
Cultura de sostenibilidad en las micro, pequeñas y medianas empresas guatemaltecas: un estudio exploratorio

Sustainability Culture in Guatemalan Micro, Small and Medium-sized Enterprises: an Exploratory Study

Julio E. Cuc,¹ Karina Estupiñán Donis² y Brenda A. García Porras³

Sumario: 1. Introducción, 2. Metodología, 3. Marco teórico, 4. Retos de las mipymes en Guatemala, 5. Resultados, 6. Discusión de resultados, 7. Propuesta de programa de estudio y docencia, 8. Conclusiones, Referencias

Resumen

El tema de sostenibilidad en las empresas ha cobrado gran relevancia en los últimos años, derivado de los retos y desafíos que se presentan actualmente sobre la protección del medioambiente, el impacto social que tienen las empresas en la sociedad; así como la necesidad de ser económicamente sostenibles dentro de sus giros de negocios. Sin embargo, para que las prácticas de sostenibilidad sean efectivas, es necesario que las empresas inicien estableciendo una cultura de sostenibilidad, la cual es la base para que las prácticas en este sentido sean efectivas. En respuesta a esta necesidad, la presente investigación exploratoria tiene como objetivo identificar la situación actual de las micro, pequeñas y medianas empresas guatemaltecas, en cuanto a su cultura de sostenibilidad, por medio de una encuesta semiestructurada dirigida a empresas participantes del programa de Práctica Profesional Supervisada, de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Rafael Landívar, con el fin de identificar los elementos

¹ Departamento de Ciencias Económicas, Instituto de Investigación en Ciencias Socio-Humanistas, Vicerrectoría de Investigación y Proyección, Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Candidato a doctor en Administración de Empresas por la Universidad Tecnológica de Tallin, Estonia, y maestro en Economía del Turismo y Medioambiente por la Universidad de las Islas Baleares, España. jecuc@url.edu.gt

² Departamento de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Maestra en Administración y Gestión de Recursos Humanos por la Universidad Francisco Marroquín, Guatemala. aestupinan@url.edu.gt

³ Departamento de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Maestra en Docencia de la Educación Superior por la Universidad Rafael Landívar, Guatemala. bagarcia@url.edu.gt

principales para el diseño de planes y programas de estudio y docencia universitaria, enfocados en el desarrollo de una cultura de sostenibilidad dentro las empresas.

Palabras clave: cultura de sostenibilidad, mipyme, sostenibilidad, docencia universitaria.

Abstract

The issue of sustainability in companies has gained great relevance in recent years, derived from the challenges that currently arise regarding environmental protection, the social impact that companies have on society; as well as the need to be economically sustainable within their business lines. However, for sustainability practices to be effective, it is necessary that companies begin by establishing a culture of sustainability, which is the basis for practices in this regard to be effective. In response to this need, the present exploratory research aims to identify the current situation of Guatemalan micro, small and medium-sized companies, in terms of their culture of sustainability, through a semi-structured survey aimed at companies participating in the Professional Practice program. Supervised, from the Business Administration degree at the Rafael Landívar University, in order to identify the main elements for the design of plans and programs of study and university teaching, focused on the development of a culture of sustainability within companies.

Keywords: culture of sustainability, MSMEs, sustainability, university teaching.

1. Introducción

El tema de sostenibilidad es uno de los que ha tenido mayor auge, en relación con la gestión de las empresas en la última década, representando retos y desafíos para las empresas, en especial para las micro, pequeñas y medianas empresas, en cuanto a su transición y aplicación en las operaciones, ya que esto conlleva un cambio de paradigma, cultura e inversión para optar por un enfoque más sostenible desde los distintos ámbitos: económico, social y medioambiental.

Cada vez existe mayor interés en fomentar una cultura de sostenibilidad, no solo por el desmesurado daño que se ha hecho al medioambiente, sino que también los clientes y empleados demandan cada vez más empresas y productos que sean conscientes de los problemas medioambientales y optan por consumir productos más ecológicos o con menor daños e impacto al medio ambiente.

Al respecto, con la idea de buscar soluciones a la problemática ambiental, social y económica de las empresas han surgido iniciativas como la reducción de la huella de

carbono, así como el establecimiento de metas y objetivos por parte de las Naciones Unidas, sin embargo, de acuerdo con un estudio realizado por la CEPAL, para noviembre de 2023, solo el 25 % de las metas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), están en camino de ser alcanzados para el 2030, es decir que solo se alcanzarán 1 de cada 4 metas, de acuerdo con los datos disponibles a la fecha (PNUD, 2023).

En este escenario, las empresas juegan un papel protagónico para fomentar una cultura de sostenibilidad, pero también para que esta cultura se vea reflejada en sus operaciones y en los productos que ofrecen al mercado. Por tal motivo, surge la iniciativa de realizar un estudio exploratorio para conocer cómo está la situación en cuanto a la cultura de sostenibilidad en las micro, pequeñas y medianas empresas en Guatemala. Con el objetivo de identificar la situación actual de las mipymes guatemaltecas, en cuanto a su cultura de sostenibilidad, y los elementos principales para el diseño de planes de estudio y docencia, en materia de cultura de sostenibilidad para la carrera de Administración de Empresas.

El presente estudio exploratorio de investigación pretende responder las siguientes preguntas:

- ¿Cuál es la situación actual de las micro, pequeñas y medianas empresas guatemaltecas, en cuanto a su cultura de sostenibilidad?
- ¿Qué elementos se requieren para el diseño de planes de estudio y docencia en materia de cultura de sostenibilidad, para la carrera de Administración de Empresas?

2. Metodología

Para alcanzar los objetivos y darles respuesta a las preguntas de investigación, se realizó un estudio exploratorio descriptivo, por medio de una encuesta semiestructurada dirigida a las micro, pequeñas y medianas empresas participantes en el Programa de Práctica Profesional Supervisada, de la carrera de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Rafael Landívar. El instrumento se diseñó para recolectar datos demográficos de las empresas participantes, y preguntar sobre la cultura y prácticas de sostenibilidad que realizan las empresas, con el objetivo de recolectar datos cuantitativos, que ayuden a diseñar planes y programas de estudio y docencia, en materia de fomentar y desarrollar la cultura de sostenibilidad dentro de las empresas desde un enfoque académico. En total, se obtuvieron 33 respuestas de empresas de distintos sectores y tamaños. Luego se procesaron los datos para presentarlos, analizarlos y discutirlos para el diseño de una propuesta de programa de formación y docencia.

3. Marco teórico

En 1987, la comisión Brundtland de las Naciones Unidas brindó una definición de sostenibilidad, como aquella que permite satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la satisfacción de las necesidades propias de las futuras generaciones (WCED, 1987).

No obstante, la definición parece estar bastante clara; existen distintas posturas y debates sobre cómo operativizar este tipo de desarrollo. De acuerdo a IARNA (2006), los tres enfoques más conocidos son:

- i. El enfoque de los tres pilares
- ii. El enfoque ecológico
- iii. El enfoque de los capitales.

El enfoque de los tres pilares sostiene que el principal objetivo del desarrollo sostenible es reconciliar los aspectos económicos, sociales, y ambientales de las actividades humanas; de manera que se puede crecer económicamente, siendo amigable con el medio ambiente, y generando bienestar para todas las personas. En este contexto, existen tres pilares sobre los cuales se sostiene este desarrollo y que deberían ser considerados tanto por las empresas como por las comunidades humanas.

El primer pilar es la sostenibilidad económica, la cual ocurre cuando la actividad productiva, además de ser rentable, busca garantizar y promover una sostenibilidad ambiental y social.

El segundo pilar es la sostenibilidad social, la cual implica el mantenimiento de la cohesión social y la promoción del ser humano, el alcance de objetivos comunes para los distintos sectores sociales, y la reducción de los impactos negativos de las actividades económicas. Aspectos importantes a alcanzar en la sostenibilidad social son la equidad y una mejor distribución de los beneficios económicos.

El pilar de la sostenibilidad ambiental, por último, sostiene que debe existir una compatibilidad entre la producción económica y los objetivos ambientales (conservación de los ecosistemas, mejoramiento de la calidad ambiental, etcétera).

Esta sostenibilidad implica una búsqueda sostenida de estrategias para reducir y evitar la degradación de las funciones de los ecosistemas, de manera a que estos puedan proveer de bienes y servicios tanto hoy como en el futuro.

La Agenda 2030 para el desarrollo sostenible permite un equilibrio en los esfuerzos que realizan las empresas que buscan ese desarrollo. Identifica a la empresa como actor principal en la economía y por consiguiente con un rol fundamental en la integración de la sostenibilidad.

Al hablar de desarrollo sostenible empresarial, existe una serie de planteamientos de diversos autores, entre ellos se encuentra el de Gil y Barcellos (2011) que está orientado a que el rendimiento de la sostenibilidad de una empresa también puede considerarse como una medida de la eficiencia operativa y qué medidas proactivas en el medio ambiente pueden producir ganancias en el largo plazo.

Estratégicamente, las empresas buscan la supervivencia en el mercado y contemplan la información que brindan y la imagen que se construye alrededor de esta. Las empresas pueden aprovechar esta imagen y generar una ventaja competitiva en el mercado frente a otras que no lo visualizan de esa forma y pueden perder clientes que buscan productos o servicios trabajados bajo los conceptos de sostenibilidad (Adams et al., 2016; Ergene et al., 2020).

Según Carro, Sarmiento y Rosano (2017, pág. 2): el desarrollo sostenible, el avance tecnológico y la globalización en el mundo también han generado una nueva perspectiva en el desarrollo de las empresas; de esta forma, para que una empresa sea exitosa en la actualidad, debe buscar nuevas estrategias para generar valor en sus productos, procesos y capital humano con un enfoque sostenible, a través de una cultura que valore la creatividad e innovación de sus miembros.

En la actualidad, las empresas han identificado la importancia que tiene la evaluación de la cultura organizacional, porque permite conocer el funcionamiento interno del quehacer de estas. Enfocar los esfuerzos en la transformación de la cultura organizacional es una pieza clave para el desarrollo de la sostenibilidad; no se trata únicamente de implementar algunas herramientas o procesos sino más bien establecer todo un estilo y forma del quehacer en la organización.

De acuerdo con Camacho Castro y Cáceres (2016), la sostenibilidad está embebida en la cultura de todos los miembros de la organización. Es una nueva forma de vida, con una visión diferente y prioridades que van más allá de solamente lo económico.

La presente investigación se circunscribe a las micro, pequeñas y medianas empresas en Guatemala, en el “Informe de situación y evolución del sector mipyme en Guatemala 2015-2017” elaborado por el viceministerio de Desarrollo de la Microempresa, Pequeña y Mediana Empresa, del Ministerio de Economía, establece los siguientes parámetros:

De acuerdo con el acuerdo gubernativo 211-2015 de fecha 21 de septiembre de 2015, el tamaño de las empresas tendrá como variables el número de trabajadores y las ventas anuales expresadas en salarios mínimos de actividades no agrícolas, según se muestra en las siguientes tablas:

Tabla 1: Lineamientos para consideración de empresas como microempresas, pequeñas y medianas empresas

Tamaño de la Empresa	Número de Empleados	Ventas anuales en salarios mínimos mensuales de actividades No Agrícolas
Micro	1-10	1-190
Pequeña	11-80	191-3,700
Mediana	81-200	3,701-15,420

Fuente: Acuerdo Gubernativo 211-2015

4. Retos de las mipymes en Guatemala

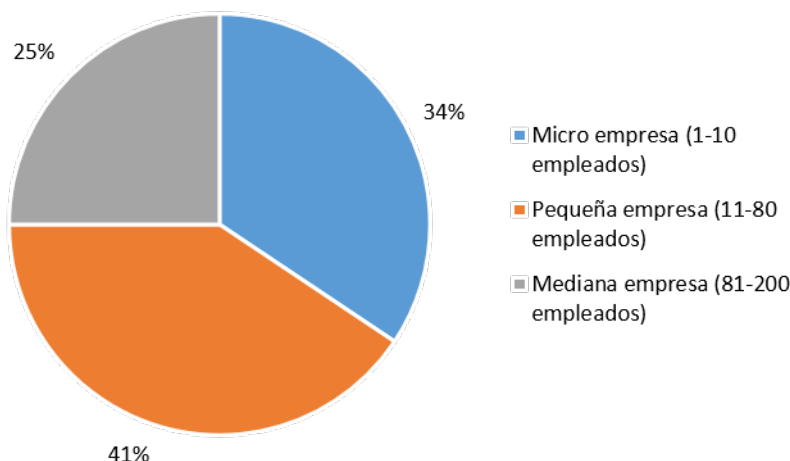
Según el informe “Competitividad de las mipymes en Centroamérica, políticas de fomento y mejores prácticas”, elaborado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y la Cooperación Técnica Alemana (GTZ), en su capítulo IV, Guatemala, menciona que uno de los principales retos que enfrentan las mipymes es la ausencia de una política integral de fomento para ellas, lo cual no solo impide concentrar los esfuerzos y los recursos financieros y técnicos necesarios para superar esos obstáculos, sino que además imposibilita una coordinación adecuada dentro del sector público y entre este y las instituciones privadas y la cooperación internacional que trabaja en el sector.

A esto se suma que, en la actualidad, se espera que las empresas contemplen dentro de sus estrategias toda una cultura organizacional considerando la sostenibilidad.

5. Resultados

En esta sección se presentan los resultados obtenidos de la encuesta realizada a las micro, pequeñas y medianas empresas del estudio. Se obtuvo un total de 33 respuestas, durante el periodo establecido para el estudio exploratorio, de las cuales el 34 % fueron microempresas, el 41 % pequeñas empresas y el 25 % restante, medianas empresas. La clasificación utilizada es la propuesta por el Ministerio de Economía de Guatemala, la cual clasifica el tamaño de las empresas de acuerdo con el número de empleados que poseen (Mineco, 2027). La figura 1 muestra la composición de las empresas participantes clasificadas por su tamaño, de acuerdo con este criterio.

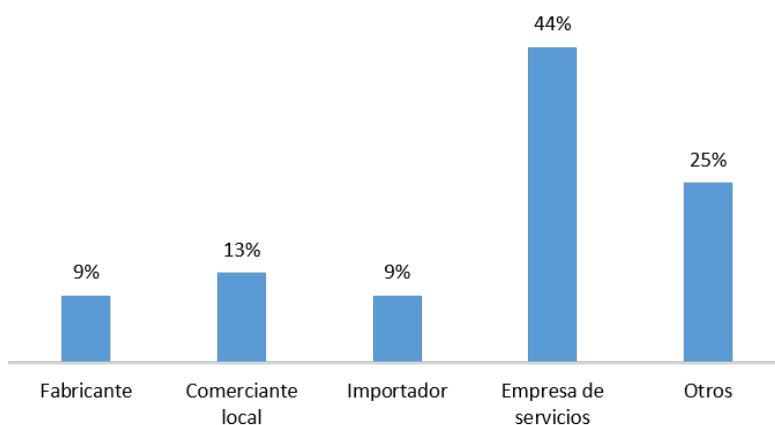
Figura 1. Composición de las empresas participantes



Fuente: elaboración propia. Nota: Composición de las empresas participantes de acuerdo con su tamaño con base en el número de empleados.

En cuanto al giro de negocios de las empresas que participaron en el estudio, el 44 % se dedican a servicios, seguido de la categoría otros con 25 %, las cuales indicaron giro como transporte, restaurantes, salones de belleza y turismo, un 13 % indicó que son comerciantes locales, mientras que un 9 %, fabricante e importador, respectivamente, tal como se muestra en la figura 2.

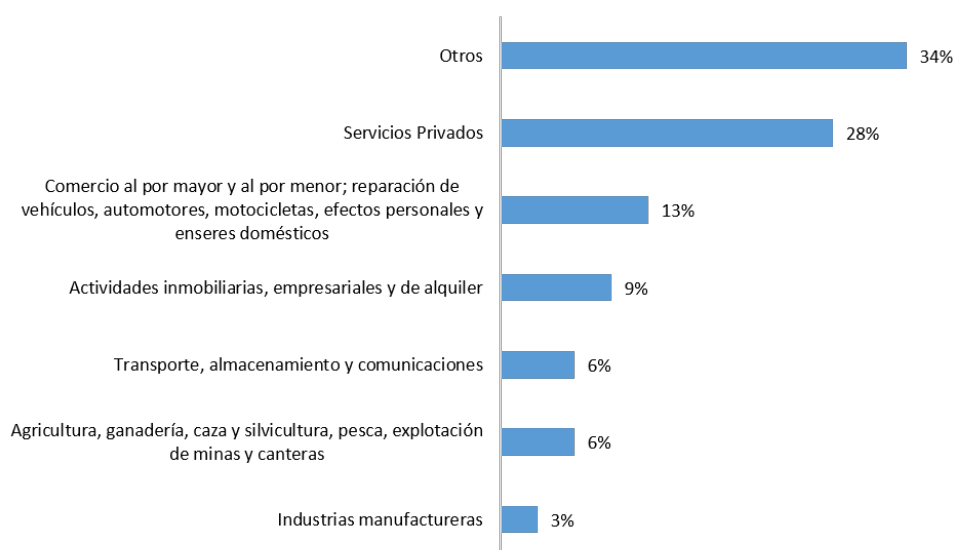
Figura 2. Giro de negocio de las empresas participantes



Fuente: elaboración propia. Nota: Giro de negocio de las empresas participantes, expresadas en porcentaje.

Entre los principales sectores en los cuales operan las empresas del estudio, se identificó que el 28 % lo hace dentro del sector de servicios privados; un 13 % en comercio al por mayor y menor que incluye también la reparación de vehículos, efectos personales y enseres domésticos, y la mayor parte respondió a otros con el 34 %; entre estas se identificaron sectores como transporte, alimentos y bebidas, y turismo, dentro de los sectores con menor participación se pueden mencionar el sector de industrias manufactureras con un 3 %; el de agricultura, ganadería, caza y silvicultura, pesca, explotación de minas y canteras; así como el de transporte, almacenamiento y comunicaciones con un 6 % respectivamente. La figura 3 muestra los sectores en los cuales operan las empresas participantes.

Figura 3. Sectores en los que operan las empresas participantes

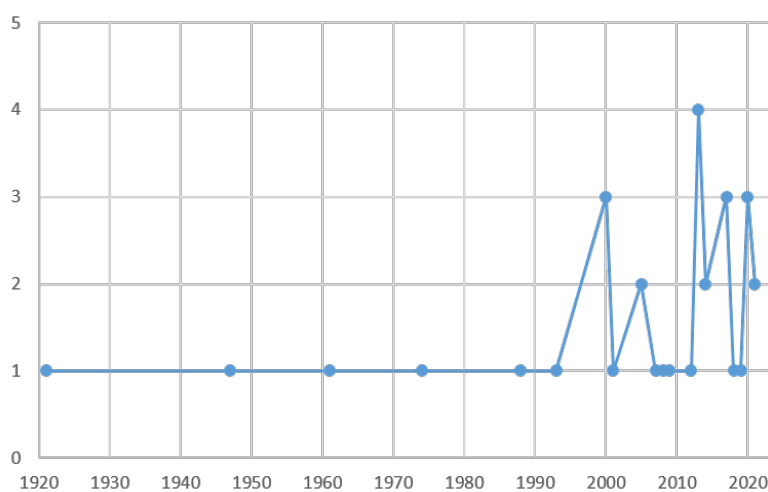


Fuente: elaboración propia. Nota: Se muestra los sectores en los cuales operan las empresas participantes del estudio.

Cabe resaltar que, si bien hay empresas con una antigüedad mayor a 100 años, en su mayoría las empresas son jóvenes, las cuales se establecieron a partir del año 2000, con una media de 10 años de antigüedad. La figura 4 muestra el número de empresas de acuerdo con su año de establecimiento.

Una vez identificados los datos demográficos de las empresas, se prosiguió a identificar los elementos del tema de investigación, los cuales consistieron en dos secciones; una de acuerdo con el concepto de cultura de sostenibilidad y una segunda sección sobre las prácticas en tema de sostenibilidad en las empresas.

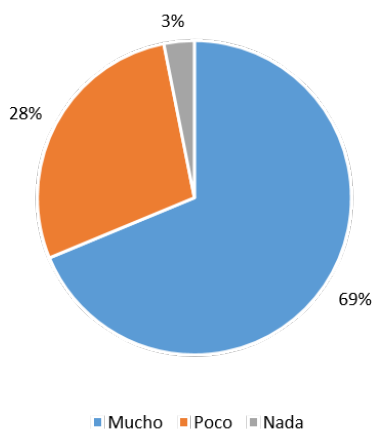
Figura 4. Año de establecimiento de las empresas participantes



Fuente: elaboración propia. Nota: Se muestra el número de empresas de acuerdo con su año de establecimiento.

De acuerdo con la pregunta sobre el grado de comprensión del concepto de sostenibilidad, el 69 % de las personas empresarias respondieron que comprenden mucho sobre el concepto de sostenibilidad, mientras que el 28 % indicó poca comprensión sobre el concepto y un 3% indicó no tener nada de comprensión sobre este. La figura 5 muestra los resultados sobre la comprensión del concepto de sostenibilidad.

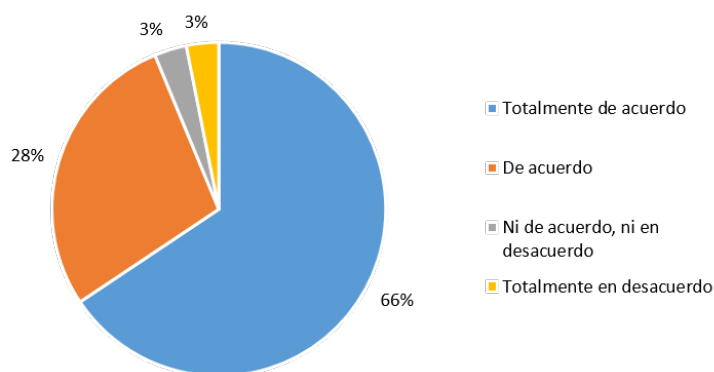
Figura 5. Grado de comprensión del concepto de sostenibilidad



Fuente: elaboración propia. Nota: Proporciones del grado de comprensión del concepto de sostenibilidad de las personas empresarias guatemaltecas.

En cuanto a la pregunta sobre qué tan importante creen que es la sostenibilidad para la empresa, el 66 % de las personas empresarias están totalmente de acuerdo en que el tema de sostenibilidad es importante para la empresa, mientras que un 28 % está de acuerdo, un 3 % se mantiene neutro; es decir, ni de acuerdo, ni en desacuerdo, y un 3 % está en total desacuerdo de que sea un elemento importante para la empresa. La figura 6 muestra las proporciones de acuerdo con la percepción de las personas empresarias.

Figura 6. Personas empresarias que creen que el tema de sostenibilidad es un elemento importante para su empresa



Fuente: elaboración propia. Nota: Muestra los datos sobre la importancia de la sostenibilidad en la empresa, desde la perspectiva de las personas empresarias.

Al preguntar sobre si la empresa incluye elementos de sostenibilidad como parte de su cultura organizacional, en cuanto a su misión, visión, valores, políticas y estrategia empresarial, se puede visualizar que, en general, arriba del 40 % de las empresas indican que incluyen mucho los elementos de sostenibilidad dentro de su cultura organizacional; mientras que entre un 25 y 44 % incluyen pocos elementos de sostenibilidad en su cultura organizacional, y entre el 9 y 16 % de las empresas respondieron que no incluyen nada de elementos de sostenibilidad en los aspectos de la cultura organizacional. La figura 7 muestra a detalle cada uno de los factores de la cultura organizacional, en cuanto a incluir y alinear la estrategia a elementos de sostenibilidad.

En relación con la concientización y promoción de la sostenibilidad, tanto dentro como fuera de la empresa, el 31 % de las personas empresarias respondieron que realizan ocasionalmente campañas internas y externas de concientización, mientras que un 25 % lo realiza raramente, el 19 % muy frecuentemente, el 16 % frecuentemente y el 9 % nunca ha realizado campañas de concientización en temas de sostenibilidad, tal como se muestra en la figura 8.

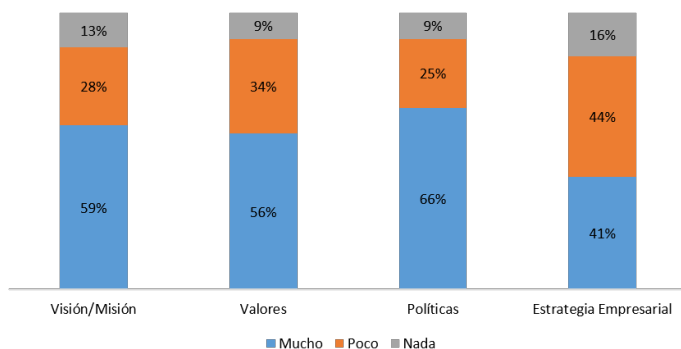
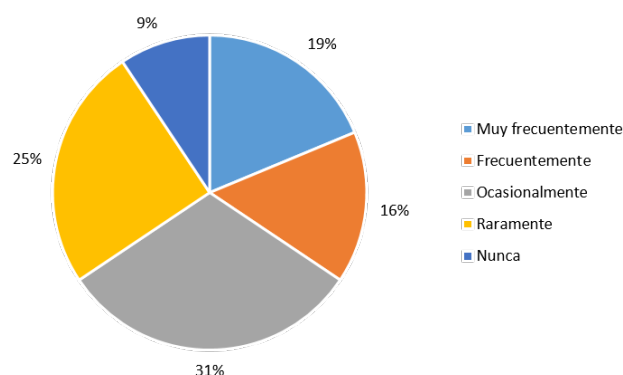


Figura 7. Elementos de sostenibilidad en la estrategia y cultura organizacional.

Fuente: elaboración propia. Nota: Se muestra en qué medida las empresas incluyen elementos de sostenibilidad en su misión, visión, valores, políticas y estrategia empresarial.

Figura 8. Realización de campañas de concientización en materia de sostenibilidad (económica, medioambiental y social) dentro y fuera de la empresa.

Fuente: elaboración propia. Nota: La gráfica muestra el porcentaje de empresas que realizan campañas y su frecuencia en temas de sostenibilidad tanto interna como externamente.



Al preguntar directamente sobre si la empresa cuenta con una cultura de sostenibilidad, el 59 % indicó que se cuenta parcialmente o que se tienen algunos elementos de cultura de sostenibilidad dentro de la empresa, mientras que el 28 % indicó que sí considera que tiene una cultura de sostenibilidad, y el 13 % restante indicó que no cuenta con una cultura de sostenibilidad en su empresa. La figura 9 muestra la percepción respecto a si se cuenta con una cultura de sostenibilidad dentro de la empresa.

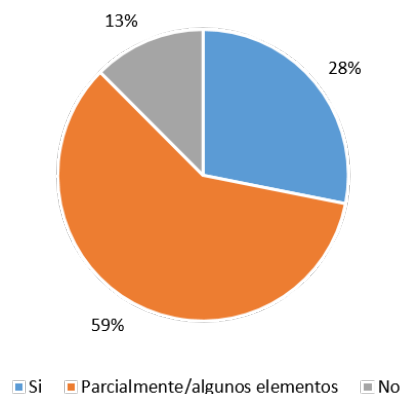


Figura 9. Cultura de sostenibilidad en las empresas.

Fuente: elaboración propia. Nota: Se muestra datos sobre si la empresa considera que posee o no una cultura de sostenibilidad dentro de la empresa.

Al desglosar las respuestas, de acuerdo con el tamaño de la empresa, se identificó que el 75 % de las medianas empresas indican que sí cuentan con una cultura de sostenibilidad, mientras que el 73 % de las micro y el 69 % de las pequeñas consideran que poseen parcialmente o algunos elementos de cultura de sostenibilidad en sus empresas; cabe resaltar que el 25 % de medianas empresas restantes consideran que tienen parcialmente o algunos elementos de cultura de sostenibilidad, mientras que el 23 % y 9 % de las micro y pequeñas empresas respectivamente, no cuenta con una cultura de sostenibilidad. La figura 10 muestra en detalle las proporciones de acuerdo con el tamaño de la empresa.

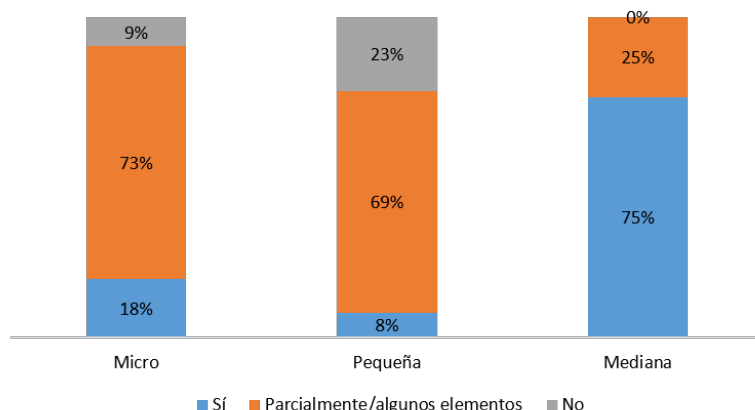


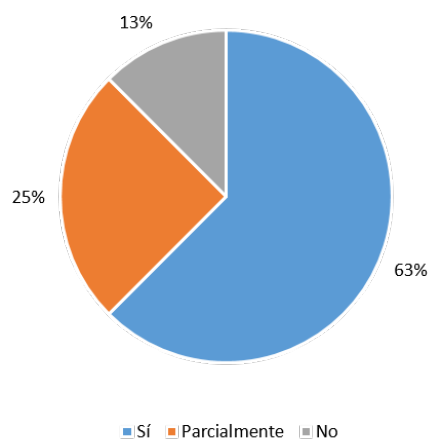
Figura 10. Cultura de sostenibilidad de acuerdo con el tamaño de la empresa.

Fuente: Elaboración propia. Nota: La gráfica muestra la percepción de las empresas en cuanto a si poseen o no una cultura de sostenibilidad, de acuerdo con el tamaño de la empresa.

Siguiendo en la línea de la cultura de sostenibilidad, se preguntó a las personas empresarias si contaban con un código de ética que rige sus operaciones y actividades; al respecto, el 63 % respondió que sí cuentan con un código de ética establecido, el 25 % indica que poseen uno parcialmente y el 13 % indicó que no poseen un código de ética, tal como se muestra en la figura 11.

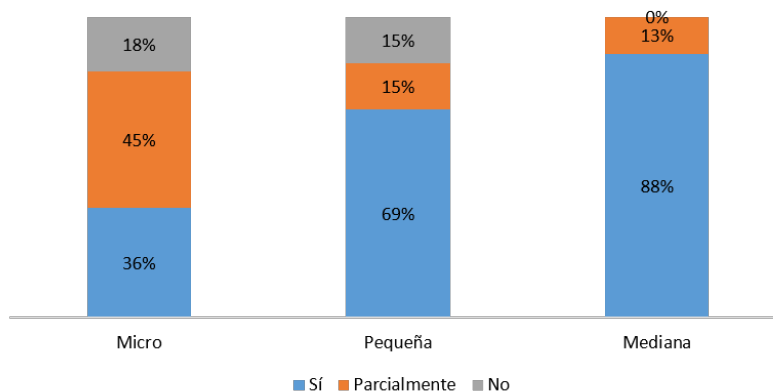
Figura 11. Empresas que cuenta con un código de ética.

Fuente: Elaboración propia. Nota: Se muestran el porcentaje de empresas que poseen un código de ética para la realización de sus operaciones y actividades.



Por otro lado, al desglosar esta pregunta por el tipo de empresa, se identificó que el 88 % de las medianas empresas posee un código de ética, y el 13 % restante de estas lo posee parcialmente, mientras que el 69 % de las pequeñas empresas indicaron que poseen un código de ética, y el 15 % lo poseen parcialmente o no cuenta con uno. En cuanto a las microempresas, únicamente el 36 % indicó que sí posee un código de ética para sus operaciones, el 45 % lo tiene parcialmente y el 18 % no posee un código de ética vigente, los datos se presentan en la figura 12.

Figura 12. Empresas que cuentan con un código de ética de acuerdo con el tamaño de empresa



Fuente: elaboración propia. Nota: Se muestra la proporción de empresas que poseen un código de ética para sus operaciones y actividades, de acuerdo con el tamaño de empresa.

Con relación a las prácticas que realizan las empresas en materia de sostenibilidad; de forma general, las prácticas más populares en realizar son las de no discriminación, clasificación de desechos, uso de proveedores locales, inclusión en la fuerza laboral, reciclaje y ahorro de energía y agua; entre las menos puestas en marcha son las relacionadas a uso de vehículos amigables con el medio ambiente, uso de energías sostenibles como paneles solares y otras tecnologías, reforestación y el desarrollo de productos amigables al medio ambiente. La figura 13 muestra el resultado de las prácticas en materia de sostenibilidad medioambiental, económica y social.

Al identificar estas prácticas de acuerdo con el tamaño de la empresa, se visualiza que para el caso de las microempresas, las prácticas más frecuentes en materia de sostenibilidad son las relacionadas con la no discriminación, uso de proveedores locales, ahorro de energía y agua, inclusión en la fuerza laboral, clasificación de desechos y reciclaje. Entre las menos puesta en marcha son las relacionadas al uso de vehículos y energías sostenibles,

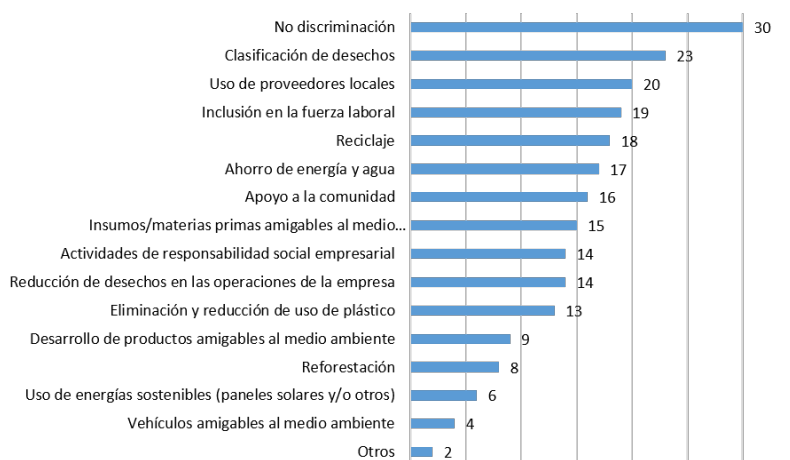
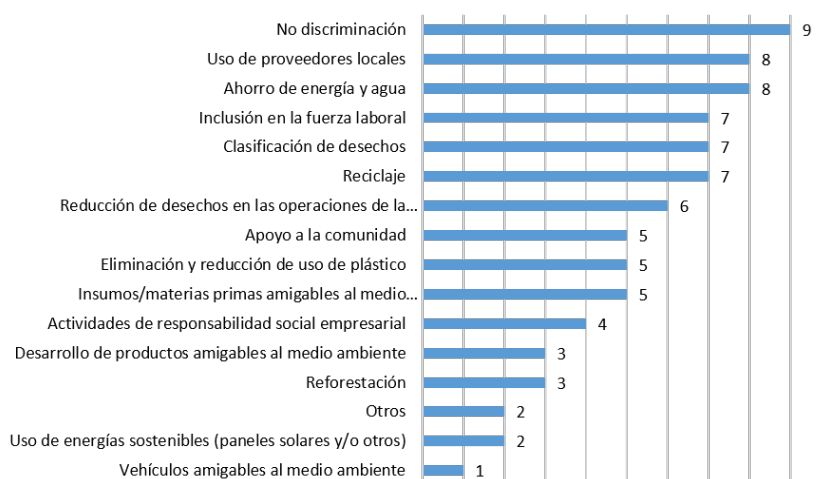


Figura 13. Principales prácticas de sostenibilidad aplicadas en las empresas.

Fuente: elaboración propia. Nota: Se muestran las prácticas realizadas por las empresas en materia de sostenibilidad medioambiental, económica y social.

Figura 14. Principales prácticas de sostenibilidad aplicadas en las microempresas.

Fuente: elaboración propia. Nota: La gráfica muestra la frecuencia de prácticas en materia de sostenibilidad en las microempresas.



reforestación y actividades de responsabilidad social empresarial. La figura 14 muestra la frecuencia de estas prácticas para la microempresa.

Para el caso de las pequeñas empresas, las más populares también son las relacionadas a la no discriminación, clasificación de desechos, uso de proveedores locales, inclusión en la fuerza laboral, apoyo a la comunidad, eliminación y reducción del uso de plástico, ahorro de energía y agua, y reciclaje, entre las menos realizadas son las relacionadas al uso de vehículos y energías sostenibles, reforestación y desarrollo de productos amigables al medioambiente. La figura 15 muestra la frecuencia de las prácticas en materia de sostenibilidad aplicadas en las pequeñas empresas.

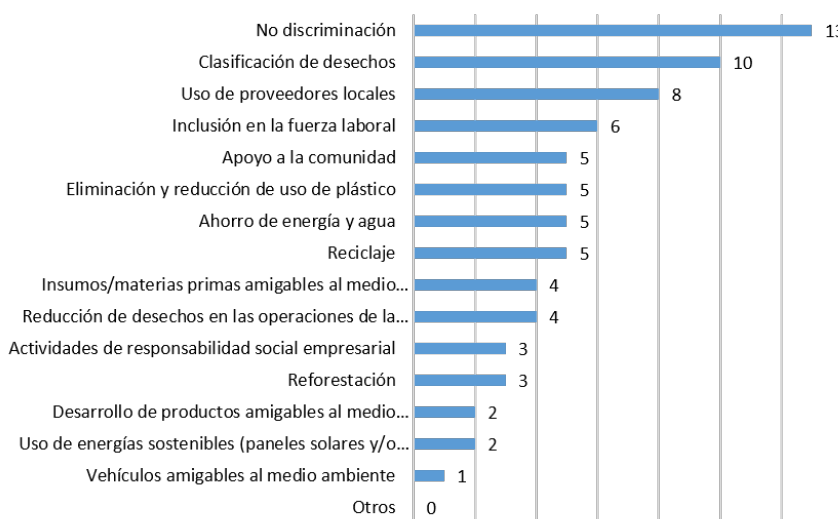


Figura 15. Principales prácticas de sostenibilidad aplicadas en las pequeñas empresas.

Fuente: elaboración propia. Nota: La gráfica muestra la frecuencia de las prácticas en materia de sostenibilidad realizadas por las pequeñas empresas.

Se observa que las prácticas entre la micro y pequeña empresa son bastante similares; sin embargo, en las medianas empresas sí se observan distintas prácticas que son las más populares, entre las cuales se encuentran actividades de responsabilidad social empresarial, apoyo a la comunidad, uso de insumos y/o materias primas amigables al medioambiente, clasificación de desechos, reciclaje y no discriminación, entre las menos practicadas están el uso de vehículos y energías sostenibles, reforestación y la eliminación o reducción del uso de plástico.

Figura 16. Principales prácticas de sostenibilidad aplicadas en las medianas empresas.

Fuente: elaboración propia. Nota: La gráfica muestra la frecuencia de prácticas en materia de sostenibilidad realizadas por las medianas empresas.



6. Discusión de resultados

De acuerdo con los resultados obtenidos, se pudo identificar que la mayoría de las empresas operan dentro del sector de servicios, las cuales tienen como actividades principales el comercio por mayor y menor, transporte, alimentos y bebidas y servicios privados, también se identificó que la mayoría de las empresas han sido establecidas en los años 2000 o posteriores, por lo que son empresas relativamente jóvenes en el mercado y en sus operaciones; esto hace notar que muchas de estas empresas aún no tienen elementos consistentes en cuanto a sostenibilidad, derivado del grado de desarrollo de sus empresas, tomando en cuenta también el tamaño que condiciona los recursos para el desarrollo y crecimiento empresarial.

Cabe destacar que las empresas tienen un alto sentido sobre el concepto de sostenibilidad, sin embargo, no se refleja ampliamente en sus elementos de cultura organizacional, como su misión, visión, valores, políticas y estrategia, si bien consideran que algunos elementos están incluidos, no se tiene este principio como parte fundamental de las operaciones; sin embargo, sí consideran que es importante. Esto varía de acuerdo con el tamaño de la empresa, ya que mientras más grande la empresa, más elementos de sostenibilidad posee como un código de ética y una cultura de sostenibilidad.

En cuanto a las prácticas de sostenibilidad, se ve un patrón bastante destacado, en cuanto a prácticas que no requieren mayor inversión, como el reciclaje, clasificación de desechos, no discriminación, inclusión en la fuerza laboral, entre otros. En contraste, prácticas como un programa de responsabilidad social empresarial, uso de energías verdes, vehículos y desarrollo de productos amigables al medio ambiente, entre otros de esta índole son poco practicadas, derivado del alto costo de inversión que se requieren para llevarlas a cabo.

7. Propuesta de programa de estudio y docencia

A partir de la información obtenida en la presente investigación, se propone incluir el tema de gestión empresarial sostenible en las organizaciones, en respuesta a la creciente conciencia global sobre la importancia de la responsabilidad social y ambiental en el ámbito empresarial.

La sostenibilidad empresarial es un tema de actualidad que está ganando cada vez más importancia en el mundo de los negocios. Las empresas que adoptan prácticas sostenibles no solo responden a las demandas de los consumidores y partes interesadas, sino que también están mejor posicionadas para enfrentar los desafíos futuros en un mundo en constante cambio.

Es por esto que el módulo propuesto se centra en la integración de prácticas empresariales sostenibles para promover la responsabilidad social, ambiental y económica en el entorno corporativo que, como estrategia empresarial, marca una diferencia.

Dicho módulo, que será incluido dentro del curso de “Administración estratégica e innovación” –que forma parte del pensum de estudios de la carrera de Administración de Empresas–, abordará los principios fundamentales de la gestión empresarial sostenible y proporcionará a los estudiantes las herramientas necesarias para implementar estrategias que equilibren el éxito económico con la responsabilidad hacia la sociedad y el medio ambiente.

A continuación, se presenta la estructura del módulo sobre gestión empresarial sostenible que se propone desarrollar en 4 horas presenciales (3 períodos de clase presencial con una duración de 1 hora 20 minutos cada uno) más investigación asincrónica durante otras 4 horas.

En total la duración dentro del curso será equivalente a 6 períodos distribuidos de la siguiente forma:

Período de clase presencial 1:

- a. Historia de la sostenibilidad económica
- b. Definición de sostenibilidad y sostenibilidad empresarial
- c. Pilares de la sostenibilidad

Período de clase presencial 2:

- d. Cultura organizacional
- e. Componentes de la cultura organizacional
- f. Objetivos de desarrollo sostenible

Periodo de clase presencial 3:

- g. Integración de la sostenibilidad a la cultura
- h. Pasos hacia una cultura corporativa de sostenibilidad
- i. Prácticas empresariales sostenibles

Períodos de clase asincrónicos (3):

- j. Investigación grupal sobre gestión empresarial sostenible en empresa real que opere en Guatemala
- k. Realización de informe y presentación

Adicionalmente, se presenta la estructura completa del curso “**Administración estratégica e innovación**” incluyendo el módulo citado:

1. Definición de Administración estratégica, etapas, términos clave, modelos y beneficios.
2. Elementos de una estrategia de innovación
3. Cultura de innovación
4. Métricas de la innovación
5. Gestión empresarial sostenible
6. Visión y misión de la empresa: en qué se quiere convertir, cuál es su negocio, proceso de declaración de visión y misión
7. Análisis externo: Las 5 fuerzas de Porter, PESTL, fuentes de información externa.
8. Análisis interno: Identifica por qué es necesaria la innovación empresarial, términos claves, modelos de innovación, y beneficios.
9. Técnicas y métodos de capacitación.
10. Formación de formadores

Por último, se incluye la propuesta del informe sobre la investigación de gestión empresarial sostenible en una empresa que opere en Guatemala:



Universidad Rafael Landívar
Faculta de Ciencias Económicas y Empresariales
Licenciatura en Administración de Empresas
Administración Estratégica e innovación

Guía de elaboración de informe sobre investigación de gestión empresarial sostenible en una empresa que opere en Guatemala

Carátula

- I. Datos de la empresa
 - Nombre de la empresa
 - Descripción de la empresa
 - Carta de autorización para desarrollo del proyecto (colocarla en anexos)
 - Valores organizacionales
 - Visión de la empresa
 - Misión de la empresa
 - Políticas y normas principales de la empresa
 - Descripción de estrategia empresarial de la empresa
- II. Desarrollo de encuesta de sostenibilidad
 - Definir objetivos

- Incluir encuesta
- Asegurar que la encuesta incluya preguntas que respondan con componentes de su cultura y las prácticas sostenibles que realiza.

III. Desarrollo de propuesta:

Con base en los resultados, desarrollar propuesta para mejorar la gestión de desarrollo sostenible de la empresa. Definir plan de acción que responda a las preguntas cómo, dónde, cuándo, quién; presentar cotizaciones y/o documentos de respaldo.

IV. Conclusiones

V. Referencias bibliográficas

VI. Anexos

8. Conclusiones

Al explorar el tema de cultura de sostenibilidad en las micro, pequeñas y medianas empresas, se identificó que, en su mayoría, las empresas comprenden el concepto de sostenibilidad en forma general; sin embargo, hay que tomar en cuenta que este sondeo es una autopercepción de la persona empresaria, la cual no necesariamente posee un concepto adecuado al respecto; es decir, que podría tener una noción de lo que significa, pero que no se pone en práctica correctamente.

Esto se puede contrastar con los resultados obtenidos en la encuesta realizada que, si bien se realizan prácticas en materia de protección del medio ambiente, bienestar en el área de trabajo, decisiones amigables en la cadena de valor o ayuda la comunidad, no se poseen estos elementos como parte integral en los factores que influyen en la cultura organizacional y estratégica de la empresa.

Es decir, que no se posee un programa integral y que se concibe como un elemento ajeno y más bien como responsabilidad social, pero no como parte fundamental en las operaciones, aunque la mayoría de empresas consideran que es un elemento importante para ellas. De acuerdo con estos resultados, se puede inferir que existe una necesidad de formación y fortalecimiento de capacidades en esta materia, no sólo desde el punto de vista teórico, sino que también en relación con mecanismos y formas para una transición de sostenibilidad y que sea parte de la cultura organizacional de la empresa.

La sostenibilidad se puede ver como un proceso –para la empresa– de planeación, transición y puesta en práctica, lo que conlleva distintas fases. Una de las primeras sería de fomentar una cultura de sostenibilidad, para concientizar a toda la empresa tanto interna

como externamente, que ayude a adoptar procesos que conduzca a una sostenibilidad económica, social y medioambiental. La presente investigación propone propone un programa de estudio y docencia en esta temática, que pretende formar a los futuros empresarios para aplicar de una mejor manera estrategias y procesos de sostenibilidad, fomentando, primeramente, una cultura de sostenibilidad dentro de las empresas; así como transferir estos conocimientos a las empresas que ya operan y desean adoptar la sostenibilidad como parte de su cultura organizacional, que luego se vea reflejada en sus operaciones y gestión empresarial.

Referencias

- Adams, C.A.; Potter, B.; Singh, P.J. & York, J. (2016). Exploring the implications of integrated reporting for social investment (disclosures). *The British Accounting Review*, 48(3), 283-296.
- Camacho Castro, C., & Cereceres Gutiérrez, L. (2016). Transformando organizaciones para un mundo competitivo y sustentable. *Incunabula*.
- Carro Suárez, J., Sarmiento Paredes, S., & Rosano Ortega, G. (2017) La cultura organizacional y su influencia en la sustentabilidad empresarial. La importancia de la cultura en la sustentabilidad empresarial. *Estudios Gerenciales*, 33 (145), 352-365.
- Ergene, S., Banerje, S. B., y Hoffman, A. J. (2020). (Un) sustainability and organization studies: Towards a radical engagement. *Organization Studies*.
- Ministerio de Economía de Guatemala (MINECO) (2017). Informe de Situación y Evolución del Sector MIPYME de Guatemala 2015-2017. Recuperado de: https://www.mineco.gob.gt/sites/default/files/MIPYMES/informedesituacion_y_evolu_delsector_mipymedeguatemala2015-2017.pdf
- Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD] (6 de noviembre 2023). Demasiado lento y no constante: Pero con acciones concretas, ALC aún puede acelerar el progreso para alcanzar los ODS. Recuperado de: <https://www.undp.org/es/latin-america/blog/demasiado-lento-y-no-constante-pero-con-acciones-concretas-alc-aun-puede-acelerar-el-progreso-para-alcanzar-los-ods>