las Empresas B forman parte de una comunidad global empresarial que toma decisiones corporativas considerando no solo intereses financieros de sus accionistas, sino también los de sus colaboradores, clientes, proveedores, la comunidad a la que pertenecen y el medioambiente.” Son empresas que buscan generar impacto positivo socio-ambiental desde la manera en la que operan y desde sus mismas unidades de negocio”.

Esta filosofía empresarial surge como iniciativa de B Lab, organización fundada en el 2006 en Estados Unidos que “trata de crear condiciones necesarias para que las empresas prosperen teniendo un enfoque sostenible y responsable hacia el medio ambiente y la sociedad”. Con más de 2.600 empresas certificadas en el mundo, más de 410 de ellas provenientes de Latinoamérica y presentes en más de 65 países, las Empresas B “son un nuevo paradigma que se impone con el fin de crear una nueva economía en donde el éxito se mida por el bienestar de los individuos, de las sociedades y de la naturaleza. Economía virtual” (Recuperado de Una empresa eco-social que transforma realidades, se convierte en empresa B, 2018)

En este sentido, recientemente tres empresas paraguayas, Koga, Eneache y Vertical, fueron reconocidas entre las Mejores Empresas B para el Mundo otorgado por B the Change Media. Se trata de una medición del impacto que ejercen las compañías en la sociedad, conforme siete categorías: Medioambiente, Clientes, Trabajadores, Comunidad, Gobernanza, Puntaje General, Changemakers (Agentes de cambio). (Recuperado de Tres empresas paraguayas entre las Mejores Empresas B para el Mundo, 2017)

Otra conocida empresa paraguaya es Sueñolar que recientemente se sumó a la comunidad de empresas B certificadas del país, en donde como marca afirman la convicción de querer dar valor al mundo a través de su negocio.

“Lo primero es alinear el corazón del negocio con el propósito: ser una empresa mejor para el mundo, para ello pasamos por una evaluación muy detallada y rigurosa que considera los impactos positivos de la empresa en distintas áreas: trabajadores, gobernanza, medioambiente, comunidad, clientes y también en el modelo de negocios”, explicó Clara Armoa, jefe senior de desarrollo sostenible de Sueñolar (Martínez, K., 2019).

Armando, L. (2014) sugiere que este nuevo paradigma “está conquistando el mundo empresarial, ya muchos emprendedores lo adoptan al crear sus respectivas empresas”. No sólo ser las mejores del mundo, sino que también ser las mejores para el mundo, es el lema que caracteriza este nuevo

movimiento mundial al que muchas empresas comienzan a sumarse. En la Argentina varias empresas han obtenido la certificación, entre ellas Greca, dedicada al diseño sustentable; Emprendia, consultora en proyectos de sustentabilidad para empresas; y Guayakí, productor de yerba mate orgánica.

Estas empresas están en la búsqueda de la sustentabilidad, es decir, beneficiar a la sociedad, a la propia empresa, y respetando el medio ambiente.

Para Estévez, R. (2014), una empresa B se diferencia del resto de organizaciones por ser modelos innovadores que persiguen el **Triple Impacto**:

1. **Propósito:** Crear impacto positivo en el ámbito social y el ambiental.
2. **Responsabilidad:** Tener en cuenta como fin primordial los intereses de los trabajadores, la comunidad y el medio ambiente.
3. **Transparencia:** Publicar informe anual sobre el impacto social y ambiental certificado por un organismo externo e independiente que le de veracidad a tus datos.

Para lograr la certificación tienen que realizar un proceso de cambio en sus emprendimientos, de acuerdo a indicadores de mejoras y cambio de paradigma. Muchos lo confunden con la RSE (Responsabilidad Social Empresarial), pero esta es considerada como una acción un tanto conservadora, ya que este modelo considera al compromiso social y ambiental como algo externo a la organización, sin embargo, las empresas B lo consideran puntos centrales de sus actividades.

La búsqueda de la sustentabilidad no es una tarea fácil, no solo una enunciación filosófica, sino una práctica diaria basada en un paradigma que está comprometido con el medio ambiente y toda la sociedad, es decir, cambiar de una economía lineal (extracción, fabricación, utilización, eliminación) a una circular (fabricación, utilización, reutilización, reparación, reciclaje). Aquí la actitud y el compromiso de las empresas y los consumidores serán preponderantes para cambiar el modelo de producción y consumo actual (extractivista y consumista), hacia un modelo más sustentable.

METODOLOGÍA

El estudio se llevó a cabo en la Ciudad de Pilar, capital del Departamento de Ñeembucú, ciudad ubicada a 358 Km. de Asunción, capital de la República del Paraguay, sede de varios centros comerciales que la convierte en el principal centro de abastecimiento de todo el departamento de Ñeembucú.

La investigación se circunscribe a un estudio descriptivo, ya que la misma se limita a describir los aspectos propios de la organización, en cuanto a las prácticas y estrategias de sustentabilidad utilizadas por las Pymes de la Ciudad de Pilar, Paraguay, en la búsqueda de la competitividad.

Como técnica de recolección de datos se recurrió a la encuesta, y como instrumento documental se utilizó el cuestionario aplicado a la totalidad de los 99 Pymes de la ciudad de Pilar, Paraguay. El instrumento utilizado fue la entrevista estructurada.

Para el desarrollo de la investigación se recurrió a los métodos cualitativos y cuantitativos; teniendo en cuenta la naturaleza de las informaciones y los objetivos de la misma. El primero de ellos, a fin de describir cualitativamente los sistemas de organización que utilizan las empresas en estudio y el método cuantitativo para presentar estadísticamente los datos obtenidos con el método anterior.

Se emplea como procedimiento el método cuantitativo para la obtención de conocimientos sistematizados. Los pasos son realizados con la ayuda de técnica de medición, tanto para el recaudo de los datos para el procesamiento, tabulación, análisis, interpretación, y presentación de los resultados obtenidos de la aplicación de las mismas a los gerentes o propietarios de las Pymes. La utilización de este método permitirá la recolección y análisis de los datos estadísticos y numéricos del trabajo de investigación, ya que las variables son susceptibles de representación numérica. Además, posibilitará identificar el grado de implementación de estrategias sustentables en las Pymes de la ciudad de Pilar y obtener datos de la realidad de los sujetos de estudio, a fin de proporcionar información necesaria para su análisis correspondiente.

Según Hernández y Sampieri (2006), la población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones.

Para el presente trabajo de investigación la población fue de 99 Pymes de la ciudad de Pilar, de productos y servicios, representando el 100% de la población, la que corresponde a un nivel de confianza del 95,49% y un margen de error de más – menos 5%. Según Tamayo y Tamayo (2006), plantea que el censo poblacional es la muestra en la cual entran todos los miembros de la población, siendo el tipo de muestra representativa.

Para seleccionar las Pymes de la ciudad de Pilar, Paraguay, se empleó el muestreo deliberado intencional, es decir, el investigador selecciona a aquellas personas o negocios que realmente podrán aportar informaciones válidas sobre el tema investigado.

En relación a las fuentes de recolección de datos, se utilizaron fuentes primarias: Para la recolección de los datos. Está constituida por las informaciones proveídas de primera mano cómo la entrevista. Fuentes secundarias: Constituidas por las informaciones escritas y recopiladas para sustentar la teoría en esta investigación como los libros, trabajos de investigación, páginas de internet, entre otros.

En cuanto a las técnicas de recolección de datos, se emplearon:

Entrevista: Para Tamayo y Tamayo (1993) consiste en obtener información de los sujetos de estudio, actitudes o sugerencias proporcionadas por ellos mismos, sobre opiniones y conocimientos.

Se utilizó la entrevista estructurada con ayuda de un formulario con las preguntas que interesan a la investigación.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los propietarios de las Pymes de la ciudad de Pilar, en el año 2019, en un 51% son del género femenino, mientras que el 49% son del género masculino. Las edades más frecuentes están entre 23 y 38 años, representando un 56% de la franja etárea. Se observa más propietarias mujeres conduciendo estos negocios, con edades relativamente joven. La otra mitad se distribuye entre 41 a 55 años. En tanto que los funcionarios se distribuyen en un 60% en género femenino y un 40% masculino. Las edades más frecuentes están distribuidas entre los 18 a 25 años, representando un 50 % de los consultados.

Los consultados fueron a 68 negocios de la ciudad de Pilar, por sobre 99 existentes, Villalba, 2019, representando el 69% de los pequeños y medianos negocios. Los demás propietarios, en algunos se negaron a acceder a la consulta o en ese momento no se encontraban presentes.

En cuanto a la preparación académica de los propietarios, el 76% de los mismos manifestaron tener educación terciaria, el 16% educación secundaria, el resto no respondieron a la consulta. Por parte de los funcionarios, el 53 % manifestaron tener formación terciaria y el 34% educación secundaria. Este aspecto es muy importante en el entendimiento y las decisiones que puedan tomarse, ya que la preparación los podrá conducir a mejoras dentro de sus respectivos negocios.

Sobre si la empresa en su visión y misión contempla los aspectos de competitividad y sustentabilidad, el 84% de los propietarios respondieron que sí, el 12% que no, y 4 % no respondieron a la consulta. Una mayoría amplia aseguró contemplar estos aspectos importantes de la nueva visión empresarial. En este aspecto, Conger, J, (1991), afirma que “todos los estrategias tienen que ser directores generales en aprendizaje, pues estamos en un periodo de cambio constante” (1991, citado por David, Fred R., 2003, pág.8).

En cuanto a la consulta si la filosofía de la empresa tiene un compromiso social y ambiental, el 85% de los propietarios manifestaron que sí, el 10 % que no, mientras que el 4% no respondieron a la consulta. Por parte de los funcionarios el 77 % manifestaron que si tienen orientadas a lo social y ambiental. Que la filosofía de la empresa contemple este aspecto es sumamente importante, ya que el paradigma meramente mercantilista va cambiando gradualmente, constituyéndose de esta forma en la formación de una nueva cultura organizacional.

Sobre la consulta de si realizan jornadas de capacitación sobre temas de competitividad y sustentabilidad, el 72% de los propietarios respondieron que sí, el 22% que no, mientras que el 6% no respondieron. Mientras que el 70 % de los funcionarios afirmaron que si se realizan jornadas de capacitación. Estrella Suárez y González Vázquez resaltan la importancia en este

aspecto en cuanto a las inversiones en capital humano, o, por ejemplo, el incremento de la cohesión social dentro de la organización (2017, pág. 7).

En cuanto a la consulta si posee un sistema de Gestión de Riesgos, el 72% de los propietarios respondieron que sí, el 22% que no, mientras que el 6% no respondieron a la pregunta. Por parte de los funcionarios, el 64 % que si poseen un sistema de gestión de riesgos. Gestión de riesgos en cuanto a la seguridad de los funcionarios, empleadores y clientes. Adoptar una cultura de la prevención dentro de la organización.

Sobre si la empresa tiene iniciativas como industria limpia, equidad de género, empresa familiarmente responsable, entre otros, el 82% de los propietarios respondieron que sí, el 15% que no, mientras que el 3% no respondieron a la consulta. El compromiso social es importante, eso lo distingue y lo valoriza en la cohesión interna y el reconocimiento de la sociedad.

Ante la consulta de cuanto es el consumo de papel y el origen del papel que utiliza, el 46% de los propietarios que sí, el 37 % que no, mientras el 18% no respondieron a la pregunta. En cuanto a los funcionarios, el 64% respondieron que si conocen el origen del papel que utilizan. Conocer el material con que uno trabaja es fundamental para adoptar el paradigma sustentable y lograr la competitividad de la organización.

Sobre la pregunta de si conoce el consumo de energía en la empresa, 84% de los propietarios respondieron que sí, el 10% respondieron que no, mientras que el 6% no respondieron a la consulta. En tanto que, el 41% de los funcionarios respondieron que, si conocen la cantidad de consumo de energía en la empresa, mientras que el 49% lo desconocen. Este será un aspecto a mejorar, ya que la competitividad y la sustentabilidad se logra con el correcto uso de los recursos disponibles. El control del consumo de energía, no solo ayudará a tener metas concretas de optimización, ser más competitivo, sino también contribuirá al uso racional de la misma en favor de la sociedad.

Ante la consulta de si conoce el consumo de agua en la empresa, el 75% de los propietarios manifestaron que sí, el 16% que no, mientras que el 9 % no respondieron a la pregunta. Mientras que los funcionarios manifestaron en un 64% que si conocen el consumo del vital líquido en la empresa. El agua un recurso cada vez más escaso, deberá ser utilizado racionalmente dentro de la empresa, esto contribuirá a ser más competitivos y al mismo tiempo ser más amigable con el medio ambiente.

Sobre la pregunta de si los funcionarios son capacitados en temas de reciclaje de basura, el 65% de los propietarios respondieron que sí, el 29% que no, mientras que el 6% no respondieron a la pregunta. Por parte de los funcionarios, el 50 % de los mismos manifestaron que sí son

capacitados. Invertir en el capital humano es fundamental, sobre todo en la relacionado al manejo de la basura, que suele constituirse en un problema grave para la sociedad. Al respecto, Kras, E. (1994), afirma que las empresas en el inicio de la era industrial arrojaban al aire, al suelo y el agua grandes cantidades de desechos todo esto era considerado “necesario para la modernización”. Este aspecto tendrá que ser superado para lograr la competitividad y la sustentabilidad.

Ante la consulta si la empresa utiliza energía renovable (materiales biodegradables, energía solar, uso de madera reciclada, cartones, etc.), el 57% de los propietarios respondieron que si, en tanto que el 37% que no lo utilizan, mientras que 6% no respondieron a la pregunta. Al respecto, Álvarez, L. V. V., Vargas-Hernández, J. G. (2012) señalan que “la estrategia empresarial pretende alcanzar un modelo ecológicamente adecuado, económicamente viable y socialmente justo” (pág. 105).

Sobre la consulta si la empresa tiene un plan de tratamiento de basura y sistema de manejo de efluente, 69% de los propietarios manifestaron que sí lo tienen, el 25% que no, mientras que el 6% no han respondido a la consulta. En cuanto a los funcionarios, el 58% que si tienen un plan de tratamiento de basura y sistema de manejo de efluente. La basura suele constituirse en un elemento muy nocivo si no se trata y aprovecha adecuadamente. Reutilizar, reparar, reciclar constantemente es el camino a la sustentabilidad de las Pymes.

Ante la consulta si los envoltorios y envases son reutilizables, el 43% de los propietarios respondieron que sí, el 47% que no, mientras que el 4% no han respondido a la pregunta. Los funcionarios en este aspecto, el 46% que si existe un lineamiento en cuanto a uso de envoltorios y envases. Este aspecto es vital, ya que los envoltorios y envases deben ser reutilizados constantemente y evitar utilizarlo excesivamente como de usos únicos.

Sobre la pregunta si se apoya actividades sobre RSE públicamente, el 72% de los propietarios respondieron que sí lo hacen, el 22% respondieron que no, mientras que 6% no ha respondido a la consulta. El hecho que se apoyen actividades de RSE es importante, no obstante, aún no es suficiente para una organización, ya que muchos de ellos lo toman como filantropía meramente, sin comprometerse totalmente en el proceso de producción dentro de la empresa.

Ante la consulta de si se contempla la sustentabilidad en la cadena de valor, el 46 de los propietarios respondieron que sí, el 37 que no contempla, mientras que el 18% no ha respondido a la consulta. Mientras que los funcionarios en un 36% respondieron que si se contempla la sustentabilidad en la cadena de valor. La empresa no solo necesita comprometer a los agentes internos de las mismas, sino también a los demás componentes del grupo de interés, sobre todo a los consumidores, quienes también pueden aportar mucho en el proceso entre la organización, los consumidores y la sociedad. En este sentido, un país del primer mundo como el finlandés lanzó

en el 2016 su estrategia hacia la economía circular llamada: “Leading the cycle – Finnish road map to a circular economy 2016-2025” Foro de Economía Circular, Chile (s.f).

Sobre la pregunta de si se ha implementado relaciones responsables para proveedores sobre manejo de desperdicio, reutilización de envoltorios, entre otros, el 43% respondieron que sí, el 47% que no, mientras que el 10% no respondieron a la consulta. Mientras tanto, el 46% de los funcionarios respondieron que si se realizan relaciones responsables sobre manejo de desperdicios y otros. Este aspecto es muy importante, ya que todos los componentes del grupo de interés deberán participar de este proceso de cambio conductual.

Ante la consulta de si se tiene programas para incentivar la conducta responsable de los clientes post venta, el 38% de los propietarios respondieron que sí, el 56% que no, mientras que el 6% de los consultados no respondieron. En cuanto a los funcionarios, el 45% respondieron que no se incentivan la conducta responsable de los clientes, mientras que el 42 % que si se fomenta. Este componente es crucial en el proceso de reconversión de las empresas, ya que los clientes cumplen un papel importante en la cadena. Las empresas, los gobiernos locales, sub nacionales y nacionales deberán arbitrar los mecanismos para el cumplimiento de leyes y normas regulatorias sobre el tema. En este sentido, la Comisión Europea adopta un paquete de economía circular, en diciembre 2015, buscando promover la transición hacia una economía circular en la Unión Europea. Este paquete incluye propuestas legislativas respecto a residuos y aumento de tasas de reciclaje y reuso, así como un Plan de Acción para promover la economía circular en las distintas cadenas de valor (Foro de Economía Circular, Chile, s.f.).

Sobre la consulta si se procura la proporción equitativa entre hombres y mujeres en todos los niveles de la empresa, el 78% de los propietarios respondieron que sí, el 18% que no lo hacen, mientras que el 4% no respondieron a la consulta. Mientras que el 78% de los funcionarios respondieron que si se procura. Este aspecto es importante en cualquier empresa porque se denota la equidad entre los géneros y la igualdad de oportunidades en el acceso al trabajo.

Ante la pregunta si la empresa tiene planes de accesibilidad para clientes y funcionarios con discapacidad, el 63% de los propietarios respondieron que sí, el 31% respondieron que no, mientras que el 6% de los consultados no han respondido a la pregunta. En cuanto a los funcionarios, el 64 % de los mismos respondieron que si tiene planes de accesibilidad. Ser una empresa inclusiva es una importante señal del compromiso social y la voluntad de ser accesibles para todas las personas.

Ante la consulta si ha hecho campaña de marketing social, marketing verde o con causa, el 64% de los propietarios respondió que sí lo hacen, 31% que no lo hacen, mientras que el 4% no ha respondido a la pregunta. En tanto que los funcionarios, el 46% manifestaron que si se ha hecho

campañas de marketing social. Comunicar es importante, pero darle contenido a la comunicación en lo que se refiere al medio ambiente y el compromiso social es más importante aún, en vista a que se busca a la concienciación y la adhesión de la gente a esta causa. Con referencia a este aspecto, Estévez, R. (2014), afirma que una empresa B se diferencia del resto de organizaciones por ser modelos innovadores que persiguen el Triple Impacto: Propósito, transparencia y responsabilidad.

Sobre la consulta si la empresa tiene una postura sobre el cambio climático, el 54% de los propietarios contestó que lo tiene, el 32% contestaron que no, mientras que el 13% no respondieron a la pregunta. Sobre este tema, el 45 % de los funcionarios respondieron que si tienen una postura. Este aspecto es vital, que los propietarios y funcionarios tengan conciencia de lo que ocurre con el clima, sus consecuencias y lo que hay que hacer para mejorarlo.

En cuanto a la consulta si la empresa invierte en tecnología para cuidar el ambiente, el 79% de los propietarios respondió que sí, el 16% respondió que no, mientras que el 4% no respondió a la consulta. En cuanto a los funcionarios, el 71% respondieron que si invierten en la empresa. Invertir es importante en las empresas, más aún si se innova para mejorar el desempeño de las mismas, cuidando el ambiente y mejorando la calidad de la gente.

Sobre la consulta de si se tiene un sistema de comunicación interna y externa sobre el tema de sustentabilidad y responsabilidad empresarial, el 74% de los propietarios respondieron que, si lo tienen, el 19% respondieron que no, mientras que el 7% no ha respondido a la consulta. En tanto que los funcionarios, el 64% que si tienen un sistema de comunicación interna y externa sobre el tema de sustentabilidad y responsabilidad social empresarial. Comunicar es vital dentro y fuera de la empresa. Sobre todo, una comunicación comprometida y con causa, capaz de hacer entender cual es el camino hacia la sustentabilidad, llamando a la conciencia de toda la sociedad.

CONSIDERACIONES GENERALES

Este trabajo describe aspectos propios de la organización en cuanto a las prácticas y estrategias de sustentabilidad utilizadas por las Pymes de la Ciudad de Pilar. En la misma se detecta diversas debilidades de las pequeñas y medianas empresas, así también avances importantes en la búsqueda de la sustentabilidad y la competitividad. Lo manifestado por propietarios y funcionarios sirve para avanzar en un modelo de negocio distinto a los tradicionales que se conocen actualmente.

Es fundamental destacar que muchas de estas empresas no tienen el contacto necesario con sus proveedores y clientes, en el sentido de promover el compromiso de los mismos en el aprovechamiento de los desperdicios que puedan reportar dichas compras, logrando de esta forma un círculo virtuoso en cuanto a la reutilización de los materiales que se puedan incorporar de nuevo al ciclo económico. En muchos países de Europa, sobre todo en España, el hecho de reciclar y reutilizar contribuirá a impulsar el empleo en los próximos años, practicando una economía mas circular que lineal. En ese aspecto será fundamental la actitud del consumidor y las empresas, de manera a lograr un paradigma diferente que contribuya al desarrollo de la sociedad sin afectar en demasía al medio ambiente.

Por otra parte, la mitad de los funcionarios manifestaron que son capacitados. Invertir en el capital humano es fundamental, sobre todo en la relacionado al manejo de la basura, que suele constituirse en un problema grave para la sociedad.

También se deberá mejorar el sistema de comunicación interna y externa, concienciando a todos los componentes del grupo de interés, de manera a lograr el cambio de paradigma que se necesita para convertir en un plazo determinado a las empresas mas competitivas y sustentables. El ahorro del agua, la energía, el origen de los insumos a ser utilizados, son aspectos que deberán figurar en los planes de las empresas para poder cumplir sus metas y volverlas más competitivas. También tener protocolos de gestión de riesgos, sistema de inclusión y equidad, no solo ser exitosas en el aspecto económico, sino ser también viables en el aspecto social y ambiental.

Por último, las empresas sustentables, circulares, “B”, o como se denominen por su carácter social, deberán trabajar muy de cerca con la academia, es decir, con la Universidad, las instituciones públicas, gremios privados, entre otros, en la búsqueda de planes y programas alternativas que apunten a la concienciación medio ambiental. En el futuro cada empresa deberá enfocar sus actividades de acuerdo a su misión, visión y valores de la organización, teniendo presente siempre los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) que contempla siete prioridades que son: lucha contra el cambio climático y protección de biodiversidad, contribución al bienestar de las comunidades en las que opera, desarrollo socio-económico sostenible, innovación y calidad

para sus clientes, buen gobierno, transparencia y gestión de grupos de interés, promoción de la RSC en la cadena de suministro y seguridad laboral y desarrollo del equipo humano.

Las pymes de la ciudad de Pilar están llamadas a este desafío, también todos los componentes del grupo de interés, cambiar de un paradigma lineal extractivista, consumista y de desperdicios, a una circular que reutiliza, repara, recicla en todo el proceso económico. Es posible ser sustentable y competitivos al mismo tiempo, el desafío esta en nuestras manos.

REFERENCIAS Y BIBLIOGRAFÍA

- Armando, L. (2014). Empresas B. Recuperado de www.buenosnegocios-com-notas-rse-empresas-b-n396
- Ayala Ruiz, L. E., Arias Amaya, R. (Sin fecha). Las Estrategias Competitivas Genéricas de Porter. Recuperado de <http://3w3search.com/Edu/Merc/Es/GMerc057.html>
- Delgado, A. (2019) Europa se suma a la economía circular para impulsar el empleo
- Delvalle, A. (2018, febrero 18). Pymes juegan un papel importante dentro de la economía. Recuperado de https://www.lanacion.com.py/negocios_edicion_impresa/2018/02/18/pymes-juegan-un-papel-importante-dentro-de-la-economia/
- Estévez, R. (2014, setiembre 11). ¿Sabes qué son las Empresas B? Recuperado de <https://www.ecointeligencia.com/2014/09/empresas-b/>
- Estrella Suárez, M. V., González Vázquez, A. (2017). Desarrollo sustentable: un nuevo mañana. Grupo Editorial Patria.
- Hernández, Sampieri. (2006). Metodología de la investigación. McGraw-Hill, 4ª edición.
- David, Fred R. (2003). Conceptos de Administración Estratégica. Pearson Educación, México.
- Kras, E. (1994). Desarrollo sustentable y las empresas. In Desarrollo sustentable y las empresas. Iberoamericana. “Leading the cycle – Finnish road map to a circular economy 2016-2025” (Sin fecha). Foro de Economía Circular, FEC, Chile. Recuperado de <https://foroeconomiacircular.com/chile2018/la-economia-circular/>
- Ley N° 4.457. Para las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes). Biblioteca y Archivo Central del Congreso de la Nación, Paraguay, 17 de mayo de 2012.
- Pérez Porto, J., Gardey, A. (2009). Definición de pyme. Recuperado de <https://definicion.de/pyme/>
- Martínez, K. (2019, marzo 20). Sueñolar ya es una empresa B. Recuperado de www-5dias-com-py-2019-03-suenolar-ya-es-una-empresa-b-
- Ortega Carrasco, R. (2017, enero 28). Clasificación de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MiPymes) en Paraguay. Recuperado de <https://rolandoortega.wordpress.com/2017/01/28/clasificacion-de-la-micro-pequena-y-mediana-empresa-mipymes-en-paraguay/>

Tamayo y Tamayo, M. (1993). *El Proceso de la Investigación Científica*, Segunda edición. Editorial Limusa.

Tres empresas paraguayas entre las Mejores Empresas B para el Mundo (2017, octubre 04). Recuperado de <https://infonegocios.com.py/infosustentabilidad/tres-empresas-paraguayas-entre-las-mejores-empresas-b-para-el-mundo>

Una empresa eco-social que transforma realidades, se convierte en empresa B (31 de octubre de 2018). Recuperado de <http://economievirtual.com.py/web/pagina-general.php?codigo=19452>

Álvarez, L. V. V., Vargas-Hernández, J. G. (2012). La sustentabilidad como modelo de desarrollo responsable y competitivo. *Ingeniería de Recursos Naturales y del Ambiente*, (11), 97-107.

Villalba, E. (2019). *La Administración en debate*. Seminario llevado a cabo en la Facultad de Ciencias Contables, Administrativas y Económicas de la Universidad Nacional de Pilar, Campus Universitario del Bo, Ytororo, ciudad de Pilar, Paraguay.