

Estrategia de Sustentabilidad Ambiental: Caso Pymes de la Ciudad de Ayolas, Misiones

Leticia Soledad Rodríguez Valiente¹

letisole_95@hotmail.com

<https://orcid.org/0009-0004-9664-3250>

Universidad Nacional de Pilar

Pilar – Paraguay

Yenny Alejandra Rodríguez Valiente

yennyrodri_98@outlook.com

<https://orcid.org/0009-0001-2538-8959>

Universidad Nacional de Pilar

Pilar – Paraguay

Dra. Luisa Del Pilar Gamarra Zalazar

lucy-g@hotmail.es

Universidad Nacional de Pilar

Pilar – Paraguay

RESUMEN

Según el informe de Brundtland (1987), la ONU define el desarrollo sostenible como «la satisfacción de las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades». Partiendo de este concepto, se ha estado dando mayor relevancia a que las empresas concentren su gestión ya no solo en los aspectos económicos y sociales, sino que también con igual importancia en los aspectos ambientales; en este sentido y atendiendo que la línea de investigación de la carrera de Ingeniería Ambiental contempla la sustentabilidad ambiental del territorio, la cual está relacionada con el estudio de la problemática derivada de las actividades productivas y sustentabilidad de los procesos productivos, con el presente trabajo de investigación se plantea como objetivo conocer las estrategias de sustentabilidad implementada por las Pymes de la ciudad de Ayolas, Misiones. Para tal efecto se implementó un estudio de tipo descriptivo, utilizando los métodos cualitativo y cuantitativo. Como técnicas de recolección de datos se implementó la entrevista y encuesta a propietarios de las Pymes. La hipótesis planteada es que la responsabilidad socioambiental asumida por las Pymes se ve reflejada en los conocimientos que tienen respecto a la sustentabilidad ambiental y en las estrategias implementadas para llevar adelante las actividades de sustentabilidad en las empresas. Los resultados obtenidos evidencian que las Pymes aplican estrategias sustentables, que conocen y les importa la sustentabilidad ambiental y que sus negocios trabajan en este marco de interés y respeto con el medio ambiente.

Palabras claves: desarrollo sustentable; estrategia; sustentabilidad; PYMES

¹ Autor principal.

Correspondencia: letisole_95@hotmail.com

Environmental Sustainability Strategy: Case of SMEs in the city of Ayolas, Misiones

ABSTRACT

According to the Brundtland report (1987), the UN defines sustainable development as “meeting the needs of the present generation without compromising the ability of future generations to meet their own needs.” Starting from this concept, greater importance has been given to companies concentrating their management not only on economic and social aspects, but also with equal importance on environmental aspects; in this sense and considering that the line of research of the Environmental Engineering career contemplates the environmental sustainability of the territory, which is related to the study of the problems derived from productive activities and sustainability of productive processes, with the present work of The objective of the research is to know the sustainability strategies implemented by SMEs in the city of Ayolas, Misiones. For this purpose, a descriptive study was implemented, using qualitative and quantitative methods. As data collection techniques, the interview and survey of SME owners was implemented. The hypothesis proposed is that the socio-environmental responsibility assumed by SMEs is reflected in the knowledge they have regarding environmental sustainability and in the strategies implemented to carry out sustainability activities in companies. The results obtained show that SMEs apply sustainable strategies, that they know and care about environmental sustainability and that their businesses work within this framework of interest and respect for the environment.

Keywords: *sustainable development; strategy; sustainability; SMEs*

*Artículo recibido 04 noviembre 2023
Aceptado para publicación: 15 diciembre 2023*

INTRODUCCIÓN

Para dar una introducción al tema de investigación, es importante conocer la definición de los términos considerados como base o sostén teórico del mismo y en ese sentido según el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, citado por la Fundación Wiese, se define al medio ambiente como el conjunto de factores naturales, sociales, económicos y culturales que rodean al hombre; así mismo, se define a la sostenibilidad ambiental, como el equilibrio generado por la relación armónica entre el ser humano y la naturaleza que lo rodea y de la cual forma parte, y que esta relación permanezca a lo largo del tiempo, es decir, sea sustentable. Según lo afirma la Fundación Wiese, esto implica promover el desarrollo económico y alcanzarlo, pero sin amenazar, ni degradar el ambiente, es decir, el impacto en el ambiente debe ser mínimo, y una de las razones que soporta es el fomento de una cultura que hace posible que las personas tomen conciencia del impacto ambiental de sus actividades, de los productos y servicios que ofrecen las industrias y de las actividades cotidianas. (Wiese, 2022. párr 3)

Por esta razón, en los últimos años, han surgido cada vez más sectores de investigadores, empresarios y la sociedad en general, que han mostrado mayor preocupación por hacer negocios de una forma más humana y ética (aunque en menor escala que las grandes corporaciones), esto se aprecia en las pequeñas o medianas empresas, observándose cada vez más, que se propicia el crecimiento sustentable de las organizaciones (García, Portales, Camacho y Arandia, 2010).

En este sentido, hoy muchos emprendimientos que están surgiendo deciden tomar participación activa en la búsqueda de disminución de la huella que dejan priorizando el cuidado del medio ambiente, para a su vez aprovecharlo como una ventaja competitiva, considerando que al crear un negocio que produzca un bien o servicio de una forma novedosa, abordarlo desde la sustentabilidad puede representar una mejor aceptación por parte de los consumidores (Konfio, 2020).

Por tanto, se hace énfasis en la búsqueda de la sustentabilidad ambiental, lo cual, según Impulsa (2020) implica:

La garantía del sentimiento de bienestar en sus empleados, la calidad de la producción o de los servicios que ofrece y del impacto ambiental, social, político y económico de su nación. En esta categoría de negocio, es imprescindible que, además de la aplicación de estrategias que se

desarrollen en el marco de la sustentabilidad; se consideren y apoyen las acciones sociales que se practiquen en los alrededores del negocio. (párr. 7)

Por lo expuesto, a partir de las definiciones y desarrollo de los temas relacionados a la investigación, se pretende identificar las estrategias de sustentabilidad empresarial, implementada por las Pymes de la ciudad de Ayolas, Misiones, Paraguay, a fin de profundizar en esta tendencia, que según Salas (2018) busca acercar a los negocios a un nicho de mercado concientizado acerca de los temas ambientales, desarrollando productos o servicios que cuidan el medio ambiente y suman acciones reales y legítimas que dan un valor añadido al negocio, reorientando el comportamiento de las empresas y redirigiendo el proceso de compra hacia un modelo sostenible.

Desarrollo de estrategia de sustentabilidad

La sustentabilidad supone un cambio estructural en la manera de pensar el desarrollo, en la medida en que impone límites al crecimiento productivo, al consumo de recursos y a los impactos ambientales más allá de la capacidad de aguante del ecosistema. Trabajar por el desarrollo sustentable implica avanzar simultáneamente en cinco dimensiones: económica, humana, ambiental, institucional y tecnológica. Las características de este proceso serán diferente dependiendo de la situación específica en que se encuentre un determinado país, región o localidad (Vega, 2020).

Según Bonilla (2019) el desarrollo de la sustentabilidad como estrategia es una oportunidad de negocio y un proyecto para sostener a la compañía a largo plazo porque “ser una empresa responsable y proactiva a favor del medio ambiente no solamente otorga un valor agregado a un producto o marca, sino que se vuelve un indicador de estabilidad financiera, de rentabilidad y de compromiso con el planeta”.

La Fundación PROhumana (2019) explica que el desarrollo de la estrategia de negocios sustentables “está presente en todas las dimensiones que construyen el Hacer de las empresas/organizaciones, desde la Gestión Sustentable y Gobernanza, que determina e influye en la gestión de: Público Interno, Proveedores, Clientes y/o Consumidores, Comunidad y Medioambiente”.

Estrategias de sostenibilidad empresarial

Según el artículo publicado por la Asociación para el Progreso de la Dirección (APD), la sostenibilidad empresarial hace referencia a la capacidad de realizar las actividades durante un tiempo prolongado, teniendo en cuenta criterios sociales, económicos y ambientales que aseguren la continuidad del

negocio. Los consumidores tienen cada vez más conciencia ecológica y buscan comprar productos y servicios de empresas que estén comprometidas con el medio ambiente; así mismo, las corporaciones que tengan una política comprometida de forma veraz y contrastable con el medioambiente van a tener ventajas competitivas (APD, 2021)

Al respecto, la Universidad del Medio Ambiente (UMA, 2020), menciona algunas importantes estrategias con impacto ambiental, como ser:

Producir en circuito cerrado: El material utilizado para crear un producto se recicla continuamente a través del sistema de producción; Reemplazar la infraestructura física por servicios virtuales; Producir un producto sólo cuando la demanda del consumidor ha sido cuantificada y confirmada; y desarrollar formas innovadoras para obtener materiales de los residuos recuperados, creando productos completamente nuevos. (párr. 3)

Las Pymes y su contribución al desarrollo sostenible

En los últimos años se ha visto la necesidad de implementar cambios en el modelo económico de negocio debido a que este agota sin medida los recursos afectando notablemente al medio ambiente. Dicho cambio se ha notado sobre todo en las Pymes, quienes han ido dando un paso gradual de conversión de una Pymes convencional o tradicional a una Pymes sustentable. (Devoto, 2016)

Actualmente, muchos emprendimientos nuevos deciden tomar participación activa en el tema para disminuir la huella que dejan e incluso aprovecharlo como una ventaja competitiva. Es decir, si crear un negocio que produzca un bien o servicio de una forma novedosa tiene mayores oportunidades de tener éxito, abordarlo desde la sustentabilidad puede suponer mejor aceptación de los consumidores. (Burlea & Stelian, 2019)

La sustentabilidad en las Pymes

El concepto de sustentabilidad en las Pymes “se estructura en torno a tres pilares: el económico, social y medioambiental y se convierte en parte indisoluble de la razón de ser de la empresa y de su estrategia” (Elkington, 2002, citado por Prado, 2013).

La sustentabilidad para las Pymes implica lograr un equilibrio por un lado entre los recursos financieros, humanos y materiales, y por otro lado con el entorno social y económico en el que opera, y sus desafíos incluyen el acceso a menos recursos (humanos, financieros, físicos e informativos) por lo que puede ser

extremadamente difícil para las Pymes implementar prácticas de innovación impulsadas por la sustentabilidad. (Burlea & Stelian, 2019)

Desarrollo sustentable en las Pymes

Ceptureanu (2021) explica que la mayoría de las Pymes están bajo una enorme presión para mantener su competitividad en los mercados debido a los avances tecnológicos y las necesidades cambiantes de los consumidores. Estos cambios obligan a las Pymes a centrarse simultáneamente en el desarrollo de productos, nuevas prácticas de gestión y nuevas formas de innovación apostando hacia un enfoque más sustentable.

Considerando estos puntos, según Pascual (2008), es necesario enfatizar en que el primer planteamiento que el término de la “sustentabilidad” presenta como parte del discurso crítico acerca del desarrollo “radica en que la justificación para acudir a un nuevo término como desarrollo sustentable o sustentabilidad, procede de la advertencia sobre una situación de “insostenibilidad” que ha sido generada por el actual modelo dominante de desarrollo económico”. (p. 82)

En este sentido, el desarrollo sustentable en las Pymes implica pues, el uso “más eficiente de recursos naturales, capital de trabajo y una mejora para la sociedad en general, de manera que el negocio pueda sobrevivir a futuro, sin dañar su entorno y dejando un impacto positivo en la calidad de vida de las personas”. (Cortés y Peña, 2015, citado por Barragan, Sandoval & Sosa, 2020, p. 208)

También Konfio (2020, párr. 2) menciona que el desarrollo en una PyME es sustentable “si esta es capaz de satisfacer sus necesidades productivas y de servicio sin afectar los recursos del planeta y equilibrando el crecimiento económico, el cuidado del medio ambiente y el bienestar social”.

La sustentabilidad ambiental y su importancia para los negocios.

La sustentabilidad ambiental, ha ganado gran relevancia en el avance del desarrollo social y empresarial, ya que según como lo califica Emol “Para reducir el impacto ambiental y poder adaptarse a las nuevas exigencias, las industrias han tenido que asumir este cambio cultural. Por lo cual en la estructura de cada compañía la sustentabilidad se impone como un modelo de negocio”. (Emol, 2018, párr. 1)

Todo esto considerando que por muchos siglos, el hombre ha explotado la naturaleza y sus recursos como si no existieran límites físicos, por tanto, a raíz de las consecuencias negativas que el mundo ha padecido a causa de los impactos ambientales y sociales provocados por los seres humanos: “para crear

un mundo sostenible en el tiempo, se ha establecido la necesidad de crear modelos de negocios sustentables que operen dentro de los límites del planeta y que sean sensibles a los ejes económico, ambiental y social” (Tapia, 2018, p.586).

MATERIALES Y METODOS

Objetivo general

- Conocer las estrategias de sustentabilidad ambiental implementada por las Pymes de la ciudad de Ayolas, Misiones

Objetivos específicos

- Determinar el conocimiento que poseen los empresarios, empleados y clientes respecto al desarrollo sostenible.
- Describir las actividades que realizan las Pymes en el marco de la Sustentabilidad Ambiental.
- Conocer la responsabilidad socio-ambiental, asumida por las Pymes y las autoridades municipales de la ciudad de Ayolas Misiones.

Tipo y métodos de estudio

El estudio es del tipo descriptivo ya que no se manipulan variables (Hernández, Fernández & Baptista, 2014) y el método es cualitativo y cuantitativo, de corte transversal.

Población y muestra

La población estuvo compuesta por 28 principales Pymes registradas y habilitadas por la Municipalidad de Ayolas, en funcionamiento en los últimos 5 años dentro del barrio San Antonio de esta ciudad. Como muestra se tomó al 100% de esta población.

Así también se tomó una muestra aleatoria de 58 empleados y 60 clientes de estas mismas Pymes.

Técnica de recolección de datos

Se implementó como técnicas de recolección de datos:

- Encuesta: a través de la encuesta a los comerciantes, empleados y clientes de las Pymes fue posible identificar de primera fuente los datos referentes al tema de investigación.
- Entrevista: se aplicó una entrevista a un funcionario del sector medio ambiente de la municipalidad de Ayolas.

RESULTADOS

Los instrumentos implementados permitieron recoger la siguiente información atendiendo a los objetivos planteados en el trabajo, de la forma que se presenta a continuación.

Conocimiento respecto al desarrollo sostenible

En lo que respecta al objetivo acerca de los conocimientos, se presentan los siguientes gráficos y tablas que resumen los resultados desde 3 enfoques: propietarios, empleados y clientes.

En primer lugar, los resultados observados a continuación en la siguiente tabla indican que las Pymes están a cargo principalmente de personas del sexo femenino (79%), en edad joven de 20 a 30 años (64%), con nivel de formación universitaria en proceso (43%) y educación terciaria (36%).

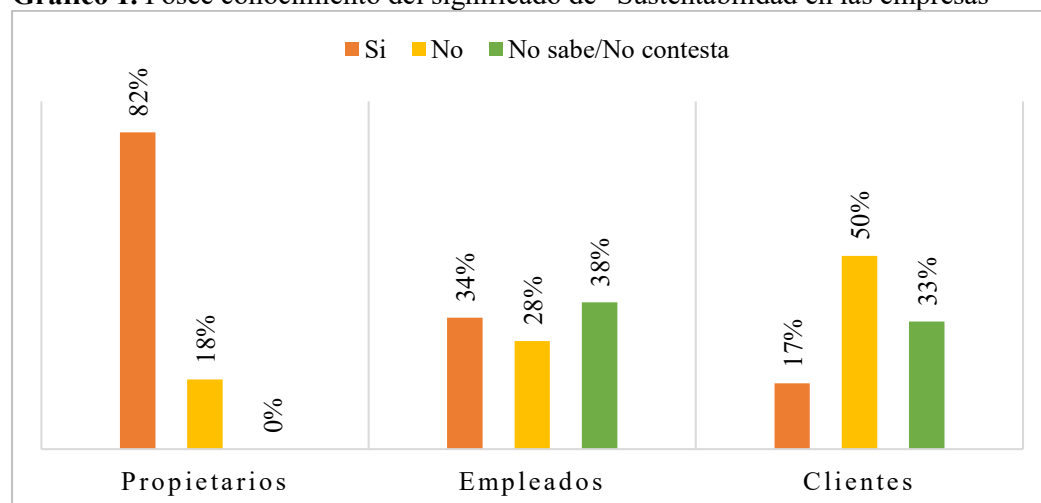
Tabla 1. Datos sociodemográficos de los encuestados

Género	Propietarios	Empleados	Clientes
Femenino	79%	52%	92%
Masculino	21%	48%	8%
	100%	100%	100%
Edad			
20 a 30 años	64%	62%	33%
31 a 40 años	18%	26%	17%
41 a 50 años	0%	12%	42%
Más de 50 años	18%	0%	8%
	100%	100%	100%
Formación académica			
Primaria completa	0%	0%	0%
Secundaria completa	0%	26%	0%
Educación terciaria	36%	12%	37%
Educación universitaria en proceso	43%	62%	33%
Educación universitaria completa	21%	0%	30%
Total	100%	100%	100%

Fuente: Autoría Propia

Por tanto, estos datos de la tabla 1 dan un indicio de que las generaciones más jóvenes, del sexo femenino, con mayor posibilidad de acceso a la educación, son las que apuestan por un modelo de negocio más sustentable.

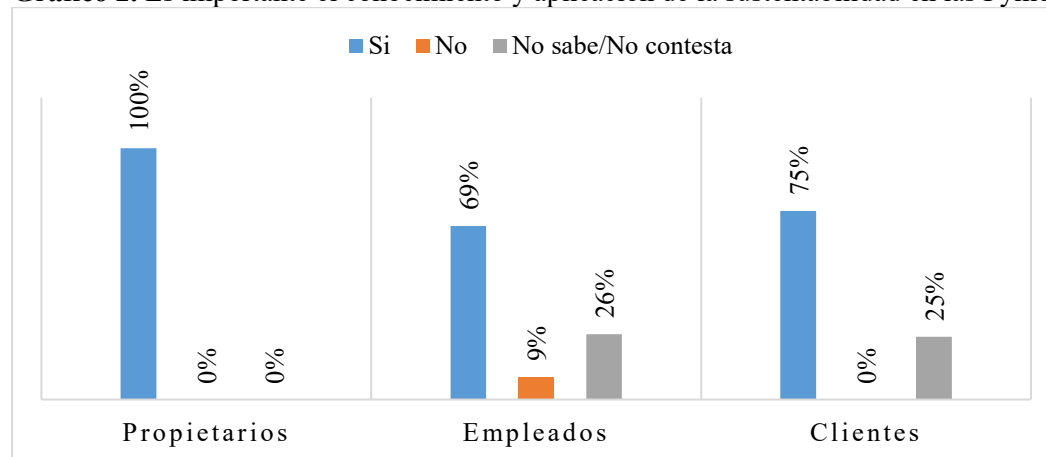
Gráfico 1. Posee conocimiento del significado de “Sustentabilidad en las empresas”



Fuente: Autoría Propia

Al plantear distintas definiciones de “Sustentabilidad” para evaluar el conocimiento, como se ve en el gráfico 4 se halló que los propietarios en su mayoría sí poseen conocimiento del significado en el contexto empresarial (82%), no obstante existe un alto grado de desconocimiento en empleados entre un 28% que No sabe y un 38% que No contesta, mientras que el 50% de clientes tampoco tiene conocimiento teórico.

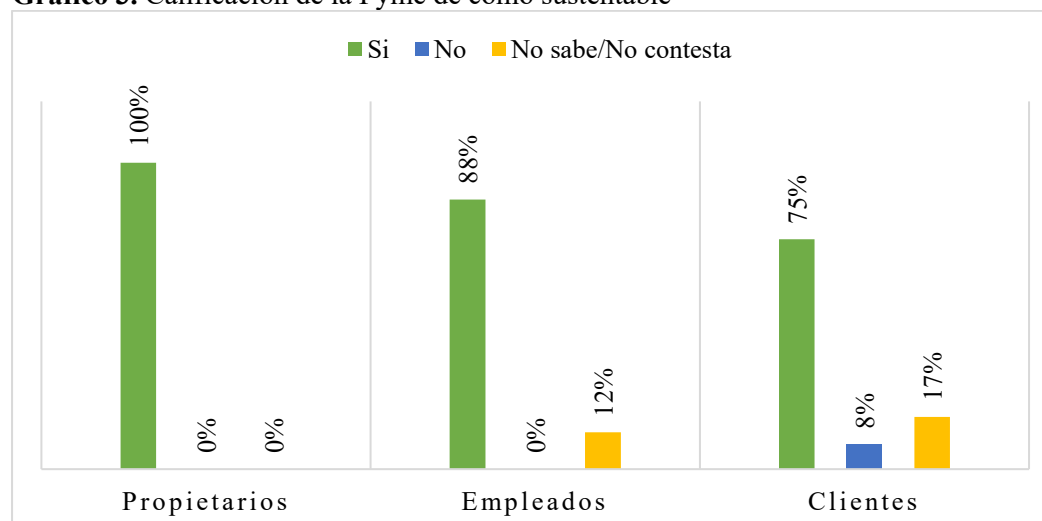
Gráfico 2. Es importante el conocimiento y aplicación de la sustentabilidad en las Pymes



Fuente: Autoría Propia

En el gráfico 5 se observa que el 100% de los propietarios reconoce que si es importante conocer y sobre todo aplicar este concepto en su negocio; el 69% de los clientes también opina lo mismo y el 75% de clientes le da la misma importancia.

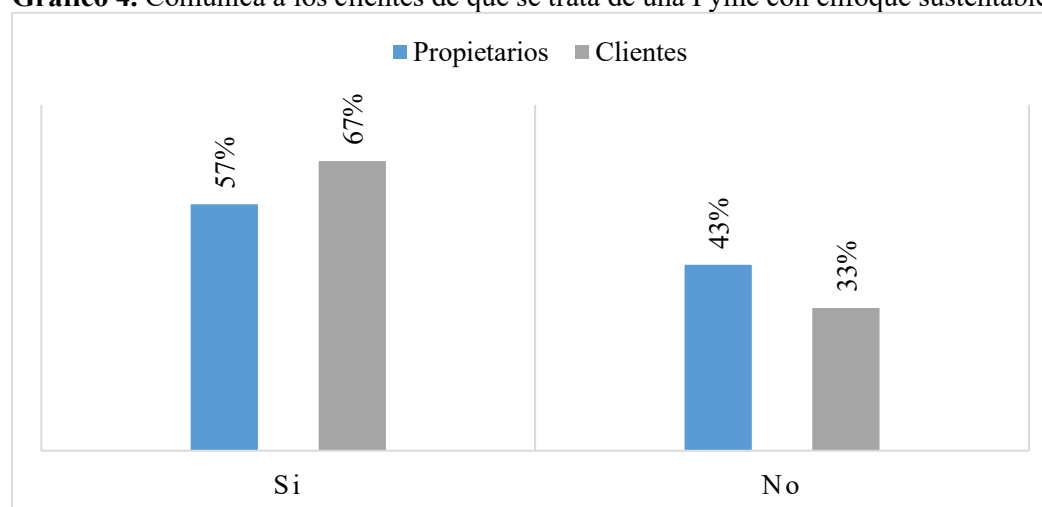
Gráfico 3. Calificación de la Pyme de como sustentable



Fuente: Autoría Propia

En el gráfico 6 se indica que para el 100% de los propietarios su negocio es sustentable; entre los empleados el 88% que trabaja en el negocio lo considera sustentable, y respecto a los clientes el 75% que adquiere sus productos/servicios del negocio en cuestión considera que sustentable.

Gráfico 4. Comunica a los clientes de que se trata de una Pyme con enfoque sustentable



Fuente: Autoría Propia

Solo el 57% de los propietarios aprovecha la marca de sustentabilidad para impulsar su negocio, pero para un 43% es sustentable para si dentro e su negocio ya que no lo ha utilizado como estrategia; en tanto que según los clientes el 67% si había reconocido y sido informado de que compraba de un negocio que trabaja de una manera sustentable.

Actividades que realizan las Pymes en el marco de la Sustentabilidad

Para conocer a un nivel práctico la sustentabilidad de las Pymes se planteó como segundo objetivo describir las actividades sustentables, cuyos resultados se muestran en la tabla 1.

Entre las estrategias o actividades sustentables que aplican las Pymes, los resultados revelaron que el 82% promueve el consumo y/o uso consciente del agua; el 79% aprovecha las horas de luz natural, el 75% reducen el uso de papel apostando por lo digital y el 71% utilizan iluminación led en la empresa. Otras importantes acciones corresponden a utilizar materiales reciclables o reutilizables (68%), separar los residuos (64%) y aplicar constantemente acciones de mejora (54%), ya en menores porcentajes capacitan a sus colaboradores para crear una cultura organizacional sustentable (32%) e integran el ecodiseño en el producto o servicio (29%).

Tabla 2. Actividades sustentables que realiza cada PyME

Actividades	Cantidad	Porcentaje
Promueve el consumo y/uso consciente del agua	23	82%
Aprovecha las horas de luz natural	22	79%
Reduce el uso de papel y apuesta por lo digital	21	75%
Utiliza iluminación led en la empresa	20	71%
Utiliza materiales reciclables o reutilizables	19	68%
Separa los residuos	18	64%
Busca aplicar constantemente acciones de mejora	15	54%
Capacita a sus colaboradores para crear una cultura organizacional sustentable	9	32%
Integra el ecodiseño en el producto o servicio	8	29%
Elige proveedores con responsabilidad ambiental	0	0%

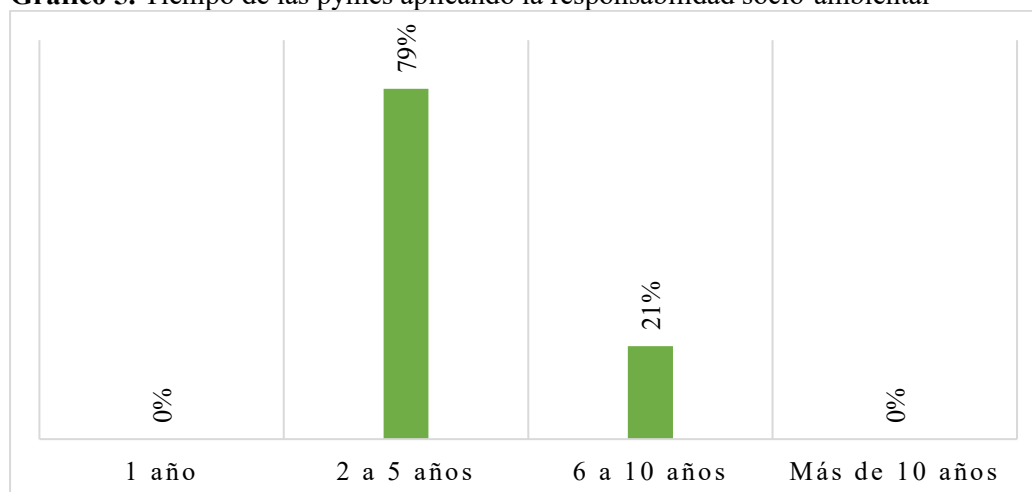
Fuente: Autoría Propia

Estos resultados muestran un compromiso de las Pymes con la sustentabilidad, dado que muchas de ellas están adoptando prácticas conscientes, y si bien hay margen para crecimiento, estos datos reflejan un paso positivo hacia un futuro más sostenible en el ámbito empresarial.

Responsabilidad socio-ambiental

Respecto a la responsabilidad social, como tercer objetivo se planteó conocer si es aplicada por las Pymes obteniendo los siguientes resultados.

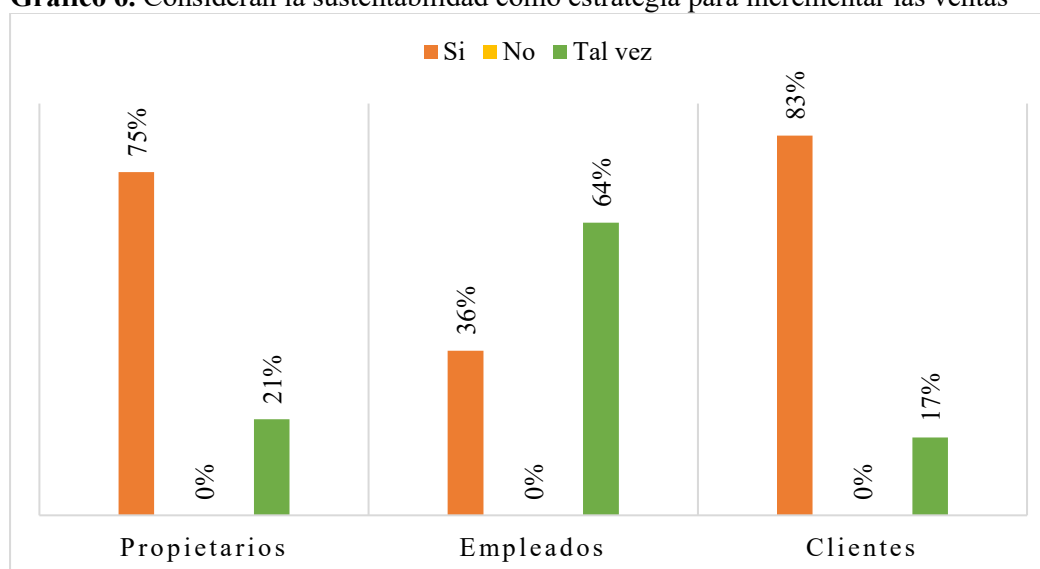
Gráfico 5. Tiempo de las pymes aplicando la responsabilidad socio-ambiental



Fuente: Autoría Propia

En el gráfico 8 se observa que el 79% de las Pymes lleva de entre 2 a 5 años asumiendo la Responsabilización Social empresarial con acciones y esfuerzos que compatibilizan sus actividades comerciales con la preservación medioambiental.

Gráfico 6. Consideran la sustentabilidad como estrategia para incrementar las ventas



Fuente: Autoría Propia

Para conocer como visualizan los resultados, al consultar si resulta como estrategia para aumentar ventas el 75% de los propietarios respondió que sí; el 64% de los empleados respondió tal vez y el 83% de los clientes respondió que sí, ya que los atrae para comprar.

Entrevista a funcionarios de la Municipalidad

Para conocer la Responsabilidad ambiental asumida por la municipalidad y el apoyo brindado a las Pymes, por medio de la entrevista aplicada a funcionarios de la institución se registró que como objetivos para lograr establecer la sustentabilidad ambiental en la ciudad de Ayolas plantean trabajar puntualmente con los RSU para así lograr ejes fundamentales como la conservación y protección del ambiente y así lograr una sostenibilidad en cadena; acerca de la importancia para la Municipalidad de la implementación de estrategias de sustentabilidad ambiental por las Pymes, consideran que además de ayudar económicamente, estaría colaborando a que se cumplan en su mayoría los objetivos de Desarrollo Sostenible 2030. Respecto al interés en potenciar los negocios sostenibles en Ayolas aseguran que cuando se trata de avances, ya sean económicos, ambientales o de cualquier otro tipo, la municipalidad de Ayolas siempre busca apoyar de alguna forma los emprendimientos.

En cuanto a algún tipo de control para evaluar la responsabilidad ambiental aplicada por las Pymes responden que los controles se realizan anualmente, según cronograma de trabajo y en base a los datos que se tengan en el sistema. Sobre la creación de programas o iniciativas de promoción de la sostenibilidad en el sector de las Pymes, para la municipalidad aún es un proyecto inconcluso, ya que los proyectos para Pymes se manejan a nivel de gobernación, pero afirman que no es un motivo para no realizarlo en forma distrital. Por último, desde su perspectiva acerca de las barreras del conocimiento de la sustentabilidad ambiental por parte de las Pymes consideran que existen innumerables barreras a nivel distrital. Y que sería correcto realizar actualizaciones de informaciones a los encargados de Pymes y replicar las informaciones.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Acerca del conocimiento de las Pymes, en los resultados se observa que el mayor porcentaje de propietarios sí conocen y comprenden el significado de la “Sustentabilidad” en las empresas, destacándose además que estos propietarios son jóvenes de entre 20 a 30 años, predominando el sexo femenino, con educación terciaria y/o educación universitaria en proceso. De los empleados solo el 34% definió correctamente la “Sustentabilidad empresarial” y el 88% considera que la PyME en la que trabaja es sustentable. De los clientes, solo el 17% definió correctamente la sustentabilidad y el 75% considera que la PyME de donde compra es sustentable. Villalba (2019) obtuvo resultados similares, al

hallar predominancia de propietarios de Pymes de edades entre 23 y 38 años, en su mayoría mujeres y el mayor porcentaje con educación terciaria (76%). Además registró que de todas las Pymes consultadas, el 84% poseían una visión y misión que contempla los aspectos de competitividad y sustentabilidad, con un acuerdo general de que se trata de empresas altamente sustentables. Por el contrario, otro estudio similar realizado por Ortiz (2019), registró que la sustentabilidad medioambiental se encuentra de manera deficiente en las Pymes lo cual también es percibido por sus clientes y sostiene que es necesaria la contribución de los académicos, para plantear estrategias que puedan extender el conocimiento teórico-práctico de la sustentabilidad a estas pymes.

Respecto a las actividades que realizan las Pymes en el marco de la Sustentabilidad Ambiental se destaca el aprovechamiento de luz natural y la iluminación led, reducción del uso de papel, uso consciente del agua, separación de residuos, reciclaje y en algunos casos capacitaciones a los empleados. Estas actividades resultan altamente positivas para el contexto estudiado, pero difieren notablemente del estudio realizado por Vera et al. (2007) quienes analizaron a un grupo de Pymes cuyo comportamiento se mostraba similar al de grandes empresas en relación al desarrollo sustentable, con escaso interés en atender los aspectos ambientales. Por otra parte, estas acciones sí coinciden con la propuesta de la Fundación PROhumana (2019) quien afirma que un buen modelo de estrategia de negocio sustentable adopta la eficiencia energética (luz) e hídrica (agua), gestión responsable de plástico o materiales (papel y otros), el desarrollo de productos y/o servicios sustentables y la selección sustentable de proveedores.

En relación a la responsabilidad socio-ambiental asumida por las Pymes, se registró que hace unos años trabajan con acciones a favor del medio ambiente y afirman que la sustentabilidad como estrategia para la venta ha resultado muy beneficiosa. Ortiz (2019, p. 992) registró que las pymes que había estudiado se hallaban en riesgo por la ausencia de estrategias para enfrentar los movimientos externos y de competitividad, por la ausencia de una estructura corporativa y de políticas de fomento a través de la sustentabilidad, perdiendo así su competitividad. Confirmando así que “la sustentabilidad debe ser considerada como una capacidad que puede generar una ventaja competitiva sostenible para la pyme”. Así también al respecto Burlea & Stelian (2019) afirman que tomar participación activa desde un

enfoque sustentable para su negocio ayuda no solo a disminuir la huella que dejan sino que además es una ventaja competitiva, ya que puede suponer mejor aceptación de los consumidores.

CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos a partir de las encuestas y la entrevista aplicada a la población de estudio, se concluye lo siguiente:

Respecto al primer objetivo enfocado en “Determinar el conocimiento que poseen los empresarios, empleados y clientes respecto al desarrollo sostenible”, se concluye que el mayor porcentaje de propietarios poseen conocimiento respecto al significado de la “Sustentabilidad” en el contexto empresarial, lo que implica que existe un gran interés y una buena comprensión del tema, y consideran que sus empresas responden a la sustentabilidad. Por otro lado los empleados y clientes, si bien tienen un conocimiento básico del concepto de la sustentabilidad empresarial, tienen un conocimiento empírico y reconocen que las Pymes de ciudad Ayolas -Misiones, son sustentables.

El segundo objetivo propuesto fue “Describir las actividades que realizan las Pymes en el marco de la Sustentabilidad Ambiental”, las Pymes en su mayoría utilizan iluminación led, reducen el uso de papel, aprovechan las horas de luz natural y promueve el consumo y uso consciente del agua. Otras importantes acciones corresponden a separar los residuos, utilizar materiales reciclables o reutilizables y aplicar constantemente acciones de mejora. Así mismo, capacitan a sus colaboradores para crear una cultura organizacional sustentable e integran el ecodiseño en el producto o servicio.

Como tercer objetivo se planteó “Conocer la responsabilidad socio-ambiental, asumida por las Pymes y las autoridades municipales de la ciudad de Ayolas Misiones”. Al respecto conforme los resultados existe un margen de 2 a 10 años de que las Pymes se encuentran trabajando con acciones que favorecen al cuidado del medio ambiente, y la sustentabilidad se convirtió en una estrategia para el incremento de las ventas, lo cual evidencia que las estrategias y acciones implementadas por las Pymes en la ciudad de Ayolas responden a un modelo más consciente y sustentable, con un verdadero interés por cambiar los paradigmas frente a la excesiva explotación de los recursos por parte de las grandes empresas. Así mismo, la Municipalidad presta atención a la protección y conservación del medio ambiente a través del trabajo con RSU, y consideran importante que las Pymes implementen estrategias de sustentabilidad ambiental y además como institución municipalidad intenta apoyar estas acciones ciudadanas o del

sector emprendedor. Busca apoyar de alguna forma los emprendimientos, sin embargo manifiestan que actualmente las cuestiones relacionadas con las Pymes están a cargo de la gobernación y no del municipio.

Finalmente, se concluye que tanto la planeación estratégica, la capacitación y las actividades que realizan las Pymes de la ciudad de Ayolas Misiones, en cuanto a los procesos productivos y/o de compra venta, lo ubican como empresas responsables y proactiva a favor del medio ambiente, como lo así lo describe Bonilla (2009), por lo que se puede confirmar que las mismas responden a un modelo de Sustentabilidad Ambiental.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- APD. (22 de Enero de 2021). *¿Qué estrategias de sostenibilidad empresarial puedes empezar a implementar en tu empresa?* <https://www.apd.es/estrategias-sostenibilidad-empresarial/>
- Barragan, J., Sandoval, P., y Sosa, E. (2020). Modelo de negocio para la innovación sustentable: una aproximación teórica. *Daena: International Journal of Good Conscience*. 15(1), pp 206-221.
- Bonilla, L. (2019). *La sustentabilidad como modelo de negocio*.
<https://www.eleconomista.com.mx/opinion/La-sustentabilidad-como-modelo-de-negocio-20190527-0131.html>
- Burlea, A. y Stelian, L. (2019). Un Marco Integrado sobre la Sostenibilidad de las PYMES. *Sustentabilidad*, 11 (21), 6026; <https://doi.org/10.3390/su11216026>
- Ceptureanu, S. (2021). *Competitividad de las PYMES*.
https://www.mdpi.com/journal/sustainability/special_issues/Competitiveness_SME
- Devoto, L. (2016). La sustentabilidad en las Pymes, ¿es posible? *Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*. Cuaderno 57, pp 105-123.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7323730>
- Emol (2018). *Sustentabilidad como modelo de negocio: La estrategia clave para el futuro de las empresas*. <https://www.emol.com/noticias/Tendencias/2018/02/09/894558/Sustentabilidad-como-modelo-de-negocio-La-estrategia-clave-para-el-futuro-de-las-empresas.html>

- Fundación PROhumana (2019). *Modelo de Estrategia de Negocio Sustentable PROhumana*. Chile.
<https://prohumana.cl/wp-content/uploads/2019/02/MODELO-ESTRATEGIA-NEGOCIO-SUSTENTABLE-PROhumana-005.pdf>
- García, C., Portales, L., Camacho, G. y Arandia, O. (2010). *Instrumento de evaluación de Sustentabilidad y Responsabilidad social en Pymes*. Administración y Organizaciones.
<https://rayo.xoc.uam.mx/index.php/Rayo/article/view/178/170>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México. McGraw-Hill.
- Impulsa (2020). Qué es un Negocio Sustentable. <https://www.sistemaimpulsa.com/blog/que-es-un-negocio-sustentable/>
- Konfío (2020). Desarrollo sustentable en las Pymes. <https://konfio.mx/tips/negocios/desarrollo-sustentable-en-las-pymes/>
- ONU. (octubre 2022). *Desarrollo sostenible. Informe Brundtland. Nuestro futuro común*.
<https://www.un.org/es/ga/president/65/issues/sustdev.shtml#:~:text=Se%20define%20%C2%ABel%20desarrollo%20sostenible,para%20satisfacer%20sus%20propias%20necesidades%C2%BB.>
- Ortíz, K. (2019). Sustentabilidad como estrategia competitiva en la gerencia de pequeñas y medianas empresas en México. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24 (88), ISSN: 1315-9984.
- Pascual, J. (2008). La insostenibilidad como punto de partida del desarrollo sostenible. *Revista CTS* 11(4), pp. 81-94.
- Prado, M. (2013). *Propuesta de un Modelo de Negocio Sostenible para Emprendedores*. (Tesis de Master). Instituto Politécnico Nacional, México.
- Salas, H. (2018). Marketing ecológico: La creciente preocupación empresarial por la protección del medio ambiente. *Fides et Ratio. Revista de Difusión cultural y científica de la Universidad La Salle en Bolivia*, 15(15), 151-170.
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2071081X2018000100010&lng=es&tlng=es.

- Tapia, G. (2018). *Modelos de negocio sustentables*. Buenos Aires: 38 Jornadas Nacionales de Administración Financiera, pp. 554-587.
- Universidad del Medio Ambiente (2020). *Estrategias y modelos de negocios sustentables*.
<https://umamexico.com/modelos-de-negocios-sustentables/>
- Vega, R. (2020). *Estrategia de Sustentabilidad Ambiental*. Gestión de Recursos Naturales GRN.
<https://www.grn.cl/nosotros-grn-gestion-en-recursos-naturales.html>.
- Vera, G., Vera, M., Martínez, R. (2007). PYMES y Desarrollo Sustentable. *Management review*, 3 (1), 1-13.
- Villalba, A. (2019). La Sustentabilidad de las Pymes comerciales como factor de competitividad. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 3 (1). 9, pp. 134-155.
- Wiese, A. N. (1 de febrero de 2022. párr 3). Fundación Wiese.
<https://www.fundacionwiese.org/blog/es/que-es-la-sostenibilidad-ambiental-y-como-impacta-en-nuestras-vidas/>