

## RESPONSABILIDAD SOCIAL AMBIENTAL EN LAS PYMES DEL SECTOR PANADERÍAS DE BARRANQUILLA, COLOMBIA

FELIPE ANDRÉS RANGEL PAVA

Trabajo de Investigación como requisito para optar el título de Magister en  
Administración de Empresas e Innovación

### RESUMEN

#### **Antecedentes**

El siguiente artículo analizó la responsabilidad social ambiental en las pymes del sector panaderías en Barranquilla (Colombia), para lo cual fue necesario describir el nivel de relacionamiento de las empresas de dicho sector a partir teorías relacionadas con la responsabilidad social ambiental, con el fin de diseñar estrategias de RSE, que promuevan a la ambiental como agente de cambio social en el sector panadero.

#### **Objetivos:**

##### **General**

Analizar la responsabilidad social ambiental en las pymes del sector panaderías de Barranquilla para la generación de estrategias que fortalezcan su relación con su entorno.

##### **Específicos**

- Identificar el concepto de responsabilidad social ambiental que maneja la pyme del sector panadería de Barranquilla (Colombia), para con ello obtener referentes teóricos soportes de la investigación.
- Determinar los lineamientos de responsabilidad social ambiental que aplican la pyme del sector panadería de Barranquilla (Colombia)
- Describir barreras y oportunidades que presenta la pyme del sector panadería frente a la aplicación de programas de responsabilidad social ambiental, para que los empresarios y propietarios dispongan de información que permita tomar decisiones sobre este tema.

- Proponer estrategias de responsabilidad social ambiental para la pyme del sector panadería de Barranquilla, Colombia, para que los empresarios y propietarios implementen programas de responsabilidad social ambiental.

**Materiales y Métodos:**

El paradigma se basó en el enfoque cualicuantitativo. El diseño seleccionado para esta investigación es el no experimental que permite que el estudio se realice sin manipulación deliberada de variables; en cuanto a la población, muestra y muestreo estuvo conformada por el universo de las Pymes del sector panadero de Barranquilla solo personas jurídicas (sociedades). Las seis (6) pymes personas jurídicas que son representativas en los consumidores.

- Panadería y Delicatessen Beyrouth
- Panadería 20 de Julio
- Panadería La Baguette
- Panadería las Nieves
- Pan Santa Ana
- Panadería San Jose

**Resultados:**

Los resultados apuntan a que las Pymes de panadería que operan en la ciudad de Barranquilla, han transcurrido por múltiples procesos de cambios respecto del grado de importancia que les dieran a sus relaciones con la comunidad, en un primer momento vender en volumen era lo esencial para la administración de dichos negocios, producir dinero generaba beneficios y allí finalizaba todo. En los últimos años, los controles y estrategias buscaban masificación de puntos de venta y así comercializar productos, marcas, etc a sectores de clases sociales más bajas, estratos 1 al 3 pero caracterizado por ser puntos más pequeños, en cierta forma la idea es reemplazar las tiendas lo que ha generado una competencia por el consumidor más elevada, pero que no necesariamente genera mejor relación con la comunidad.

El no cumplimiento con las disposiciones medio ambientales está relacionado especialmente con las decisiones de los gerentes y con la ausencia de una plataforma estratégica desde la cual pueden definirse, objetivos orientados, al alcance de metas sociales y ambientales. De igual forma, no se cuenta con programas que promuevan la responsabilidad social, para que la empresa pueda proyectarse con un adecuado desempeño social y ambiental.

La inversión en el cumplimiento de las metas de responsabilidad social ambiental exige capacitar al personal para que alcance el conocimiento en este campo.

Para que la responsabilidad social ambiental pueda posicionarse, como marco de acción prioritario en la realidad corporativa de la pyme se recomienda lo siguiente:

- Llevar a cabo procesos formativos liderados por las cámaras de comercio, Andi, Fenalco, Acopi (2017) y universidades que orienten el conocimiento y legitimidad de la responsabilidad social y ambiental como ámbitos corporativos que demandan cumplimientos en la vida de las pymes del sector de panadería debido a las implicaciones para la salud y salubridad de consumidores y de los establecimientos.
- Es necesario orientar el diseño de programas medio ambientales para favorecer el compromiso con los stakeholders.
- Se requiere asesorar en el diseño de instrumentos de medición de impacto ecológico, para que la pyme defina estrategias y acciones para evaluar de forma sistemática, el impacto de la pyme en el entorno inmediato.

### **Conclusiones:**

El Artículo planteo el interrogante ¿Cómo es la responsabilidad social ambiental en las pymes del sector panadería de Barranquilla, Colombia?, a lo cual se llegó a las siguientes conclusiones:

En cuanto al primer (1) objetivo específico los resultados generales el cumplimiento de la responsabilidad ambiental no es el idóneo en la gran mayoría de la muestra, las empresas del sector panadería no despliegan valor agregado a la sociedad Barranquillera, atendiendo la responsable aplicación de la productividad para cumplir con la ética de la responsabilidad ambiental. que las pymes del sector panadería de Barranquilla están lejanas de cumplir con los principios de responsabilidad social ambiental, ya que la mayoría desconoce el concepto de manera clara y ello genera un impase grande en el cumplimiento de la misma.

El segundo (2) objetivo específico que se refiere a los lineamientos de la responsabilidad ambiental, atendiendo la configuración y aplicación de los lineamientos expuestos teóricamente y los resultados, se puede concluir que los lineamientos de la responsabilidad ambiental no se están cumpliéndose y no existe proactividad para los mismos.

El tercer (3) objetivo específico, relacionado con las barreras existentes, permite concluir que la ausencia de programas de responsabilidad social ambiental es elevada, ello se evidenció en los resultados investigativos, por lo cual no hay cumplimiento en la mayoría de los sujetos analizados.

### **Palabras clave:**

Responsabilidad Social Ambiental, Panaderías, Barranquilla, ambiental

## SUMMARY

### Background

The following article analyzed the environmental social responsibility in the SMEs of the bakery sector in Barranquilla (Colombia), for which it was necessary to describe the level of relationship of the companies in said sector based on theories related to environmental social responsibility, in order to design CSR strategies that promote environmental as an agent of social change in the bakery sector.

### Goals:

#### General

Analyze environmental social responsibility in SMEs in the bakery sector of Barranquilla for the generation of strategies that strengthen their relationship with their environment.

#### Specific

- Identify the concept of environmental social responsibility that the SME manages in the bakery sector of Barranquilla (Colombia), in order to obtain theoretical references to support the research.
- Determine the environmental social responsibility guidelines applied by SMEs in the bakery sector of Barranquilla (Colombia)
- Describe barriers and opportunities presented by the SME in the bakery sector regarding the application of environmental social responsibility programs, so that businessmen and owners have information that allows them to make decisions on this issue.
- Propose environmental social responsibility strategies for SMEs in the bakery sector of Barranquilla, Colombia, so that entrepreneurs and owners implement environmental social responsibility programs.

### Materials and methods:

The paradigm was based on the quantitative qualitative approach. The design selected for this research is the non-experimental one that allows the study to be carried out without deliberate manipulation of variables; As for the population, sample and sampling was made up of the universe of SMEs in the Barranquilla bakery sector, only legal persons (societies). The six (6) SMEs legal persons that are representative in consumers.

- Bakery and Delicatesen Beyrouth
- Bakery July 20
- San Jose Bakery
- Las Nieves Bakery
- Santa Ana Bread
- Bakery

**Results:**

The results suggest that the bakery SMEs that operate in the city of Barranquilla, have gone through multiple processes of changes with respect to the degree of importance that they gave to their relations with the community, at first, selling in volume was essential for the administration of these businesses, producing money generated profits and everything ended there. In recent years, controls and strategies sought to massify points of sale and thus market products, brands, etc. to sectors of lower social classes, strata 1 to 3 but characterized by being smaller points, in some ways the idea is to replace the stores which has generated a higher competition for the consumer, but that does not necessarily generate a better relationship with the community.

Non-compliance with environmental regulations is especially related to the decisions of managers and the absence of a strategic platform from which objectives can be defined, within the scope of social and environmental goals. Similarly, there are no programs that promote social responsibility, so that the company can project itself with adequate social and environmental performance.

The investment in the fulfillment of the goals of environmental social responsibility requires training the personnel to reach the knowledge

So that environmental social responsibility can be positioned, as a priority action framework in the corporate reality of the SME, the following is recommended:

- Carry out training processes led by chambers of commerce, Andi, Fenalco, Acopi (2017) and universities that guide the knowledge and legitimacy of social and environmental responsibility as corporate areas that demand compliance in the life of SMEs in the sector of Bakery due to the health and health implications of consumers and establishments.
- It is necessary to guide the design of environmental programs to promote engagement with stakeholders.
- Advice on the design of ecological impact measurement instruments is required, so that the SME defines strategies and actions to systematically evaluate the impact of the SME on the immediate environment.

**Conclusions:**

The Article raised the question: How is environmental social responsibility in SMEs in the bakery sector of Barranquilla, Colombia ?, which reached the following conclusions:

Regarding the first (1) specific objective, the general results, the fulfillment of environmental responsibility is not ideal in the vast majority of the sample, the companies of the bakery sector do not display added value to the Barranquillera

society, attending the responsible application of productivity to comply with the ethics of environmental responsibility. that SMEs in the sector

## REFERENCIAS

BID. (2017). Encuesta sobre responsabilidad social ambiental entre las pymes latinoamericanas. IKEI & Socios Latinoamericanos.

Blanco, N., & Alvarado, M. (2015). Escala de actitud hacia el proceso de investigación científica social. Ciencias sociales, XI (3).

Boe. (2017). Ley de responsabilidad social medioambiental. Madrid.

Bowen, H. (1953). Social responsibilities of the businessman. New York: Harper & Brothers.

Carroll y Sabana (2016). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. Business Horizons. 34 (4). 39-48 pp.

Carroll, AB. & Shabana, K. (2010). The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice. International Journal of management reviews. 12 (1). 85-105 pp.

Castaño, E. J. (2011). Comunicarla responsabilidad social, una opción de éxito empresarial poco explorada. Revista lasallista de investigación, 173-186.

Comisión de las Comunidades Europeas (CCE). (2001). Libro Verde: Fomentar un Marco Europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas. Bruselas: Comisión de las Comunidades Europeas.

competitividad empresarial y el desarrollo sostenible. Lima: EULAC

comunidades de su entorno. Edusa.

Fernández, J. (2008). Análisis de la ley de responsabilidad medioambiental. Rev. Ingeniería Química. 160-167 Abril.

Flórez Campero, AP. (2014). La responsabilidad social ambiental en las pymes de Colombia. Análisis a resultados de aplicación de Herramienta de Caracterización y Manual Cartilla para pequeños y medianos empresarios. Bogotá: EAN

Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. The New York times Magazine. 1-6 pp.

Galván (2016). Diccionario ambiental y asignaturas afines. Madrid, España

García J, A Paz, P Hernández. (2012). Gestión del reciclaje de residuos sólidos desde un enfoque racional. Multiciencias

García, M., Azuero, A & Peláez, J. (2013). Prácticas de responsabilidad social ambiental: un enfoque estratégico, para la vinculación de prácticas responsables a las organizaciones.

Giraldo Cárdenas, LM., Kammerer, YY. & Ríos, LA. (2016). Responsabilidad social en las pymes del área metropolitana de Medellín, Colombia.

Hernández A, E. & Mendoza P, J. (2016). Responsabilidad Social ambiental para Mipymes: un Escenario de Cumplimiento Metodológico para el Desarrollo Sostenible.

Huerta E, García J (2009). Estrategias de gestión ambiental: Una perspectiva de las organizaciones modernas. Buenos Aires.

International Organization For Standarization. (2017). ISO 26000. Social Responsibility. Geneve: International Organization for standarization.

ISMA. (2019). Instituto superior de medio ambiente. Disponible en la url: <http://www.ismedioambiente.com/programas-formativos/gestion-ambiental-programas-formativos/%C2%BFcomo-aplicar-la-rse-en-el-medio-ambiente>.

Consultado el 20 de Abril de 2019

URIBE-MACÍAS, Mario Enrique, VARGAS-MORENO, Óscar Alberto, MERCHÁN-PAREDES, Luis.. La responsabilidad social empresarial y la sostenibilidad, criterios habilitantes en la gerencia de proyectos. En: Entramado. Enero - Junio, 2018. vol. 14, no. 1, p. 52-63, <http://dx.doi.org/10.18041/entramado.2018v14n1.27107>

Vergara, MP. & Vicaría, L. (2009). Ser o aparentar la responsabilidad social ambiental en Colombia: Análisis organizacional basado en los lineamientos de la Responsabilidad Social ambiental. Bogotá: Pontifica Universidad Javeriana.

Zaraza G, JA. (2010). Análisis de responsabilidad social ambiental medioambiental en dos pymes pequeñas del sector plástico en Bogotá a partir de la matriz de Leopold. Bogotá: Pontifica Universidad Javeriana.

**BASE DATOS**

Andrade Carolina (2013) Responsabilidad Social. La nueva relación empresa-ambiental

<http://www.emb.cl/hsec/articulo.mvc?xid=286>

Ayala María Luisa (2017) Sostenibilidad: 5 marcas con responsabilidad

<http://www.america-Panaderias.com/sostenibilidad/sostenibilidad-5-marcas-con-responsabilidad-social/>

Banco Interamericano de Desarrollo (BID, 2017). <https://www.iadb.org/es>.

Consultado de 27 de Abril de 2019

BID. (2017). <https://www.youtube.com/watch?reload=9&v=oc0ZEmLaJck>

Cámara de Comercio de Barranquilla (2018). Disponible en la url:

<http://www6.camarabaq.org.co/>. Consultado de 27 de Abril de 2019

CEPAL (2018). Disponible en la url: <https://www.cepal.org/es/publicaciones/5621-responsabilidad-social-corporativa-america-latina-vision-empresarial>

Confecamaras (2017). <http://www.confecamaras.org.co/> Consultado de 27 de Abril

de 2019

DANE (2017). <http://www.dane.gov.co/>. Consultado de 27 de Abril de 2019

D'amato Herrera., G (2013). Tendencias académicas en el estudio de la responsabilidad social corporativa y asuntos del desarrollo en América Latina, 2000-2010. Cuadernos de Administración / Universidad del Valle / Vol. 29 N°49 / enero – junio.

Fenalco (2017). Sector panaderías y repostería. Disponiboe en la url:

[https://www.fenalcoantioquia.com/sites/default/files/pdf/informe\\_sector\\_panaderias\\_y\\_reposterias.pdf](https://www.fenalcoantioquia.com/sites/default/files/pdf/informe_sector_panaderias_y_reposterias.pdf). Consultado el 11 de Febrero de 2019

Jaramillo, O. (2011). La dimensión interna de la responsabilidad social en las micro, pequeñas y medianas empresas del programa Expopyme de la Universidad del Norte. Revista, pensamiento y gestión, N° 3.

Nielsen (2017). Las empresas del sector panadería mejoran en ventas. Disponible

en la url: <https://www.nielsen.com/co/es/insights/news/2017/Consumo-de-pan-en-Colombia.html>. Consultado de 27 de Abril de 2019

Revista la Barra (2017). <https://revistalabarra.com/edicion/panaderia/>. Consultado de 27 de Abril de 2019

Superintendencia de Sociedades (2018). Inversión de RSE en las pymes colombianas. Disponible en la url:

<https://www.supersociedades.gov.co/SitePages/Inicio.aspx>. Consultado el 11 de Febrero de 2019