

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

Estudios con Reconocimiento de Validez Oficial por Decreto Presidencial
Del 3 de abril de 1981



LA VERDAD
NOS HARÁ LIBRES

UNIVERSIDAD
IBEROAMERICANA

CIUDAD DE MÉXICO ®

“INCORPORACIÓN AL PORTAFOLIO DE LA CONSULTORÍA DE
ESTUDIO DE UN MODELO SUSTENTABLE PARA PYMES BASADO
EN INNOVACIÓN TECNOLÓGICA”

ESTUDIO DE CASO

Que para obtener el grado de

MAESTRA EN GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

Presenta

MARGARITA MELGOZA ARTEAGA

Director: Mtro. Arturo Atl Rodríguez de la Torre
Lectores: Dra. Alejandra Herrera Mendoza
Mtro. Edgar Ortiz Loyola Rivera Melo

Ciudad de México, 2022

Índice

1. Resumen Ejecutivo	4
1.1 Introducción	4
1.2 Descripción de la necesidad	4
1.3 Objetivo	5
1.4 Justificación	5
2. Marco Contextual	6
2.1 Entorno de las empresas de Consultoría	6
2.2 La empresa	7
2.2.1 Servicios que ofrece	8
2.3 Desarrollo sustentable	10
2.3.1 El entorno sustentable en el mundo	10
2.3.2 El entorno sustentable en las PyMES	10
2.4 Sustentabilidad tecnológica	11
2.4.1 Sustentabilidad tecnológica en México	12
3. Marco Teórico	13
3.1 Gestión de Información.	14
3.2 Los sistemas de información en las organizaciones	16
3.3 La gestión de la información en las organizaciones	17
3.4 La toma de decisiones y su relación con los procesos de gestión de información	18
3.4.1 Las etapas del proceso de decisión	18
3.5 Economía Circular	20
3.6 Modelo de sustentabilidad empresarial penta-dimensional	22
3.6.1 Dimensión de gestión global	22
3.6.2 Dimensión de competitividad	24
3.6.3 Dimensión de relaciones	26
3.6.4 Dimensión de impactos	28
3.6.5 Dimensión de transparencia y comunicación	29
3.7 Modelo de cuádruple línea base y su caso	31
3.6 Modelo de Triple impacto y Caso “La Sustentabilidad de las PyMES comerciales como factor de competitividad”	35
4. Alternativas de Solución	38
4.1 Primera alternativa a la seleccionada: “Modelo de sustentabilidad empresarial penta-dimensional”	38
4.2 Segunda alternativa a la seleccionada: “Modelo de triple impacto”	39
4.3 Modelo de solución propuesto: “Modelo basado en la competitividad sustentable”	39
5. Metodología de Implementación	41
5.1 Descripción del problema, objetivo(s) y justificación	41
5.2 El contexto y la situación actual	42
5.3 Marco teórico y conceptual	42

5.4 Alternativas de solución	42
5.5 Metodología de implementación	43
5.6 Proceso de validación y aplicación de propuesta en el caso	43
5.7 Plan de implementación	43
5.8 Limitaciones y recomendaciones	44
5.9 Conclusiones	44
6. Proceso de validación y aplicación de propuesta en el caso	44
6.1 Metodología	44
6.2 Población	44
6.3 Muestra	45
6.4 Técnicas e instrumento de recolección de datos	45
6.5 Interpretación de la media aritmética	45
6.6 Análisis de resultados	48
7. Plan de implementación	48
7.1 Fases	49
7.1.1 Fase 1: Crear perfil organizacional del proyecto.	49
7.1.2 Fase 2: Elaborar una evaluación de Sustentabilidad.	49
7.1.3 Fase 3: Crear una oportunidad para planes de acción sustentables	50
7.2 Desafíos	51
7.3 Beneficios	51
7.4 Sumar prácticas sustentables	52
7.5 Gantt del Plan de implementación	52
8. Limitaciones y Consideraciones	52
9. Conclusiones	53
Anexos	55
Anexo 1. Instrumento de recolección de la información.	55
Bibliografía	56

1. Resumen Ejecutivo

1.1 Introducción

La tecnología y la sustentabilidad deberían ser consideradas como factores clave en la competitividad de una empresa, ya que sin estos factores es más difícil que logren su permanencia en el tiempo. Ambas, la tecnología y la sustentabilidad permiten a las empresas lograr mayores ganancias, llegar a nuevos mercados, expandir su base de clientes y aumentar sus márgenes. Sin embargo, para que esto suceda, las empresas deben integrar la tecnología y la sustentabilidad en sus estrategias y cultura corporativa, así como invertir en ellas y tomar medidas para abordar los resultados y monitorear continuamente el desempeño. Sin embargo, especialmente en un entorno de gestión, cuando se habla de sustentabilidad, se tiende a considerar las dimensiones ambiental, económica y social como elementos separados e independientes. Lo que todavía falta es una comprensión de las fuertes interconexiones que unen las diferentes dimensiones de la sustentabilidad que están vinculadas y habilitadas por la tecnología, que es un motor fundamental del desarrollo empresarial.

El presente proyecto de investigación busca ofrecer un modelo que ayude a incorporar dichos factores a las PyMES de la Ciudad de México encaminándolas a lograr tener una ventaja competitiva y sustentable, así como lograr el crecimiento y permanencia de las mismas, este modelo será ofertado a los clientes de la Consultoría de Estudio a través de los servicios de su portafolio, ya que hoy en día los líderes organizacionales de muchas PyMES no gestionan sus estrategias y decisiones considerando estos factores y por ende las causas de la omisión de las dimensiones de la sustentabilidad.

Se presenta un modelo con base en investigación teórica, que se fundamenta en el estudio de las dimensiones económicas, ambientales y sociales de la sustentabilidad, donde se identifica que los distintos modelos teóricos estudiados coinciden en la incorporación y equilibrio de los mismos en búsqueda de lograr el desarrollo, el crecimiento y la permanencia empresarial.

También el modelo se soporta en el concepto de economía circular donde se busca una innovación y eficiencia de todos los productos y servicios. Y donde la tecnología pueda convertirse en un apoyo fundamental. De tal forma que adoptar el modelo de economía circular brinde principalmente crecimiento económico, ahorro en los costos de materia prima y creación de valor e innovación (Melgarejo, 2019).

Una vez seleccionado el modelo a incorporar, se lleva a cabo el proceso de validación para conocer si es viable para las PyMES de la Ciudad de México, ya que la teoría lo estudia en empresas tanto nacionales como internacionales, así como grandes, medianas y pequeñas. El método que se seleccionó para la validación, es la aplicación de un cuestionario a un grupo foco de los líderes organizacionales de los clientes más significativos de la Consultoría de Estudio, donde la variable “nivel de madurez” sea de crecimiento para tal efecto de estudio.

Después de la aplicación del cuestionario se realizó la recolección de los datos y se siguió un tratamiento estadístico de tipo descriptivo y cuantitativo, utilizando distribuciones de frecuencias absolutas y relativas para cada pregunta e indicador de frecuencia, que facilitaron su interpretación, y con una media general para la variable sustentable quedó dentro de la categoría “muy presente”, de tal forma que se logró identificar los indicadores anteriormente evaluados que dieron respuesta a los objetivos de la investigación generando como resultado, la sustentabilidad como ventaja y modelo para las PyMES de la Ciudad de México.

1.2 Descripción de la necesidad

Existe una gran cantidad de empresas PyMES en Ciudad de México, México, en donde a nivel gerencial en materia de estrategia de proyectos de gestión omiten incorporar y ponderar el impacto que tienen sus decisiones en el ambiente y en la sociedad; mismas que suelen enfocarse casi exclusivamente al aspecto económico y de rentabilidad.

Los procesos productivos de las empresas planeados y ejecutados sin conciencia del uso racional de los recursos naturales, es hoy en día un riesgo latente e inminente de la no disponibilidad de los recursos del futuro. Dicho riesgo es en nuestro presente una señal y una necesidad de tomar acciones en cada uno de los procesos productivos y considerar el uso de energías renovables si es que no se está haciendo así, de tal manera que no se genere una disminución o carencia de los recursos y a su vez que no se pierda el equilibrio con el progreso económico y social. Por lo que se identificaron estas 2 problemáticas puntuales:

- Problemas ambientales que ponen en peligro la capacidad de satisfacer las necesidades de las generaciones futuras (Serrano & Martín, 2011).
- Empresas que mueren en los primeros años por no tomar decisiones correctas y que no toman en cuenta los factores del desequilibrio mundial.

1.3 Objetivo

General:

Desarrollar un modelo organizacional que incorpore la sustentabilidad y que sea capaz de adaptarse a los procesos empresariales para la toma de decisiones de las PyMES en México, que se encuentran dentro del mercado objetivo de la empresa CONSULTORÍA DE ESTUDIO SA DE CV, el cual se quiere incorporar al portafolio de la consultoría.

Específico:

Que le permita mantener su competitividad y rentabilidad de manera sustentable cuidando el equilibrio de la protección ambiental, el desarrollo social y económico.

1.4 Justificación

Son muchos los informes y noticias que advierten de los cambios que vamos a enfrentar como es el “Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente” y si no actuamos desde ya, seguramente las consecuencias no son solo fatales para el destino de las empresas, sino para la supervivencia del ser humano en condiciones favorables.

Es por ello que con el presente proyecto se espera mejorar y eficientar los procesos de las PyMES con la incorporación de tecnologías, sin comprometer los recursos de las futuras generaciones. Así mismo, concientizar a las PyMES que los cambios son constantes y debemos estar preparados para enfrentarlos con análisis y herramientas tecnológicas que les permitan su desarrollo y crecimiento continuo por medio de la innovación para desarrollar sistemas que les permitan tener flujos más conscientes de materias primas y reducción de consumo, siendo esto para ellos un diferenciador de valor y una ventaja competitiva.

También hacerles saber que con el apoyo de la tecnología al desarrollo sustentable se puede calcular su trayectoria ambiental y se pueden diseñar estrategias que les permita ser empresas conscientes y con propósito. Y que se pueden optimizar los procesos de forma más responsable por medio de la digitalización.

No se trata solo de crear esta concientización y cambios para la imagen y reputación empresarial, sino realmente ir corrigiendo el rumbo de la crisis en la que estamos inmersos, e ir recuperando terreno.

En el 2015 más de 150 líderes mundiales asistieron a la Cumbre de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sustentable con el fin de aprobar la Agenda para el Desarrollo Sustentable, destacando la importancia de la participación de México. El documento final, titulado “Transformar Nuestro Mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sustentable”, fue adoptado por los 193 Estados Miembros de las Naciones Unidas. Dicho documento incluye los 17 Objetivos del Desarrollo Sustentable (ODS) cuyo objetivo es poner fin a la pobreza, luchar contra la desigualdad y la injusticia, y hacer frente al cambio climático sin que nadie quede atrás para el 2030. Por lo que con el modelo se busca aterrizar con las PyMES estos objetivos de una manera sencilla, práctica y accionable. Con este tipo de acciones no solo mundiales y gubernamentales, la demanda de la sustentabilidad es cada día más presente en las empresas, aunque algunas solo se están llevando por las acciones de la nueva normalidad suscitada por el evento ya conocido del COVID y atacan solo aspectos económicos, dejando de lado la sustentabilidad. Así mismo muchas empresas no visualizan los cambios provocados por aspectos sociales, políticos y económicos y reaccionan ante los eventos del presente provocando solo la supervivencia en el mejor de los casos o su desaparición de los no tan afortunados. (Naciones Unidas México, 2020)

2. Marco Contextual

2.1 Entorno de las empresas de Consultoría

La consultoría se puede definir como la transmisión del conocimiento y la experiencia de un hombre o de un equipo de expertos hacia otros con el objetivo de alcanzar más fácilmente una meta humana. Esencialmente, es la búsqueda constante de conocimiento preparado para el beneficio de otros.

La consultoría en México como industria del conocimiento puede clasificarse en dos grandes grupos: la consultoría de gestión (administración, economía y finanzas), la cual representa una parte importante del mercado, y la consultoría de ingeniería, que abarca desde estudios de viabilidad técnica, hasta el diseño para procesos de conservación y mantenimiento etc., y que representa un porcentaje menor de la demanda.

México está compuesto principalmente de PyMES y con un alto grado de informalidad en su economía. Los servicios privados no financieros abarcan más de un 38% del total de empresas registradas en México, según el censo económico publicado por el INEGI, con un total de 1,613,601 unidades económicas. De todas esas empresas de servicios, 97,923 se encuentran registradas dentro del sector “Servicios Profesionales, Científicos y Técnicos” de las cuales una gran mayoría se dedicaban a proporcionar servicios que pueden considerarse de consultoría profesional. Los servicios privados no financieros son la principal fuente de empleo en el país. El 49,5% del empleo se ocupa en actividades de servicios privados no financieros y en valor de producción bruta el sector es de los que más genera, con una cifra superior a 2,355 millones, aunque bastante por detrás del sector manufacturero.

Dentro del sector de la consultoría destaca la alta demanda de ingenieros para los proyectos relativos a la manufactura, la industria de la automoción, las tecnologías de la información, la energía y las infraestructuras. En general se trata de un sector maduro con un alto grado de competencia, con las grandes consultoras multinacionales firmemente establecidas en el país. Existen un gran número de empresas extranjeras de ingeniería y consultoría operando en el país contra las que es difícil competir por su tamaño y conocimiento del mercado.

Las oportunidades en el mercado mexicano radican en la especialización y la consultoría tecnológica. La digitalización de las empresas, el surgimiento de nuevas tecnologías y la consultoría en desarrollo sustentable son las áreas de mayor interés para el sector.

En la industria de la consultoría pueden diferenciarse diferentes esquemas:

- Consultores independientes y autónomos.
- Grupos o empresas de consultores asociados. Fórmula basada en la agrupación de profesionales reunidos bajo una misma empresa o marca.
- Subcontratación. Se podría incluir como otra categoría dentro de los tipos de esquemas de consultoría. Cada vez es más frecuente a causa de la situación económica inestable en muchos sectores.

En México el 98% de las empresas son PyMES, sin embargo, llama la atención que el 50% de ellas mueren el primer año, incrementándose el porcentaje a un 75% al finalizar el segundo año. Esto se atribuye a que estos negocios no cuentan con una estrategia que les asegure la continuidad y crecimiento en el mercado. Es por ello que la consultoría se considera una herramienta fundamental y una de las claves del éxito para muchas de las empresas de reciente creación. México es uno de los mercados de consultoría más desarrollados de América Latina, con una cifra cercana al 29% del mercado, sólo por detrás de Brasil, con un 44%, según datos del estudio “Perspectivas del mercado geográfico de consultoría: América Latina” (Kennedy Consulting Research & Advisory, 2014).

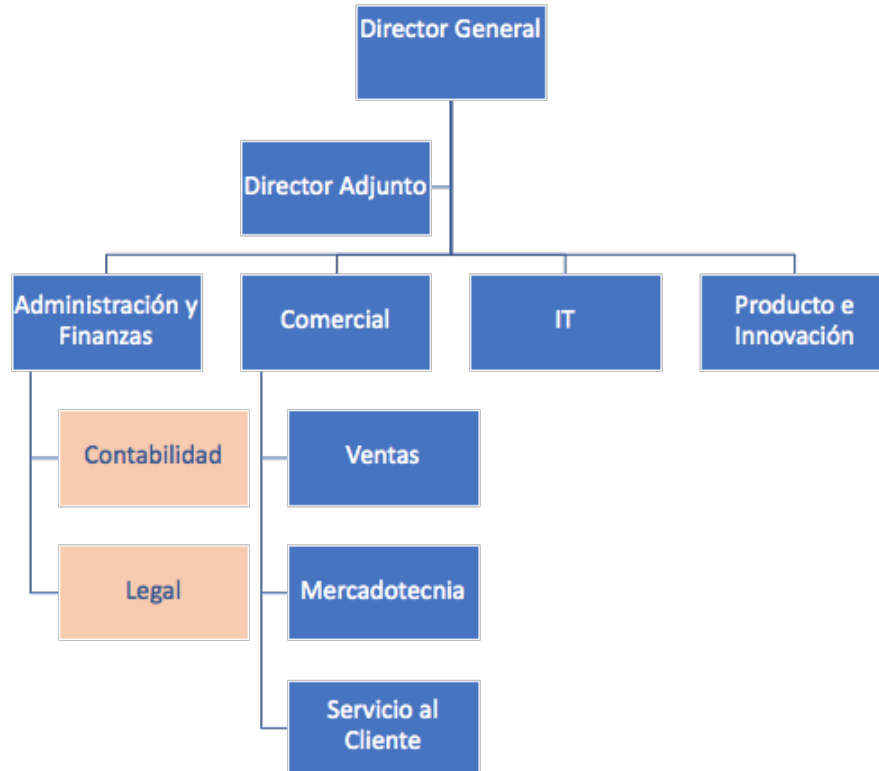
La consultoría sigue siendo uno de los sectores que más proyección presenta en México. La situación de la pequeña y mediana empresa se recrudece ante la ausencia de consultoras adecuadas que provean de las estrategias necesarias para la supervivencia de dichas empresas, además de que se requiere una adecuación a sus necesidades tanto en lo geográfico, como en lo económico. La mayoría de consultoras en México ofrecen servicios en el área legal y contable, así como servicios de consultoría de tipo operativa, la cual presenta una notable oferta. Sin embargo, en cuanto a consultoría integral se refiere, la oferta es bastante limitada y las pocas empresas que ofrecen ese tipo de servicios tienen como principal objetivo el mercado de empresas de gran tamaño.

2.2 La empresa

En Abril de 2021 nace la consultoría “Consultoría de Estudio” creada por 2 amigas profesionistas que tienen como común denominador la pasión de servir a otros y el amor por México, siendo su deseo de apoyar a los emprendedores en su camino hacia el crecimiento y a la mejora continua, usando como herramienta su experiencia y aprendizaje para colaborar con ellos, y así retribuir a la vida algo de lo que ellas han recibido gratamente. Tienen como objetivo crear comunidades para ayudarles y prepararlos para su autodesarrollo, así como compartirles guías, “QuickWins” y metodologías simples y accionables.

La empresa se encuentra conformada por las siguientes áreas:

Ilustración 1. Organigrama de la Consultoría de Estudio



Fuente: Elaboración propia

2.2.1 Servicios que ofrece

La oferta que se brinda son servicios extendidos que permiten entregar un valor adicional a los clientes al hacerse cargo de la gestión de su propuesta de valor por medio del apoyo y recomendaciones a su planeación estratégica, la evaluación del nivel de madurez de sus procesos para una mayor eficiencia y estabilidad de los mismos, apoyo en la vigilancia de tendencias y competencia de su sector con la finalidad de ayudarlos a alinear su visión con su propósito, haciendo que suceda y generando experiencias únicas, personales y a la medida:

- **Básico-Partner:** Servicio inicial para presentar la empresa y que los clientes estén seguros de que “Consultoría de Estudio” va a sumar y a ser una extensión de su equipo, así como saber del cliente por medio de una evaluación basada en preguntas de distintos temas de su entorno (estrategia, cultura organizacional, ventas, etc.) para conocer qué busca y espera, saber dónde está parado, y así tener un diagnóstico básico con la finalidad de hacerle sugerencias y recomendaciones, así mismo proporcionarle un plan de desarrollo y crecimiento con base en las prioridades detectadas, mismo que puede trabajarse de forma autónoma o apoyarse con los otros servicios ofrecidos.
- **Sueño y estrategia:** Conocer y entender el propósito del cliente, su propuesta de valor y su diferenciador, con la finalidad de asegurar que el cliente esté convencido que es el camino correcto, de ser así seguir con el mismo, de lo contrario lo rete y/o redefina con el objetivo de que esté realmente feliz con su sueño. Por otro lado, conocer y revisar si cuenta

con una planeación estratégica y que ésta esté alineada al propósito, de no tenerla se trabajará con ellos.

- **Gente:** Buscar y asegurar que el equipo de los clientes se apropien de su sueño y lo accionen juntos, Así mismo mejorar la salud del sistema organizacional de los clientes para asegurar que su propósito y misión permee en toda la organización con la finalidad de incrementar la comunicación, colaboración, agilidad, y la capacidad de innovación por medio de planes de desempeño diseñados con base en la identificación de los elementos que estén influyendo en la deserción, la lealtad, las motivaciones individuales así como las grupales que se traducen como los detractores y promotores de la visión de la organización, y que serán indicadores de negocio que a su vez permitan agilizar la toma de decisiones estratégicas.
- **Producto y Servicio:** Contar con una propuesta de valor en el producto y/o servicio que ofrece el cliente, en los procesos y en la operación. Hacer que el producto y/o servicio sea increíble. Asegurar unir la visión para que todos tengan la misma meta, y que en esa dirección se ejecuten los procesos y la operación, centrándose en las necesidades de las personas (tanto del cliente como de los empleados).
- **Contacto y Comunicación:** Aborda todo el ciclo de contacto del cliente con sus propios clientes: mercadotecnia y atracción de clientes, ventas y upselling, y servicio al cliente:
 - **Mercadotecnia y atracción de clientes:** Contar con una estrategia de mercado que asegure que el mensaje que da el cliente, esté relacionado con el producto y/o servicio que ofrece, y que el contenido del mismo proporcione un valor agregado. Asegurar que en todo contacto que tenga el cliente con sus clientes, siempre escuche cuáles son sus necesidades, sus expectativas y las dudas que puede tener sobre su producto y/o servicio y aproveche toda información que puede proporcionarle con la finalidad de encontrar las ventajas de su oferta.
 - **Ventas y upselling:** Crear relaciones de valor y satisfacer las necesidades del cliente con base en una adecuada gestión de venta del producto y/o servicio y asegurar que se atiendan los aspectos de: relación con clientes, segmentación, campañas comerciales, distribución del producto y búsqueda de nuevos mercados, desarrollo de productos y/o servicios y fijación de precios.
 - **Servicio al cliente:** Buscar que los clientes tengan las mejores experiencias y los mejores resultados posibles al usar sus productos y/o servicios. (Qrious, 2021)

Derivado de la situación actual ante los desastres naturales que han impactado al mundo recientemente y los cambios que se pronostican para el 2030, la consultora “Consultoría de estudio” busca hacer promoción de la sustentabilidad e incorporar a su portafolio de servicios un modelo sustentable que permita a las PyMES planear y realizar procesos eficientes y eficaces apoyados en la innovación tecnológica y que a su vez logre el equilibrio entre medio ambiente, economía y sociedad. Por lo que se abordará a continuación los conceptos sustentabilidad.

2.3 Desarrollo sustentable

El desarrollo sustentable se define como el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades (Comisión Brundtland, 1987).

El concepto de sustentabilidad ha sufrido transformaciones. Originalmente se refería a un enfoque centrado en la degradación ambiental; hoy incluye muchos aspectos relacionados con la calidad de vida humana. Su base radica en el reconocimiento de los límites y posibilidades de la naturaleza, y la complejidad del entorno, que a su vez conduce a una nueva comprensión del mundo para afrontar los desafíos de la humanidad.

El concepto de desarrollo sustentable es el resultado de la acción concertada de los países para promover un modelo de desarrollo económico global consistente con la conservación del medio ambiente y la justicia social. "El desarrollo sustentable es el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus necesidades" (CMMAD, 1987)

2.3.1 El entorno sustentable en el mundo

Las normativas respetuosas con el medio ambiente cobran cada vez más importancia en el gobierno corporativo y la necesidad de hacerlas cumplir es cada vez mayor. Debido a que los desequilibrios ambientales tienen impactos tanto locales como globales, esto puede poner en peligro la supervivencia de las empresas. Además, la teoría empresarial actualmente conocida como Responsabilidad Social Empresarial destaca la importancia del respeto de una organización por su entorno, ya que puede utilizarse como una herramienta estratégica para el crecimiento de la empresa. El concepto de sustentabilidad promueve una nueva forma de cultura organizacional, establece una economía privilegiada, reorienta el potencial de la ciencia y la tecnología, y construye una nueva cultura política basada en la ética, la virtud cambia valores, creencias y sentimientos. Existencia, vida y forma de vida del planeta. Por lo tanto, crea valor dentro de la empresa, a través de varios aspectos del negocio. En el contexto de la transformación económica, la salud, el desarrollo de las personas y la innovación, la sustentabilidad ya no es el precio a pagar para que una organización se convierta en una capacidad clave en la creación de valor y el crecimiento. Necesitamos una estrategia que combine la innovación y los objetivos de desarrollo sustentable (Hall y Vredenburg, 2003).

La innovación es la clave para avanzar en tiempos de crisis. La sustentabilidad como objetivo, desarrolle habilidades que sus competidores puedan igualar. Por lo tanto, podrán desarrollar una ventaja competitiva, ya que la sustentabilidad será una parte integral del desarrollo (Nidomolu, Prahalad y Rangaswami, 2009). Según un estudio realizado por Nielsen Corporation, un estudio de mercado, considerando dos productos de consumo con características similares, las ventas del producto sustentable aumentaron un 4% y sus productos aumentaron solo un 1%. Además, las personas están dispuestas a pagar más por bienes y servicios comprometidos con el planeta, especialmente las nuevas generaciones, como Millennials y GeneraciónZ, que han mostrado un mayor interés en promover y adoptar la sustentabilidad. (Konfio, 2020)

2.3.2 El entorno sustentable en las PyMES

El desarrollo en una PyME se puede calificar como sustentable si ésta 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.

Los programas de desarrollo sustentable en el sector de las PyMES no se realizan con el conocimiento claro del concepto. Atribuyendo la responsabilidad a la creación de políticas que regulen los procesos productivos para no perjudicar el medio ambiente.

La adopción del desarrollo sustentable tanto en pequeñas como en medianas empresas es posible de diversas maneras:

- Procesos de producción: Una de las principales formas en las que las PyMES se comprometen con el cuidado del medio ambiente es dentro de sus procesos de producción. Los cuales en su mayoría pueden ser modificados para ahorrar y hacer un mejor uso de energía, materia prima, agua, etc. Es necesario realizar un análisis previo de toda la estrategia para que el objetivo se logre, así como también ver la viabilidad de inversión en ello.
- Programas y proyectos: Cuando la PyME no está enfocada a un proceso de producción existe la opción de que proponga programas o proyectos para realizar una acción en beneficio del medio ambiente y la sociedad. Tal es el caso de la conservación de la biodiversidad, el plantío de árboles, la reducción de uso de plásticos contaminantes, entre otros.

Los criterios seleccionados de las PyMES para la presente investigación son:

- Nacional CDMX
- Micro y pequeñas empresas (hasta 100 empleados y ventas anuales hasta 100 mdp)
- Formales
- Comercio y Servicios no Financiero
- Nivel de madurez en crecimiento

2.4 Sustentabilidad tecnológica

La sustentabilidad tecnológica sigue los conceptos de la sustentabilidad y el desarrollo sustentable pero enfocados a la tecnología y la aceleración que está sufriendo, así como la tendencia a convertirse en superestructura que sea capaz de integrarse de forma armónica al contexto humano por medio de la cooperación y la complementación entre humanos y tecnologías sin invadir o limitar el espacio vital de cada cual, así mismo asumir las consecuencias que tendría al no estar preparados para este escenario donde las tecnologías emergentes tendrán un papel fundamental. (Madruga González, 2010)

El equilibrio de las tecnologías con su entorno se busca sobre la base de un equilibrio que permita la sustitución de los recursos naturales por los artificiales sin comprometer la recuperación. Se supone que el medio ambiente creado por el hombre en construcción no debe reemplazar destructivamente el medio ambiente natural. Su impacto en el medio ambiente y los cambios culturales está obligando a las empresas a investigar y hacer frente a cambios importantes e integrar tecnologías para reducir su impacto medioambiental. El progreso tecnológico está bien orientado a mejorar la calidad de vida, no solo los recursos económicos y sociales, sino también hacia el desarrollo global sustentable. Tanto los sistemas como las herramientas tecnológicas tienen como objetivo mejorar la eficiencia energética y la gestión inteligente de la energía. Esta es la razón por la que la mayoría de las empresas solo buscan productos eficaces respaldados por equipos duraderos. Entre las tecnologías más destacadas encontramos:

- Internet de las Cosas,
- Realidad Aumentada y Virtual,
- Internet de las Cosas,
- Macrodatos (big data),
- Inteligencia Artificial,
- Sistemas en la nube

Dentro de estas nuevas tendencias, cabe destacar también el proyecto de las ciudades inteligentes. El objetivo principal es incrementar la eficiencia y la calidad de los servicios, reducir el gasto público,

ofrecer información en tiempo real y favorecer la innovación. De esta manera, las ciudades serán más resistentes y avanzadas en herramientas de Internet de las cosas y sistemas analíticos de Macrodatos. (Cárdenas, 2019)

2.4.1 Sustentabilidad tecnológica en México

La crisis ambiental y socioecológica se manifiesta en cada país con particularidades propias debido a la combinación particular de factores naturales, sociales, económicos, culturales y políticos. En el caso de México, la confluencia de 2 factores es especialmente relevante en la búsqueda de respuestas y soluciones: la diversidad biológica (Conabio, 1998) y la diversidad cultural y social existentes en el país. Estas 2 particularidades encierran una gama enorme de conocimiento, creatividad y trayectoria en la gestión de alternativas de sobrevivencia en múltiples contextos de crisis repentinos (terremotos, inundaciones, epidemias, crisis económicas, erupciones volcánicas), de larga duración como el cambio climático global y estructurales como la inequidad y la pobreza. En este sentido, México puede considerarse como un laboratorio con grandes variantes socioecológicas, en mundos urbanos tan divergentes como las ciudades de Tijuana, San Cristóbal de las Casas, Cancún y la Ciudad de México, en entornos rurales de producción agrícola industrial (e.g., el Bajío o Sinaloa) y en comunidades rurales que desarrollan actividades de agricultura y ganadería familiar como aquellas presentes en los estados de Oaxaca, Michoacán, Guerrero y Chiapas. Son precisamente estos laboratorios vivientes los que pueden ser fomentados en su actividad innovadora y de adaptación a través de alianzas entre profesionales y expertos en temas ambientales relevantes, que incluyen a los académicos de las ciencias naturales y sociales.

Globalmente se establecen cada vez más los llamados “laboratorios sin muros”, que si bien pueden albergarse en las universidades y centros de investigación, operan en composiciones y espacios flexibles, de acuerdo con las problemáticas que atienden, adaptando su composición a las necesidades del caso (Espinoza-Tenorio, Mesa-Jurado, Ortega-Argueta y Hernández-Chávez, 2017). Estos laboratorios pueden reunir desde capacidades técnicas (como el de modeladores, informáticos, mecánicos, plomeros y carpinteros) hasta capacidades científicas con investigadores en diferentes áreas de interés. Estos laboratorios permiten la confluencia de experiencias profesionales diversas para atender una problemática de la sociedad (Espinoza-Tenorio, 2017).

El modelo de laboratorio sin muros es particularmente adecuado para la atención de temas que, por su complejidad, requieren de grupos de trabajo interdisciplinarios, aquel en el que participan académicos y actores no académicos. En la actualidad, con frecuencia tales grupos solo se dan de manera incidental como ocurre, por ejemplo, a través de proyectos de financiamiento temporal, cuyas experiencias no son sistematizadas y que por lo mismo, no conducen a los aprendizajes que se requieren para la solución del problema. Si bien en México existen múltiples experiencias de este tipo (Ortiz, Masera y Fuentes, 2014), estas presentan fuertes limitaciones de falta de registro de datos, diferencias de procedimientos/metodologías y posiciones personales que impiden el desarrollo, el aprendizaje y la transmisión del conocimiento generado. Para la construcción de conocimientos y el desarrollo de probables soluciones a los grandes problemas ambientales se requiere de la participación de la comunidad científica proveniente de diversas disciplinas. En este sentido, la tecnología se ha convertido en la interfaz y el articulador o mediador natural entre la sociedad y el ambiente (Smith y Stirling, 2010, Redman y Miller, 2015).

La innovación ecotecnológica puede aplicarse para desarrollar productos tan diversos como software para asistir a los actores gubernamentales en la planeación y en la toma de decisiones, técnicas para la remediación de suelos, sistemas eficientes de captación de agua o riego, prácticas agroecológicas en sistemas productivos, metodologías de evaluación de impactos ambientales, dispositivos eficientes para el uso de energía, entre muchos otros. No debe confundirse con la innovación biotecnológica, que en la práctica se refiere a áreas muy específicas (principalmente biomedicina, insumos agrícolas y pecuarios) y cuenta con numerosos ejemplos de innovaciones que se comercializan con la propaganda de ser alternativas sustentables, pero que no consideran los riesgos sanitarios, ni la pérdida de diversidad biológica o cultural, ni la degradación ambiental y mucho menos la sustentabilidad. Aunque algunas innovaciones parten de la intención de mejorar el

bienestar de las personas, el modelo de desarrollo de estas innovaciones, así como la preponderancia de mercados económicos y la rentabilidad en sus criterios de éxito, con frecuencia no conducen a la sustentabilidad y a la apropiación social (Cannatelli, 2012). A diferencia de la innovación biotecnológica en biomedicina y agricultura, en la que se ha documentado un crecimiento importante en México y en el mundo, y en la que ya participan muchas instituciones públicas y privadas en los llamados sistemas de innovación, la biotecnología ambiental (que es el área que más se asocia con la ecotecnología) tiene un desarrollo incipiente y aún concentrado en manejo de agua, energía y residuos (Amaro-Rosales y Morales-Sánchez, 2010).

La mayoría de la tecnología ecológica desarrollada en este país es nacional, pero no está desconectada con problemas ambientales y recursos naturales irracionales (Ortiz, 2014). Hay muchas tareas para las casas ecológicas en la innovación del entorno nacional, que requieren estrictamente en el modelado de los recursos y el tiempo del espacio (por ejemplo, en el uso de poblaciones y estudiantes de la comunidad) o en la evaluación de desastres humanos o naturales para los ecosistemas, de conformidad con la innovación agrícola. o innovación para gestionar las cuencas. La innovación en el uso y conservación de los recursos naturales es un área importante de la tecnología ecológica pero aún nueva en México. Esto ha continuado conduciendo a problemas de energía tanto de la crisis energética como de la presión internacional para prevenir el calentamiento global (Ortiz, 2014), en otros recursos naturales relacionados con el agua, en el suelo y a la biodiversidad. Incluso en el contexto de la tecnología de ecotecnología, muchas mejoras de energía están tratando de "verde" y la regeneración no se monitorean en políticas reales de desarrollo sustentable, donde aparece la sustancia del bienestar social, el medio ambiente y las copias. En el caso de un país, este país es un país con clima lluvioso, semiárido o estacional (SEMARNAT, 2014), priorizando el desarrollo de la gestión creativa para absorber, almacenar y usar, limpiar, filtrar y reciclar de manera eficiente este importante recurso. Al mínimo, funcionará en la reducción de la tasa de pobreza para la Compañía (WPI, para Ogwang y Opio, 2010), pero ideal, como en la energía, la tierra y la biodiversidad, que deben ser políticas permanentes e indispensables para el desarrollo sustentable.

Más del 90% de los alimentos depende de las actividades agrícolas en las que la calidad del suelo es esencial. La tierra saludable se vuelve más rara cuando continuamos los sistemas agrícolas oxidativos (Pimentel, 1995) y para cambiar el uso de la tierra de los ecosistemas de producción natural (Lambin, 2001). Aunque es cierto que sucede en todo el mundo, México perderá ecosistemas naturales saludables con velocidad alarmante (Challenger y Dirzo, 2009, Zika y ERB, 2009). La degradación del suelo y la desertificación en México son problemas graves que deben reducirse y invertirse a los continuos sociales con los servicios ecosistémicos de tierra y producción saludables (Huber-Sannwald, Maestre, Herrick y Reynold, 2006). Algunas opciones de tratamiento y intervenciones experimentales se han desarrollado con diferentes niveles de éxito, dependiendo del tema, área geográfica, tipo de ecosistema, tipo de suelo y grado de degradación (Cotler, 2007). Sin embargo, continuarán siendo los esfuerzos desmantelados y de bajo impacto, siempre y cuando no formen parte de la verdadera estrategia nacional de gestión sustentable. Mejor inventario de alta tierra, una recopilación de datos sistemáticos y su combinación en instalaciones de cálculo bien organizado, por un lado, ayudando, en el trabajo de los científicos y otros, para científicos y diseñadores y organizaciones de políticas públicas. Gobierno en la toma de decisiones. El progreso se lleva a cabo en el inventario de la biodiversidad y en la fabricación de la conservación de la biodiversidad en la agenda política muestra que las organizaciones pueden promover un gran progreso en los problemas eliminados antes (Dirzo, González y marzo de 2009).

3. Marco Teórico

La "sustentabilidad empresarial" es un nuevo paradigma en la gestión de las empresas. Es una alternativa al modelo de crecimiento tradicional y de maximización de la rentabilidad (Wilson, 2003). Algunas veces se utiliza este término en conjunto y como sinónimo de otros tales como desarrollo sustentable (DS) y responsabilidad social empresarial (RSE). Sin embargo, ninguno de estos dos conceptos define por sí sola a la sustentabilidad empresarial, sino que es la mezcla de ambos lo que

logra formular una nueva tendencia en las empresas (Portales, Garcia-de-la- Torre, 2009). Esta convergencia se percibe en las definiciones que son aceptadas a nivel internacional de cada una de los conceptos y que se consolidaron con el paso del tiempo. Sin embargo siempre queda a discusión la posibilidad de otras definiciones en función del autor que las utilice, esto va de la mano con la ambigüedad, que tanto uno como otro concepto han ido presentado (Ebner y Baumgartner, 2006).

Con el paso del tiempo y la necesidad de cada empresa de incorporar nuevos aspectos de la sociedad en su gestión, surgieron las características de una “empresa sustentable”: armonía, estandarización de los objetivos sociales y ambientales, y requerimientos de los grupos de interés orientados a la gestión (Tschandl y Zingsheim, 2004). De esta forma, se puede decir que la sustentabilidad corporativa incluye todos los aspectos de la Responsabilidad Social Empresarial y se persiguen objetivos a nivel social y ambiental para la contribución de las empresas al desarrollo.

Las organizaciones de hoy enfrentan desafíos cada vez más importantes. Las características del mundo empresarial exigen que se conviertan en organizaciones inteligentes, rechazando normas y estados mentales incorrectos, y desarrollando nuevos patrones de pensamiento expandido, lo cual es fundamental, es necesario gestionar la información en todas ellas. Comenzaré por introducir conceptos relacionados con la evaluación de sistemas de gestión de la información en las empresas. Incorporar la información como un recurso importante en el proceso de pensamiento estratégico es una de las necesidades de la gestión empresarial local. Los sistemas de información deben ser considerados e incluidos en el proceso de planificación estratégica, y deben ser compatibles e integrados con el resto de herramientas para estandarizar y mejorar los distintos procesos administrativos que se desarrollan en la organización.

3.1 Gestión de Información.

Interés en la investigación de la información, así como el desarrollo de conceptos corporativos y organizativos, así como las explosiones que promueven las tecnologías de la información y la comunicación, que constituyen la estructura de una disciplina llamada Gestión de información. Su investigación comenzó en la década de 1980 en casos académicos. En los últimos años, con la explosión de la próxima tecnología de la información y la rica, está comenzando a utilizarse en un empresario al evaluar la necesidad de medir la adquisición, los costos de almacenamiento, la administración y la distribución. Ahora, nadie duda de que la información y el conocimiento representa la fuerza, por lo que el número creciente de organizaciones significa necesaria para obtener información de información y control, incluso con demasiada frecuencia, practique información falsa como un arma estratégica para realizar ciertos propósitos. Su fácil acceso a los datos y los tratamientos ha apoyado el superávit de la información, que se puede clasificar como ruido porque su masa es así, a pesar de que los medios técnicos actuales del sistema de información permiten la administración y el tratamiento de su gestión es que está claramente desacelerado en seleccionado. y procesos de filtrado, además de distraer la decisión de decisión de la decisión (Simon, 1997). Como se muestra en la Tabla 1, el concepto de información que aparece en los documentos a menudo está relacionado con los datos, con el conocimiento. Con respecto al primer factor, una relación se identifica profundamente entre las dos palabras que una gran cantidad de definiciones futuras incluyen conceptos de datos, como el punto de partida o el punto de partida del proceso (Davis y Olson, 1987). Pero estos datos únicos no forman información, se necesita una intervención humana para proporcionarles un significado y debe seguir una transición, grupo, orden, resumen, para proporcionar resultados y útiles para los tomadores de decisiones.

Tabla 1 Ejemplos de definiciones de información según su vinculación con datos o conocimiento.

Datos	Conocimiento
La información son datos que tienen una relevancia y un propósito (Drucker, 1989)	La información es la forma social de existencia del conocimiento consolidada en una fuente determinada (Cruz y García, 1994).
La información se deriva de los datos con la intención de hacerla disponible para el decisor (Emery, 1990).	La información es un mensaje significativo que se transmite de la fuente a los usuarios, es la expresión material del conocimiento con fines de uso (Fernández, 1996).

Fuente: Elaboración propia.

Otros autores definen la información de acuerdo a su función, como (Hodge, 1998) considerándola como “la materia prima que sustenta la toma de decisiones en todos los niveles de la organización”. Si bien lo define (Ponjuán, 2003) como un mensaje, suele ser en forma de documento o alguna forma de comunicación de audio o video con el remitente y el receptor. Coincide el autor (González, 2015), quien los define como datos en contexto, que pueden ser categorizados, organizados y organizados para su uso, es decir, gestionados, y que permiten visualizar en relación a un hecho, hecho o problema. O el fenómeno de la realidad, proporcionando un espacio específico para tomar decisiones adecuadas. La información es otro recurso estratégico para la organización. Los empleados y los medios materiales y económicos de la empresa son sus recursos porque son rentables, es decir, productivos. Pero la información también genera beneficios, ya que su función es informar, revelar alternativas, reducir la incertidumbre y revelar soluciones (Hornos, 1998). En opinión del autor, esta es una actividad más importante o apropiada de lo que parece, ya que ayuda en la toma de decisiones. La información se convierte en un recurso para toda la empresa, y no solo para la dirección, que inicialmente tenía poder en la empresa. Además, es necesario porque la propiedad intelectual, a diferencia de la propiedad física, aumenta de valor con el uso (Queen, 1996). Como tal, su valor de mercado es bajo y está relacionado con su posesión, producción, mantenimiento y distribución, y su valor de uso es mucho mayor y depende de su uso. El valor de la información se deriva del aumento que se obtiene del desempeño de la empresa (Escobar, 1997). El investigador cree que muchos empresarios no aprecian su importancia, debido a la dificultad de demostrar su eficacia.

Hay dos características de información sobre los recursos que lo distinguen con otros: incapaz de tocar, se vuelve difícil de manejar y administrar; Y su reserva porque no se gasta, pero se puede modificar y actualizar con bajo costo. Se distinguen tres tipos de información en las organizaciones: medio ambiente, interno y corporativo (Cornella, 2003). La información ambiental o la pluma Matemáticas es una de esas cosas que proviene del entorno externo y es accesible a través de fuentes, como los medios, Internet, las publicaciones especializadas, las bibliotecas externas, entre otras. Por otro lado, la información interna es una vez la organización de procesamiento: comunicación personal, medios internos, forma, archivo, etc., que es decir el movimiento de información en las funciones del equipo. Mientras que las empresas o salidas son una de las

compañías que se esperan en el medio ambiente: economía, finanzas y tecnología, marketing y publicidad, publicaciones, etc. Al detener al autor, aprendiendo primero, la organización trata de conocer el escenario económico y otros, donde se necesita el desarrollo estratégico, estableciendo amenazas y oportunidades.

Según (Paños, 2000), la información ambiental a su vez se categoriza en general y en particular, la información en general es aquella cuya relación con la organización es más lejana, no está relacionada con ella, y debe ser tenida en cuenta en el día a día. . Con un sistema que pueda influir en los cambios, políticas y estrategias de la empresa en el mediano y largo plazo. Estos pueden ser nuevos estándares de comportamiento en la sociedad, el nivel de educación de la sociedad, nuevas disposiciones en la constitución, el marco económico general, entre otros.

La información ambiental específica es la información que una empresa recopila o analiza en su entorno inmediato, es decir, el entorno operativo inmediato de la organización, e influye directamente en la determinación de políticas y estrategias.

Según (Cepal, 2000), las redes de información son esquemas institucionales colaborativos creados con el objetivo de organizar y facilitar el acceso y uso de la información a un costo menor que lograr este objetivo de manera individual.

Como resultado del uso de estas redes, ahora las organizaciones "en red" han crecido. Estas nuevas formas de gestión, cada una de las cuales está directamente relacionada con las demás, con información en servidores, requieren el conocimiento y la apreciación de los sistemas informáticos contemporáneos, porque, a criterio del autor, se formarán en un área no muy lejana. El futuro es la base de la transformación radical de las formas de trabajo en el negocio que conocemos hoy, por lo que la jerarquía previamente establecida se vuelve casi imperceptible.

3.2 Los sistemas de información en las organizaciones

Reinventar los sistemas de información organizacional es uno de los proyectos más importantes que puede emprender una empresa en la actualidad. Es un proyecto multifacético: estrategia, organización, mejora de la calidad, tecnología e impacto en los empleados. Por esta razón, la reforma regulatoria debe ser una prioridad máxima para asegurar que la información correcta llegue al lugar correcto en el momento correcto. Las definiciones de sistemas de información se pueden presentar de varias formas, dependiendo del punto de vista que se adopte, pero entre los diferentes enfoques, los más importantes en la literatura son el técnico y el técnico. Organizaciones, tanto desde el punto de vista de los sistemas (Andreu, Ricart y Valor, 1998; Loudon, 2000). Un sistema de información, que debe recopilar datos e información sobre las operaciones de una organización, no tiene por qué ser complejo, sino que simplemente debe satisfacer las necesidades de información de la organización sobre sus operaciones. (Pombo, 2002). Un sistema de información puede definirse como un conjunto de elementos interconectados, los cuales pueden ser considerados como diversos medios técnicos, humanos y procedimentales, cuya tarea es recolectar, almacenar y transformar los datos de manera adecuada y difundir la información obtenida a través de todos. . curar. Su propósito es apoyar y mejorar las operaciones de la empresa, así como satisfacer las necesidades de información para la resolución de problemas y la toma de decisiones por parte de los gerentes. (Suárez y Gómez, 2003).

(Kenneth y Jane Laudon, 2008) lo identifican como un conjunto de componentes elevados interdependientes, transformando, almacenando y distribuyendo información para apoyar la toma de decisiones y controlar una organización, así como el apoyo del Instituto de los gerentes y los empleados para analizar los problemas, visualizar un tema complejo complejo y crear nuevos productos en un entorno de información en profundidad.

En las definiciones de términos integrados o interdependientes, mencionó la existencia de aplicaciones aisladas desarrolladas por diferentes grupos de usuarios, pero sin integración y procedimientos de datos, y las aplicaciones individuales pueden no ser compatibles con el sistema

global.

El autor identifica sistemas de información, como marcos de componentes, datos, datos, medio ambiente, medio ambiente, procesos, tecnología, tecnología, infraestructura, productos y servicios, intervenciones en creatividad, adquisición, monitoreo, almacenamiento, difusión y uso de información. Esto permite que una organización explote, aprenda y se adapte a los cambios en el medio ambiente.

La gama de un sistema de información se puede distinguir por la empresa o región desarrollada, pero debe cumplir principalmente con los siguientes objetivos:

1. Dar soporte a los objetivos y estrategias de la empresa.
2. Proporcionar a todos los niveles la información necesaria para controlar la actividad de la organización.
3. Conseguir que se adapte a la evolución de la empresa.
4. Utilizar la información como un recurso corporativo que debe ser planificado, gestionado y controlado para ser efectivo en toda la organización.
5. Definir la evolución del sistema de información actual hacia el sistema de información necesario.

Para lograr estos objetivos, el sistema de información debe integrarse en la sociedad como parte de su plan general; Es difícil lograr un sistema de implementación exitoso si desarrolla el mismo margen de beneficio. Además de completar efectivamente los objetivos definidos, cualquier sistema de información debe cumplir con ciertos requisitos, debe ser confiable, lo que significa proporcionar información y errores de calidad; Se seleccionará, lo que solo se traduce que la información requerida para el objetivo se ha planteado; Debe ser relevante o importante para los clientes; Debe ser apropiado, proporcionar información cuando sea necesario y debe ser flexible, adaptarse a las necesidades de la organización y el desarrollo del medio ambiente. Los sistemas de procesamiento de datos o las transacciones están destinadas a capturar, manejar y almacenar información para que se encuentren en la segunda vez, todos los datos pueden crear diferentes procedimientos de una organización. Están estrechamente vinculados al uso de computadoras, aquellos que les permiten ser realmente efectivos. El sistema de toma de decisiones decide ayudar a los gerentes a tener que tomar decisiones no estructuradas, también conocidas como no estructuradas o vendidas. Por lo tanto, estos sistemas deben tener una mayor flexibilidad que el resto. Los usuarios deben poder solicitar un informe determinando su contenido y especifique el formulario para crear información. Los sistemas estratégicos logran una ventaja competitiva a través de la implementación y el uso. Su función principal es lograr los objetivos que no están disponibles los competidores, como el liderazgo de los costos o la prestación de servicios diferentes de los clientes y proveedores. En este contexto, pueden considerarse la persona que creó obstáculos al ingresar a la compañía. Por lo general, se desarrollan en orden, lo que significa en la organización, por lo que no se puede adaptar fácilmente a los paquetes disponibles en el mercado. (Ortega, 1997). Aunque en principio, los sistemas de información pueden existir sin el apoyo de la tecnología de la información, hoy en día, cuando lo habla, no puede dejar de referirse a los beneficios que proporcione.

3.3 La gestión de la información en las organizaciones

La mayoría de los autores del documento están de acuerdo en que la gestión de la información incluye la planificación, organización, dirección y control de los recursos de información en una organización, e indican la importancia y el alcance del interés de la gestión de la información. (Fairer, 1997; Barrios, 2001; Pongwan, 2004; entre otros). Varios estudios han analizado y evaluado sistemas de información (González, 2007).

La gestión de la información ha evolucionado desde los sistemas de información de las organizaciones a tratar a la organización como un sistema de información, lo que permite la gestión de la inteligencia empresarial de la organización, que es fundamental para gestionar el ciclo de vida de los recursos de información y se da en cualquier organización.

La gestión de la información según (Capote, 2003) se puede definir como “el proceso responsable de proporcionar recursos para la toma de decisiones, así como para la mejora de las operaciones, productos y servicios de la organización”.

Según (González, 2007), un sistema de gestión de la información SGI es la gestión de todos los recursos de información creados dentro y fuera de las organizaciones de orientación para obtener ventajas competitivas y una calificación de suministro para organizar servicios de calidad, mediante el uso de tecnologías. Basado en la satisfacción de las necesidades de la información del cliente y los logros del desarrollo y los objetivos estratégicos de la Organización. El autor coincide con (Portela, 2002), que enfatiza la apertura de organizaciones cercanas para ventajas competitivas e investigar estrategias de desarrollo y encontrar sus oportunidades y criterios (Ponjuán, 2011), al identificar la información. La administración, como la operación o la función estratégica, especifica las políticas de información de las organizaciones. La gestión de la información se rige por los principios derivados de la teoría del sistema de vida y el ciclo de vida de la vida. Su tamaño principal incluye medio ambiente, procesos, personas, tecnología, infraestructura y productos o servicios. Obligó a una región con diferentes tipos de información procesada, entre ellos, se encuentran fuentes, soporte, formatos, características, v.v. Motivación de flujo de información, origen, destino, prioridad, v.v. Ciclo de vida de cada información, disponibilidad, periódica actual, V.V. y conocimiento de la gestión de la información, lo que significa su cultura de información. (Ponjuán, 2004). Entre los principales beneficios que pueden esperarse de una adecuada gestión de la información en las organizaciones, se encuentran:

- Disponer de la información necesaria en el momento oportuno.
- Colocar a disposición de todos los miembros de la empresa recursos de información generados dentro de la misma, necesarios para el desarrollo de las tareas cotidianas.
- Integrar y administrar la información interna y externa como un todo para facilitar la toma de decisiones más eficientes.
- Crear una estructura organizativa que garantice y facilite la comunicación entre sus miembros.
- Desarrollar una cultura empresarial de coordinación entre los individuos en la empresa.
- Reducir los costos de la administración de documentos.
- Mejorar la respuesta a los clientes, suministradores, distribuidores y a quienes financian la empresa.
- Generar productos más innovadores y menos costosos, a partir del aprovechamiento de las experiencias y de la información que reducirá el trabajo.

3.4 La toma de decisiones y su relación con los procesos de gestión de información

Sin embargo, las características de la información útil para la organización son las siguientes: relevancia, calidad, riqueza, cantidad, temporal, accesibilidad y símbolos. Esta información es valiosa para la organización solo cuando son útiles. Es más útil, cuanto más valioso tomará el proceso de toma de decisiones. La gestión de la información tiene uno de sus aspectos más adecuados para tomar decisiones. Una decisión puede describirse como una respuesta a un problema o una opción entre diferentes alternativas para obtener ciertos objetivos. Dependiendo de su naturaleza, las decisiones tomadas pueden ser estructuradas y no estructuradas. Las decisiones estructuradas son decisiones que pueden identificar las reglas y procedimientos establecidos, que se repiten y se repiten automáticamente por aplicaciones informáticas. Por otro lado, las decisiones no estructuradas no repiten ni las normas predeterminadas, sino que deben crearse para cada ocasión y generalmente están en su análisis, no hay intuición y significado histórico bueno. Estas decisiones no son fáciles de ser automáticamente, pero los sistemas de apoyo que operan al brindar apoyo a las decisiones sin reemplazar su juicio. (Ballester, 2009). El objetivo principal es continuar tomando decisiones para elegir el plan óptimo, desde el cual los mejores resultados obtenidos,

teniendo en cuenta las limitaciones derivadas de los recursos disponibles, la incertidumbre y la dificultad para la cantidad. Cualquier decisión se ponga antes de detectar un problema que quiera ser abordado y hay más que un reemplazo. Esas decisiones deben tener la capacidad, el tiempo y los recursos necesarios para analizar sus posibles soluciones.

3.4.1 Las etapas del proceso de decisión

Definición del problema: una vez detectado el problema, es necesario dedicar cierto tiempo a recoger información sobre el mismo, de forma tal que salgan a la luz los distintos elementos que intervienen y las relaciones entre ellos.

Selección de los criterios: es deseable encontrar aquella solución que supone el mejor compromiso entre todos los criterios, para lo cual es preciso definir la importancia que se otorga a cada uno de ellos.

Búsqueda de las alternativas: las soluciones más evidentes no siempre son las mejores, y aquellas que en un principio no parecen factibles merecen ser exploradas pues se corre el riesgo que la alternativa óptima se encuentre entre las que no se tienen en cuenta, pero el riesgo se reduce considerablemente si se realiza un esfuerzo creativo por parte del o los decisores.

Análisis: esta fase de valoración de cada una de las distintas alternativas teniendo en cuenta los diferentes criterios, comienza con la medición de los atributos que permiten expresar el grado de satisfacción que cada alternativa alcanza para cada criterio.

Decisión: en esta etapa se requiere la intervención de las personas que actúan como decisores, que deben afilar su mecanismo de intuición para usarlo con mesura y propiedad.

Ejecución y control: elegido el curso de acción, es necesario utilizar los recursos e instrumentos necesarios para ponerlo en marcha. Su adecuado control permitirá estar alerta y reaccionar a tiempo ante posibles desviaciones no previstas, y proporcionará información y experiencia útiles para posteriores tomas de decisiones relacionadas con el tema que se esté ejecutando. La incertidumbre es un elemento que se presenta con frecuencia en este proceso y dificulta la capacidad de evaluación ante las diferentes alternativas. La misma es originada por la falta de información necesaria para el análisis, que puede tener dos causas fundamentales: la indisponibilidad de información necesaria aunque existente, por razones de costo, imposibilidad material o desconocimiento de su existencia, o la inexistencia de la información por tratarse de aspectos futuros cuyo desenlace se desconoce.

Cualquiera que sea el origen de la falta de información que causa la incertidumbre, se ha visto que existen vías a nuestro alcance de conseguir al menos parte de ella, a través de estimaciones de valores futuros mediante la aplicación de métodos de previsión.

Ahora bien, más información supone un costo adicional, lo cual hace necesario realizar un análisis costo-beneficio para saber si el gasto está justificado.

Dos supuestos muy acertados, que generalmente se cumplen son:

- A medida que crece el volumen de información de que se dispone, el beneficio marginal que la información adicional aporta disminuye, es decir, el rendimiento de la información es decreciente. El descubrimiento de información nueva que cambie la elección previa de forma decisiva es cada vez menos probable. Si la nueva información no posee la capacidad de modificar la elección previa no aporta ningún beneficio adicional.
- El costo marginal de obtener información crece a medida que lo hace el volumen de información conseguida. En un inicio, la información adquirida es la más fácilmente accesible, por lo que el grado de dificultad en acceder a nueva información va aumentando. Además el costo de procesar mayores volúmenes de información también se incrementa.

(Toma de decisiones. Análisis y entorno organizativo, 1998).

Para gestionar eficientemente la información y que la misma repercuta positivamente sobre la toma de decisiones, deben crearse efectivos sistemas soportados en las tecnologías modernas para su intercambio y tratamiento, los cuales deben ser evaluados periódicamente con el objetivo de corregir desviaciones, fallas, inconsistencias, duplicidades y carencias. De lo anterior se deriva la necesidad de la evaluación de la gestión de información dentro de las organizaciones.

3.5 Economía Circular

La economía circular como Neoconcepto nombrada recientemente es cada vez más global. Específicamente, ya que la Unión Europea y China son las altas zonas de industrialización, se asignan importantes recursos en la investigación y las pruebas que permiten pasar una economía lineal, incluso si aún lo domina, parece ser cuestionado debido a su expresión. Aumenta debilitado. Las razones obligadas a una gran cantidad de expresiones de cambio climático y colapso ambiental, evidencia del agotamiento de los materiales, así como la crisis energética del petróleo que se usa la energía principal y en una disminución de la humanidad desde 2006. Con la participación de importantes amenazas ecológicas. De acuerdo con cada vez más autores, no suele convertir todas las profundidades de la mayoría de los análisis y sugerencias. La mayor capacidad energética se ha demostrado en las últimas décadas sin capacidad de mantenimiento, incluso si se logrará una adaptación significativa de energía renovable más sustentable. Se corresponderá con un paso claro del modelo económico de explotación y consumo sin la capacidad de responder y requiere alternativas factibles en un futuro próximo. Los cambios necesarios discutirán algunas de las plataformas modelo actuales que requieren la conversión y la demanda de conceptos, como el crecimiento o el desarrollo. Según la lógica lineal del crecimiento, la explotación continua de nuevos materiales se ha vuelto indispensable. La linealidad característica que viene con un gran volumen de diversos consumos de productos y energía, así como los subcontratos de los costos ambientales y sociales. Por lo tanto, la alta tasa de extracción permite un gran modelo de consumo en un planeta desechable en un planeta finito con más y más población, lo hará cerca de los límites del método anterior, independientemente del tiempo que resulte benéfico a sus promotores.

El emprendimiento social es un fenómeno sujeto a mayor ambigüedad respecto a sus interpretaciones y lecturas. Se identifican hasta 4 corrientes en su interior: la de innovación social, la de empresa social, la corriente europea y la corriente latinoamericana. Parte de gente que se mueve por motivaciones sociales y no por afán de lucro. La innovación social también cuenta con diversos enfoques articulados. Un enfoque económico y de gestión; es decir, procesos que impulsan los emprendedores sociales. Otro socio-ecológico entendido como el proceso complejo que con la introducción de nuevos productos, procesos o programas se cambian las rutinas básicas, los recursos, los flujos de autoridad y las creencias del sistema social. Las empresas sociales en esa búsqueda de equilibrio entre lo económico y lo social conjugan objetivos múltiples como su alto grado de autonomía y riesgo económico, bajo nivel de puestos remunerados, carácter participativo o el objetivo explícito de beneficiar a la comunidad (Díaz Foncea, 2012). Finalmente, la responsabilidad social corporativa es un fenómeno en torno a las economías transformadoras con un extenso recorrido de implementación práctica aunque aún se adopte de forma minoritaria, con diversidad de herramientas de gestión y procedimientos dedicados a medir y acompañar el proceso de fortalecimiento de este ámbito para nuevas empresas.

La economía circular busca actuar en favor de diversos objetivos:

- En primer lugar, trata que los productos que utilicemos sean ecológicos, sin que causen perjuicio en el medioambiente y, además, que puedan permanecer el máximo tiempo antes de convertirse en residuos.
- Se busca además una innovación y eficiencia de todos los productos y servicios. Es aquí donde la tecnología puede convertirse en un apoyo fundamental. De hecho, la revolución tecnológica no es opcional y se ha convertido en el elemento clave para lograr la transición

hacia una economía circular.

- Como también tenemos que aprender. De ese modo, la economía circular quiere que aprendamos el ecoconsumo, la reutilización y el reciclado de residuos. Así, el ecoconsumo implica que pasemos a comprar productos que no sean dañinos para el medioambiente, y además reutilizarlos y reciclarlos.

10 aspectos de la economía circular:

1. El residuo se convierte en recurso. Todo material vuelve a la naturaleza o se reutiliza.
2. Segundo uso: reintroducir en la producción los productos que no pueden volver a la naturaleza, o ya no se pueden vender.
3. Reutilización: reusar residuos o partes de ellos, ¡todavía pueden tener una utilidad!
4. Reparación: un producto estropeado puede tener una segunda vida.
5. Reciclaje: utilizar materiales que están en los residuos.
6. Valorización: aprovechar energéticamente los residuos que no se pueden reciclar.
7. Economía de la funcionalidad: la economía circular propone cambiar la venta de productos, al alquiler de los mismos.
8. Energía de fuentes renovables: eliminar los combustibles fósiles, y cambiarlos por energías renovables.
9. La ecoconcepción: hay que considerar los impactos medioambientales de un producto desde que nace.
10. Ecología industrial y territorial: establecer una organización industrial en un mismo territorio caracterizada por una gestión optimizada de productos, flujo de materiales, energía y servicios.

Beneficios de la economía circular:

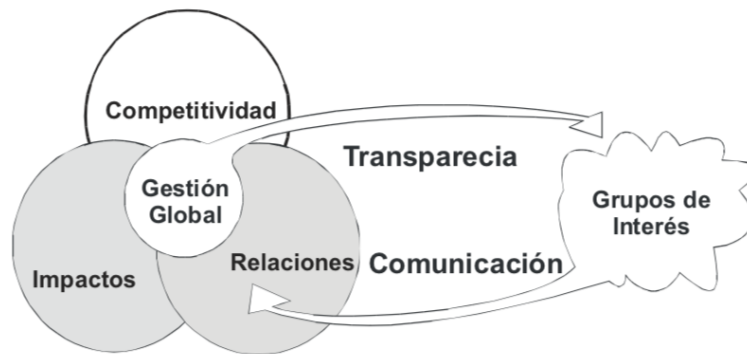
Los beneficios indiscutibles aplicando la economía circular de la industria, destacando los siguientes beneficios: crecimiento económico, ahorro de costos de materias primas, creación de valor e innovación (Melgarejo, 2019). La naturaleza de la economía circular es lograr los mayores beneficios de desarrollo con el menor consumo de recursos y costos ambientales. Es un desafío serio para los conceptos de desarrollo tradicionales, los modelos económicos y los establecimientos económicos (KE, 2020). Según Sandoval, afirma que las empresas implementan una economía circular, deben maximizar sus recursos tanto materiales como de energía disponibles, de modo que siguen siendo el tiempo más largo en ciclos de producción diferente (Sandoval, 2017). Para ser conscientes de los procesos de producción circular, las empresas deben poder continuar innovando, de modo que sus productos sean más sustentable y fáciles de corregir, con una vida más larga y residuos inferiores (Balboa y Domínguez, 2014) Para que la economía circular se haga realidad, es necesario relacionarse con todas las partes interesadas (gobierno, fabricantes, consumidores y empresas en el campo de los residuos); Sin soluciones mágicas, los modelos tradicionales son una solución simple, la economía circular implica la innovación, la creatividad, la inversión y las necesidades de identificar nuevas oportunidades de negocios e incluir desafíos despiertos. Cadena de valor, diseñando estrategias exitosas para minimizar el uso de recursos y uso de energía (Susidiet, 2018). La economía circular se presenta como una alternativa al modelo de producción lineal actual con grandes desafíos que se centran principalmente en resolver problemas ambientales. Por lo tanto, es un reemplazo razonable y viable para la fabricación de organizaciones de la industria, así como la creación de nuevas oportunidades de negocios y un crecimiento económico (Arroyo, 2018). La economía circular es una sustitución de modelos lineales. Es en concepto, "integral", "restauradora" y "regenerativa". Proponer que sus productos, componentes y materiales conserven su valor y su permanencia útil durante todo el ciclo de producción y el uso. Crea beneficios ambientales indiscutibles, beneficios y valor agregado para empresas, aspectos necesarios para garantizar los próximos recursos y diversidad en el contexto global global y complejo y, a menudo, impredecible (Espaliat, 2017).

3.6 Modelo de sustentabilidad empresarial penta-dimensional

Un principio de este modelo es que las empresas mexicanas tienden a ser pobres. Por lo tanto, si estas compañías incorporaran las cinco dimensiones propuestas, la sustentabilidad de la compañía será conveniente. A continuación, encontrará los aspectos de construcción y teóricos de cada tamaño de modelo, para concluir que las ventajas de los modelos teóricos y de significado a nivel operacional. La construcción de este tipo de modelo de gestión muestra que la creación de mecanismos para respaldar la existencia de empresas a lo largo del tiempo, está involucrado en el contexto de México, de las cuales aproximadamente el 65% de las empresas desaparecen en los primeros dos años (Gómez, 2006).

Parte de las características de las características que una empresa debe incorporar en el modelo comercial para lograr el nivel óptimo de sustentabilidad: la gestión moral global, la inspección de las relaciones internas y el exterior, en la búsqueda de más "benefician a todos y crearon el impacto negativo más bajo en La comunidad global (Vallaey, 2008). Al mismo tiempo, el diagrama analítico actuará como una brújula de acuerdo con estas dimensiones que se utilizarán para evaluar la sustentabilidad de las empresas mexicanas. Documentos sobre la sustentabilidad y la responsabilidad social con una historia desde 1950 que representan el apoyo teórico en el que se plantean el origen penta-dimensional, para desarrollar un sistema sistemático, desde dentro de las empresas externas. Estos tamaños se combinan desde la perspectiva del proceso, lo que significa que el gerente de la empresa se define como administrador general, su competitividad, su competitividad de su relación e impacto en sus relaciones de relaciones y afuera, hasta que la transparencia y la responsabilidad social son una preocupación diferente. Grupo (ver ilustración 2). Pasa por el tiempo de marcado de durabilidad de las empresas esperadas.

Ilustración 2. Elementos de Sustentabilidad Empresarial



Fuente: Adaptación Potaes, 2019

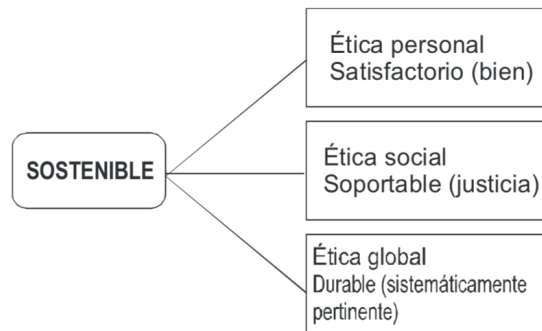
Cada una de las dimensiones sobre las cuales se construye el modelo, está conformada por una serie de elementos y características teóricas, de modo que al desarrollarse de forma óptima garantizarían la sustentabilidad de la empresa.

3.6.1 Dimensión de gestión global

Uno de los aspectos más importantes del Programa de Análisis de Empresa Sustentable es la gestión global relacionados con grandes liderazgos, que son un factor de explosión de todo en la organización.. Este tipo de moral se ha descrito como la moralidad de la tercera generación porque busca relaciones y controles, el impacto se gestionará de manera sistemática y global, que es decir que no piense solo en la parte local, sino el mundo en General (Vallaey, 2008). La moralidad de la tercera generación recibe su nombre porque hay tres tipos de ética: la sociedad y la global. El

personal, es la motivación de la acción y se basa en principios buenos y malos, los problemas necesarios "realizan acciones para hacerlo bien", pero esta visión solo se limita a una esfera personal y que la acción involucra la mayoría de los casos. Los grupos más acusados. En las acciones de la moral social hechas por un sentido de protección judicial y de derechos humanos, donde todos tenemos derecho a tener oportunidades similares, centrándonos en las relaciones sociales de monopolio para otros grupos de interés (Vallaey, 2008). Finalmente, la moral global o la tercera generación considera y entiende sus puntos de vista, un aspecto de su realidad y complejidad. En el caso de las relaciones sistemáticas existentes a nivel mundial se tienen en cuenta y no solo las acciones se realizan también ni por la justicia, pero esto es consciente del impacto implementado en cualquier grupo de interés, otros también significan un impacto en el desempeño de cualquiera haciéndolo. Este tipo de moral se centra en promover la sustentabilidad de los actores relacionados con la combinación de diferentes tipos de ética. (ver Ilustración 3).

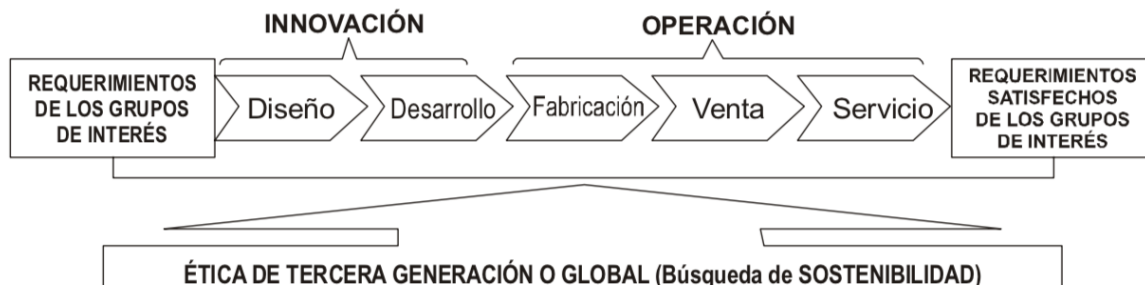
Ilustración 3. Componentes éticos de la sustentabilidad



Fuente: Adaptación de Vallaey (2008)

Partiendo de la ética global, se propone un modelo de negocio que tiene en cuenta: no solo las necesidades del cliente, sino todos los grupos involucrados y que tienen algún tipo de interés en el negocio. Por tanto, los grupos de interés necesitan saber cómo y cómo les afectan las acciones de la empresa. Conocer e integrar los requisitos de las partes interesadas en el diseño de estrategias significa una mejor implementación de estos requisitos. El modelo económico que aquí se propone, por estar imbuido de la ética universal y complementa los requerimientos de los grupos de interés, tiene la garantía de ser un modelo sustentable. (ver Ilustración 4).

Ilustración 4. Modelo de Negocio Sustentable.



Fuente: Adaptación de Martí (2008)

3.6.2 Dimensión de competitividad

La segunda dimensión del modelo se centra en la competitividad, un concepto no está interesado en países o industrias de forma aislada, lo que es un concepto positivo en el que dos niveles se benefician del crecimiento y la productividad de los demás. A nivel nacional "su objetivo principal es crear una calidad de alta calidad y creciente para los ciudadanos. La capacidad de lograr esto depende del concepto inigualable de competitividad, pero la productividad que los recursos de la nación y el capital," (Porter, 1990) son leer. Esta es la razón por la cual se determina que la competitividad de un país es la posibilidad de que debe crear un valor agregado y aumentar para aumentar la riqueza nacional a través de la gestión y los procesos de los activos y procesa sus atracciones e invasión, general y cierre, así como al integrar estas conexiones en un socio -El modelo económico (Instituto de Desarrollo de Gestión Internacional, 2009)

De esta manera, es posible determinar la competitividad porque la capacidad de aportar un mayor valor permanente para la economía para crear la felicidad actual y futura, gracias a mejorar los niveles y la calidad de vida, basado en la innovación y el desarrollo de ventajas competitivas sustentables. Valor adicional para Productos y servicios creados por la empresa. Este concepto está diseñado con un enfoque del sistema con interdependencia y coherencia con la mejora de la productividad, la protección de los ecosistemas y la capacidad de las áreas o países de mantenerse en un contexto económico mundial (Franco, 1998).

Para aclarar la noción de competitividad es necesario tomar en cuenta la interrelación de algunos conceptos que se involucran en ella, tales como: rentabilidad —con sus objetivos operativos: calidad, confiabilidad, flexibilidad— y productividad —asociado en mayor o menor medida al valor agregado y al uso de tecnología—, enfocados al desarrollo del capital económico de la empresa. Otro de los conceptos que es importante tomar en cuenta es el capital humano, enfocado al desarrollo del talento humano de la empresa, que existe dentro de una región pues organiza, encauza y sostiene el desarrollo de la misma favoreciendo de este modo al incremento de la competitividad (Batres y García-Calderón, 2006). Finalmente otro factor importante en la competitividad es la gestión tecnológica por parte de la empresa entendiéndose ésta no solamente como aquella que "se refiere a maquinas y equipos, sino todo el know-how, información, conocimientos y decisiones necesarias para mantener una empresa competitiva en el largo plazo" (Pineda Serna, 1998).

Sobre el desarrollo del talento humano encontramos que es necesario tomar como base el desarrollo de capacidades y habilidades que da como resultado la generación de competencias en las personas para la empresa. Por tanto la competitividad es también una capacidad que puede ser adquirida a través de la capacitación, del aprendizaje vivencial, de la generación del conocimiento y del desarrollo de competencias (Albuquerque, 1998).

Ser competente es tener la capacidad para realizar cualquier tipo de acción, desde un ámbito económico, entendido como la capacidad de combinar de forma eficiente los recursos y factores productivos, a fin de satisfacer necesidades a menor costo y mejorar la calidad de vida, como de un ámbito humano, siendo este el empuje de la innovación tecnológica, el aumento de la productividad y la generación de riqueza (Albuquerque, 1998). Es por esto que en la medida en que se vea al desarrollo de competencias, como una dimensión primordial de la vida de una empresa, tanto en el desarrollo económico como en el incremento del talento humano se estará favoreciendo al incremento de la competitividad.

La eficiencia de recursos es un aspecto central en el desarrollo de las empresas, su consecución se logra a través de la eficiencia operativa, la cual se ve como una forma de realizar las acciones de una mejor forma que los competidores (Franco, 1998). La vinculación de esta eficiencia productiva con el talento humano, visto como el recurso que realiza las actividades dentro de una empresa, da origen al concepto de productividad entendido como la capacidad de obtener más productos y servicios mediante el uso eficiente de los recursos (Albuquerque, 1998).

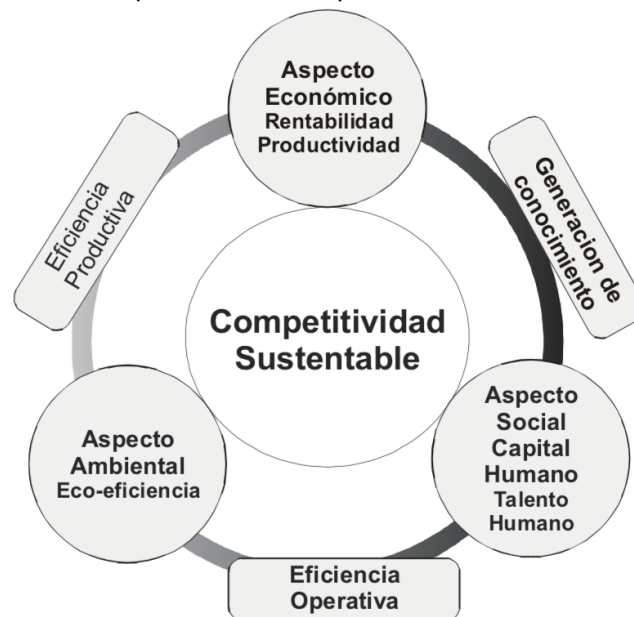
El aumento de la productividad fomenta el aumento de las ganancias sociales, no solo de las perspectivas económicas, reflejadas en diferentes indicadores financieros, sino también una perspectiva social, vista por la cooperación, la dinámica se crea en la sociedad, la compañía en general y los beneficios creados en.

Por otro lado, la aplicación de la ciencia y la tecnología ha llevado a reducir las materias primas en la producción de productos internacionales diferentes. Desde entonces, podemos concluir que la innovación tecnológica plantea la base para que las materias primas sean reemplazadas por otras aleaciones y combinaciones (Pérez, 1998). Para llevar a cabo esta gestión de tecnología, es necesario verlo desde una perspectiva estratégica y dinámica en la que se busca crear una estrategia de tecnología en la decisión de las empresas, de esta manera, como se mantendrá una ventaja competitiva sustentable a largo plazo (Pineda Serna, 1998).

Esta situación presenta una innovación tecnológica como base para el desarrollo de la sociedad porque encontramos que si está relacionado con el desarrollo del talento humano, la creación de conocimientos se alentará. Por otro lado, si está asociado con la eficiencia de la productividad, se propondrá que las acciones realizadas se presentarán de manera mejor al promover la creación de ventajas competitivas, no solo para las empresas, sino también para las regiones y los países donde están inmerso. De esta manera, podemos identificar la competitividad porque la capacidad de aportar un mayor valor permanente para la economía, para crear felicidad, tanto actuales como futuros, a través de mejorar los niveles de nivel y la calidad de vida, basado en la innovación y el desarrollo, ventajas competitivas sustentables, agregar valor a los productos y servicios creados por la empresa.

Sobre esta base conceptual del desarrollo sustentable y los aspectos de la comprensión de que se han creado diferentes contribuciones de aprendizaje que toda la contribución a la creación de un modelo competitivo sustentable integrado, los aspectos económicos, sociales y ambientales, ver ilustración 5 (para discutir aún más sobre la vista de construcción de la competitividad sustentable: (Portales y García, 2008).

Ilustración 5. Aspectos de la competitividad sustentable.



Fuente: Portales y García (2008)

3.6.3 Dimensión de relaciones

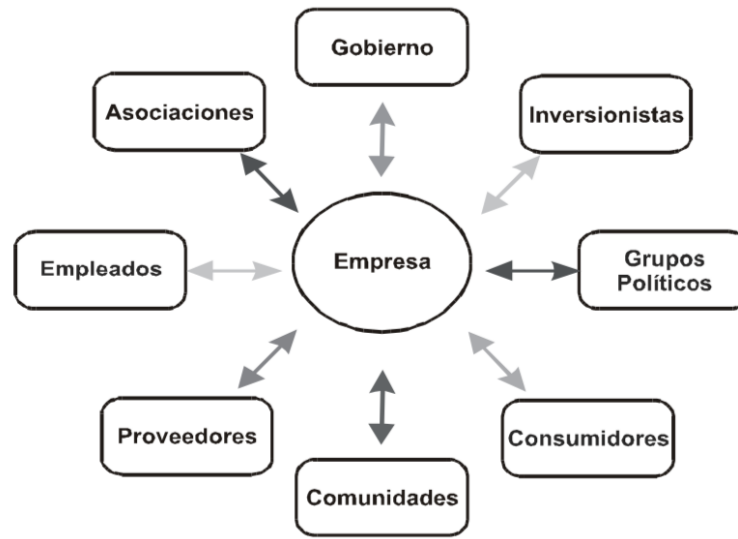
La tercera dimensión se refiere a la relación de la empresa con varios grupos de interés. La importancia de analizar adecuadamente los diferentes grupos de interés que componen una empresa es desarrollar formas que aborden los múltiples grupos que se pueden presentar y sus relaciones estratégicamente. El término grupo de interés se define como “cualquier grupo o individuo que influya o pueda influir en el logro de los objetivos de la organización” (Freeman, 1984). La idea de impulsar la estrategia empresarial desde la perspectiva de las partes interesadas sugiere que la alta dirección debe diseñar e implementar procesos que satisfagan a todos los equipos, no solo a los involucrados en el negocio. La tarea central de este proceso es gestionar e integrar las relaciones e intereses de accionistas, empleados, consumidores, proveedores, comunidades y otros grupos para asegurar la sustentabilidad a largo plazo de la empresa (Freeman and Mc Vea, 2001)

Dentro de las características que Freeman y Mc Vea (2001) plantean de esta aproximación encontramos:

- Proveer un marco de referencia estratégico, con la suficiente flexibilidad para relacionarse con el ambiente sin la necesidad de que la dirección adopte nuevos paradigmas estratégicos.
- La aproximación por grupos de interés es un proceso de manejo estratégico más que un proceso de planeación estratégica.
- El objetivo central es la supervivencia de la empresa fijando un curso definido basado en aquellos que pueden afectar la empresa y entender de qué manera la empresa afecta a otros, entendiendo las relaciones que se tienen con los diferentes grupos de interés.
- Esta aproximación facilita el desarrollo de estrategias que garanticen el éxito en el largo plazo, a través de la identificación e inversión en todas las relaciones con las que cuenta la empresa.
- Es una aproximación tanto prescriptiva como descriptiva, a través del manejo estratégico que integra el análisis económico, político y moral. Este manejo estratégico es un proceso que planea como las acciones pueden afectar a los diferentes grupos de interés y en qué modo se pueden ayudar a crear un ambiente futuro.
- Resalta la importancia de desarrollar y entender a los diferentes grupos de interés que se involucran con la empresa y encontrar las circunstancias en las que ellos se encuentran con relación a la empresa.
- Es una forma integrada de realizar decisiones estratégicas.

El análisis de los grupos de interés argumenta que se debe considerar a todas las personas o grupos con intereses legítimos que participan en una empresa con el fin de que reciban algún tipo de beneficio y que no exista ninguna prioridad de inicio para alguno de los grupos de intereses o de los beneficios que obtendrán por encima de otros (Donaldson y Preston, 1995).

Ilustración 6. Reconocimiento de los grupos de interés de la empresa



Fuente: Adaptación de Donaldson y Preston (1995)

En la ilustración 6 podemos ver que las flechas entre empresas y sus grupos de interés son las dos direcciones y se presentan al principio en el centro, pero puede cambiar debido a la relación analizada como tiene con cada parte interesada. Esta ilustración se utiliza para conocer e identificar diferentes grupos de interés que afectan a una organización y cómo se crea la relación, también puede ayudar a priorizar las medidas y estrategias al desarrollo, pero no son el único factor teniendo en cuenta. Para determinar quién es y no es un grupo de intereses, así como para lograr una jerarquía precisa, primero, es necesario identificar grupos de personas voluntarias que aceptan beneficios, como una organización, desde entonces. Toque un tipo de obligación, por lo general, esto incluye accionistas, empleados, clientes, comunidades locales, se legalizan de acuerdo con las regulaciones y la sociedad que les están obligadas. Sin embargo, es importante considerar a aquellos que no aceptan los beneficios que esta organización proporciona a la sociedad, que es el caso de los oponentes o grupos activos, estas personas son dadas por el cojinetes legítimos, deje que el impacto de las acciones de la compañía presentó una cierta fortaleza. a la organización que podría implementarlo de una manera que se beneficia o se dañó. En el caso de un competidor, porque pueden afectar a la organización, pueden considerarse un grupo legal, pero la gestión no está obligada a preocuparse por su felicidad. Del mismo modo, el medio ambiente no es un grupo regulado, pero la organización puede decidir si es un grupo legítimo que se puede servir muy especialmente (Phillips, 2004). Ver ilustración 6.

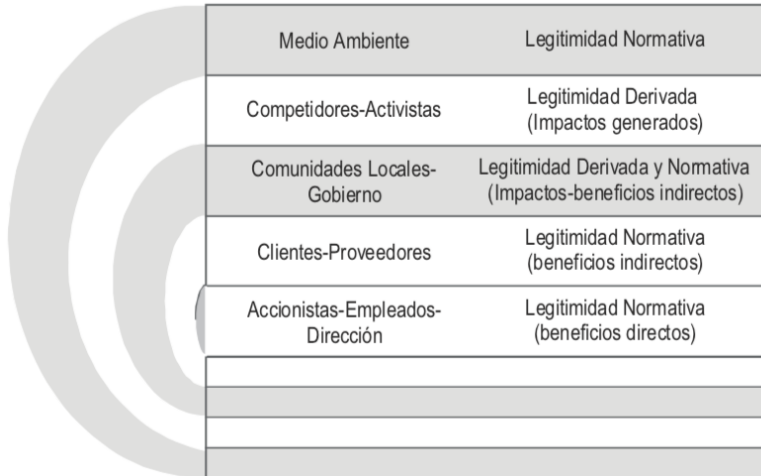
El hecho de que las personas diferentes quieran cosas diferentes acerca de las relaciones con las empresas, no pueden saber que todos los equipos quieren, por esta razón, es importante interactuar con los grupos correctos es responsabilidad de la dirección en todos los niveles de la organización, no solo uno partes, como en el caso de los recursos humanos. Con esta situación, los gerentes de contacto a largo plazo son necesarios con las partes interesadas de esta manera, terminarán en una mejor posición para lograr la meta de la organización, así como aprovechar las posibilidades que se pueden presentarse como poco observables en primer lugar, y la capacidad de Evite los conflictos antes de que estén en una situación importante. Este tipo de comunicación debe presentarse regularmente y, a menudo, se presenta moralmente. (Phillips, 2004)

Cuando el resultado de esta comunicación es que se sabe que las diferentes necesidades y beneficios de cada uno de estos grupos se reflejarán para tomar decisiones y en la implementación de estrategias de gestión basadas en el saldo de equilibrio, oportuno y dinero, esto comenzará a

comenzar un cierto tipo de acción. En comparación con la contribución que estos grupos de beneficios están presentes a la organización.

La ilustración 7 muestra un esquema sugerido que puede ayudar a priorizar estos grupos, según el impacto y la contribución que pueden hacer al negocio. Es importante tener en cuenta que estos grupos, aunque parezcan distantes de la organización, forman parte de su ecosistema y, por tanto, hay que tenerlos en cuenta, al igual que el entorno en general, incluidos todos los demás grupos de interés.

Ilustración 7. Identificación de grupos de interés por proximidad



Fuente: Adaptación de Portales, García de la Torre, Camacho y Arandía ,2019

3.6.4 Dimensión de impactos

Se presenta en forma de elementos esenciales, en los que la Compañía no solo tiene en cuenta los efectos relacionados con los efectos de los procesos y el mejor uso de los recursos ambientales, sino también necesarios para el tamaño de la cooperación que la dinámica crea en su parte social, teniendo en cuenta los beneficios que está vinculada. Con este tipo completo de visión, donde se llama *Triple Bottom Line (TBL)*, incluidos los factores económicos, sociales y ambientales, y se realiza mediante el saldo de la misma cosa por la dirección sustentable (Elekington, 1997).

De esta manera y antes de la capacidad de crear un modelo cuando el impacto de una empresa puede crear en los elementos de TBL se puede evaluar plenamente, sugirió que parte del conocimiento de la escena se desarrolló la compañía, nutriendo su modelo económico y, gracias. A la evaluación y la implementación de estrategias, encontrar formas de maximizar los impactos positivos y minimizar negativos tanto dentro como fuera de la compañía, cumplirán con diferentes requisitos en sus grupos de interés.

Este modelo, como se mencionaba, parte del análisis que tiene que hacer la empresa del contexto en el que se encuentra desde los ámbitos social, económico y ambiental tanto en el nivel exterior como interior de la misma, tal como se planteó en la dimensión de competitividad y de relaciones de este modelo. Este conocimiento del contexto empresarial aunado a la aplicación de la teoría de grupos de interés, desarrollada anteriormente, es que le dará a la dirección los elementos suficientes para poder situar al modelo de negocios sustentable -desarrollado en la dimensión de gestión global- en el ambiente adecuado donde considere todos los elementos con los que cuenta y que pueden ser aprovechados en el diseño de estrategias.

Previo a la aplicación de estas estrategias se propone evaluar el posible efecto que las acciones a desarrollar tendrán en el entorno sobre el cual se sitúa el modelo de negocios, en caso de que se evalúe el impacto total y éste se presente como negativo, se deberá replantear la ejecución de la misma, pues no solo se pone en riesgo el ambiente de negocios sino que también la eficiencia del propio modelo de negocios y por ende la permanencia de la empresa en el tiempo. Si después de esta evaluación se ve que los impactos beneficiarán al entorno es que se llevan a cabo las acciones, para después de una evaluación de las mismas comunicar los impactos que se tuvieron en los tres elementos del TBL a los diferentes grupos de interés. La retroalimentación que se hayan dado los grupos de interés y los cambios realizados en el contexto de la empresa aportan nuevos elementos a tomar en cuenta, para la mejora del modelo de negocios, formando así un ciclo de mejora continua de la empresa.

3.6.5 Dimensión de transparencia y comunicación

El concepto de responsabilidades de la compañía ha seguido un proceso de evolución con respecto al desarrollo de la sustentabilidad y la responsabilidad social de la Compañía. El primer paso incluye desde los treinta a principios de la década de 1970, donde este concepto está en la fase de desarrollo, este paso se caracteriza por ninguna norma y compañías reportadas de acuerdo con los principios morales del apellido. El segundo paso se desarrolló en los años setenta y se caracterizó por encontrar la uniformidad de los informes de las corporaciones, se incluyen los estándares de responsabilidad hacia su contabilidad. En la década de 1980, esta tendencia se fortaleció por un aspecto cuantitativo de una cualitativa, la migración de las empresas se orientó hacia la producción de servicios proporcionados y ciertos principios consolidados. El cuarto período ocurrió en la década de 1990 y se caracterizó por encontrar un beneficio justo, donde se enfocó el pago fiscal, el informe se derivó de aspectos financieros emergentes. Finalmente, el paso final se enfoca en proporcionarle un valor más alto, donde no solo se centra en los aspectos financieros, sino también a los que crean un valor para la sociedad y las partes interesadas su (Sinha, 2004).

A la par de este proceso evolutivo es que fueron surgiendo, a lo largo del mundo y por diferentes organismos internacionales y nacionales, diferentes tipos de reportes con diferentes enfoques y esquemas. Dentro de los que se presentan con mayor antigüedad el de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OECD, por sus siglas en inglés) quién en el año de 1976 presentó una serie de directrices estándares para el comportamiento de empresas multinacionales. La Organización de Naciones Unidas (ONU) publicó en 1999 el Pacto Mundial, que presenta diez principios que abarcan cuestiones de derechos humanos, aspectos laborales, medio ambiente y anticorrupción. Finalmente dentro de estos reportes a nivel internacional encontramos al GRI (Global Reporting Initiative) desarrollado en el 2003, el cual es considerado como un estándar universal que incluye varios indicadores para el reporte de la sustentabilidad de las empresas. Estos ejemplos a nivel internacional son algunos de los esfuerzos más significativos que han sido desarrollados con la idea de marcar lineamientos para las empresas al momento de presentar sus reportes y cumplir de este modo con algunos estándares que puedan repercutir en la reputación de la misma. Además de estos reportes a nivel internacional, a nivel nacional se han desarrollado otros indicadores como la Norma Mexicana de Responsabilidad Social y el reporte de la Fundación del Empresario Chihuahuense (FECHAC), por mencionar algunos.

Estos reportes además de ser un medio para dar a conocer las buenas prácticas que como empresas están desarrollando, mide el impacto que estas generan en el contexto en el que se encuentran y miden, de acuerdo a Transparencia Internacional (2008), los siguientes aspectos:

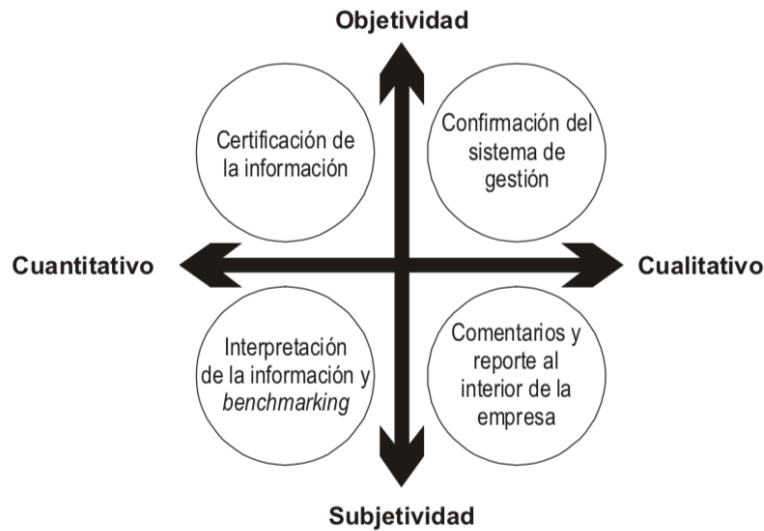
- La reputación de una empresa, de ser aquella que opera con principios éticos tiene mayor oportunidad de ser seleccionada como proveedor de una empresa multinacional en su cadena de proveedores, y tener de este modo mayor acceso a mercados internacionales.
- Una reputación de integridad aumenta la oportunidad de realizar negocios con gobiernos.
- Un programa anticorrupción bien implementado al interior de la empresa disminuye el riesgo de tener multas.
- En caso de que la empresa esté considerando la opción de aliarse con otra empresa, una buena reputación la hace más atractiva para realizar esta transacción.
- Una empresa con estándares éticos es un mejor lugar para trabajar y aumentará las relaciones laborales y la moral de los colaboradores.
- Los negocios que realice como empresa serán más atractivos para organizaciones financieras.
- El empresario, y no algún actor tercero que pueda extorsionarlo, será quién tome las decisiones estratégicas de la empresa.

Son estos factores algunos de los elementos que deberán llevar a las empresas a cumplir con la última dimensión del modelo aquí desarrollado, ya que no sólo entrarán en el proceso de reflexión sobre las acciones y formas de rendir cuentas, sino que además mejorarán su reputación y tendrán una mayor estabilidad en su propia gestión.

Sin embargo, toda esta situación de desarrollo de reportes e indicadores por diversas organizaciones tanto nacionales como internacionales puede llegar a generar una situación de descontrol al interior de la empresa al buscar cumplir con todos los que crea pertinentes aún cuando no sean los más adecuados para ellos. Por esto resulta importante el evaluar cuál es el reporte más adecuado para la empresa según su tamaño, giro y estrategias de desarrollo, de lo contrario podría encausar esfuerzos al cumplimiento de estos reportes que no le van a generar ninguna ventaja competitiva (Savall, Zardet y Bonnet, 2008).

Con la idea de facilitar la selección de estos reportes, (Mel Wilson, 2004) desarrolló un modelo conceptual que abarca cuatro tipos diferentes de enfoques para realizar los reportes de sustentabilidad. Estos enfoques están basados en cuatro aspectos “objetividad, subjetividad, cuantitativo y cualitativo” que de acuerdo a la interacción que tengan entre ellos se selecciona el enfoque más adecuado para la empresa de acuerdo a las necesidades de la misma.

Ilustración 8. Enfoques para el reporte de la sustentabilidad de la empresa



Fuente: Adaptación de los autores de Wilson (2004)

Finalmente, es importante señalar que para la empresa es necesario brindar algún tipo de informe, primero, enfocándose en los objetivos que se persiguen como empresa, y en segundo lugar, ayudándole a tomar una decisión, a nivel estratégico. Es importante señalar que este tipo de informes no reemplazan a los requeridos por la ley como organización creadora de riqueza. Así mismo, cuando estas relaciones se conocen fuera y dentro de la empresa, ayuda a mejorar la reputación, crear ventaja competitiva y mejor posicionamiento en el mercado.

3.7 Modelo de cuádruple línea base y su caso

Giddens se refiere al desarrollo sustentable al tratar de incluir muchas cosas como: promociones humanas, satisfacción de necesidades esenciales, protección ambiental, teniendo en cuenta las generaciones futuras, la implementación de la equidad entre ricos y pobres, y participa en la amplia toma de decisiones; Se ha convertido en una lista tan ampliamente faltante (Giddens, 2010), enfatizando la sustentabilidad y el desarrollo inverso, mientras que la primera vez involucra la continuidad y el equilibrio, la solicitud de contacto del lunes al dinamismo y el cambio. Tal vez, esta es una de las razones por las cuales las organizaciones y las empresas específicas, la conveniencia o quizás, con la necesidad, tienden a aplicar el camino de desarrollo, en términos de crecimiento económico. La compañía es tan conceptualmente conceptual, debido a su supervivencia, requiere más cambios, innovación y más dinamismo. En este importante escenario en torno al concepto de desarrollo sustentable, la idea de la sustentabilidad de la organización se llama más sobre la dimensión económica, el tamaño del medio ambiente y el tamaño social, el tamaño institucional, en comparación con los tamaños políticos, o la cultura organizacional mencionada por (Aras y Crowther, 2009), creando un modelo cuádruple básico. Es un intento de integrar lo que se puede llamar la naturaleza de la identidad de la organización y se puede asumir, cuál es la decisión al final de la cuenta, si existe un interés real en la gestión social de orientación con un camino para agregar una ventaja económica. También está decidido a contribuir a la solución de problemas ambientales y sociales. Por lo tanto, teniendo en cuenta las referencias de desarrollo sustentable, se habrán resuelto, ya que el análisis de datos dado por el campo se utilizará para sugerencias (Vera, 2016), sobre la base del concepto de sustentabilidad de la Organización de la tabla 2.

Tabla 2. Dimensiones de la Sustentabilidad Organizacional

Dimensión Económica	Dimensión Ambiental	Dimensión Social	Dimensión Cultura organizacional
Innovaciones y Tareas relacionadas con:	Innovaciones y Tareas relacionadas con:		Innovaciones y Tareas relacionadas con:
Eficiencia económica	Uso de recursos naturales	Innovaciones y Tareas relacionadas con:	Valores y principios plasmados en la misión y visión de la empresa
Producción de beneficios económicos	Emisión de contaminantes	Desempleo, Exclusión social, Pobreza, Diversidad social	Comportamientos
Potenciar ventajas competitivas	Tecnologías amigables con el ambiente		Crterios en que basan sus decisiones
Mejorar su posición en el mercado			

Fuente: Vera (2016)

Aunque este no es uno de los conceptos centrales del estudio, es necesario aclarar qué se entiende por innovación, sin embargo, antes de eso, hay que señalar que la innovación se ha convertido en un problema de articulación. Descripción general, a partir de ahora (Nelson y Winter, 1982), propuso su teoría de la evolución de la empresa, cuyo objetivo era construir una teoría general de los cambios en la economía. Por lo tanto, desde la década de 1980 del siglo pasado hoy en día, el concepto de innovación está cambiando y el camino o caminos para desarrollar las posibilidades necesarias y suficientes, lo que permite a las organizaciones implementar estas innovaciones. está por encima de todo, que proporcionan una economía ventaja y pueden contribuir a reducir al mínimo el daño ambiental y la degradación del medio ambiente; Por lo tanto, esto requiere más y requiere más de las organizaciones no gubernamentales. El concepto de innovación, inicialmente vinculado exclusivamente a cuestiones de tecnología y ha sido diseñado de acuerdo a los procesos lineales desarrollados casi exclusivamente en los departamentos de investigación y desarrollo de las grandes empresas, más tarde, después, diferentes encuestas mostraron innovaciones ilimitadas para los aspectos tecnológicos, ni mucho menos, no dedicados a grandes empresas y dedicados. una importante inversión en capital y recursos humanos. En este sentido, las empresas pequeñas de las zonas rurales (de Gortiri y Santos, 2010), lo que demuestra la forma de establecer redes de intercambio, zonas interactivas, apoyados en los conocimientos adquiridos en la educación importante formal y no oficiales, puede conducir tanto la innovación tecnológica y de gestión, pero sin duda tratan a menudo con pequeñas mejoras, pero les permite adaptarse y mantener en el mercado. En el aspecto conceptual, la propuesta del manual de Oslo (Oslo, 2005) tiene un gran impacto; cosas relacionadas es darse cuenta de que la innovación no se limita a aspectos de tecnología, la misma puede ser las innovaciones de la organización que el mercado y esto es un proceso multi-económico en el que la gran Diferente Ly relacionadas: Empresas, Instituto Superior de Investigación, Centro de Investigación, Gobierno y Sociedad. Para las rutas para el desarrollo de la innovación, una de las contribuciones ha impactado significativamente los escenarios de negocio como "capacidad de absorción" en 1990 (Cohen y Leventhallal, 1990), nada más por la capacidad de la empresa para aplicar las innovaciones actuales a los que dos aspectos trascendentales se debe tomar en cuenta la capacidad de asimilar la información y la riqueza de la estructura de conocimiento disponible. Unos años más tarde, Christiensen, (Böhmer y Kenamy, 2000) dieron la idea de molestar la innovación, dadas iniciativas en mercados maduros y a las empresas restauradas en estos mercados. Otra propuesta también tuvo una gran recepción con la llamada innovación abierta de (Cohen y Leventhal, 1990); (Von Hippel, 2005) y (Chesbrough, 2006); Argumentan que, ante la creciente competencia a nivel mundial, el aumento de los costos que he acertado y acortar el ciclo de vida de los productos, las empresas deben abandonar el modelo tradicional de intercambio nuevo. Y el tránsito a un modelo que se apoya con conocimientos y cooperación externos con individuos, empresas y otras organizaciones con conocimientos relevantes se puede hacer como parte del proceso. Innovación de la empresa. Un concepto reciente de agregar sobre la innovación,

que trata de integrar muchas ideas anteriores y será una referencia en este trabajo (Gault y Zhang, 2012), de acuerdo con los autores, la innovación debe entenderse como la creación de un valor agregado del conocimiento, al proporcionar un nuevo servicio de mercancía o mercancía o descubrir una nueva forma de producir productos de productos, producción y organizaciones de desarrollo. Sobre esto, es necesario agregar que depende del contexto donde la innovación sea una innovación exhaustiva, que incluso puede llevar a la creación de nuevas industrias; Como una iniciativa en la línea de banda, a través de la cual muchas empresas pueden mantener o mejorar sus posiciones en el mercado, las empresas son especialmente pequeñas y súper pequeñas o las de las áreas maduras. Finalmente, es necesario agregar conceptos de innovación social, en los cuales, según (Comisión Europea, 2014), la cual consiste en buscar nuevas formas de satisfacer las necesidades sociales, pero no está bien cubierto por los mercados o la industria de los mercados públicos o en productos. Cambiar el comportamiento necesario para abordar los principales desafíos de la sociedad; Capacitación de ciudadanía y creación de nuevas relaciones sociales y nuevos modelos de cooperación.

Metodología

Se implementó un estudio de documentos sobre pequeñas empresas, desarrollo sustentable y innovación; Después de eso, se realizó un estudio de campo al elegir tres pequeñas y medianas empresas ubicadas en la República de México, especialmente en el estado de Oaxaca; La decisión de elegir a estas tres compañías se basa en el conocimiento (una vez que se realiza la investigación de campo), sobre algunas mejoras que han hecho y, además de reducir los beneficios económicos, también se han contactado. Para crear un impacto positivo en el tamaño ambiental y social. Otro aspecto es donde se encuentran estas compañías, el estado de Oaxaca, una de las compañías más pobres del país, con una gran población indígena, que habla algunos idiomas y asumiendo que C también afirma que varios autores están afirmados. Considerado una referencia: Dini, Rovira y Stamo o Araya; Esperará que estas compañías u organizaciones de estas latitudes carecen de los recursos y capacidades más esenciales, para desarrollar innovaciones y administrar actividades de desarrollo sustentable, como se muestra en las siguientes secciones. Por ejemplo, los ejemplos desafiantes requieren referencia. La elección de estas compañías no es aleatoria, se ha seleccionado los datos de la Red Nacional de Desarrollo Rural Sostenible (Rendrus), que es uno de los programas combinados por la agricultura y el ganado, la Secretaría de Desarrollo Rural. Pesca y comida (SAGARPA). De este universo, se estableció un primer contacto a través de un cuestionario enviado por correo electrónico; Un total de 59 compañías respondieron (aquellos que no respondieron porque su correo electrónico ya no existía y otros fueron desaparecidos) ubicados en diferentes estados de México. Con 59 empresas, en todas las visitas en el sitio web. Esto puede ser posible para la participación de algunos investigadores de diferentes países que participaron en un proyecto a partir de 2013 llamado "el papel de las redes sociales en el desarrollo de estos rastros rurales en México" coordinado por el Dr. Rebeca de Gortiri Rabiela y el Dr. Gortiri. Rabiela y el Dr. María Josefa Santos Corral, dos investigadores del Instituto de Investigación Social de la UNAM.

Refiriéndose a la pregunta de que este estudio se centra en la evidencia presentada, tres pequeñas y medianas empresas presentaron un comportamiento muy similar con grandes empresas relacionadas con el desarrollo sustentable, menos preocupado en los aspectos ambientales y sociales. Soportándose en la Tabla 3, solo una de las compañías, Fabricantes de nopales en escabeche, existencias entre sus miembros, un conjunto de usos y costumbres que contribuyen a promover la satisfacción de las necesidades sociales. Con respecto al tamaño del medio ambiente, solo una de las tres sociedades, Mezcal de Oaxaca, fue motivada por ventajas económicas subterráneas, porque el mercado pagado mejor por Mezcal se preparó con agaves orgánicos, asistiendo a este aspecto. Es importante tener en cuenta que el propietario de la empresa aborda principalmente la dimensión económica y no asiste al aspecto social, que tiene un nivel y experiencia de educación superior. Por lo tanto, puede sugerir dos explicaciones de esta situación: uno de ellos es solo, aunque en los últimos años, las políticas de la compañía y el apoyo a las PyMES han intentado promover la necesidad de aportar la sección de protección ambiental. Y proponer soluciones a temas sociales, estas estrellas propuestas en discursos o prácticas en lugar de sugerir soluciones importantes, lo único que están persiguiendo es localizar una imagen incorrecta el error

de las empresas involucradas en el desarrollo sustentable. Otras explicaciones, cumpliendo con la anterior; Aunque el interés en la resolución de aspectos ambientales y sociales no es parte de la cultura organizativa de la compañía, lo que significa que su valor, las costumbres y los hábitos, serán toallas difíciles para estos aspectos, forman parte de sus objetivos prioritarios. Para esto, debemos agregar que el concepto de corporaciones y lecciones sobre gestión y administración domina en las predicciones de negocios y, después de la investigación empresarial, lo que se observa en los gerentes de gestión diaria de la mayoría de las empresas, oponiéndose al desarrollo de ideas sustentables; Aunque la compañía requiere su dinamismo en vivo y su cambio para fortalecer su posición en el mercado; El desarrollo sustentable requiere continuidad y equilibrio. De manera similar, una vez en evidencia nuevamente, pequeñas y medianas empresas si tienen capacidad de innovación, tal vez, no el tipo en comparación con algunos estudiosos o investigadores en sus mentes, pero resultó ser muy efectivo. Es decir, son innovaciones, la aplicación del conocimiento local, ha creado un valor al convertir los recursos locales, como los estudiantes, nopal y maguey, en nuevos productos y ha sido el mercado aceptan bien. Finalmente, es importante demostrar que las tres compañías han analizado, son parte del sector económico oficial, por lo que una línea de estudio puede revelar datos prominentes sobre prácticas de desarrollo sustentable, será la investigación de estas empresas. Como parte de la llamada economía no oficial.

Tabla 3. Dimensiones de la Sustentabilidad Organizacional de las empresas analizadas

Empresa	Dimensión Económica	Dimensión Ambiental	Dimensión Social	Dimensión Cultura organizacional
INALIM	Innovaciones de producto: chapulines deshidratados Innovaciones de proceso: diseño de molcajetes de metal; diseño de un sistema de calidad Innovaciones organizacionales: creación de la comercializadora	Ausencia de innovaciones que atiendan esta dimensión	Ausencia de innovaciones que atiendan esta dimensión	Rezo colectivo los días lunes de cada semana, directivos y trabajadores; fomento de la lectura.
Pano	Innovaciones de producto: nopales en escabeche. Innovaciones de proceso: creación de la comercializadora	Ausencia de innovaciones que atiendan esta dimensión	La creación de una empresa con alrededor de 100 pequeñas productoras de nopal; que tenían en su contra el no saber hablar y escribir en el idioma español.	Aunque no hubo algo explícito al respecto, es posible suponer por el lugar donde se localiza la empresa, que algo que comparten y identifica al grupo de mujeres que participaron en la constitución de la organización, son los usos y costumbres del lugar.
Mezcal de Oaxaca	Innovaciones de producto: mezcal orgánico envasado en barricas de roble blanco americano. Innovaciones de proceso: cultivo orgánico de maguey espadín.	Cultivo orgánico de maguey espadín	Ausencia de innovaciones que atiendan esta dimensión	Un conjunto de hábitos y principios alineados con el concepto clásico de empresa. Una organización cuyo fin principal es la generación de riqueza.

Fuente: elaboración con datos del trabajo de campo, 2015. Esta tabla muestra las innovaciones realizadas por las empresas INALIM, PANO y Mezcal de Oaxaca, y su relación con las dimensiones de la sustentabilidad organizacional

3.6 Modelo de Triple impacto y Caso “La Sustentabilidad de las PyMES comerciales como factor de competitividad”

Este estudio para identificar y analizar estrategias y prácticas de pequeñas y medianas empresas y su relación con la sustentabilidad conduce a un modelo socioeconómico más responsable con el entorno circundante. Este fin, las estrategias metodológicas del estudio descritas se han aprobado, con un enfoque cualitativo y cuantitativo, ya que se limita a describir sus propios aspectos relacionados con las actividades, las pequeñas y medianas empresas utilizan las estrategias dinámicas y sustentables de la ciudad Pilar, Paraguay. Como técnica de recopilación de datos, la encuesta se ha utilizado y como herramienta de documentos, el cuestionario se aplica a las 99 pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Pilar, se ha utilizado Paraguay. Las herramientas utilizadas son el mantenimiento estructurado. Entre los resultados se enfatizan que una gran parte de estas compañías no tiene contacto necesario con sus proveedores y clientes, en la dirección de promover su compromiso con el uso de residuos. Pueden mostrar estas transacciones compradas, logrando así el círculo moral en la reutilización de los materiales que se pueden combinar en el ciclo económico. Con respecto a los recursos humanos, la mitad de los funcionarios expresaron palabras sobre sustentabilidad, competitividad, problemas de gestión de riesgos, presenciando un esfuerzo para integrar la tecnología y el montaje de la filosofía de la comunidad, la comunicación externa. Y el control interno, efectivo de la energía, el agua, el papel, entre otros. Sin embargo, todavía hay aspectos para mejorar el cambio de modelo de propietarios, empleados, consumidores y proveedores de toda la cadena de valor, relacionados con las prácticas de cada componente e impacto en su entorno, la demanda actual se reúne sin afectar a las generaciones futuras.

En la ciudad de Pilar, existen unas 99 PyMES según (Villalba, E. 2019). Esta es una de las áreas más contribuidas para la economía de la ciudad. Además de la manufacturera Pilar S.A., utilizando alrededor de 800 personas en la fábrica textil, la más grande en todo el país, ninguna industria puede absorber la fuerza laboral provista en el mercado de Pilgoner. En los últimos años, se han instalado muchos talleres de ropa, aproveche las hojas de exportación de la industria local, las colchas, las camisas, entre otros productos en el extranjero y permiten que el trabajo local ocupe en este negocio. Además, muchas compañías trabajan mucho en el trabajo, aprovechan la presencia de turistas de las provincias vecinas de Corrientes, Chaco y Formosa, República de Argentina. Pilar, como ciudad fronteriza y la capital del Ministro, hoy tiene un importante movimiento comercial y turístico. Cooperativas, Banca, Finanzas, Mutual, Fundación, V.V. Trabaja. Solo de una manera u otra, proporciona un flujo de mercado para que el mercado esté buscando activarlo. Por otro lado, los sectores educativos se visualizan actualmente pueden guiar o mejorar las habilidades de la industria de PYME, proporcionándoles herramientas efectivas para mejorar su desempeño y lo que resulta en sus ingresos. Aquí es donde esta organización y elemento privado se están convirtiendo en una herramienta para crear un esfuerzo extenso oportuno para promover estas iniciativas para trabajar solo y necesitan mejorar su capacidad de competencia. Con una mejor competitividad, se lograrán mejores ingresos, promoverá a toda la economía como una herramienta efectiva para combatir la pobreza. Se observan debilidades en pequeñas y medianas empresas discutidas tanto públicas como privadas, donde la producción y el consumismo se llevan a cabo a la mano sin tener en cuenta los aspectos sociales y ambientales, lo que significa que no compiten, insostenibles. En este sentido, se insta a las empresas sustentables a que respondan a estas iniciativas comerciales, incluida la filosofía y la cultura para encontrar el equilibrio entre los tres componentes principales, lo hace de acuerdo con este concepto: la sociedad, el medio ambiente y la economía. En este sentido, las pequeñas y medianas empresas a menudo están fuera del proceso de conciencia cultural sustentable. Estas son grandes empresas que reciben un mayor apoyo y la implementación de programas de temas, logrando así la competitividad y la reputación pendientes en el mercado. Aquí es donde debe indicar que debe comprometer las áreas donde haya más empleos, donde se copia la cultura, así como las grandes empresas. Es necesario establecer la base para un modelo más sustentable de los personajes más precisos más realistas de la economía. De manera sustentable desde la perspectiva del equilibrio entre sus componentes, sin este efecto, causando daños por los demás o un impacto negativo, incluida la economía. Esto no significa renunciar a la economía, por el contrario, es posible utilizar los recursos existentes hoy, sin mucha influencia en el futuro. Sustentabilidad en las empresas, especialmente las pequeñas y medianas empresas, directamente

vinculadas a los líderes empresariales: las formas sociales se muestran a otros y, su nivel de creatividad e innovación para permanecer de nuevo. La sociedad sustentable de Vikings se espera e integrada en la Compañía maximiza sus beneficios, tanto la economía como la sociedad, ganando satisfacción de todos los componentes de los grupos de interés, incluida la sociedad. En este contexto de competencia, (Delvalle, A. 2018) dijo que "las pequeñas y medianas empresas son los principales contribuyentes para trabajar en una gran parte de los Estados Unidos". Persigue que las pequeñas y medianas y pequeñas iniciativas brindan oportunidades de empleo más del 61% de las personas que trabajan en Paraguay, su contribución a los bienes o ingresos del país es del 8,7%, según el documento de almacenamiento del departamento de MICOS. Pequeño y mediano tamaño. Por lo tanto, las empresas son una solicitud no sabe para competir en un mercado cada vez más globalizado (Delvalle, A., 2018). Al mismo tiempo, estas pequeñas iniciativas forman apoyo cultural y social importante para las comunidades donde están sentados, porque a menudo tienen contacto directo con los consumidores, creando una relación extrema o negativa en su comportamiento, dependiendo de la visión. Y la política estampada en la gestión de sus empresas "(Delvalle, A., 2018). Por ejemplo, las pequeñas y medianas empresas pueden contribuir a sus empleados y consumidores para desarrollar la operación sustentable para: el uso de energía natural, uso racional de materiales (Papel, duro y similar), el uso de madera, materiales biodegradables, reciclaje y buenas operaciones de basura, entre otras acciones diarias. Los grandes desafíos actuales para estas pequeñas y medianas iniciativas son convertirlas en modelos sustentables como una estrategia de competitividad. Mejorar los componentes de los valores y principios de la organización con la filosofía y la cultura están buscando el equilibrio entre los tres componentes principales que necesitan este concepto: la sociedad, el medio ambiente y la economía. (Álvarez, L. V. V. V. V. V. y Vargas-Hernández, JG, 2012) concluyó que actualmente una estrategia empresarial para lograr un modelo en un equilibrio ecológico, económicamente factible, económicamente posible, debido a la organización y mejorar sus habilidades y recursos con cualquier compañía, para obtener los beneficios. de apoyar el desarrollo completo y maximizar las ventajas de una perspectiva tangible e invisible. Actualmente, las empresas diarias y las personas especiales, realizan diferentes actividades, consciente o inconscientemente, lesionadas y destruyen el medio ambiente, como los árboles de sacrificio, la pesca, la destrucción de la selva por un crecimiento excesivo y sin duda sobre la población; Sin lugar a dudas, todo esto afecta el ecosistema negativo, así como la función apropiada del ecosistema. Por lo tanto, es muy importante buscar un desarrollo sustentable en nuestro desarrollo de entorno operativo, es efectivo o no, como una contribución efectiva al planeta. Como solo (Suárez Star, M. V. y González Vázquez, A., 2017), "los principios sustentables han surgido con el objetivo de explicar la sustentabilidad de los términos más específicos y cuantitativos". Después de eso, se analizaron los tres principios importantes de la sustentabilidad, desde el punto de vista de la biosfera:

1. En la naturaleza, todo fue reciclado y no se acumuló nada.
2. El desarrollo de agencias basadas en el uso de recursos naturales renovables y en flujos solares.
3. La biosfera es un concepto de todos los organismos vivos en los que tienden a capacitar gradualmente a nuevos niveles de organización, promover una mejor funcionalidad.

En este punto, los expertos en la materia coinciden en que la sustentabilidad no se trata solo del medio ambiente, ya que destacan tres aspectos principales: económico, social, cultural y natural o medioambiental. En un escenario económico, cualquier proceso o actividad económica debe demostrar su sustentabilidad ecológica, que se define como la capacidad de un sistema (o ecosistema) para mantener su comportamiento en el tiempo, manteniendo inalterados los estándares de volumen, tipo de cambio y circulación. O haciendo que los parámetros mencionados oscilen periódicamente en torno a los valores medios. Asimismo, (Estrella Suárez y González Vázquez, 2017) consideran tres políticas diferentes para lograr la sustentabilidad ambiental:

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 contaminantes, 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) 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, argumentan (Estrella Suárez y González Vázquez, 2017) que “las instituciones y organizaciones sociales juegan un papel muy importante en el logro del desarrollo sustentable a través de una buena organización social, posibilitando el desarrollo sustentable y tecnologías apropiadas, como las inversiones en capital humano o, por ejemplo, para promover la cohesión social”. A partir de ahora, para lograr un modelo económico más sustentable, es necesario implementar estrategias conocidas, pero con un modelo más social y ambiental. Pero, ¿cuáles son las estrategias? Las estrategias comerciales incluyen expansión geográfica, diversificación, desarrollo de productos, desarrollo de mercado, penetración de mercado, bajo costo, desinversión, adquisiciones, desinversiones y empresas conjuntas. Para implementar estrategias competitivas, las personas deben asumir la responsabilidad de implementarlas de manera efectiva, como líderes en sus respectivos aspectos.

Jay Conger como se citó por (David, Fred R., 2003) Profesor de Comportamiento Organizacional, London Business School y autor de Building Leaders, señala: "Todos los estrategas deben ser directores ejecutivos. Al aprender, estamos en una época que cambia constantemente. Si No se reconoce a nuestros líderes como modelos adaptables durante este tiempo, ni tampoco a nuestras empresas, porque el liderazgo eventualmente se está convirtiendo en un modelo". Las pequeñas y medianas empresas no son una excepción. Por el contrario, están llamados a implementar estrategias competitivas capaces de impulsarlas en diversos sectores de la economía. En ese momento estuvo marcado por un período importante en el concepto y la práctica de analizar industrias y competidores. (Porter, M. Ayala Ruiz, LE & Arias Amaya, R., sf., 1980) describieron la estrategia competitiva como "las acciones ofensivas o defensivas de una empresa para establecer una posición segura y defendible en una industria". Es una respuesta a las cinco fuerzas competitivas a las que se refiere el autor para determinar la naturaleza y extensión de la competencia que rodea a la empresa y así busca obtener un alto retorno de la inversión. Estas tres estrategias generales son: Al crear más valor, la empresa puede proporcionar a los consumidores un excedente igual o superior al de sus competidores, al tiempo que obtiene mayores beneficios. Las variables involucradas en la creación de valor son los costos y beneficios que percibe el consumidor. Estas dos variables definen dos formas en las que una empresa puede crear valor y obtener una ventaja competitiva: reduciendo costos o aumentando las ganancias percibidas por los consumidores. Pero, ¿cómo pueden las pymes competir con estas estrategias y seguir siendo sustentables? ¿Es económicamente eficaz respetando el medio ambiente y la sociedad sin comprometer los recursos de las generaciones futuras?

Las empresas B, con la filosofía se enmarcan con responsabilidades, participación, atención ambiental y sociedad, en el momento de sus ganancias de negocios. Para (Estevez, R., 2014) las empresas B forman parte de una comunidad empresarial global, lo que hace que la decisión de la compañía no solo sea el beneficio financiero de sus accionistas, sino también los colaboradores, clientes, proveedores, la comunidad a la que pertenecen y el medio ambiente. "Son empresas que buscan crear un impacto ambiental social positivo de cómo funcionan y sus unidades de la empresa". Esta filosofía empresarial es una iniciativa de B Lab, una organización establecida en 2006 en los Estados Unidos "trata de crear condiciones necesarias para empresas prósperas con un enfoque sustentable y responsable del medio ambiente y la sociedad". Con más de 2,600 compañías de certificación en el mundo, más de 410 latinoamericanos y presentes en más de 65 países, las empresas B son un nuevo modelo aplicado para crear una nueva economía que exitosamente es la medida de los individuos de bienestar, la sociedad y la naturaleza. Economía virtual "(recuperada de un cambio práctico eco-social Company, se convirtió en una empresa B, 2018) en este sentido, recientemente tres compañías Paraguay, Koga, Eunache y Vertical, fue pública entre las mejores

compañías B para que el mundo se regule por B cambios de medios. Esta es una medida del impacto de las empresas implementadas por las compañías de la compañía, según siete categorías: escuelas de labios, clientes, trabajadores, comunidades, gobernanza, puntos comunes, desintoxicadores (agentes de 'intercambio'). (Recuperado de tres empresas paraguayas entre las Mejores Empresas B para el Mundo, 2017) Otra conocida empresa paraguaya es Sueñolar que busca unirse recientemente a la comunidad de coberturas B del país, donde una marca confirma la condena para dar valor mundial 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 sustentable 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 solo es el mejor del mundo, sino también lo mejor para el mundo, que es el lema que caracteriza a este nuevo movimiento global que muchas compañías están empezando a participar. En Argentina, algunas empresas han ganado la certificación, incluida Grecia, dedicadas a diseños sustentables; Empresa, consultoría sobre proyectos de desarrollo sustentable para empresas; Y Guayakí, productor de Yerba Matte Organic. Estas compañías están buscando sustentabilidad, lo que significa ser beneficioso para la sociedad, por los aspectos sociales y ambientales. Para (Estévez, R., 2014) Otro con el resto de las organizaciones son modelos creativos 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, hacia un modelo más sustentable.

4. Alternativas de Solución

Como otras alternativas de solución se manejará la del Modelo de sustentabilidad empresarial penta-dimensional y la del Modelo de Triple Impacto.

4.1 Primera alternativa a la seleccionada: "Modelo de sustentabilidad empresarial penta-dimensional"

Esta alternativa indica que las empresas inviertan en las siguientes dimensiones: Dimensión de gestión Global, dimensión de competitividad, en la dimensión de relaciones, dimensión de impactos y dimensión de transparencia y comunicación. Dicho modelo surge de la necesidad percibida de generar modelos que favorezcan la permanencia de las pequeñas y medianas empresas en un contexto en el que alrededor del 65% mueren durante sus primeros dos años de operación. La

importancia de este modelo radica principalmente en la propuesta de cambio de paradigma en relación a la gestión empresarial, donde la Responsabilidad Social, por sí sola, sea reemplazada por un modelo enfocado a la sustentabilidad empresarial. Este nuevo paradigma ofrece, además de una toma de conciencia basada en una gestión global donde se favorezca al desarrollo de la sociedad en su conjunto, el establecimiento de relaciones y acciones a nivel local siendo, conscientes de los impactos globales, y una perspectiva de trascendencia y permanencia de la empresa con el paso del tiempo. De esta forma las acciones que se realizan no solamente obedecen a una lógica de beneficio social, sino a la sustentabilidad de la empresa y del entorno en el que se encuentra inmersa. Esta visión holística de la empresa y el entorno donde se desenvuelve, presenta implicaciones importantes, que de adoptarse serían irreversibles. Es decir, el proceso al que deberán someterse, resulta lento, pues se irá construyendo conforme va avanzando en su desarrollo y podemos afirmar que requiere de esfuerzo suplementario para aquellas empresas que se atrevan a seguirlo. Ya que obedece a un proceso de reflexión por parte del núcleo de la empresa, que va desde la evaluación del modelo de negocios que está implementando (interior) hasta las relaciones e impactos que tiene con su entorno (exterior). De esta forma podemos hablar de un proceso de consolidación en el tiempo que comienza en el interior de la empresa, va al exterior de la misma y como consecuencia del diálogo constante se vuelve a impactar en el interior de la empresa, lo que hace que se entre en un círculo de mejora continua que favorece la permanencia en el tiempo de la misma. De otro lado, este modelo toma especial relevancia debido a la crisis por la que se está atravesando, la cual no considera el contexto en el que se encuentren las empresas (global o local; internacional o nacional; en la gran empresa o la pequeña y mediana), ya que los efectos son de gran envergadura, y presentan un mayor impacto en aquellos que tienen una visión de corto plazo. Así mismo este modelo favorece al entendimiento y reestructuración de las empresas, además de aportar la posibilidad de asegurar que su existencia no sea vista de una forma solo competitiva sino también responsable en el tiempo.

4.2 Segunda alternativa a la seleccionada: “Modelo de triple impacto”

Y como segunda alternativa a la seleccionada tenemos el modelo de Triple Impacto que es buscar modelos innovadores de triple impacto basados en el propósito, la responsabilidad y la transparencia, donde el propósito es crear impacto positivo en el ámbito social y el ambiental, la responsabilidad definida como tener en cuenta como fin primordial los intereses de los trabajadores, la comunidad y el medio ambiente, y por último la transparencia se aterriza en publicar un 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.

4.3 Modelo de solución propuesto: “Modelo basado en la competitividad sustentable”

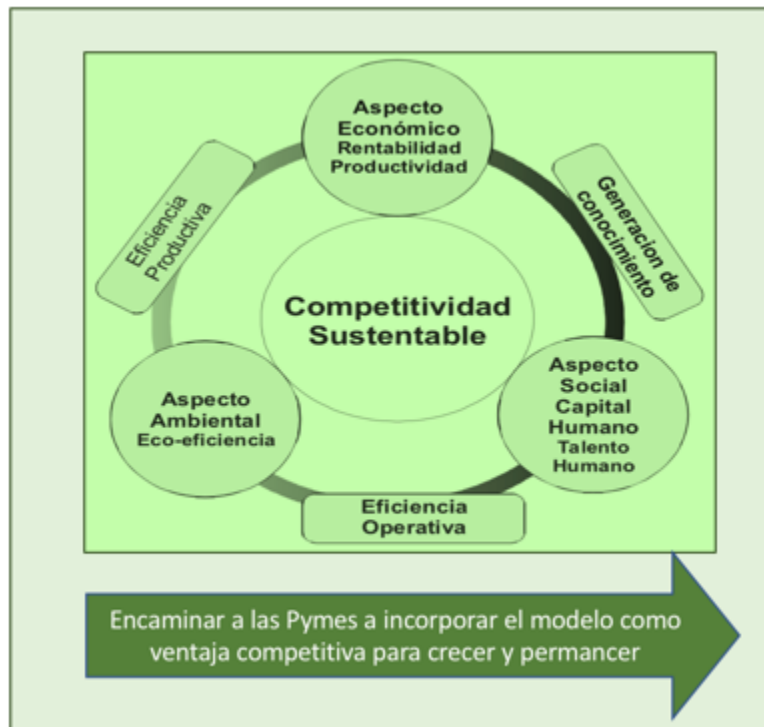
La alternativa que considero como solución es la del Modelo basado en la competitividad sustentable, que es el camino de desarrollo que se inclinan a seguir las empresas por necesidad, en su vertiente de crecimiento económico. Ya que hoy en día las empresas para su supervivencia requieren fomentar el cambio, la innovación y el dinamismo, dicho esto se abre paso a la Sustentabilidad Organizacional, que agrega las siguientes dimensiones:

- dimensión económica,
- dimensión ambiental,
- dimensión social y de cultura organizacional

donde la dimensión económica enfoca las tareas y actividades de innovación en la eficiencia económica, la producción de beneficios económicos, potenciar ventajas competitivas y mejorar su posición en el mercado, mientras que la dimensión ambiental las enfoca en el uso de los recursos naturales, la emisión de contaminantes y tecnologías amigables con el ambiente. La dimensión social las enfoca en el desempleo, la exclusión social, la pobreza y la diversidad social. Y por último la

dimensión de la cultura organizacional las enfoca las tareas y actividades de innovación en los valores y principios plasmados en la misión y visión de la empresa, los comportamientos y criterios en que basa sus decisiones.

Ilustración 9. Modelo de solución propuesta



Fuente: elaboración propia

Los criterios para seleccionar este modelo como alternativa de solución son que los propietarios de las empresas del caso de estudio de dicho modelo, se ocuparon principalmente de la dimensión económica, y no atendieron la dimensión social, son los que tienen mayor nivel de estudios y experiencia laboral. Por lo tanto, es posible proponer dos explicaciones de esta situación: una de ellas va por el camino de que, aunque en años recientes la disciplina administrativa, el empresariado y las políticas de apoyo a las PyMES han intentado promover la necesidad de contribuir al cuidado ambiental, y de proponer soluciones a los problemas sociales, esta propuesta se ha quedado estancada en el discurso, o en prácticas que más que proponer soluciones significativas, lo único que persiguen es posicionar una falsa imagen de empresas comprometidas con el desarrollo sustentable. La otra explicación, complementa a la anterior; mientras el interés por atender los aspectos ambientales y sociales no sea parte de la cultura organizacional de la firma, es decir, de sus valores, de sus costumbres y hábitos, será difícil que estos aspectos formen parte de sus objetivos prioritarios. A esto hay que agregar, que el concepto de empresa y las enseñanzas sobre gestión y administración que predomina en los pregrados y posgrados sobre negocios, así como, lo que se observa en la gestión cotidiana de la mayoría de las empresas, se contraponen a la idea de desarrollo sustentable; mientras la empresa requiere para su sobrevivencia dinamismo y cambio, encaminados a fortalecer su posición en el mercado; lo sustentable requiere continuidad y equilibrio. Asimismo, queda evidenciado una vez más, que las PyMES si tienen capacidad de innovación, tal

vez, no del tipo que tienen en sus mentes algunos académicos o investigadores, pero que, resultan ser altamente efectivas.

Las restricciones de esta alternativa es la aplicación de esta alternativa en aquellas empresas que son parte de la llamada economía informal. Por otro lado, pocas PyMES atienden el aspecto de la dimensión social, ya que por lo general solo los que tienen mayor nivel de estudios y experiencia laboral lo hacen. Por lo tanto, es posible proponer dos explicaciones de esta situación: una de ellas va por el camino de que, aunque en años recientes la disciplina administrativa, el empresariado y las políticas de apoyo a las PyMES han intentado promover la necesidad de contribuir al cuidado ambiental, y de proponer soluciones a los problemas sociales, esta propuesta se ha quedado estancada en el discurso, o en prácticas que más que proponer soluciones significativas, lo único que persiguen es posicionar una falsa imagen de empresas comprometidas con el desarrollo sustentable. La otra explicación, complementa a la anterior; mientras el interés por atender los aspectos ambientales y sociales no sea parte de la cultura organizacional de la firma, es decir, de sus valores, de sus costumbres y hábitos, será difícil que estos aspectos formen parte de sus objetivos prioritarios. A esto hay que agregar, que el concepto de empresa y las enseñanzas sobre gestión y administración que predomina en los pregrados y posgrados sobre negocios, así como, lo que se observa en la gestión cotidiana de la mayoría de las empresas, se contraponen a la idea de desarrollo sustentable; mientras la empresa requiere para su sobrevivencia dinamismo y cambio, encaminados a fortalecer su posición en el mercado; lo sustentable requiere continuidad y equilibrio. Asimismo, queda evidenciado una vez más, que las PyMES si tienen capacidad de innovación, tal vez, no del tipo que tienen en sus mentes algunos académicos o investigadores, pero que, resultan ser altamente efectivas. Es decir, se trata de innovaciones que, a partir de la aplicación de conocimientos locales, han generado valor transformando recursos locales como los chapulines, el nopal y el maguey, en productos novedosos y que han sido bien aceptados por el mercado.

5. Metodología de Implementación

Ilustración 10. Metodología de Implementación



Fuente: elaboración propia

5.1 Descripción del problema, objetivo(s) y justificación

Se describió de manera objetiva la realidad del problema que se está investigando. En la descripción se señalaron todas las características de la problemática, los hechos y los acontecimientos que están en el entorno social de la sustentabilidad, al mismo tiempo se mencionaron los antecedentes del problema y su importancia para investigarlo y proponer una solución al mismo. Así mismo en el objetivo general se resumió la idea central y finalidad del trabajo de incorporar la propuesta al portafolio actual de servicios ofrecidos por la Consultoría de Estudio. Los objetivos específicos

detallan los procesos necesarios para alcanzarlo por medio del equilibrio de las dimensiones económica, ambiental y social.

5.2 El contexto y la situación actual

En el contexto y la situación actual se describió la situación que rodea mi caso de estudio y las circunstancias que lo condicionan. En el que se seleccionaron los entornos afectados dentro de la investigación como lo es el entorno de las consultorías, la información de la Consultoría de Estudio para comprender sus objetivos y propósito y el porque sumar el modelo propuesto a su portafolio actual como una oferta de valor y ventaja competitiva.

También se consideró importante como se sitúa el entorno sustentable en general, así como en la PyMES, así como es el desarrollo de la sustentabilidad tecnológica en el mundo y en México.

5.3 Marco teórico y conceptual

En el marco teórico y conceptual se abordó la investigación bibliográfica que habla de las variables que se estudiaron en la investigación, así como la relación existente entre ellas, descritas en estudios semejantes o previos. Determinando lo conceptos teóricos a tratar la Gestión de Información, los sistemas de información en las organizaciones, la gestión de la información en las organizaciones, la toma de decisiones y su relación con los procesos de gestión de información con sus etapas del proceso de decisión, y el estudio de la Economía Circular.

Se presentaron los tres modelos teóricos que se escogieron como los más relevantes para atender el problema. Así mismo los tres casos reales documentados que se aproximan al caso de mi investigación.

Dentro de los modelos teóricos seleccionados, se presentó el Modelo de sustentabilidad empresarial penta-dimensional el cual aborda la dimensión de gestión global, dimensión de competitividad, la dimensión de relaciones, la dimensión de impactos y la dimensión de transparencia y comunicación. El segundo modelo seleccionado fue el Modelo de cuádruple línea base y su caso. Y por último el Modelo de Triple impacto y su caso “La Sustentabilidad de las PyMES comerciales como factor de competitividad”.

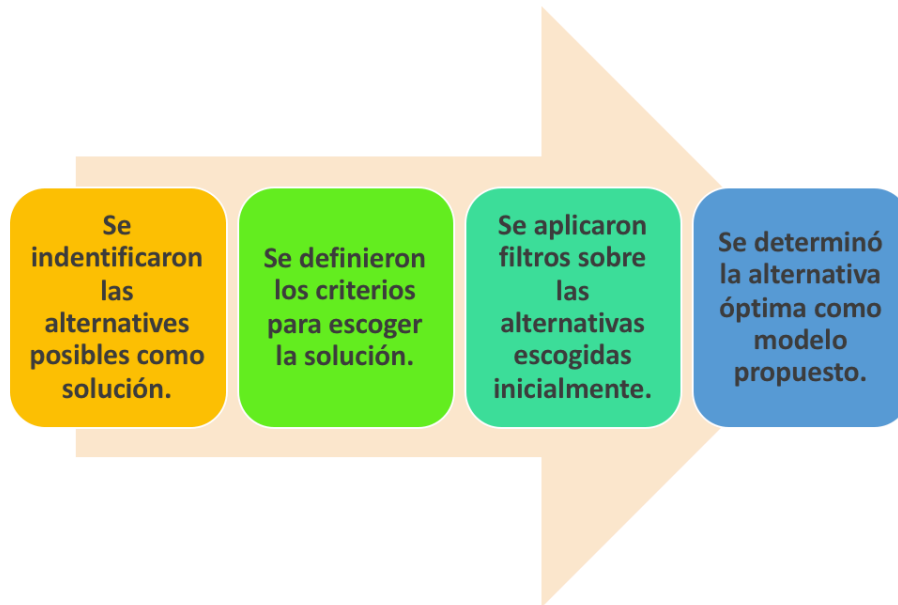
5.4 Alternativas de solución

Se identificaron los medios que representan las estrategias que seleccioné para dar solución a la necesidad abordada. Así mismo se presentó y explicó el modelo sugerido.

La primera alternativa a la seleccionada fue “Modelo de sustentabilidad empresarial penta-dimensional. La segunda alternativa a la seleccionada: “Modelo de triple impacto”. Y por último el modelo de solución propuesto fue el “Modelo basado en la competitividad sustentable”

Para realizar el análisis se partió de los objetivos y se seleccionaron los medios que representan estrategias viables para cambiar la situación problemática. Posteriormente se aplicaron filtros y criterios para hacer una segunda selección que derivó en una alternativa óptima para el modelo. Ver ilustración 11.

Ilustración 11. Análisis de las alternativas de solución



Fuente: elaboración propia

5.5 Metodología de implementación

Se definieron los procedimientos a ser seguidos para alcanzar los objetivos, así como las tareas que se requirieron. Se determinó la forma para validar la solución seleccionada, estableciendo que la aplicación de un cuestionario al liderazgo de las organizaciones seleccionadas como más significativas, y como método cuantitativo la media de los resultados obtenidos en dicho cuestionario al grupo foco.

Una vez aplicado y analizado los resultados del cuestionario, se determinó que para implementarlo había que realizarlo en 3 Fases.

5.6 Proceso de validación y aplicación de propuesta en el caso

Se determinó realizar la validación por medio de un cuestionario a un grupo foco conformado por el liderazgo organizacional de los clientes más significativos de la Consultoría de Estudio y determinar los resultados con base en la media estadística, donde se observó que están a favor de incorporar la sustentabilidad en su estrategia como ventaja competitiva.

5.7 Plan de implementación

Se plantearon 3 Fases del Plan para determinar por medio de una Evaluación las áreas de oportunidad sustentables de la organización:

Fase 1: Crear perfil organizacional del proyecto.

Fase 2: Elaborar una evaluación de Sustentabilidad.

Fase 3: Crear una oportunidad para planes de acción sustentables

Así mismo se establecieron las tareas, responsables y tiempos para implementarlo.

5.8 Limitaciones y recomendaciones

Se mencionaron los problemas encontrados durante el desarrollo de la investigación. Así mismos se especificaron los términos de nuestra área de interés.

El modelo propuesto una vez implementado en alguna organización será mejorable conforme a su desarrollo y adopción, así mismo cada organización y su equipo de líderes tendrá sus propios criterios y variables específicas que determinen la modificación del modelo para ejecución.

5.9 Conclusiones

Se reflejaron las consecuencias más importantes de la investigación, y el planteamiento de soluciones que permitan ofrecer reconsideraciones de teorías que sirvieron de marco de referencia a la investigación.

Como hallazgo principal se encontró que los tres modelos seleccionados, había que contribuir con iniciativas innovadoras en las dimensiones económicas, ambientales y sociales para poder lograr una ventaja competitiva y sustentable para lograr el desarrollo y permanencia.

Y se pudo validar que los resultados del proceso de validación cumplieron con los objetivos general y específicos de la investigación de estudio.

6. Proceso de validación y aplicación de propuesta en el caso

Luego de analizar los modelos de sustentabilidad tecnológica en las PyMES se coincide que en todos están presentes las condiciones del ambiente que rodean a las organizaciones, tanto interna como externas misma que son consideradas como indispensables para desarrollar PyMES y que el mismo sea exitoso y permanente, por lo que se decide aplicar un cuestionario a un Grupo Foco representado por los gerentes administrativos de los principales y más significativos clientes de la Consultoría de Estudio para validar si consideran importante incorporar el modelo propuesto que les agregue valor en busca de lograr una ventaja competitiva y sustentable. Por consiguiente se presentan los resultados de la investigación el cual está direccionado en dar cumplimiento al objetivo general de la misma el cual consiste en proponer un modelo sustentable en las PyMES clientes de la Consultoría de Estudio. El análisis de los resultados se desarrolló interpretando cada uno de los resultados obtenidos, se presentan por indicador, dimensión y variable con sus respectivos rangos, según el número de preguntas presentadas. En síntesis los resultados obtenidos de los objetivos específicos, apoyan la propuesta del modelo de sustentabilidad.

6.1 Metodología

El trabajo está orientado bajo el esquema cuantitativo, el tipo de investigación fue descriptivo y de campo.

6.2 Población

El estudio, está dirigido a la población de Pequeñas y Medianas Empresas (PyMES) de la Consultoría de Estudio, las PyMES son contribuyentes formales, tienen registrados de 1 a 100 trabajadores, su actividad económica es desarrollada en la CDMX.

6.3 Muestra

La muestra objeto de estudio está conformada por 17 gerentes de las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMES) de la Consultoría de Estudio que son considerados los más significativos por su plan de crecimiento y permanencia en el mercado.

6.4 Técnicas e instrumento de recolección de datos

La recolección de datos se realizó a través del cuestionario autoadministrado, en un periodo de dos semanas, bajo los parámetros de la escala de likert (con Cinco opciones de respuesta por cada aseveración planteada) el cual se utilizó para recolectar información pertinente con relación a los objetivos de la investigación, constituyendo la manera más sencilla para la obtención de información. Desde esta perspectiva, la recolección de la información se llevó a cabo mediante la aplicación de un cuestionario de 20 preguntas con un escalamiento de cinco (5) alternativas de respuestas (5.siempre; 4.casi siempre; 3.algunas veces; 2.casi nunca; 1.nunca), logrando analizar el la sustentabilidad en las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMES) de la empresa Consultoría de Estudio. En el anexo 1 se encuentra el instrumento utilizado para la recolección de los datos.

6.5 Interpretación de la media aritmética

A continuación se presenta un cuadro de las categorías escogidas y las ponderaciones correspondientes para la interpretación de la media.

Tabla 4. Interpretación de la media aritmética

Valor	Alternativa	Rangos	Categorías
5	Siempre	4-5	muy presente
4	Casi siempre	3-4	presente
3	Algunas veces	2-3	medianamente presente
2	Casi nunca	1-2	poco presente
1	Nunca	0-1	ausente

Fuente: Chirinos, Martínez, Meriño (2016).

Discusión de los resultados

Distribución de Medias Aritméticas de los Indicadores y Dimensiones de la Variable

Tabla 5. La sustentabilidad como ventaja y Modelo Para PyMES

Dimensión	Subdimensiones	Indicadores	Media	Media	Media
Elementos del entorno para empresas sustentables	Factores tradicionales	Condiciones económicas	4.33	4.85	4.53
		Condiciones Socio-Culturales	4.26		
		Condiciones Político-Legales	3.61		
		Condiciones Tecnológicas	3.74		
		Condiciones ecológicas	3.6		
		Clientes	4.7		
		Proveedores	4.56		
		Competencia	4.43		
		Reguladores	3.1		
	Factores actuales de competitividad empresarial	Productividad en el empleo de los recursos	4.51	4.53	
		Mejora en la actuación del ambiente laboral	4.55		
		Optimización de costos	4.5		
		Aumento de la productividad	4.57		
	Factores determinantes de la competitividad sistémica	Nivel macro	3.72	4.21	
		Nivel meso	4.29		
Nivel micro		4.63			

Dimensión	Subdimensiones	Indicadores	Media	Media	Media
Perfil de la PyME	Cualidades	Visión	4.61	4.18	4.21
		Confianza en sí mismo	3.69		
		Iniciativa	4.45		
		Autonomía	4.4		
		Tolerancia al riesgo	3.8		
		Perseverancia	3.77		
		Flexibilidad	4.06		
		Innovación	4.38		
		Liderazgo	4.34		
		Compromiso social	3.84		
		Transparencia	4.66		
	Capacidades	Conocimientos específicos	4.06	4.24	
		Toma de decisiones	4.33		
		Comunicación	4.34		
		Trabajo en equipo	3.84		
		Adaptabilidad	4.66		

Fuente: Chirinos, Martínez, Meriño (2016).

6.6 Análisis de resultados

Al analizar la tabla se observa cómo se ven reflejadas las dimensiones con sus respectivas medias aritméticas, se identifican las medias por indicador, por sub-dimensión y media general. En primer lugar se evidencia la dimensión elementos del entorno sustentable con sus referidas sub-dimensiones, se observa que en referencia a la media general para la dimensión es de 4,53 situándose en la categoría muy presente de acuerdo a la tabla de referencia de interpretación de la media aritmética, lo que significa que las sub-dimensiones como factores tradicionales, actuales de competitividad sistémica y determinantes de la competitividad sistémica son las que ciertamente dan respuesta a la dimensión, a su vez dan respuesta al objetivo de proponer la sustentabilidad como modelo para la subsistencia y permanencia de las PyMES.

En segundo lugar se encuentra la dimensión perfil de la sustentabilidad y las subdimensiones, se observa que en referencia a la media general para la dimensión es de 4,21 situándose en la categoría muy presente de acuerdo a la tabla de referencia de interpretación de la media aritmética, lo que significa que las subdimensiones como cualidades y capacidades evaluadas son las que ciertamente dan respuesta a la dimensión, a su vez dan respuesta a la propuesta de la sustentabilidad como ventaja y modelo para la subsistencia y permanencia de las PyMES.

Finalmente, con una media general para la variable sustentable que es de 4,38 situándose en la categoría muy presente se logró identificar los indicadores anteriormente evaluados que dieron respuesta a los objetivos de la investigación generando como resultado, la sustentabilidad como ventaja y modelo para las PyMES, constatándose que hay los elementos necesarios, los mismos explicados teóricamente y reafirmados a nivel práctico investigativo confirmando que no solo forma parte de una teoría, ya que ha sido demostrado a través de una realidad la cual fue medida y evaluada, donde se obtuvo los resultados analizados e interpretados que da las herramientas para el diseño de dicho modelo por lo tanto se considera necesaria su inclusión en el mismo.

7. Plan de implementación

La puesta en marcha del plan requiere:

- Comunicar el programa a todas las personas involucradas de la Consultoría de Estudio
- Definir responsabilidades individuales y colectivas en cada meta,
- Asignar los recursos necesarios para su ejecución,
- e incorporar el cumplimiento de estas metas como parte del desempeño de los colaboradores.

Así mismo recabar los siguientes documentos como referencia al desarrollar el plan:

- Plan estratégico
- Plan de evaluación
- Plan de mercadotecnia
- Plan de negocios
- Plan financiero

7.1 Fases

Ilustración 12. Fases del Plan de Implementación



Fuente: elaboración propia

7.1.1 Fase 1: Crear perfil organizacional del proyecto.

Es un punto de partida para que el líder del proyecto comprenda los sistemas de su organización. Establece el contexto para completar la Fase 2 al mostrar todos los sistemas de su proyecto antes de completar la Evaluación de Sustentabilidad. Los componentes del perfil de la organización / proyecto incluyen el pensamiento estratégico, el pensamiento de mercadotecnia, la revisión operativa y la perspectiva financiera.

La clave para escribir el perfil de la organización / proyecto es revisar cada componente y luego resumir los aspectos clave que describen la organización de y cómo funciona.

7.1.2 Fase 2: Elaborar una evaluación de Sustentabilidad.

Una vez completada la Fase 1 y que se tiene una visión holística de los sistemas del proyecto y cómo los diversos componentes trabajan juntos, es hora de la Fase 2. Esta fase implica completar la Evaluación de Sustentabilidad. El propósito de la evaluación es proporcionar un medio para considerar la organización como un todo e identificar oportunidades para la sustentabilidad. Incluye preguntas dentro de las categorías de liderazgo colaborativo, decisiones impulsadas por los miembros, comunicación eficaz, fuerza laboral adaptada y lista para el cambio, mejora continua, evaluación y medición continuas e infraestructura financiera sólida.

Una vez completada la evaluación, se analizarán los resultados. Así mismo los resultados detallados son los que servirán de base para la planificación de acciones de sustentabilidad del proyecto en la fase 3.

7.1.3 Fase 3: Crear una oportunidad para planes de acción sustentables

Para obtener oportunidades potenciales para la sustentabilidad, se deben identificar a partir de los resultados detallados de la evaluación, las preguntas que se calificaron como ligeramente en desacuerdo, en desacuerdo o totalmente en desacuerdo.

Para seleccionar las oportunidades de sustentabilidad que incluirá en su planificación de acción de la fase 3, puede utilizar la conversación sugerida por la Consultoría de Estudio con el personal de la organización y los miembros de la junta. Esta conversación ayudará a seleccionar las tres oportunidades de sustentabilidad que son más críticas para la sustentabilidad del proyecto de desarrollo de la organización. Una vez seleccionado, se estará listo para comenzar a escribir las tres oportunidades para planes de acción de sustentabilidad.

Estos planes de acción son documentos internos para que los líderes enfoquen iniciativas e inviertan recursos. El personal de la organización utilizará los planes de acción para implementar las mejoras identificadas y los miembros de la junta los utilizarán para comprender mejor las oportunidades del proyecto para la sustentabilidad y proporcionar información y apoyo en el desarrollo de sistemas. El proceso de Planificación de acciones de oportunidad para la sustentabilidad tiene tres componentes:

1. Resultados de la evaluación de la sustentabilidad de la organización: resultados de las siete características de la red de los resultados de la evaluación detallada.
2. Oportunidades seleccionadas para la sustentabilidad: Listado de las tres oportunidades de sustentabilidad que se abordarán y la metodología de selección.
3. Planes de acción y tablero de oportunidades para la sustentabilidad: los planes de acción incluyen pasos para abordar los desafíos, quién los implementará, cronograma, recursos necesarios, monitoreo, comunicación y resultados. El tablero proporciona una descripción general de alto nivel de cada plan de acción de la oportunidad de sustentabilidad. Está diseñada para monitorear el progreso de los planes de acción para que pueda comprender rápida y fácilmente el estado de cada oportunidad.

Tabla 6. Fases del plan de acción de sustentabilidad

	Fase 1: Crear perfil organizacional del proyecto.	Fase 2: Elaborar una evaluación de Sustentabilidad.	Fase 3: Crear una oportunidad para planes de acción sustentables
¿Quién?	Liderazgo de la organización.	Liderazgo de la organización.	Liderazgo de la organización, colaboradores y partes interesadas.

¿Qué?	Información clave sobre los sistemas de la organización.	Un medio para considerar la organización como un todo e identificar oportunidades de sustentabilidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Resultados de la evaluación de sustentabilidad de la organización • Oportunidades seleccionadas para la sustentabilidad • Oportunidades para los planes de acción y el panel de control de la sustentabilidad
¿Por qué?	Prepara para completar la Fase 2, trayendo todos los sistemas del proyecto a la vista.	Identifica áreas específicas en las que la organización puede enfocarse e invertir para aumentar la probabilidad de ser sustentable en el tiempo.	Describe cómo la organización abordará las oportunidades de mejora seleccionadas y proporciona información sobre cómo mejorar la sustentabilidad a lo largo del tiempo.
¿Cómo?	Resumir la información clave de la organización utilizando el plan de acción de sustentabilidad del proyecto.	Elaborar la evaluación de Sustentabilidad.	Crear planes de acción que aborden las oportunidades de sustentabilidad utilizando una plantilla de planificación de acciones de sustentabilidad del proyecto.

Fuente: elaboración propia

7.2 Desafíos

Tal vez la mayor dificultad es que la sustentabilidad todavía resulta novedosa en muchas empresas y hoy estamos en un proceso de definiciones: es complejo poder generar métricas sobre el impacto de la sustentabilidad. Además, estamos en un escenario donde empresas y partes interesadas estamos conociendo las mejores formas de trabajar en conjunto y utilizar esa sinergia para el mejor vivir de las personas en las comunidades en las que operamos. Mantener la mirada abierta a la generación de nuevas propuestas que estén enriquecidas por una fuerte visión de futuro y un claro conocimiento de hacia dónde queremos apuntar como empresa y qué valor agregado podemos aportar con lo que hacemos.

7.3 Beneficios

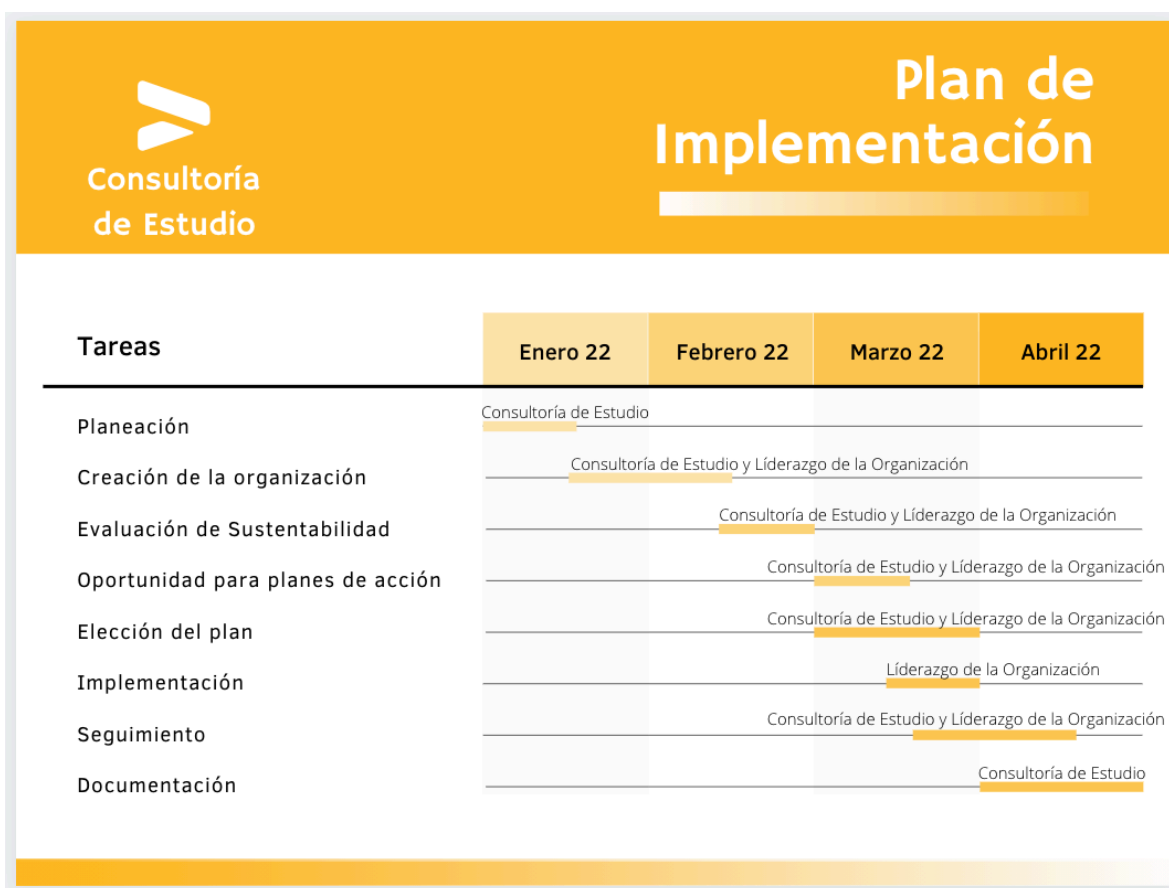
El mayor beneficio es el impacto positivo en las comunidades en las que operamos y poder ser parte del mejor vivir de las personas, es decir poder lograr cambios en la calidad de vida de las comunidades.

7.4 Sumar prácticas sustentables

Es importante contar con el apoyo y el involucramiento de toda la compañía en el compromiso por la sustentabilidad, de otra manera es muy difícil que estas acciones sean sustentables y tengan un impacto real a largo plazo. La estrategia debe tener que ver con las áreas de interés de la empresa, involucrar a todos los miembros de la organización y contar con objetivos claros que contribuyan al mejor vivir de las comunidades. Pensar en el trabajo colectivo para poder hacer un cambio transformacional, haciendo sinergia con gobiernos, organizaciones no gubernamentales, empresas y consumidores.

7.5 Gantt del Plan de implementación

Ilustración 13. Gantt del Plan de Implementación



Fuente: elaboración propia

8. Limitaciones y Consideraciones

Luego de haber realizado el desarrollo de la investigación se obtuvo información y conocimiento de relevancia científica con respecto a la variable de estudio: modelo de sustentabilidad en las PyMES de la Consultoría de Estudio. Los resultados obtenidos en función de los objetivos específicos, y con soporte en las técnicas de investigación con sus instrumentos se determinó que utilizando

adecuadamente los recursos económicos con que cuenta la PyME esta genera rentabilidad y solidez financiera permitiéndole enfrentar escenarios económicos cambiantes, es importante implementar líneas de políticas organizacionales orientadas a la educación, al respeto a la cultura, así como, reconocer los derechos de los trabajadores, las condiciones político legales tienen incidencia directa en el emprendimiento, debido a que las normativas legales impuestas por el gobierno no son las más idóneas para lograr una PyME sustentable. Se determinó que no se cuenta con un parque tecnológico adecuado a las iniciativas de negocio, lo que perjudica las actividades productivas de las mismas, es importante contar con programas de protección ambiental para impedir la contaminación y hacer que el desarrollo de PyME sea amigable con el medio ambiente y no ocasionar daños ecológicos. Así mismo se consideran los factores de competitividad, donde se determinó que el buen uso de los recursos lleva al logro de los objetivos de PyMES sustentables, haciéndolas competitivas, es imprescindible contar con condiciones agradables para el desarrollo operativo de las mismas, debido que si los empleados se sienten satisfechos, en un ambiente laboral agradable su desempeño es eficiente y eficaz, sintiéndose motivados e identificados con el logro de los objetivos de las PyMES sustentables. Es prioritaria la implementación de estrategias que coadyuven a optimizar costos y el uso eficiente de los recursos materiales en busca de la mejor forma para rendir el capital de las PyMES sin afectar la producción. El conjunto de condiciones del entorno marcan el desempeño de las iniciativas de negocio, siendo estas las que brindan el ambiente para el desarrollo empresarial, las cuales son consideradas como el conjunto de elementos y factores que inciden sobre el proceso contribuyendo u obstaculizando el nacimiento y desarrollo de emprendedores así como de empresas tanto en términos cuantitativos como cualitativos, es importante destacar que debe existir sinergia y articulación entre el estado, instituciones educativas y las empresas públicas y privadas.

9. Conclusiones

Usualmente la economía se ha centrado en los análisis relacionados con la oferta así como la demanda, los precios, el desempleo y la inflación dejando de lado el estudio de la sustentabilidad en la PyMES como ventaja competitiva para subsistir y permanecer, como un importante factor de producción para concentrarse en el análisis de la tierra, el trabajo y el capital. De tal manera, el modelo conceptual que se presenta implica el desafío de reconceptualizar el fenómeno de lo que representa la sustentabilidad en las PyMES y se incorpore como una ventaja sustentable y competitiva, no en una simple estructura empresarial, sino en organizaciones vivas que integran ser humano-naturaleza en lo ambiental para el desarrollo regional, reconociendo su complejidad, en un mundo en evolución que supera el arraigado pensamiento de solo generar utilidades. En tal sentido, el estudio fue desarrollado en las pequeñas y medianas empresas de la Consultoría de Estudio en virtud de que el desarrollo de las PyMES, es de beneficio mediano por causa de los múltiples factores que intervienen, la falta de apoyo que brindan a las iniciativas de negocio, hace que se refleje un bajo desarrollo económico en estas. Es por esto que fue pertinente analizar el desenvolvimiento de dichas PyMES, su desarrollo económico, y su comportamiento en el ámbito local, todo esto debido a la presencia de escenarios inciertos por las variantes de economía y desempleo latente, por ello fue necesario el estudio de la concepción de PyMES sustentables, su metodología, los factores que influyen en el desarrollo sustentable.

Es por ello que la naturaleza de la variable o procesos analizados se requirieron obtener datos de información que se encuentra en el día a día del desempeño laboral de los gerentes de las pequeñas y medianas empresas de la Consultoría de Estudio, conformada por una muestra de 17 gerentes de las empresas más significativas con base en su crecimiento y lucha por permanecer y sobresalir en el mercado, donde se utilizó como técnica de recolección de datos un cuestionario, pues la mismo es apropiado para tomar datos relacionados con las opiniones de la población en relación a la frecuencia de aparición de los fenómenos. Luego de la recolección de los datos se siguió un tratamiento estadístico de tipo descriptivo y cuantitativo, utilizando distribuciones de frecuencias absolutas y relativas para cada pregunta e indicador de frecuencia, que facilitaron su interpretación, a fin de dar cumplimiento al objetivo general planteado en el estudio: proponer el modelo sustentable para las PyMES de la Consultora de Estudio, el cual fue logrado con base en el análisis e

interpretación de los resultados, donde nuestra muestra arrojó que es viable y de valor agregar al portafolio de los servicios de la “Consultoría de Estudio” dicho modelo. Así mismo el modelo da cumplimiento al objetivo específico ya permite mantener su competitividad cuidando el equilibrio entre las dimensiones económicas, ambientales y sociales; donde la dimensión económica enfoca las tareas y actividades de innovación en la eficiencia económica, la producción de beneficios económicos, potenciar ventajas competitivas y mejorar su posición en el mercado, mientras que la dimensión ambiental las enfoca en el uso de los recursos naturales, la emisión de contaminantes y tecnologías amigables con el ambiente. La dimensión social y de cultura organizacional las enfoca en el desempleo, la exclusión social, la pobreza, la diversidad social y enfoca las tareas y actividades de innovación en los valores y principios.

Como aprendizaje del análisis de los resultados, que arrojan un claro sentido y urgencia por implementar un modelo sustentable como ventaja competitiva, es claro que cada organización que decida ser guiado en la adopción del mismo, llevará su propio ritmo de ejecución con base en el nivel de madurez que se encuentre, pero el éxito fundamental del mismo radica en la comunicación e involucramiento de toda la organización, para ello se trabajará y robustecerá con la integración del pilar de “Gente” del portafolio actual de la Consultoría de Estudio ya que este busca asegurar que toda la organización de sus clientes de la consultoría se apropien del propósito y misión de la organización, por ende se debe incrementar la comunicación, colaboración, agilidad, y la capacidad de innovación para lograr tener promotores de la visión de la organización, y esto a su vez serán indicadores de negocio que permitan agilizar la toma de decisiones estratégicas.

Anexos

Anexo 1. Instrumento de recolección de la información.

Instrucciones:

A continuación se presenta el instrumento con una serie de reactivos, por favor, lea cuidadosamente cada una de las afirmaciones.

Marque con una "X" en el lugar que corresponda según su elección: Nunca (N = 1) Casi Nunca (CN = 2) Algunas Veces (AV = 3) Casi Siempre (CS = 4) Siempre (S = 5)

Se le agradece responder con veracidad, ya que de ello depende el éxito de esta investigación, por lo tanto, los reactivos deben ser respondidos en su totalidad de forma precisa, pues lo que aquí se indique es sólo para fines académicos, por lo cual se garantiza la confiabilidad de los datos que usted suministre.

Recuerde que su identificación personal no es necesaria ya que los datos serán procesados confidencialmente. Cualquier duda en las preguntas acérquese de favor al encuestador(a).

Lea todos y cada uno de las preguntas que se le presentan, seleccionando solo una de las alternativas de respuesta para cada uno de los reactivos.

¡Gracias por su colaboración!

	Siempre	Casi Nunca	Algunas Veces	Casi Nunca	Nunca
1 La empresa genera rentabilidad económica.					
2 La situación económica de la empresa es óptima.					
3 La posición económica de la empresa es sólida.					
4 La empresa cuenta con una línea de políticas organizacional orientada a la educación de sus empleados					
5 Es importante el respeto por la cultura de sus empleados.					
6 Reconoce los derechos de sus empleados.					

Bibliografía

- Delgado Ramos, Gian Carlo. Sin energía: cambio de paradigma, retos y resistencias. México: Plaza y Valdés, 2009. (LIBRUNAM: HD9502.A2 D454)
- Leff, Enrique. Ecología y Capital racionalidad ambiental, democracia participativa y desarrollo sustentable. México: Siglo XXI Editores, 2007. (LIBRUNAM: GF50 L44 2007)
- Arthur, W.B.: "Competing technologies, increasing returns and lock-in by historical events". The Economics Journal, Vol. 99, Pp. 116-131, 1989.
- Berkhout, F.: "Technological regimes, path dependency and the environment". Global Environmental Change, 2002, Vol. 12, No.1, Pp. 1-4.
- Dobson A.: Justice and the Environment. London, Routledge, 1998.
- <http://www.ruii.ipn.mx/index.php/RUII/article/view/67771>
- <https://www.annualreviews.org/doi/abs/10.1146/annurev.energy.29.102403.140729>
- <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0094582X07300590>
- <https://sci-hub.se/10.2307/27648024>
- Alizo, M; Graterol, Á; Chávez, B. (2010.) Gestión económica vinculada con la innovación y adquisición de tecnológica en los emprendimientos emergentes de negocio tipo PYME. Revista Venezolana de Gerencia, Maracaibo, vol. 15, n. 51, set .2010.
- Chirinos Y. (2014). "Emprendimiento Sostenible como política de Estado". En: Libro electrónico Tendencias y Perspectivas de Políticas Públicas en Ciencia Tecnología e Innovación, Vol. I Núm.1, Julio –Diciembre pp. 305 – 324.
- Druker, P. (2002). The discipline of innovation the innovative Enterprise Harvard Business Review.
- Estévez, R. (2014, setiembre 11). ¿Sabes qué son las Empresas B? Recuperado de <https://www.eointeligencia.com/2014/09/empresas-b/>
- 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
- Estrella Suárez, M. V., González Vázquez, A. (2017). Desarrollo sustentable: un nuevo mañana. Grupo Editorial Patria.
- 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/
- Albuquerque, F. (1998). Globalización, competitividad y desarrollo económico local. En J. E. Medina, Competitividad y desarrollo social: Retos y perspectivas (págs. 83-103). Santiago de Cali: Universidad del Valle.
- Freeman, R. E. (1984). Strategic management: a stakeholder approach. Boston: Pitman.
- Porter, M. E. (1990). The competitive advantage of nations. London: McMillan.
- Wilson, M. (2003). Corporate sustainability: What is it and where does it come from? Ivey Business Journal , Marzo, 1-6.
- De Gortari, R. y Santos, M., (Coord.). (2010), Aprendizaje e Innovación en las Microempresas Rurales, Instituto de Investigaciones Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, Universidad Veracruzana, México
- Pérez, M. (comp). (2010). Empresa y familia en México. Una visión desde la antropología., Editorial Universidad Iberoamericana, México, D.F.
- Giddens, A., (2010), La Política del Cambio Climático, Alianza Editorial, Madrid, España.

- Gault. F. y Zhang. G. (2012), El papel que desempeña la innovación en el área de desarrollo, en Kraemer, E. y Wamae, W. (Eds.). (2012). La innovación y la agenda de desarrollo Estrategia de innovación de la OCDE, Editorial OCDE, FORO CONSULTIVO CIENTÍFICO Y TECNOLÓGICO, AC. CENTRO DE INVESTIGACIÓN DE DESARROLLO INTERNACIONAL., MÉXICO, D.F.
- Dini, M., Rovira, S. y Stumpo, G. (Comp.). (2014). Una promesa y un suspirar Políticas de innovación para pymes en América Latina. Naciones Unidas, Santiago de Chile: CEPAL, COOPERACIÓN ALEMANA, Naciones Unidas.