



UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA DE
ENCARNACIÓN



GUÍA PRÁCTICA, PARA LA INCLUSIÓN DE LOS ODS EN LAS MIPYMES

PROYECTO INTERDISCIPLINARIO DEL 4° AÑO DE LA
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN
DE LA UNA E

Créditos Editoriales

Reservados todos los derechos. No se permite la reproducción total o parcial de esta obra, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio (electrónico, mecánico, fotocopia, grabación u otros) sin autorización previa y por escrito de los titulares del copyright. La infracción de dichos derechos puede constituir un delito contra la propiedad intelectual.



EDITORIAL DIVESPER

Kreusser e/ Honorio González e Independencia
Nacional — Encarnación, Paraguay

Teléfono: 595 71 205454

email: editorial@unae.edu.py | www.unae.edu.py



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ENCARNACIÓN

Rectora: Prof. Dra. Nadia Czeraniuk

Padre Kreusser entre Honorio González e Independencia

www.unae.edu.py - 595 71 205454

FICHA TÉCNICA

Nadia Czeraniuk, Directora Editorial

Estelbina Esteche, Compiladora, Coordinadora del Proyecto,
docente de Emprendedurismo.

Ivonne Vargas, Autora, docente de Administración Estratégica.

Carlos Bado, Autor, docente de Política, Estrategia y Negociación.

Liz Ecurra, Autora, docente de Seminario de Investigación.

Freddy Coronel, Autor, docente de Formulación y Evaluación de
Proyectos de Inversión.

Estelbina Esteche, Autora, docente de Metodología de la Investigación.

Alejandra Parisi, Autora, docente de Mercado de Capitales y Dinero.

Hernán Schaefer, Revisor del material y mentor en ODS.

Francisco Cantoni, Gestión de Publicaciones, diseño y diagramación.

© EDITORIAL DIVESPER

30 Páginas

Encarnación, noviembre 2022



ÍNDICE

Presentación del material.	1
Introducción	5
PASOS PARA IMPLEMENTAR LOS ODS EN LAS EMPRESAS	9
1- ENTENDER los ODS: ¿Por qué los ODS son importantes para los negocios?	9
2- PRIORIZAR: Considere algunos ODS y priorice según la visión estratégica de su empresa.	13
3- ESTABLECER OBJETIVOS: Defina sus propios objetivos operativos.	17
4- INTEGRAR. Una vez que defina sus objetivos empresariales, debe integrar a los actores de la sociedad (interno y externo) para cumplirlos.	19
5- INFORMAR: Una vez que defina y trabaje por los ODS, es importante que informe sus acciones. Esto permite generar confianza en todos los demás actores.	23



PRESENTACIÓN DEL MATERIAL

La GUÍA PRÁCTICA PARA LA INCLUSIÓN DE LOS ODS EN LAS MIPYMES es el resultado de un proyecto interdisciplinario de investigación y extensión, coordinado desde la asignatura “Emprendedurismo” bajo la dirección de la Prof. Estelbina Esteche como docente, realizado durante el segundo semestre del 2022 con estudiantes del cuarto curso de la Licenciatura en Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Autónoma de Encarnación (UNAE).

Fueron parte de este proyecto las siguientes asignaturas con sus respectivos docentes:

- Administración Estratégica, Ivonne Vargas
- Política, Estrategia y Negociación, Carlos Bado.
- Seminario de Investigación, Liz Escurra.
- Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Freddy Coronel.
- Metodología de la Investigación, Estelbina Esteche.
- Mercado de Capitales y Dinero, Alejandra Parisi.

Este documento plantea una serie de orientaciones debidamente definidas considerando los pasos establecidos por SDG Compass -Brújula de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)-, desde la perspectiva de la empresa y la manera en que esta puede contribuir a la consecución de los ODS.

Según la Organización de las Naciones Unidas (ONU, s.f), los ODS fueron formulados con el fin de contribuir con el mejoramiento de la calidad de vida de las personas, la protección del planeta y finalizar con la pobreza. Tanto la ONU como Byiers (2017) han mencionado que el sector privado constituye uno de los actores más importantes para lograr el cumplimiento de la Agenda 2030 debido a que es uno de los mayores generadores de empleo.

Esta guía, revisada por el Mag. Hernán Schaefer (Magíster en Creación y Gestión de Empresas Innovadoras y de Base Tecnológica por la Universidad de Barcelona, Investigador Asociado al Centro de Investigación y Documentación de la UNAE, docente del FGIE 20-32 Diplomado en Innovación y Empresa y Mentor en ODS), tiene la finalidad de proporcionar a las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) las instrucciones necesarias para implementar nuevos procesos que impliquen prácticas empresariales responsables y sostenibles que no solo contribuyan con aumentar los beneficios económicos, sino también para minimizar las externalidades producidas por estas generando, a lo largo de este proceso, cadenas de valor para la sociedad civil, el Estado y el sector privado. Así también, servirá de ayuda para mitigar las interrogantes que vayan surgiendo, podrá ser empleado como marco de referencia a la

hora de administrar la organización de manera eficiente y eficaz con la aplicación de nuevas formas de trabajar alineadas a los ODS y un incentivo para la generación de espacios que alineen propósitos y metas a corto, medio y largo plazo en favor de la sustentabilidad empresarial y la innovación, como podría ser la generación de una Red de Emprendedores.

El emprendedor requiere de una lectura previa de cada paso para una inducción al tema y, a partir de ahí, podrá definir su plan de acción conforme a la misión de la empresa, teniendo en cuenta sus valores, objetivos y metas, la forma de contribuir con la sociedad y el medio ambiente, convirtiéndose en una organización con prácticas más sostenibles que benefician a la empresa y a la sociedad.

Estudiantes participantes del 4º Año de la Licenciatura en Administración de la Universidad Autónoma de Encarnación:

Maira Cecilia Acosta Avalos | Yony Ezequiel Banderat Araujo | Gisselle Beatriz Benitez Fensterseifer | Yohana Del Pilar Bogado Vera | Erika Belen Cardozo Britto | Paola Fabiana Cardozo Diaz | Claudia Noemi Coronil Zarza | Joel Rodrigo Davila Bogado | Juan Carlos Delvalle Arevalos | Blanca Asucena Delvalle Avalos | Perez Gonzalez Elias Miguel | Gustavo Daniel Fleitas Benitez | Yessica Fleitas Lopez | Rosana Belen Gomez Gomez | Zunilda Gonzalez Araujo | Juan Federico Hatchondo Casco | Alison Abdely Lamarque Fleck | Nancy Carolina Luchin Rumak | Carolina Graciela Madruga Nuñez | Marlene Maldonado Penayo | Diana Maribel Mareco Jara | Ricardo Ariel Martinez Kawanishi | Hugo Javier Martinez Rolon | Romina Belen Montenegro Maidana | Ana Jazmin Navarro Mora | Gilda Liz Maria Pereira Godoy | María Florencia Prieto Bogado | Dahiana Ramirez Espinoza | Maria Nilda Ramirez Villaverde | Augusto Fabian Ruiz Diaz | Youssef Ali Salah Eddine Ramirez | Lucia Yazmin Santacruz Ortellado | Andrea Diana Tepper Schneider | Jessica Villasboa Martinez | Maria Eliana Zarza Garcette.

Objetivos.

¿Qué puedo hacer al respecto?

<p>1 FIN DE LA POBREZA</p> 	<p>El sector privado puede promover oportunidades económicas para los pobres, centrándose en los segmentos de la economía donde trabaja la mayoría de estas personas, a saber, las microempresas y las pequeñas empresas, y las que operan en la economía informal.</p>
<p>2 HAMBRE CERO</p> 	<p>Se pueden hacer cambios en la vida cotidiana, en el hogar, en el trabajo y en la comunidad apoyando a los agricultores o a los mercados locales y tomando decisiones sostenibles sobre la alimentación, apoyando la buena nutrición para todos y luchando contra el desperdicio de alimentos.</p>
<p>3 SALUD Y BIENESTAR</p> 	<p>Se puede actuar a través de las escuelas, clubes, equipos y organizaciones para promover una mejor salud para todos, especialmente para los más vulnerables, como las mujeres y los niños.</p>
<p>4 EDUCACIÓN DE CALIDAD</p> 	<p>Alentar al sector privado a que invierta recursos en el desarrollo de centros educativos y en la elaboración de herramientas pedagógicas. Instar a las organizaciones no gubernamentales a que trabajen con los jóvenes y otros grupos para promover la importancia de la educación en las comunidades locales.</p>
<p>5 IGUALDAD DE GÉNERO</p> 	<p>Aportar fondos para las campañas educativas que intentan frenar prácticas culturales como la mutilación genital femenina y cambiar las leyes que limitan los derechos de las mujeres y las niñas y que les impiden desarrollar todo su potencial.</p>
<p>6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO</p> 	<p>Las organizaciones de la sociedad civil deben trabajar para exigir que los gobiernos rindan cuentas, invertir en investigación y desarrollo de los recursos hídricos y promover la inclusión de las mujeres, los jóvenes y las comunidades indígenas en la gobernanza de los recursos hídricos.</p>
<p>7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE</p> 	<p>Las empresas pueden mantener y proteger los ecosistemas para poder utilizar y desarrollar fuentes hidroeléctricas de electricidad y bioenergía, y comprometerse a satisfacer el 100% de sus necesidades operacionales de electricidad a partir de fuentes de energía renovable.</p>
<p>8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p> 	<p>Ofrecer a los jóvenes la mejor oportunidad de transición a un empleo decente requiere invertir en educación y formación de la mayor calidad posible, dotar a los jóvenes de las aptitudes que se ajusten a las demandas del mercado de trabajo, darles acceso a la protección social y los servicios básicos independientemente de su tipo de contrato, y garantizar la igualdad de condiciones para que todos los jóvenes aspirantes puedan lograr un empleo productivo sin tener en cuenta su género, su nivel de ingresos o sus antecedentes socio-económicos.</p>
<p>9 INDUSTRIAL, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA</p> 	<p>Establecer normas y reglamentos que garanticen la gestión sostenible de los proyectos e iniciativas empresariales. Colaborar con las organizaciones no gubernamentales y con el sector público en la promoción del crecimiento sostenible en los países en desarrollo.</p>
<p>10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES</p> 	<p>Establecer normas y reglamentos que garanticen la gestión sostenible de los proyectos e iniciativas empresariales. Colaborar con las organizaciones no gubernamentales y con el sector público en la promoción del crecimiento sostenible en los países en desarrollo.</p>



Participar activamente en la gobernanza y la gestión de su ciudad. Desarrollar una visión de futuro para su edificio, calle y vecindario y actuar conforme a la misma.



La identificación en la cadena de valor de los "puntos críticos" donde las intervenciones tienen mayor potencial para mejorar los efectos ambientales y sociales del sistema en su conjunto es un primer paso fundamental.



Muchos dirigentes empresariales de todo el mundo se han dado cuenta de que el cambio climático y la degradación ambiental plantean nuevos e importantes riesgos y oportunidades para la competitividad, el crecimiento y el desarrollo de sus empresas, y están convirtiendo el desafío climático en una oportunidad de mercado.



Eliminar en lo posible el uso del plástico y organizar actividades de limpieza de las playas. Difundir el mensaje sobre la importancia de la vida marina y por qué deben ser protegidas.



Las zonas protegidas bien gestionadas contribuyen a tener ecosistemas saludables, lo que a su vez redundará en la salud de las personas. Por tanto, es esencial garantizar la participación de las comunidades locales en el desarrollo y la gestión de estas zonas protegidas.



Ejercer el derecho a exigir que los funcionarios electos rindan cuentas de su actuación. Impulsar el cambio, promover la inclusión y el respeto hacia las personas de diferente procedencia, origen étnico, religión, género, orientación sexual u opinión.



Participar o crear un grupo en su comunidad local que tenga por objeto impulsar la acción para la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Alentar a los gobiernos a asociarse con las empresas para la aplicación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Fuente: Naciones Unidas. (s.f.). Objetivos de Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



Fuente: www.onu.org

INTRODUCCIÓN

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) corresponden a 17 objetivos y 169 metas que abordan áreas como la erradicación de la pobreza, la lucha contra el cambio climático, la promoción de la educación, la igualdad de género y la protección del medio ambiente (Pacto Global, s.f.). Para su cumplimiento, el sector privado es considerado un aliado vital, debido a que puede contribuir de manera activa a través de sus actividades principales como impulsor del crecimiento económico y productor de fuentes de trabajo en países en desarrollo a través de la innovación y el desarrollo de nuevas soluciones. Por ello, se incita a las organizaciones a evaluar el efecto que producen en la sociedad y el planeta, promuevan objetivos ambiciosos e informen los resultados obtenidos con veracidad (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [UNDP], s.f.).

A nivel mundial, 1 de cada 9 personas se encuentra por debajo del nivel alimenticio requerido, es decir, aproximadamente 795 millones personas. Por otro lado, anualmente, más de 6 millones de niños y niñas mueren antes de cumplir los cinco años, 1 de cada 5 personas no tiene acceso a la energía eléctrica, aproximadamente 204 millones de personas se encontraban en situación de desempleo hasta el año 2016 y cerca del 22% de la fauna conocida se encuentra en peligro de extinción (Pacto Mundial, 2016).

Debido a lo expuesto anteriormente, se considera que el mundo actual refleja una situación de urgencia debido a que las necesidades del planeta y de las personas no se pueden postergar. En este punto, las empresas juegan un rol relevante sin precedentes debido a que son consideradas formadoras de modelos de innovación en gestión responsable y generadoras de oportunidades para alcanzar el cambio transformacional que se precisa y que exponen los 17 ODS y sus metas (Pacto Mundial, 2016).

Los ODS buscan la vinculación con una amplia gama de organizaciones y crear un sistema de acción común para todas ellas con la finalidad de promover la cooperación entre los participantes y tratar de movilizar esfuerzos hacia un conjunto de objetivos comunes a nivel global. Por ello, los ODS reconocen el papel fundamental que las empresas pueden y deben jugar para su consecución (Remacha, 2017) y como miembros de la sociedad, estas tienen la responsabilidad de promover el bienestar de la sociedad (Sainz et ál., 2021). La actividad empresarial vinculada con la innovación es una combinación esencial en términos de productividad, crecimiento económico inclusivo y creación de fuentes de trabajo, a su vez reconociendo que el sector privado posee una gran diversidad que incluye no solo a las grandes empresas, sino también a las MIPYMES (Agenda 2030 en América Latina y el Caribe, s.f.). Por esto, las empresas deben de hacer uso razonable de sus recursos creativos e innovadores para dar solución a los desafíos expuestos con relación al desarrollo sostenible y

fomentar un ambiente empresarial eficiente y dinámico, con miras a la protección de los derechos laborales como también proyectos enfocados a las leyes medioambientales de acuerdo con las normas y los acuerdos internacionales (Agenda 2030 en América Latina y el Caribe, s.f.).

Los ODS abren la puerta a muchas oportunidades para las empresas, como las alianzas público-privadas para el desarrollo, la promoción de cadenas de valor integradas o la inclusión de consumidores en nuevos mercados. Como resultado, las empresas podrán disfrutar de muchos beneficios, entre ellos, la movilización de recursos, la focalización de la estrategia, el estrechamiento de las relaciones con los grupos de interés y la mejora del desempeño. La integración de los ODS producirá un entorno ideal para que el sector privado prospere y elimine las barreras al crecimiento que prevalecen en sociedades injustas y desiguales (Remacha, 2017).

En comparación a los países de la región, Paraguay cuenta con un número bajo de actividades de innovación complejas relacionadas con Investigación y Desarrollo (I+D) o la ingeniería y diseño, motivo por el cual existe escasez de capital humano cualificado en el sector privado debido a los bajos niveles de demanda en la industria (Angelelli et ál., 2016). Estas, en su mayoría, están centradas en la incorporación de tecnologías correspondiente a maquinarias (44%), actividades de capacitación (14,9%) y la adquisición de TIC (11%), las cuales no requieren de habilidades especializadas para su integración a las actividades de producción (Sánchez y Sanabria 2020). Existen diversas limitaciones que ralentizan el proceso de innovación dentro de las MIPYMES, puesto que el proceso de acceso a información sugiere costos y el acceso a créditos resulta altamente limitado (Fonseca y Fleitas, 2020).

Las empresas paraguayas se encuentran caracterizadas por una gestión limitada, la escasa productividad y el bajo financiamiento. Estos factores constituyen serios obstáculos para el crecimiento de las empresas y gran parte de las unidades económicas en Paraguay corresponden a empresas unipersonales, es decir, los trabajadores por cuenta propia de MIPYMES (Santander, 2017).

Las MIPYMES son actores fundamentales para impulsar el desarrollo sostenible de la economía debido a su capacidad para aportar valor a la sociedad, que se da a través de soluciones que respondan a los problemas del mercado y que estos no están siendo cubiertos por otras empresas. También, por su potencial para generar empleos de calidad que permitan a los ciudadanos acceder a mejores condiciones de vida (Vidal, 2022).

Paraguay cuenta con, aproximadamente de 870.598 unidades productivas, de las cuales el 95.7 % (833.420 unidades) corresponden al sector de las MIPYMES y solo el 25,9 % (225.928 MIPYMES) están mínimamente formalizadas, es decir, inscritas en el Registro Único del

Contribuyente (RUC) según datos de la Dirección General de Estadísticas, Encuestas y Censos (DGEEC) y del Viceministerio de MIPYMES (VMM) (Insfrán, 2021). Este mismo patrón se repite en los países de la región latinoamericana ya que, en su mayoría, las unidades productivas están conformadas por las MIPYMES (Sánchez et ál., 2021).

Debido a que la estructura económica del país se encuentra mayoritariamente constituida por MIPYMES, se elabora este documento como una guía para que las empresas puedan integrar los ODS en su estructura organizacional.

PASOS PARA IMPLEMENTAR LOS ODS EN LAS EMPRESAS

1. ENTENDER:

¿Por qué los ODS son importantes para los negocios?

Las empresas guardan una gran influencia dentro de la actividad económica mundial, lo que llevó a la Organización de las Naciones Unidas (ONU) a reconocer su capacidad transformadora y de mejoramiento del nivel de vida de toda la población y, por consiguiente, a resaltar el papel que estas juegan en el cumplimiento de los retos propuestos en la Agenda del 2030 (Meijide, 2019). Como si fuera poco, la adopción de la responsabilidad social dentro de las estrategias empresariales implica un mejoramiento de la productividad y de la competitividad, ya que obligan a generar nuevos valores agregados y fortalezas (Rueda et al, 2022).


Los ODS, como tales, llevan a las organizaciones a ejecutar un análisis en el que se identifican las diversas áreas que posean un efecto, sea negativo o positivo, en los desafíos sobre los cuales se trabajan, que es la única manera en la que se podrá elaborar un plan de acción a la vez que se mide el aporte a la Agenda 2030 (Meijide, 2019). De esta forma, al buscar reducir los impactos negativos ocasionados por las empresas en sus respectivos entornos, se puede utilizar a la Responsabilidad Social como instrumento innovador dentro de la gestión empresarial moderna, que produzca ventajas como ser una mayor productividad, más rentabilidad, entre otros factores que consoliden la sostenibilidad de la empresa y su compromiso con la sociedad y el medio ambiente (Valencia y Esquivel, 2022).



La vinculación entre las organizaciones y los ODS presenta la oportunidad de poner en práctica un liderazgo sólido, a largo plazo, de los CEO (Chief Executive Officer o Director Ejecutivo) de las organizaciones que promuevan el crecimiento económico inclusivo y sostenible (Meijide, 2019). En ese sentido, los ODS ofrecen a las empresas nuevas oportunidades de crecimiento mediante el desarrollo y el diseño de soluciones a fin de reducir sus perfiles de riesgo, proporcionan un marco general para dar forma, dirigir, comunicar y reportar acerca de sus estrategias, metas y actividades que les permitirá capitalizar beneficios. Además, permiten a las organizaciones identificar futuras oportunidades de negocios, mejora en el valor de la sostenibilidad corporativa, fortalecer las relaciones con las partes interesadas y mantenerse al día con el desarrollo de políticas, estabilizar las sociedades y los mercados, usar un lenguaje común y un propósito compartido facilitando y fortaleciendo alianzas estratégicas (Pacto Mundial, 2016).

Responsabilidades de las empresas con los ODS

Existe un consentimiento mutuo entre los países con una institucionalidad global que impulsa la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), por ello, las organizaciones introducen comportamientos socialmente responsables a sus operaciones y estrategias empresariales. Además, las TIC proporcionan el acceso a herramientas para que las empresas puedan realizar aportes más allá de lo económico considerando también lo social y ambiental, por lo que los ODS se presentan como una oportunidad para ampliar la RSE, ya que constituyen una agenda global en la búsqueda de soluciones ante los problemas enfrentados por el planeta en los últimos años (Camarán et ál., 2019).

En Paraguay existen instituciones/organizaciones/iniciativas que trabajan en el fomento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Estas son algunas:

Grupo	¿Qué es?	¿Qué actividades realizan?	Página oficial y redes sociales
	<p>Es un organismo internacional que forma parte de la ONU y colabora con 170 países, siendo aliado estratégico del Paraguay para cumplir con los ODS a través de soluciones innovadoras que incluyen una combinación de asesoría en políticas, asistencia técnica, finanzas, programas y proyectos, buscando eliminar las causas de la pobreza, proteger al planeta del cambio climático, fomentar la educación para la inclusión económica, generando mejores empleos y asegurando un futuro más sostenible (PNUD, 2022).</p>	<p>Proyecto Paraguay + Verde: Este proyecto pretende lograr que las comunidades en situación de vulnerabilidad accedan a beneficios múltiples que generan los servicios ambientales, creando círculos virtuosos mediante la disminución de la deforestación y a la posibilidad de acceder a oportunidades de financiación de créditos, implementando técnicas y prácticas de producción sostenible (PNUD, 2022).</p> <p>Programa Tavarandu: Busca desarrollar capacidades de innovación e investigación para promover mayor participación ciudadana y fortalecer el desempeño del servicio público, interviniendo 3 ejes principales para el departamento de Itapúa: Táva Apo; Laboratorios Ciudadanos y; Bootcamp y Hackathon de Tecnologías Cívicas, considerando la innovación pública fundamental para alcanzar los ODS (PNUD, 2022).</p>	<p>Página Oficial: https://www.undp.org/es/paraguay</p> <p>Instagram: https://instagram.com/pnudparaguay?igshid=NjZiMG14OTY=</p> <p>Facebook: https://www.facebook.com/PNUDPy/</p>

 <p>Pacto Global Red Paraguay</p>	<p>Es una iniciativa que permite generar alianzas, y promover el compromiso responsable de las organizaciones con la difusión de buenas prácticas para la sostenibilidad (Pacto Global, 2022). Alienta a las diferentes empresas a incorporar 10 principios globales relacionados con los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción en sus estrategias y operaciones, y a implementar los ODS en línea como metas sociales progresistas, al reunir a miles de empresas de todos los tamaños e industrias en todo el mundo (Kingo, s.f.).</p>	<p>Capacitaciones a través de Webinars: van dirigidas a empresas públicas y privadas fomentando el trabajo colaborativo para impulsar los ODS, potenciando el consumo responsable y ayudando a construir una cultura empresarial que esté ligada al desarrollo sostenible y al cuidado de los recursos naturales (Pacto Global, 2022). Convenios: A fin de fortalecer las acciones para el desarrollo sostenible, se han creado convenios de cooperación con la Embajada Británica, logrando coordinar recursos que puedan tener mayor impacto; así también a nivel nacional se han suscrito acuerdos con el Banco Central del Paraguay para la realización de emprendimientos y promover los principios y valores en común (Pacto Global, 2022).</p>	<p>Página Oficial: https://pactoglobal.org.py</p> <p>Instagram: https://instagram.com/pactoglobalpy?igshid=NjZiMGi4OTY=</p> <p>Facebook: https://www.facebook.com/PactoGlobalParaguay</p>
 <p>COMISION ODS/PY</p>	<p>En Paraguay, el Decreto N° 3581 del año 2020 dispone la creación de la Comisión ODS Paraguay 2030, integrada por instituciones con funciones específicas para el cumplimiento de los compromisos internacionales adoptados por el Paraguay en el marco de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible (CEPAL, 2022).</p>	<p>Reconocimiento ODS 2022: Bajo el lema "Aliados por un Paraguay sostenible" se convoca a empresas, organizaciones, instituciones y academias a postular sus buenas prácticas vinculadas con los ODS, inspirando a más actores a replicar estos ejemplos, y brindando distinciones por el mérito (Comisión ODS Paraguay, 2022). Campaña "Carrera hacia el Cero": es la mayor alianza para adoptar medidas rigurosas que reduzcan las emisiones globales, buscando sistemas de salud con 100 % de energía renovable, infraestructuras con cero emisiones, alimentos saludables y cultivados sostenibles (Comisión ODS Paraguay, 2022).</p>	<p>Página Oficial: https://www.mre.gov.py/ods/</p> <p>Instagram: https://instagram.com/comisionodsparaguay?igshid=NjZiMGi4OTY=</p> <p>Facebook: https://www.facebook.com/comisionodspy</p>

Fuente: Elaboración propia a partir de las páginas oficiales de Comisión ODS Paraguay, 2022; Pacto Global, 2022 y PNUD, 2022.

2-PRIORIZAR

Considere algunos ODS y priorice según la visión estratégica de su empresa.

PRIORIZANDO LOS ODS N° 8 Y 17

1-El marketing de relaciones.

El marketing relacional tiene por objetivo principal el desarrollo y sostenimiento de relaciones a largo plazo con los clientes, creando una relación de mayor valor mediante la satisfacción de este. Se trata de establecer un vínculo fidedigno con el cliente. A fin de fidelizar esta relación, se cumplen varias fases como gestión de la base de datos del cliente, gestión de la lealtad o proceso de fidelización del cliente, desarrollo organizativo y la gestión de la relación y comunicación (Rodríguez et al., 2020).

Objetivos Operativos de Marketing Relacional

- Mediante el uso de las redes sociales y/o correo electrónico, se debe enviar información clara y precisa sobre los productos o servicios a ofrecer a los clientes.
- El área de atención al cliente deberá comunicarse con los clientes que desean recibir mayor información de los beneficios.
- Se capacitará al recurso humano de atención al cliente con el fin de realizar preguntas y respuestas concretas para conocer más sobre el trámite del cliente, demostrando interés, experiencia y liderazgo.
- Se debe crear una base de datos para los clientes que tengan el beneficio especial por ser cliente recurrente.
- Crear una base de datos para diferenciar a los clientes según la frecuencia, el monto y la fecha de compra.

2- El liderazgo como clave para alcanzar el éxito de la empresa.

El liderazgo estratégico es la capacidad de anticipar, visualizar y mantener la flexibilidad, así como la capacidad de delegar autoridad cuando sea necesario para lograr un cambio estratégico. A su vez, implica la administración de los recursos de la organización a través de las personas y colaboradores, no tan solo una unidad funcional para afrontar cambios cada vez más rápidos y profundos en el entorno competitivo actual. Debido a esta complejidad, los gerentes por medio del liderazgo estratégico deben aprender a influir en el comportamiento humano (Chiavenato y Sapiro, 2017).

Objetivos Operativos de liderazgo como clave para alcanzar el éxito de la empresa:

- Determinar la dirección que debe tomar la organización.
- Explorar y desarrollar las competencias esenciales para la organización.
- Desarrollar al capital humano que conforma la empresa.

- Sustentar una cultura organizacional emprendedora.
- Hacer énfasis en las prácticas éticas y en la responsabilidad social
- Establecer controles organizacionales equilibrados.

PRIORIZANDO EL ODS N° 9

3- E-business (Comercio electrónico)

E-business se define como la integración de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) con la finalidad de llevar a cabo actividades comerciales y nuevas estrategias. Contempla un cambio fundamentalmente en el concepto tradicional de la compra y venta de bienes o servicios y tiene un efecto globalizador en términos de acceso a mercados y recursos. Abarca una amplia gama de actividades económicas y prácticas de gestión empresarial realizadas a través del uso de Internet (Sánchez, 2019).

Objetivos Operativos para el uso de e-business:

- La digitalización de la comunicación interna entre departamentos y para la comunicación con los clientes: Las herramientas Enterprise Resource Planning (ERP), que sirven para analizar y gestionar los recursos de la empresa y para la gestión de clientes como las denominadas herramientas Customer Relationship Management (CRM). Actualmente, existen infinidad de tecnologías que han sido creadas para la digitalización de los procesos de una empresa (Rubio, 2020).
- Servicios en la nube: Aportan numerosos beneficios como, por ejemplo, evita la compra, instalación, ejecución y mantenimiento de una aplicación de software, ya que mediante la computación en la nube puede ser utilizada mediante un navegador para conectarse a la aplicación que el proveedor de servicios en la nube posee y se encarga de mantener. Ejemplos: Dropbox, Google Drive, OneDrive o iCloud (Rubio, 2020).
- Comercio electrónico: Ofrece oportunidades para los comerciantes, no solo por ser un canal adicional de ventas, también para abrir nuevos mercados, promoción de productos, ampliar las posibilidades de negocio, coste de inicio y de mantenimiento mucho menor que un negocio tradicional y un aumento del número de clientes tanto online como offline gracias al aumento de visibilidad que permite Internet (Peña, 2019).

PRIORIZANDO EL ODS N° 5

4. La mujer dentro de las organizaciones:

Con relación a la importancia de la mujer dentro de la empresa, Segarra et al. (2020) mencionan que su intervención dentro de las organizaciones genera una influencia positiva,

aportando una visión diferente en cuanto a la administración del capital, gestión gerencial y la toma de decisión. El hecho de que las mujeres estén involucradas en los negocios también brinda un estilo de gestión más colaborativo, especialmente en los países en desarrollo (Segarra et ál., 2020).

Objetivos Operativos

- Concertación del sexo femenino en la gerencia de empresas.
- El área de Recursos humanos deberá proveer los mismos puestos laborales a las mujeres.
- Sostenibilidad de las empresas mediante el empoderamiento femenino para contribuir con el ODS 5.
- Involucrar a las mujeres en la toma de decisiones importantes dentro de la organización.

PRIORIZANDO EL ODS N° 17

5.Redes de contacto (Networking):

La importancia de que cualquier tipo de organización introduzca dentro de su plan de marketing estrategias de relacionamiento y utilice herramientas digitales para complementar los programas tradicionales de mercadeo consiste en que el tamaño y la calidad de la red de contacto son un punto de inflexión en el área de mercadeo de los emprendimientos. Una red de contactos de calidad, variada, multidisciplinar y con gran cantidad de enlaces repercute en el desarrollo de los emprendimientos y es un factor distintivo que ayuda a tener mejores resultados a las organizaciones (Amaya, 2021).

La adhesión de nuevos aliados, socios y colaboradores a una organización influye en el aumento del capital social y humano, lo cual fortifica un emprendimiento y contribuye al éxito empresarial de cualquier tipo de organización. Las estrategias de marketing impulsadas con los recursos de una red de contactos estratégica ha logrado ser un factor diferenciador en la reactivación económica post Covid-19 (Amaya,2021).

Según Rosales y Peñaherrera (2018) las redes de contacto son el medio por el cual los empresarios obtienen acceso a diversos recursos, como información privilegiada, conocimiento y capital financiero, lo que genera enormes beneficios. Por lo tanto, si un emprendedor acaba de iniciar su idea necesita asegurarse de que su iniciativa se considere socialmente legítima para obtener el apoyo social que necesita. El acceso a las redes sociales ayuda a lograr esta legitimidad.

PRIORIZANDO EL ODS 8

6. Formalización de empresas:

La formación de las empresas es un proceso multidimensional y está relacionada con la productividad, tanto a nivel macroeconómico como a nivel de empresa. Además, reconoce la gran heterogeneidad que existe entre las empresas informales y sus incentivos para aumentar o reducir su nivel de formalidad (Departamento Nacional de Planeación, 2019).

Una de las ventajas de la formalización en el ámbito empresarial es la adquisición de valor cuando se establece legalmente, es decir, una empresa no registrada no puede venderse ni ampliarse en el futuro. También, refleja confianza en el cliente, dando una imagen de ética y responsabilidad del empresario, que a su vez agrega valor a sus productos y servicios. La formalización permite que las pequeñas empresas abastezcan al país como proveedores y también es posible obtener créditos y préstamos de bancos e instituciones financieras. Permite el acceso a programas patrocinados por el gobierno y las puertas se abren a nuevas y mejores oportunidades de negocios porque los empresarios serios y responsables no hacen negocios con empresas que carecen de respaldo legal (Santos, 2021).

7. Financiamiento del Crecimiento Económico.

Programa competitividad de las MIPYMES: Es un programa que se enmarca en el Plan Nacional de Desarrollo Paraguay 2030, teniendo como ejes de acción la Reducción de Pobreza y Desarrollo Social, y el Crecimiento Económico Inclusivo.

Unión Industrial Paraguaya (UIP): iniciativas como el Programa Fortalecimiento y Desarrollo para Microemprendedores (FDM), que benefició a 25 Mipymes. Este programa será nuevamente presentado como FDM – Fase II. Las 40 Mipymes que resulten ganadoras del Concurso de Negocios del Proyecto FDM – Fase II recibirán asistencia técnica, fondos para compra de insumos, materia prima u otra necesidad y un sistema informático de gestión empresarial. Las bases y condiciones estarán disponibles en todas las plataformas de comunicación de la UIP.

Dirigido a todos los emprendedores con proyectos que fomenten la industria nacional.

Interfisa Banco: Financiamiento para pequeñas y medianas empresas, personas físicas o jurídicas residentes en el territorio nacional, con una facturación anual de hasta Gs. 15.000 millones anuales, y que soliciten financiamiento de hasta U\$D 1,5 millones o su equivalente en moneda local de los siguientes rubros:

Manufacturero: artesanías, confecciones, otros.

Agropecuario: agrícolas, pecuarios, ictícolas, avícolas, forestal y afines.
Industrial: gráficas, papelerías, cueros, calzados, textil y derivados, metales, alimentos y otros.
Comercial en general: supermercados, ferreterías, despensas. Servicios: gastronómicos, talleres mecánicos, turísticos, otros.

El proyecto “Asunción Circular”: AC+ tiene como objetivo la mejora de las condiciones socioambientales y económicas en Barrios de Asunción, a través del impulso de la economía circular, fomentando la innovación mediante la adopción de modelos de producción y negocio circular a nivel empresarial. Es un programa de cooperación financiado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID Lab) e implementado (2020- 2023) por la Fundación Moisés Bertoni (FMB).

Objetivos Operativos

- Invertir en capacitación para el personal de la empresa o institución, creando programas de formación que incluyan reglas de transparencia, de igualdad de género.
- Invertir en un sistema de gestión de riesgos que incluya el cuidado y protección del medio ambiente aporta al cumplimiento del Objetivo 15 de “Promover la sostenibilidad de los recursos naturales y proteger el ecosistema”.
- Invertir en campañas de comunicación y sensibilidad sobre la producción y consumo responsable.

3- ESTABLECER OBJETIVOS:

Define tus propios objetivos operativos.

A partir de los ejemplos anteriores priorice entre 2 a 5 ODS y sus metas para redactar sus objetivos operativos.

Indique el número del ODS:

Objetivos Operativos:

1.....

2.....

3.....

Indique el número del ODS:

Objetivos Operativos:

1.....

2.....

3.....

Indique el número del ODS:

Objetivos Operativos:

1.....

2.....

3.....

Indique el número del ODS:

Objetivos Operativos:

1.....

2.....

3.....

Indique el número del ODS:

Objetivos Operativos:

1.....

2.....

3.....

4- INTEGRAR:

Una vez que defina sus objetivos empresariales, debe integrar a los actores de la sociedad (interno y externo) para cumplirlos

Es clave tener un liderazgo activo del presidente y la alta dirección para lograr el éxito de cualquier tipo de cambio organizacional significativo. Para la integración de objetivos de sostenibilidad en el negocio, donde el valor del negocio puede no siempre estar plenamente comprendido por todas las partes de la organización, la dirección dada por los altos mandos es especialmente importante. También existe un fuerte y creciente reconocimiento del importante papel que las Juntas Directivas, Directorios o Consejos de Administración desempeñan en la integración de la sostenibilidad en las estrategias de largo plazo. Existen dos principios especialmente importantes para asegurarse que los objetivos de sostenibilidad estén sólidamente anclados dentro de las organizaciones:

- Crear un entendimiento compartido de cómo avanzar hacia los objetivos de sostenibilidad crea valor para la empresa, en particular, comunicando claramente el caso empresarial y cómo se puede complementar el progreso hacia otros objetivos de negocio.
- Integrar objetivos de sostenibilidad en las revisiones de desempeño y en los sistemas de remuneración de toda la organización, con incentivos adicionales que reflejan la función específica que una actividad o individuo tiene para alcanzar objetivos pertinentes.

1-Colaboradores

- Implantar sistemas de motivación y responsabilidad, fijando un sistema de retribuciones, ya que es una buena forma de comprometerse con la empresa.
- Es esencial cuidar el entorno y el clima de trabajo. Estar seguro, sentirse bien y tranquilo es una forma de estimular el rendimiento de los trabajadores, crear espacios amplios donde compartir experiencias fomenta la comunicación y la conformación de equipos. Un ambiente de trabajo cordial y agradable potencia la productividad de los trabajadores.

Ahora le corresponde definir, ¿cómo va a integrar a sus colaboradores para cumplir con los objetivos definidos?

2-Clientes

Las empresas actuales buscan relacionarse con sus clientes para elevar la satisfacción, la confianza y la lealtad, así el valor del cliente alcanza una dimensión real y contribuye de forma efectiva a la rentabilidad.

- El mercado actúa como receptor y orientador del funcionamiento de las empresas y de sus relaciones con los diversos agentes internos y externos con los que interactúa.
- Conocer los gustos, necesidades, preferencias y capacidades de los clientes obliga a desarrollar un sistema de comunicación que genere información para la toma de decisiones en beneficio de ambas partes.
- Las empresas centradas en el cliente se encuentran en una mejor posición para establecer estrategias que proporcionen beneficios a largo plazo. La gestión de la relación con el cliente no significa ignorar a la competencia, sino mantenerse cerca y responder con estrategias diferentes a las necesidades de esos clientes.
- Dejar que los clientes compartan de forma innovadora el producto o servicio que se está ofreciendo.

Ahora le corresponde definir, ¿cómo va a integrar a sus clientes para cumplir con los objetivos definidos?

3-Proveedores

La mejor forma de integrar estos objetivos en toda la organización es establecer una estrategia interna que llegue a toda la cadena de suministro:

- Firmar contratos con proveedores, otorgando un plazo de adaptación a la nueva política de trabajo de la empresa.
- Establecer relaciones comerciales con proveedores que proveen recursos que se consideren sostenibles.
- Formación en profundidad a proveedores, sobre las acciones que llevará a cabo la empresa, establecer mecanismos de reclamación ante el no cumplimiento de la cadena

de suministro y por último integrar los ODS en todas las políticas y objetivos de la empresa (estratégicos, financieros, y operativos).

Ahora le corresponde definir, ¿cómo va a integrar a sus proveedores para cumplir con los objetivos definidos?

4-Sociedad Civil

Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2018) es indispensable la participación activa de la sociedad civil para la decisión, la planificación y la aplicación de políticas que fomenten el cumplimiento de la Agenda 2030.

Para lograr los objetivos establecidos, el desarrollo sostenible debe integrarse en las operaciones y la gestión centrales de la empresa y los objetivos de desarrollo sostenible deben integrarse en todas las funciones de la empresa. Las empresas están formando cada vez más alianzas a través de la cadena de valor, dentro de su sector o con los gobiernos y organizaciones de la sociedad civil (SDG-Compass, 2016).

- Llevar a cabo talleres para empresas para enfatizar sobre los ODS.
- Intercambiar experiencias y proyectos realizados entre diversas áreas de la Sociedad.
- Implementar mecanismos de acción que permitan el relacionamiento de las empresas con la sociedad, que enfatiza puntos acerca de los ODS
- Generar e institucionalizar protocolos que promuevan el diálogo informado e inclusivo entre la sociedad Civil y las instituciones: La creación de comités y plataformas que permitan la existencia de una relación directa entre los entes estatales y la sociedad civil, con el objetivo de crear espacios y puedan formalizarse con el fin de hacerlos sostenibles y eficaces con un apoyo miento político a largo plazo (Milano, 2019).
- Promover la coordinación de agendas. Es necesario establecer mecanismo de comunicación con los entes encargados de las agendas, generalmente se encuentran dentro de los ministerios en reparticiones diferentes, es así que para la convocatoria a la sociedad civil se debe compartir bases datos e invitar a las organizaciones que trabajan

en estos procesos a las reuniones (Milano, 2019).

- Fortalecimiento de prácticas de Alianza y Colaboración. Generar intercambio de experiencias y promover buenas prácticas, generar alianzas con entes estatales y la sociedad civil para fortalecer las relaciones, lo que logrará la implementación de acciones innovadoras y excluyentes (Milano, 2019).

Ahora le corresponde definir, ¿cómo va a integrar a la sociedad civil para cumplir con los objetivos definidos?

5-Socios/Alianzas estratégicos

Los ODS suponen la participación de los actores de la sociedad para que contribuyan a su cumplimiento. Para eso, es importante que defina vincularse/asociarse/aliarse con otros emprendedores, sean estos de su mismo rubro u otros y que estos puedan contribuir significativamente con la sostenibilidad de tu negocio.

- Asociarse a la Asociación de Emprendedores de Paraguay (ASEPY).
- Vincularse con universidades para que le ayuden con sus finanzas y planes de negocios.
- Colaborar en una red de emprendedores para conseguir nuevos conocimientos y compartir experiencias.

Ahora le corresponde definir, ¿con quiénes se va a asociar para cumplir con los objetivos definidos?

5- INFORMAR:

Una vez que defina y trabaje por los ODS, es importante que informe sus acciones. Esto permite generar confianza en todos los demás actores.

El paso final del SDG Compass indica que es necesario comunicar y reportar los progresos de la empresa a través de los diferentes canales de comunicación con los que cuenta la empresa. Una forma de comunicar el progreso, en cuanto a su contribución a los ODS, es un informe de buenas prácticas. Estos son planes o acciones específicas que están alineadas con las principales actividades y estrategias de una empresa, pero también incluyen componentes sociales, ambientales o económicos que influyen en la agenda y contribuyen a su realización. El 54% de las empresas del IBEX35 han comunicado estas buenas prácticas en sus memorias de sostenibilidad (Pacto Mundial, 2020).

Además, con respecto a eso, las empresas utilizan diferentes canales para comunicar sus estrategias y resultados de sostenibilidad. Las grandes, pequeñas y medianas empresas se beneficiarán de informar públicamente y promover su contribución a los ODS. Los sitios web de la empresa, las redes sociales, los eventos, la marca de productos y servicios, el marketing y la publicidad son algunas de las muchas formas efectivas de comunicar la sostenibilidad a las partes interesadas. Aunque los informes de sostenibilidad se vieron inicialmente como una forma de generar confianza y mejorar la sostenibilidad, la reputación ahora es una herramienta estratégica que se utiliza para respaldar procesos de toma de decisiones sostenibles, estimular el desarrollo organizacional, mejorar el desempeño, comprometerse con las partes interesadas y atraer inversiones (Pacto Mundial, 2020; SDG Compass, 2015).

Es sublime que las empresas utilicen estándares internacionales en sus procesos de informes de sostenibilidad, como los estándares consolidados proporcionados por GRI y/o mecanismos de informes como CDP, el sistema de informes UNGP y el sistema CDSB (Pacto Mundial, 2020). Así también, el sitio web de SDG Compass (www.sdgcompass.org) contiene estándares y marcos adicionales de como las empresas pueden escoger por utilizar formatos de informes y comunicaciones existentes o, más concretamente, generar un único informe o comunicación (SDG Compass, 2015).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agencia de Información Paraguaya (2019, mayo). Ministerio de Industria y Comercio impulsará la transformación digital de las Mipymes.
<https://www.ip.gov.py/ip/mic-impulsara-la-transformacion-digital-de-las-mipymes/>
- [Agenda 2030 en América Latina y el Caribe \(s.f.\) Sector Privado](https://agenda2030lac.org/es/sector-privado)
<https://agenda2030lac.org/es/sector-privado>
- Amaya, J. A. (2021). Influencia de networking como estrategia para activar eWOM en emprendimientos de sistemas de energía solar de pequeña escala. Repositorio Universidad Nacional.
<https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/81262/1016042592.2021.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Angelelli, P., Luna, F., y Vargas, F. (2016). Características, determinantes e impacto de la innovación en las empresas paraguayas.
<http://dspace.conacyt.gov.py/xmlui/bitstream/handle/123456789/42733/Caracteristicas-determinantes-e-impacto-de-la-innovacion-en-las-empresas-paraguayas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Byiers, B. (2017). El rol del sector privado en la Agenda 2030.
https://www.cidob.org/es/articulos/monografias/objetivos_de_desarrollo_sostenible/el_rol_del_sector_privado_en_la_agenda_2030
- Camarán, M. L., Barón, L., & Rueda, M. P. (2019). La Responsabilidad social empresarial y los objetivos del desarrollo sostenible (ODS). Revista Científica Teorías, Enfoques y Aplicaciones en las Ciencias Sociales, 11(24), 41-52.
- CEPAL. (2022). Decreto N° 3581 de Paraguay. Observatorio Regional de Planificación para el Desarrollo. CEPAL. Retrieved September 10, 2022, from <https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/marcos-regulatorios/decreto-no-3581-de-paraguay>
- Chiavenato, I. y Sapiro, A. (2017). Planeación estratégica: fundamentos y aplicaciones.
- Chica Rosales, A. M., & Peñaherrera Tutivén, R. N. (2018). Las redes de contacto como factor decisivo en la consolidación de los nuevos emprendimientos en la ciudad de Guayaquil (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas).
[http://repositorio.uq.edu.ec/bitstream/redug/35279/1/LAS%20REDES%20DE%](http://repositorio.uq.edu.ec/bitstream/redug/35279/1/LAS%20REDES%20DE%20)

[20CONTACTO%20COMO%20FACTOR%20DECISIVO%20EN%20LA%20CONSOLIDACION%20DE%20LAS%20MIPYMES%20EN%20PARAGUAY.pdf](#)

- Comisión Económica de América Latina y el Caribe (CEPAL, 2018). Participación activa de la sociedad civil es indispensable para el Cumplimiento de la Agenda 2030 de la región.
<https://foroalc2030.cepal.org/2018/es/noticias/participacion-activa-la-sociedad-civil-es-indispensable-cumplimiento-la-agenda-2030-la>
- Comisión ODS Paraguay (2022). <https://www.mre.gov.py/ods/?p=4970>
- Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible. (2021) Qué significan los ODS para el sector empresarial.
<https://sdgessentials.org/es/what-the-sdgs-mean-for-business.html>
- Departamento Nacional de Planeación, (2019). Política De Formalización Empresarial - Conpes 3956. Conpes. Retrieved from
<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Económicos/3956.pdf>
- Fernández Fernández, J. L., & López Marínez, R. (2021). Post en el blog Toma y Dada de Iusport: " A propósito de la suscripción del Pacto Mundial por parte del Getafe CF"
- Fonseca, R. y Fleitas, V. (2020). Las pequeñas y medianas empresas en Paraguay. Limitaciones para su internacionalización.
scielo.iics.una.py/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2226-40002020000200294
- Fonseca-Feris, R., & Fleitas-Alvarez, V. C. (2020). Las pequeñas y medianas empresas en Paraguay. Limitaciones para su internacionalización. Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales, 16(2).
[https://www.conacyt.gov.py/sites/default/files/upload_editores/u454/LIBRO_Innovacion%20Pymes%20Py%20\(1\)_0.pdf](https://www.conacyt.gov.py/sites/default/files/upload_editores/u454/LIBRO_Innovacion%20Pymes%20Py%20(1)_0.pdf)
- Insfrán, J. y Ramírez, J. (2021). Estudio sobre la participación de las MIPYMES en las compras públicas del Paraguay. Periodo 2017-2020.
<https://www.contrataciones.gov.py/t/download/BannerAdjunto/44>
- Ley N°4457 (2012). Para Las Micro, Pequeñas Y Medianas Empresas (MIPYMES). <https://www.bacn.gov.py/leyes-paraguayas/8272/ley-n-4457-para-las-micro-pequenas-y-medianas-empresas-mipymes>
- Lise Kingo. S.f.
<https://www.google.com/search?q=pacto+mundial+de+las+naciones+unidas&oq=pacto+mundial+de+las&aqs=chrome.0.0i512j69i57j0i512l8.8753j0j15&sourceid=chrome&ie=UTF-8>

- Meijide, D. (2019). Los ODS en la estrategia empresarial. El caso SUEZ. Icade: Revista de la Facultad de Derecho, (108), 14.
- Milano, F. (2019). Gobiernos y sociedad civil avanzando agendas climáticas (Vol. 663). Inter-American Development Bank.
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=R9yVDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=como+integrar+a+la+sociedad+civil+para+cumplir+con+los+ods&ots=V5gKC7T8vP&sig=IhF5br2mYaxdyhVN2uCe-WRkXeY#v=onepage&q&f=true>
- Ministerio de Relaciones Exteriores del Paraguay. (2020). Ministerio de Relaciones Exteriores del Paraguay. <https://www.mre.gov.py/>
- Organizaciones de las Naciones Unidas. (s.f.). La Agenda para el Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/development-agenda/>
- Pacto Global Red Paraguay (PGRD, 2022). Disponible en: <https://pactoglobal.org.py/>
- Pacto Global. (s.f.). ¿Qué es el Desarrollo Sostenible? <https://pactoglobal.org.py/ods/>
- Pacto Mundial (2016). El Sector Privado ante los ODS Guía Práctica para la Acción https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2017/02/Guia_ODS_PM_20170215_web.pdf
- Pacto Mundial. (2016). SDG Compass: La guía para la acción empresarial en los ODS. Pacto global org. https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2016/10/SDG_Compas_Spanish-one-pager-view.pdf
- Pacto Mundial. (2020, enero). Comunicando el PROGRESO 2019 (26-51). https://www.pactomundial.org/wpcontent/uploads/2020/01/Comunicando-el-Progreso-2019____.pdf
- Peña, Y. (2019) Comercio electrónico, ventajas y desventajas. https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/16999/3/2019_Comercio_electronicoventajas.pdf
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2022). Disponible en: <https://www.undp.org/es/paraguay>
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (s.f.). El PNUD Y El Sector Privado. <https://www.undp.org/es/socios/sector-privado>
- Remacha, M. (2017). Empresa y objetivos de desarrollo sostenible. <https://media.iese.edu/upload/ST0438.pdf>
- Rodríguez, M.; Pineda, D.; Castro, C. (2020). Tendencias del marketing moderno, una revisión teórica. Revista Espacios. Vol. 41 (27).

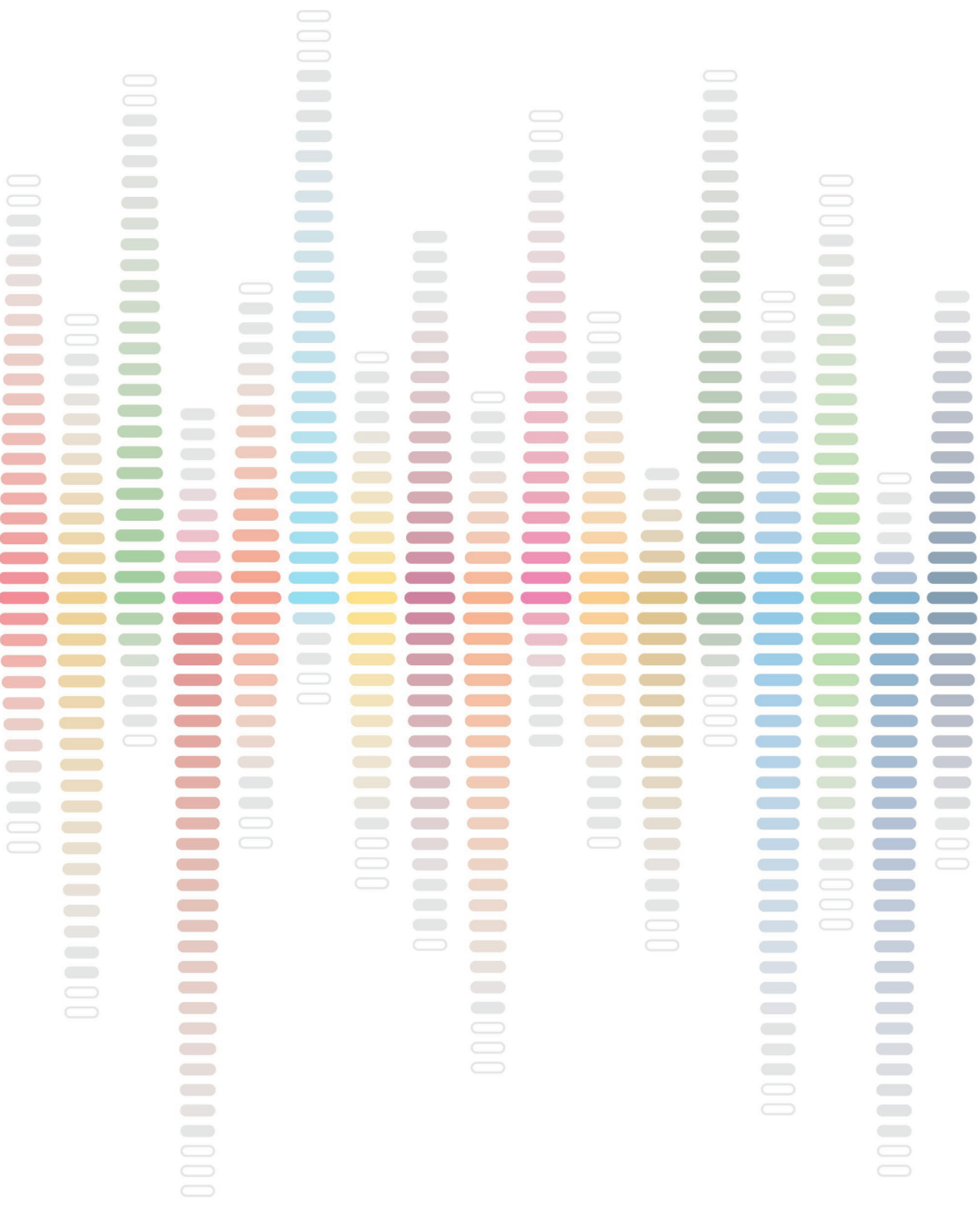
- <https://www.revistaespacios.com/a20v41n27/a20v41n27p26.pdf>
- Rubio, I. (2020) Digitalización de una empresa. Análisis y desarrollo en pymes y grandes empresas en España.
<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/152396/Rubio%20-%20Digitalizaci%C3%B3n%20de%20una%20empresa.%20An%C3%A1lisis%20y%20desarrollo%20en%20pymes%20y%20grandes%20empresas%20en%20Espa%C3%B1a..pdf?sequence=1>
 - Rueda, J., Garavito, Y. y Rueda, M. (2022). IMPORTANCIA DE IMPLEMENTAR EN LAS EMPRESAS LA NORMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL 150 26000. iIFAC: éEA, 60.
 - Sainz, M., Chiñas, J., y Aguirre, M. (2021). RSE y ODS como herramientas del crecimiento en PyMEs: un estudio comparativo.
<https://doi.org/10.29105/vtga7.1-107>
 - Sánchez, E. y Sanabria, D. (2020) La innovación en las pequeñas y medianas empresas (PYMES) de Paraguay.
 - Sánchez, E., Sanabria, D. y Paredes, J. (2021). Impacto económico de la crisis COVID-19 sobre las MIPYMES en Paraguay. https://www.una.py/wp-content/uploads/2021/07/Libro_Impacto-Covid-en-las-Mipymes-de-Paraguay.pdf
 - Sánchez, J. 2019. Plataformas e-Business
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6883983>
 - Santander, H. (2017). Paraguay: Situación actual de las mipymes y las políticas de formalización. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-santiago/documents/publication/wcms_614907.pdf
 - Santander, H. (2017). Paraguay: Situación actual de las mipymes y las políticas de formalización. Oficina de la OIT para el Cono Sur de América Latina, Informes Técnicos OIT Cono Sur, (3).
 - SANTOS, V. B. T. IRE SIMPLE Y RESIMPLE Y SU FUNCIÓN PARA LA FORMALIZACIÓN DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS EN LA CIUDAD DVILLARRICA, PARAGUAY, AÑO 2021.
 - SDG-Compass. (2016). La guía para la acción empresarial en los ODS
 - Valencia, W. S., y Esquivel, M. J. (2022). La responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible en latinoamerica en tiempos de pandemia. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 6(1), 415-435.
 - Vidal, M. (2019). Los ODS en la estrategia empresarial. El caso SUEZ.
<https://revistas.comillas.edu/index.php/revistaicade/article/view/12162/11301>



Imagen 1: Grupo de estudiantes del 4º año de la carrera de Licenciatura en Administración de la UNA E realizando la exposición de resultados de investigación *“Diagnóstico del Nivel de Conocimiento de las MIPYMES en relación a los ODS”*



Imagen 2: Dra. Laura Arévalos, Decana de la Facultad de Ciencias Empresariales, acompañando a docentes y estudiantes en la exposición.





UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA DE
ENCARNACIÓN

