

REVISTA DE ADENAG

ISSN 1853-7367

Ejemplar N° 8 – 2018

**EL MODELO PENTADIMENSIONAL DE SOSTENIBILIDAD APLICADO A LAS EMPRESAS DEL
DEPARTAMENTO SAN JUSTO DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA, ARGENTINA
THE PENTADIMENSIONAL SUSTAINABILITY MODEL APPLIED TO THE COMPANIES OF THE
SAN JUSTO DEPARTMENT OF THE PROVINCE OF CÓRDOBA, ARGENTINA**

Nicolás S. Beltramino nbeltramino@unvm.edu.ar

María Cecilia Conci ceciliaconci1@gmail.com

Juan Marcelo Ingaramo iscecontabilidad@hotmail.com

Natalia A. Beltramino

Universidad Nacional de Villa María

Artículo científico

Introducción

La cumbre de Rio+20, de las Naciones Unidas en Brasil 2012, invitó a los gobiernos a formular un conjunto de objetivos de desarrollo sustentable (SDGs) que están integrados dentro de los Objetivos de desarrollo del Milenio (MDGs) que expiraban en el 2015. Esta decisión pone en primer plano en la agenda al desarrollo sustentable una vez más. En las últimas dos décadas o más, la preocupación por el equilibrio entre el crecimiento económico, desarrollo social y la protección del ambiente global ha desplazado al discurso de desarrollo en dirección al de desarrollo sustentable (Redclift, 2005). Las normativas entienden al desarrollo sustentable como aquel que defiende la equidad y la sensibilidad ambiental, cuando aprobaron la agenda que conduce las intervenciones socioeconómicas y generales de desarrollo para los próximos 15 años. (Foladori & Tommasino, 2000)

Cada vez son más las empresas en el mundo consientes de los beneficios económicos que les significa trabajar de manera sostenible (Núñez Reyes, 2006). Así ya sus planes de negocios contemplan elementos, como medio ambiente, la salud de los trabajadores o los intereses de la comunidad, dándole un valor adicional a su negocio (Núñez Reyes, 2006). Si bien la maximización de sus utilidades es importante para la continuidad y permanencia del negocio en el tiempo, también es cierto que ésta se asocia a la salud, la seguridad, la equidad y la protección del medio ambiente, bajo un esquema de “triple bottom line” donde lo ambiental y lo social sea igual de importante que lo económico-financiero.

La sostenibilidad es la capacidad de los sistemas biológicos para permanecer en el transcurso del tiempo. Sin embargo, desde la perspectiva de la prosperidad humana, la sostenibilidad consiste en satisfacer las necesidades de la actual generación sin sacrificar la capacidad de futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades. De ahí la importancia de ser transparentes y claros en la comunicación de las acciones que emprenden las organizaciones para cumplir con este propósito (Foladori & Tommasino, 2000).

El tema de sostenibilidad de las empresas, es clave ya que existe un claro nexo entre la pobreza, la fragmentación social, el nulo dinamismo en la creación de empresas y el anémico crecimiento de las Mipyme. Tenemos hoy en nuestro país aproximadamente 1,5 millones de desocupados y 6,2 millones de trabajadores informales. Además, por lo menos otro millón de trabajadores desahuciados abandonaron la búsqueda laboral, y alrededor de 900 mil jóvenes que ni estudian ni trabajan. En síntesis, nos encontramos ante una situación social estructuralmente

inestable que urge ser abordada con decisión política y pericia técnica, dando una batalla cultural a favor del desarrollo sostenible (Donato, 2016).

La situación de la sostenibilidad de las Mipymes en Argentina, no es tarea fácil, ya que se desarrolla en un contexto de enormes cambios en el escenario nacional e internacional, dónde se nota un gran desplazamiento de la producción de riqueza hacia la región de Oriente. Lo que constituye el mayor desafío de estos tiempos y que deben enfrentar las Mipymes de los diferentes sectores productivos y lo que genera una alta tasa de mortalidad en este tipo de empresas (Donato, 2016). De acuerdo con estadísticas obtenidas del Observatorio de Mipymes, en su informe 2015-2016, el 96.9% de las empresas son micro, pequeñas y medianas, mientras que sólo 0.58% son grandes. (Donato 2016). En el caso particular de la Provincia de Córdoba según registros de secretaria de Industria de la Provincia de Córdoba (Amato 2015), las empresas son micro, pequeñas y medianas son el 91.3%, de mientras que el 3.64% son grandes. Por ello, deben desarrollarse herramientas que favorezcan la permanencia y desarrollo de estas entidades. Con este objetivo surge el modelo de sustentabilidad empresarial penta-dimensional. Este modelo se aplicó en el Departamento San Justo, de la provincia de Córdoba, ubicada en el corazón de la región productiva del centro del país y que presentan interesantes indicadores de desarrollo económico. Sin embargo, al igual que el resto del país, se enfrenta a retos sociales y ambientales (inseguridad, pobreza, contaminación, corrupción).

En este capítulo se presenta un diagnóstico de una muestra de empresas del Departamento San Justo, así como un análisis sobre los aspectos que hay que fortalecer para alcanzar el desarrollo sustentable de las organizaciones de la Región.

Situación de la Mipyme en el Departamento San Justo de la Provincia de Córdoba

Actualmente en Argentina, las Mipymes representan el 96.9% del total de empresas existentes. Representando en cantidades más de 80.000, de las cuales 25% son manufactureras, 32% comerciales y el 43% restante desarrollan actividades de servicios. El total de Mipymes, genera el 44% del Producto Interno Bruto, con un bajo nivel de productividad de acuerdo con las de países desarrollados en el que este porcentaje supera el 50%. Generan el 51% de los puestos de trabajo, en comparación con los países desarrollados que generan el 57%.

La importancia de las Mipymes demuestra ser creciente a medida que aumenta el nivel de desarrollo de la economía, como lo demuestran las estadísticas internacionales, ya que adquieren una importancia mayor en el agregado de valor. Los países de bajos ingresos presentan una

estructura económica dual o polarizada, donde solo existen las microempresas y las grandes empresas, mientras que en los países más desarrollados la mayoría del empleo es generado por “la clase media empresarial”, conformando una estructura ocupacional más equilibrada y con menor cantidad de participación de las microempresas.

La distribución territorial de las Mipymes argentinas muestra un fuerte correlato con la potencialidad del territorio, encontrándose localizadas en las zonas de mayor desarrollo económico y además con una alta tasa de concentración de la actividad de las Mipyme en su propia micro-región. El 59% tiene localizado a su principal proveedor a menos de 80 km; y el 67% su principal cliente a menos de 80km de distancia. Dependiendo casi completamente del nivel de actividad de la economía regional, ya que realizan una gran parte de su actividad comercial en la región, además de pagar sueldos y salarios localmente, contribuyendo fuertemente al desarrollo regional.

Uno de los problemas más graves que enfrentan es la dificultad de acceso a las fuentes de financiamiento, impactando de manera directa sobre sus posibilidades de crecimiento sostenible. Entre 2010 y 2014, los créditos otorgados por bancos a las Mipymes fueron del 13% del PBI. En tanto en Brasil fue 62% y en Chile 73%. Lo cual evidencia las diferentes posibilidades que poseen para realizar inversiones, dificultando la creación de puestos de trabajo, reactivación de la economía y de la producción nacional.

Las Mipymes industriales argentinas presentan un fuerte grado de integración hacia atrás, con otras empresas proveedoras. En promedio más de la mitad de las compras de insumos y bienes intermedios de producción (55%) son realizadas a proveedores que también son empresas industriales, mientras que la tercera parte de estas compras es adquirida a través de comercios mayoristas. Un porcentaje mucho menor corresponde a empresas de servicios (8% de las compras) o agropecuarias (6%). En la cadena de valor hacia los clientes se presenta una mayor diversificación en las ventas en relación con las compras, aunque también con relevancia de otras firmas industriales manufactureras entre los clientes (las cuales concentran en promedio el 28% de las ventas totales), pero también de comercios mayoristas, a través de los que se canaliza otro 27% del total de las ventas. Un 16% de lo facturado se distribuye a partir de comercios minoristas, y un 13% se dirige directamente al público o consumidor final.

En el caso particular de la provincia de Córdoba, de acuerdo con estudios previos realizados en la Universidad Nacional de Villa María, se observa que el más del 80% pertenecen al sector Comercio y Servicio, desarrollando actividad industrial poco más de un 15 % y el resto repartido

entre la actividad primaria. Son mayormente empresas maduras, ya que su antigüedad promedio de más de 20 años, siendo la edad de los gerentes de 49 años en promedio. Lo que es congruente con lo que sucede a nivel de las pymes latinoamericanas, según el informe FAEDPYME 2012. En cuanto a la propiedad de las empresas más de las tres cuartas partes son empresas familiares. Un 60% son sociedades comerciales y el resto no han asumido ningún tipo societario.

De acuerdo con el estudio realizado por la FAEDPYME 2011 y 2012 en los 20 países iberoamericanos el control mayoritario familiar es de alrededor del 70% mientras que las empresas que se constituyen como sociedad abarcan un 80% en tanto que el resto no está constituido bajo una sociedad. Cabe destacar que solamente destinan un escaso 15% del total de sus operaciones a los mercados internacionales, en tanto que las iberoamericanas en conjunto superan el 20%.

El factores considerados de mayor competitividad en la muestra son los relativos a es el relativo a la rivalidad entre competidores existentes, el poder negociador de los clientes y de los proveedores. El factor competitivo menos valorado por las empresas se refiere a la facilidad para crear productos sustitutivos, en total concordancia con los datos obtenidos por FAEDPYME a nivel iberoamericano.

Con respecto a la gestión de las empresas se puede manifestar que más del 60% no realizan planificación formal y las que lo realizan lo hacen a menos de un año de plazo.

Caracterización de la muestra

El cuestionario se administró de manera personal en el domicilio donde se ubican las empresas participantes; posteriormente se vaciaron los cuestionarios en el software Qualtrics para procesar los datos. El muestreo fue por conveniencia. La muestra total fue de 119 empresas localizadas en la localidad de San Francisco, (República Argentina). Se solicitó que la persona de mayor rango contestara el cuestionario, pues se busca que aporte la perspectiva global de la empresa respecto a las dimensiones se miden. Como indica la gráfica 1, el 46 % de los cuestionarios fue contestado por su propietario o socio fundador, el 19% por el director general o el gerente. El 34% de los participantes manifestó tener otro cargo (por ejemplo, jefe de recursos humanos, encargado de planta o una sucursal, etc.).

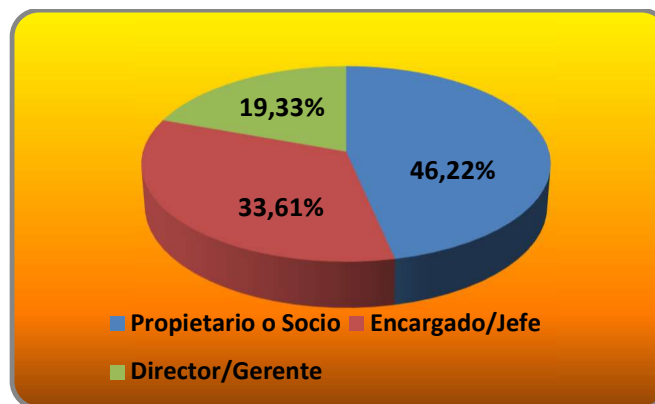


Gráfico 1. Persona de la empresa que respondió el cuestionario. Fuente: Elaboración Propia

En lo referente al giro de las empresas, un 70% manifestó pertenecer al sector comercio, el 14% al sector de servicios y el 16 % restantes desarrollan actividad industrial.

La naturaleza de la muestra permite analizar a todos los sectores involucrados en la economía y, por lo tanto, un diagnóstico más adecuado de lo que sucede en todo el sector productivo de la Región bajo estudio.

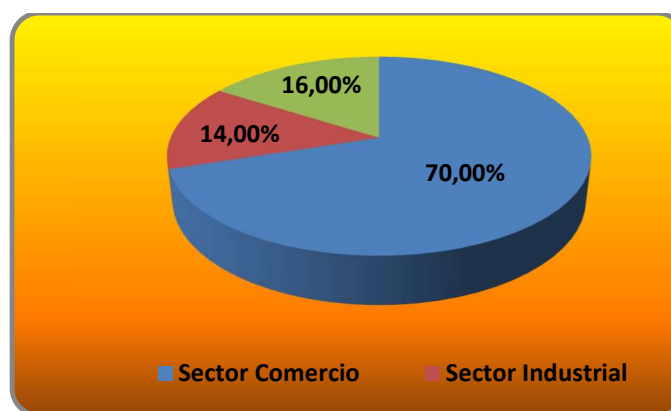


Gráfico 2. Giro de las empresas de la muestra. Fuente: Elaboración Propia

Finalmente, el número de trabajadores de las empresas de la muestra puede contribuir a dimensionar el tamaño de las mismas (ver gráfica 3). Esto ayuda a comprobar que la gran mayoría pertenece a los sectores micro, pequeño y mediano. El 62% de la muestra tiene entre 1 y 10 empleados, el 20% entre 11 y 50, y 4% entre 51 y 100 empleados. Por su parte, el 9% de las empresas participante tienen más de 100 empleados.

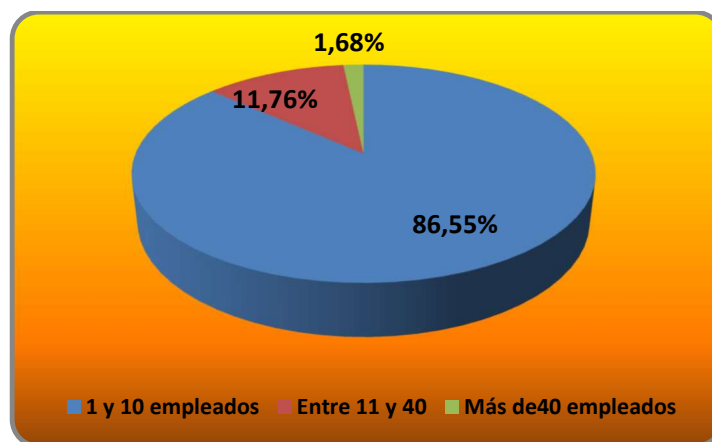


Gráfico 3. Número de empleados en las empresas de la muestra. Fuente: Elaboración Propia

Análisis de resultados

La gráfica 4 muestra los resultados agregados del modelo pentadimensional. Las cinco dimensiones tuvieron promedios similares, habiendo una diferencia máxima de nueve centésimas. La dimensión de Impactos tuvo el promedio más alto, la mayoría de las empresas participantes identifican los posibles daños y beneficios que sus operaciones generan en los diferentes grupos de interés. Cabe mencionar que esta dimensión obtuvo la desviación estándar más alta (0.110), lo que sugiere una elevada variabilidad del indicador (con respecto a los otros indicadores del modelo) entre las empresas que contestaron el cuestionario, y por lo tanto diferente grado de madurez en la evolución natural de este indicador.

Gestión global fue la segunda dimensión con mayor promedio, los consultados manifiestan contar con una misión, visión, valores, organigrama, procedimientos, aunque el seguimiento como su revisión sea ocasional. La tercera dimensión fue la de competitividad, que entre otras variables mide el uso eficiente de los recursos y si estos son suficientes para desarrollar la estrategia de la empresa. La desviación estándar de esta dimensión es 0.0907; en general sobre este rango se ubican las cinco dimensiones de la muestra. Esto sugiere que existe escasa diversidad entre las empresas, lo que se corrobora en las gráficas 2 y 3. Están que las empresas analizadas en su mayoría son micro negocios y llevan adelante un giro comercial, por lo cual resulta lógico que existan escasas diferencias en la madurez del indicador en cada organización. La cuarta dimensión de acuerdo con los resultados es relaciones con los grupos de interés. Las organizaciones participantes manifiestan en general tener diferentes grados de relación con sus grupos de interés, siendo los accionistas y los empleados los grupos que, en promedio, mejor conocen y atienden. Finalmente, la dimensión que obtuvo el promedio más bajo es transparencia; la

rendición de cuentas en tiempo y forma es un área de oportunidad importante para las empresas participantes el departamento San Justo, localizado al este de la provincia de Córdoba, Argentina. A continuación, se detallan los resultados por dimensión.

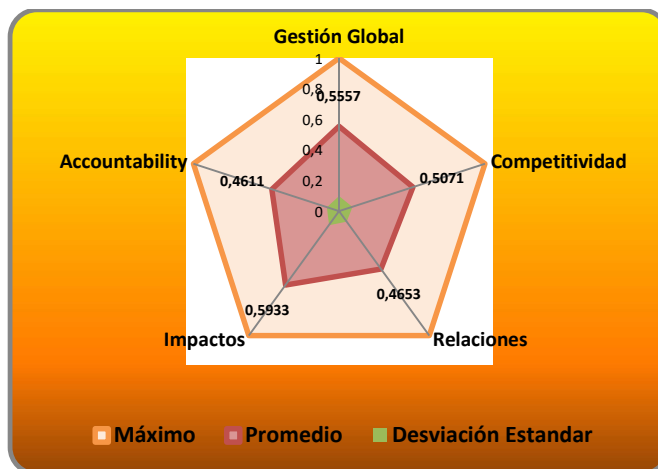


Gráfico 4. Promedio y desviación estándar de la muestra de empresas por dimensiones. Fuente: Elaboración Propia

Gestión global: La dimensión de gestión global se relaciona con el conocimiento del modelo de negocios de la empresa y su sustento en una ética de tercera generación. Dentro de los aspectos específicos que tuvieron una mejor puntuación por parte de las empresas de la muestra se destaca el operar actual de la empresa ayuda a que se cumplan las metas y objetivos establecidos, que el comportamiento general de la empresa está alineado con la misión, visión, valores y código de ética y al conocimiento de las diferentes preocupaciones que tienen y presentan sus colaboradores. También obtuvo un porcentaje alto el cumplimiento casi total de los acuerdos a los que se llegan en las juntas de dirección. Todos ellos con puntajes promedio por encima del 70%, en tanto que el contar con misión, visión explícitas, definición de valores, código de ética, el contar con un organigrama, y la asignación clara de las responsabilidades para todos los empleados y procedimientos administrativos o el contar con una estrategia para lograr una buena reputación en su entorno, la existencia de algún puesto que promueva y monitoree el accionar ético de la empresa, así como la organización de juntas periódicas para revisar los resultados de la empresa y en donde se realicen acuerdos que definan el rumbo de la organización. Obtuvieron puntajes de alrededor del 50%. Por su parte, los aspectos que tuvieron menor porcentaje son la revisión periódica de la misión, visión, y valores, así como la participación

de los distintos niveles de la empresa en su redacción, el contar con indicadores de desempeño de la empresa. Con promedios en torno al 20%.

Competitividad: La dimensión de competitividad sustentable incluye la generación de conocimiento dentro de la empresa, la eficiencia operativa y productiva, así como el desarrollo de capital humano, eco-eficiencia y la rentabilidad. Los aspectos puntuales de la muestra que obtuvieron un promedio más alto fueron los relacionados con el aprovechamiento responsable y eficiente de los recursos, el poseer los recursos financieros, materiales y humanos suficientes para desarrollar la estrategia de la empresa, y el conocer las competencias que deberán desarrollar sus colaboradores para mejorar su productividad, así como su buen conocimiento sobre la situación del sector industrial en el que desarrolla el giro comercial la empresa. Con puntajes en torno al 80%. Por su parte, un buen porcentaje de los participantes manifestaron no tener conocimiento acabado de cuáles son los recursos financieros, materiales y humanos que necesita para tener el desempeño deseado de su empresa, así como contar con un sistema de mejora continua en aspectos de calidad y productividad, o no tener identificadas las competencias necesarias para cada uno de los puestos. Otro aspecto que obtuvo un puntaje medio al igual que los anteriores, fue el contar con un presupuesto destinado a la investigación y desarrollo de los procesos y tecnologías de la empresa.

Relaciones: Las relaciones con los distintos grupos de interés buscan desarrollar los mecanismos para manejar e integrar los intereses de los accionistas, empleados, consumidores, proveedores y otros grupos que se pudieran ver afectados por la operación de la empresa. Lo anterior buscando lograr la permanencia de la empresa en el tiempo. La muestra obtuvo promedios altos en torno al 80%, en las categorías relacionadas con tomar en cuenta las inquietudes, sugerencias e ideas de sus empleados para el mejor funcionamiento, así como dar respuesta a las necesidades, inquietudes y sugerencias de sus empleados, el conocer e identificar a quiénes impacta y/o les interesa la labor que realiza la empresa y la preocupación por conocer las necesidades de mejorar las condiciones de trabajo y remuneraciones de los empleados más allá de las exigencias legales. Luego se ubica con un puntaje inferior. Por su parte, las variables que obtuvieron un promedio bajo fueron: el contar con un programa de capacitación y plan de vida para sus empleados, contar con un procedimiento para conocer el nivel de satisfacción de sus accionistas, realizar evaluaciones de clima organizacional, evaluaciones de desempeño de los directivos y de los empleados, el llevar adelante programas de capacitación de colaboradores

sobre cómo mejorar la atención a sus clientes y participar en alguna labor de beneficio con los vecinos u organizaciones de la región donde se encuentra localizada la empresa.

Impactos: Esta dimensión busca maximizar los impactos positivos y minimizar los negativos tanto al interior como al exterior de la empresa, en los ámbitos social, económico y ambiental; y con esto dar respuesta a los diferentes requerimientos de sus grupos de interés.

En este sentido, la muestra recolectada en el departamento San Justo, tiene promedios altos en variables como: tener prácticas laborales que procuran y favorecen un equilibrio entre trabajo y familia de sus empleados, poseer un rango de salarios correspondiente a los del sector o industria al que pertenece la empresa y poseer un alto porcentaje de satisfacción de la rentabilidad del negocio por parte de sus propietarios. Las variables que tuvieron un promedio bajo, y que representan un área de oportunidad para la mayoría de las empresas participantes en el estudio son: contar con un plan enfocado al uso de combustibles o energías menos contaminantes, el conocer la tasa de rotación del personal, el realizar evaluaciones del desempeño de manera transparente tanto de directores como de empleados y establecer compromisos explícitos a favor del medio ambiente, así como poseer metas formales en este sentido.

Transparencia: La dimensión de transparencia busca dar a conocer las buenas prácticas que desarrollan las empresas, además de medir el impacto que éstas generan en el contexto en el que se encuentran. La rendición de cuentas es fundamental para aumentar la reputación y legitimidad de la organización ante todos sus grupos de interés. Los factores que las empresas de la muestra destacan positivamente son: el cumplir a tiempo con sus obligaciones fiscales y legales, describir claramente en las etiquetas de sus productos los riesgos para la salud o seguridad y contar con prestaciones de ley conforme al sueldo real percibido por parte del trabajador. No obstante, los factores que presentaron promedio bajos son: incluir en el informe anual las acciones y contribuciones de la organización en los aspectos económico, social y ambiental, realizar informes periódicos o anuales a los accionistas sobre el desempeño de la empresa y utilizar o comprar productos o servicios "pirata" (software, marcos, derechos de propiedad...). Por último, se ubicaron con puntuaciones en torno al 50%, la existencia de auditorías externas, fiscales, ISO o de otro tipo, contar con evidencia de las declaraciones periódicas realizadas ante las diferentes instancias de gobierno, contar con mecanismos para tener acceso a la información de la empresa de forma rápida y eficaz y conocer cuáles son las distintas alternativas para reportar aspectos sociales y ambientales relacionados con la operación de su negocio.

Reflexiones sobre la sustentabilidad de la PYME en la región

En lo que respecta a la dimensión de gestión global, el establecimiento de los elementos base para una adecuada gestión global existe, pues la mayoría de las empresas manifiestan que el operar actual de la empresa ayuda a que se cumplan las metas y objetivos establecidos, que el comportamiento general de la empresa está alineado con la misión, visión, valores y código de ética así como el conocimiento de las diferentes preocupaciones que tienen y presentan sus colaboradores, sin embargo, las empresas participantes manifiestan no darle seguimiento a la revisión de la misión, Visión y valores así como la participación de los distintos niveles de la empresa en su redacción, ni tampoco el contar con indicadores de desempeño de la empresa. En este último punto existe una importante área de oportunidad para las empresas de la entidad.

Competitividad: Las empresas de la muestra manifestaron poseer un aprovechamiento responsable y eficiente de los recursos, el contar con los recursos financieros, materiales y humanos suficientes para desarrollar la estrategia de la empresa, así como conocer las competencias que deberán desarrollar sus colaboradores para mejorar su productividad, y tener un buen conocimiento sobre la situación del sector industrial en el que desarrolla el giro comercial la empresa, sin embargo, no tienen un conocimiento acabado de cuáles son los recursos financieros, materiales y humanos que necesitan para tener el desempeño deseado, así como tampoco cuentan con un sistema de mejora continua en aspectos de calidad y productividad, ni tienen identificadas las competencias necesarias para cada uno de los puestos, ni cuentan con un presupuesto destinado a la investigación y desarrollo de los procesos y tecnologías de la empresa. Es por ello necesario buscar mecanismos para que las empresas realicen desarrollo de tecnologías, y logren respaldar e impulsar las nuevas ideas que surgen en la empresa. Esto permitiría modificar su modelo de negocios e incrementar capacidad de competir y adaptarse al cambio, además de potenciar la creación de productos y servicios innovadores.

Relaciones. Aunque la mayoría de las empresas que participaron en la muestra manifiestan tener identificados a sus principales grupos de interés, así como tomar en cuenta las inquietudes, sugerencias e ideas de sus empleados para el mejor funcionamiento, así como dar respuesta a las necesidades, inquietudes y sugerencias de sus empleados, y la preocupación por conocer las necesidades de mejorar las condiciones de trabajo y remuneraciones de los empleados más allá de las exigencias legales. Considerando casi con igual nivel de importancia el promover una cadena de suministro local. Sin un punto que marca una oportunidad de mejora para las empresa analizadas, el llevar adelante el desarrollo de mecanismos puntuales de comunicación con cada uno de los

grupos para integrar sus intereses en las estrategias generales de la empresa, y de esa manera ganar legitimidad al mismo tiempo que crear valor compartido. Esto motivado por el cada vez más necesario dialogo abierto con los grupos de interés, las redes sociales las que pueden causar que ciertas conductas negativas se puedan dar a conocer rápidamente y poner en riesgo la reputación de la marca.

Impactos: En la parte de impactos, en los aspectos positivos de la muestra se destaca el tener prácticas laborales que procuren y favorezcan un equilibrio entre trabajo y familia de sus empleados, así como poseer un rango de salarios competitivo frente a los del sector o al que pertenece la empresa y poseer un alto porcentaje de satisfacción de la rentabilidad del negocio por parte de sus propietarios, sin embargo, un par de aspectos fundamentales obtuvieron promedios bajos. En primer lugar, el contar con un plan enfocado al uso de combustibles o energías menos contaminantes, el conocer la tasa de rotación del personal, el realizar evaluaciones del desempeño de manera transparente tanto de directores como de empleados y establecer compromisos explícitos a favor del medio ambiente así como poseer metas formales en este sentido. El segundo tema involucra la falta de conocimiento de los impactos ambientales de los bienes que la empresa produce o comercializa. Sin un análisis de esta información, el riesgo que asume la organización es alto. Nuevas regulaciones, accidentes, y conflictos que tenga el consumidor con el producto pueden poner en entredicho la viabilidad de del negocio. Un análisis oportuno permitiría establecer planes de contingencia y quizá la búsqueda de nuevos atributos en los productos que ayuden a minimizar su impacto negativo. Un tercer aspecto destacable es que solamente menos de la mitad de la muestra, considera que la falta de planes para el cambio generacional en la empresa, sea relevante para la sustentabilidad de la empresa ya que el tema de sucesión en la Mipyme generalmente ocasiona impactos negativos y muchas veces pone en riesgo la continuidad de la organización. Es necesario promover más a fondo la importancia de abordar este tema con premura para que exista una sucesión planeada y organizada.

Transparencia: en esta dimensión, las empresas participantes manifiestan cumplir con sus obligaciones fiscales y legales, así también el describir claramente en las etiquetas de sus productos los riesgos para la salud o seguridad y contar con prestaciones de ley conforme al sueldo real percibido por parte del trabajador. Esto es fundamental para lograr un ambiente de legalidad. Algunas empresas deciden operar en la ilegalidad o abrirse paso por medio de sobornos, sin embargo, la mayoría de las empresas de la muestra parecen haber interiorizado que esta forma de operar pone en riesgo la sustentabilidad de la organización. No obstante, aún se pueden

fortalecer más los mecanismos de transparencia; por ejemplo, permitiendo a entidades externas hacer auditorías periódicas para transmitir confianza a los diferentes grupos de interés, y encontrar problemáticas con anticipación suficiente para que no impacte negativamente a la empresa. Además, es importante elaborar reportes que incluyan los aspectos social, ambiental, y económico, y que las organizaciones analicen sus operaciones e impactos en función a estos tres aspectos, y no solo la parte económica.

El departamento San Justo, es una de las regiones con mayor desarrollo económico y social del país, con una cantidad grande de empresas que buscan incorporar las mejores prácticas corporativas para competir y perdurar. El análisis que arroja el modelo pentadimensional indica que las empresas de la muestra ya se encuentran en una etapa intermedia hacia la sustentabilidad, y las conclusiones que aquí se plantean pueden sugerir los aspectos en los que necesitan enfocarse para dar pasos hacia adelante respecto este tema.

Referencias

Amato, C. N., & Buraschi, M. (2016). Orientación de los empresarios de Córdoba-Argentina hacia la sustentabilidad y la Responsabilidad Social Empresaria: Identificación de variables asociadas a. *Contaduría Y*. Retrieved from http://www.redalyc.org/jatsRepo/395/39543184006/39543184006_visor_jats.pdf

Dequino, D. C. F. et. al. (n.d.). Habla el Interior 2016. *Instituto de Investigaciones Económicas de Córdoba*. Córdoba: Bolsa de Comercio de Córdoba. Retrieved from http://www.bolsacba.com.ar/img0/balances_arg/BEA_2016.pdf

Donato, V. N. (2016). *Informe 2015/2016 Evolución reciente, situación actual y desafíos para 2017. Tema especial: Indicadores de producción*. Retrieved from http://www.observatoriopyme.org.ar/newsite/wp-content/uploads/2016/10/Informe-FOP-2015-16_Baja.pdf

Foladori, G., & Tommasino, H. (2000). El concepto de desarrollo sustentable treinta años después 1. *Desenvolvimento e Meio Ambiente*, 1(1), 41–56. Retrieved from <file:///C:/Users/broni/Downloads/3056-6153-1-PB.pdf>

Kumi, E., Arhin, A., & Yeboah, T. (2014). Can post-2015 sustainable development goals survive neoliberalism? A critical examination of the sustainable development–neoliberalism nexus

in developing. *Environment, Development and*. Retrieved from
<http://link.springer.com/article/10.1007/s10668-013-9492-7>

Núñez, G. (2006). El sector empresarial en la sostenibilidad ambiental: ejes de interacción. *Documento de Proyecto, LC/W*. Retrieved from
http://www.eclac.cl/cooperacion/noticias/noticias/6/26446/G_Nu%C3%B1ez_-_Ejes_de_Interacci%C3%B3n_-_LC.W.WAS.1.pdf