

Sostenibilidad, del discurso a la acción: las grandes avanzan, ¿y las PyMEs?

Por: [Leandro Balaguer](#) | Co-fundador de EcoEtika — 10 septiembre, 2025



La sostenibilidad ya forma parte del ADN de las grandes empresas argentinas, pero el futuro de la transición depende de que también lo sea para las PyMEs. (Foto: EcoNews Creative Lab)



Un contexto global complejo, negacionismo del cambio climático mediante, y la volatilidad comercial y financiera que reciente las inversiones sociales y ambientales, pone sobre la mesa, nuevamente, una pregunta clave: **¿la sostenibilidad está efectivamente integrada al ADN corporativo, o todavía se mueve en la periferia de la estrategia de negocio?**

La respuesta, al menos en principio, parece esperanzadora. Estudios y encuestas recientes en Argentina ofrecen datos contundentes **más del 95% de las Grandes Empresas relevadas manifiestan que cuentan con una estrategia de sostenibilidad implementada o en proceso.**

Una muestra de que, más allá de vaivenes contextuales, la sostenibilidad dejó de ser una moda o un área aislada para convertirse, a distintas velocidades, en un pilar transversal de la cultura corporativa y un eje estratégico del negocio.

Más de tres cuartas partes de las grandes compañías relevadas adoptaron modelos de triple impacto, integrando resultados económicos, sociales y ambientales en sus decisiones. Ocho de cada diez miden su huella de carbono y una de cada tres ya implementa planes de reducción de emisiones.

Estos avances muestran que, para las grandes empresas, la sostenibilidad está dejando de ser un discurso aspiracional para transformarse en gestión profesionalizada, con indicadores, metas y gobernanza clara.

Pero aquí surge la pregunta incómoda: **¿qué pasa con las PyMEs?** El primer condicionante de la respuesta es si sabemos realmente que pasa con las PyMEs.

Sin hablar de aquellas que nacen con un propósito de triple impacto, solemos dejar fuera del radar, no solo de los estudios, a la inmensa mayoría del tejido productivo argentino, que **representan más del 90% de las empresas del país**.

El segundo condicionante es que estas aún enfrentan **mitos y barreras** que frenan la implementación de iniciativas responsables social y ambientalmente, tales como:

- La sostenibilidad es solo para grandes empresas: cuando las PyMEs también pueden implementar prácticas sostenibles que reduzcan costos, mejoren su imagen y contribuyan al medio ambiente y comunidad.
- La sostenibilidad requiere cambios radicales y costosos: la Encuesta Global de Sostenibilidad en PyMEs de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) indica que la mayoría de las empresas implementan cambios gradualmente, empezando con acciones sencillas como reducir papel o mejorar la eficiencia energética.
- La sostenibilidad no tiene impacto en la rentabilidad: sin embargo, adoptar prácticas sostenibles aumenta la eficiencia, abre nuevos mercados y fortalece la fidelidad del cliente y resto de stakeholders.
- Solo las empresas de ciertos sectores pueden ser sostenibles: otro mito. Todos los sectores pueden integrar la sostenibilidad en sus procesos, ya sea en producción, servicios o comercialización. Investigaciones de la Cámara de Comercio Internacional (ICC) así lo demuestran.
- Los consumidores no valoran las prácticas sustentables: también falso. El Estudio de Nielsen (2023), por ejemplo, muestra que el 73% de los millennials y la Generación Z están dispuestos a pagar más por productos y servicios de empresas comprometidas con la sostenibilidad.

Es por esto (entre otros factores) que mientras las grandes empresas integran métricas de descarbonización, IA para gestión eficiente y políticas de diversidad formalizadas (por destacar algunas iniciativas más), **muchas PyMEs siguen viendo la sostenibilidad como algo lejano**.

El riesgo es claro: quedarse rezagadas en un cambio que ya es estructural y que impacta en cadenas de valor, acceso a financiamiento y competitividad.

Por eso, el desafío de las PyMEs no es replicar la complejidad de los reportes globales, sino **dar los primeros pasos**:

- Conocer y medir dónde están paradas (autodiagnóstico en lo ambiental, social y de gobernanza).
- Definir prioridades concretas y medibles, alineadas con su negocio y comunidad.
- Buscar eficiencia: energía, residuos, procesos internos.
- Conectar con aliados estratégicos especializados y que ya existen para acompañarlas.

Utilizamos cookies para brindarte una mejor experiencia. ¿Estás de acuerdo?

La conclusión es tan evidente como desafiante: **la sostenibilidad ya forma parte del ADN de las grandes empresas argentinas, pero el futuro de la transición depende de que también lo sea para las PyMEs.**

La invitación a las pequeñas y medianas empresas es clara: romper mitos, buscar aliados, animarse a medir, elegir un primer paso y hacerlo propio.

Porque sin PyMEs, no habrá sostenibilidad posible. Y no hay negocio sin un negocio sostenible.

****Leandro Balaguer** es co-fundador de EcoEtika y consultor en Sostenibilidad Empresarial. Formado en Administración de Empresas y especializado en Finanzas Sostenibles y de Impacto, acompaña a PyMEs en su transformación sostenible punta a punta.*

📌 **Sobre EcoNews Opinión:** Este espacio reúne voces diversas con una mirada crítica, plural y profunda sobre los grandes temas de la agenda socioambiental. Las opiniones expresadas en esta sección pertenecen exclusivamente a sus autores y no reflejan necesariamente la postura editorial de EcoNews. Promovemos el debate abierto y riguroso, en un contexto de respeto, honestidad intelectual y reconocimiento de las complejidades que atraviesan nuestro tiempo. Porque pensar el mundo que habitamos requiere pluralismo, reflexión y la valentía de abrazar las contradicciones.