

## **Estrategias de sostenibilidad y competitividad en las PYMES de Barranquilla**

### **Nombres y Apellidos:**

Selena Rojas Cañas  
**Código estudiantil: 20212435351**

Donna Margarita Quintero  
**Código estudiantil: 20221442126**

Carolina Andrea Hoyos  
**Código estudiantil: 20221444687**

Luis Miguel Gambin Amador  
**Código estudiantil: 201525770804**

### **Trabajo de Investigación del Programa de Administración de Empresas**

### **Tutor(es):**

John Enrique Sánchez Otero

### **RESUMEN**

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) representan un pilar fundamental en el desarrollo económico y social de Colombia, especialmente en la ciudad de Barranquilla, donde contribuyen significativamente a la generación de empleo, la innovación y el fortalecimiento del tejido productivo. En los últimos años, el entorno empresarial ha presentado desafíos relacionados con la globalización, la competencia y la necesidad de integrar prácticas sostenibles en los modelos de gestión. Ante este contexto, la sostenibilidad se ha convertido en un factor estratégico que permite a las PYMES equilibrar el crecimiento económico con el bienestar social y la protección del medio ambiente, fortaleciendo al mismo tiempo su posicionamiento competitivo.

El propósito de esta investigación es analizar cómo las estrategias de sostenibilidad influyen en la competitividad empresarial de las PYMES de Barranquilla, identificando los principales beneficios económicos, sociales y ambientales derivados de su implementación. Para alcanzar este objetivo, se desarrolló un estudio con enfoque cualitativo y elementos descriptivos, aplicando un cuestionario semiestructurado a veinte empresas pertenecientes a diferentes sectores productivos, entre ellos el comercial, industrial, logístico, gastronómico y de servicios.

Los resultados obtenidos revelan que la sostenibilidad empresarial ha comenzado a ser reconocida por las PYMES barranquilleras como un componente esencial para su permanencia y crecimiento en el mercado. Las estrategias más comunes incluyen la eficiencia energética, la gestión de residuos, el uso de empaques biodegradables, la digitalización de procesos, la compra responsable a proveedores locales y la inversión en bienestar laboral. En el ámbito económico, estas acciones se traducen en la reducción de costos operativos, una mejor optimización de recursos y el aumento de la fidelización de clientes.

En la dimensión social, se observa que las empresas que aplican prácticas sostenibles tienden a generar un clima laboral más favorable, fortalecer la identidad organizacional y establecer vínculos más sólidos con las comunidades del entorno. Esto no solo mejora su reputación corporativa, sino que también incrementa su capacidad de adaptación frente a los cambios del mercado. En el ámbito ambiental, las iniciativas sostenibles han permitido una reducción en el consumo de energía y agua, una mejor gestión de residuos y una mayor conciencia ecológica dentro del personal.

El análisis de la información permitió concluir que las PYMES que incorporan la sostenibilidad como parte de su estrategia de negocio logran ventajas competitivas que se reflejan en la innovación, la eficiencia y la diferenciación frente a la competencia. Sin embargo, aún enfrentan limitaciones como la falta de recursos financieros, el desconocimiento técnico y la ausencia de políticas institucionales de sostenibilidad.

En síntesis, la sostenibilidad se configura como un determinante clave de la competitividad empresarial en las PYMES de Barranquilla. La integración de prácticas sostenibles no solo contribuye al desarrollo económico local, sino que impulsa modelos empresariales más resilientes, responsables e innovadores. Este estudio aporta evidencia relevante para comprender la relación entre sostenibilidad y competitividad en el contexto colombiano y plantea la necesidad de fortalecer las políticas públicas y los programas de acompañamiento que promuevan la transformación sostenible del sector empresarial.

**Palabras clave:** Sostenibilidad, competitividad, PYMES, valor compartido, innovación empresarial, responsabilidad ambiental.

## ABSTRACT

Small and medium-sized enterprises (SMEs) are a cornerstone of Colombia's economic and social development, particularly in the city of Barranquilla, where they play a crucial role in generating employment, fostering innovation, and supporting local growth. In recent years, these businesses have faced growing challenges related to globalization, competition, and the need to integrate sustainability into their management practices. Sustainability has therefore become a strategic factor for SMEs, enabling them to balance economic performance, social responsibility, and environmental protection while enhancing their competitive position in the market.

This research aims to analyze how sustainability strategies influence the business competitiveness of SMEs in Barranquilla, identifying the main economic, social, and environmental benefits derived from their implementation. The study followed a qualitative approach with descriptive elements, using a semi-structured questionnaire applied to twenty SMEs operating in various sectors, including commerce, industry, logistics, gastronomy, and services.

The findings reveal that sustainability is increasingly recognized by SMEs in Barranquilla as a vital component of business success and long-term growth. The most common sustainability strategies include energy efficiency, waste management, the use of biodegradable packaging, process digitalization, responsible purchasing from local suppliers, and employee well-being programs. Economically, these practices lead to reduced operating costs, better resource optimization, and stronger customer loyalty.

From a social perspective, companies implementing sustainable strategies tend to create a better work environment, foster organizational identity, and build stronger relationships with surrounding communities. These actions not only enhance their corporate reputation but also improve their adaptability to changing market conditions. In the environmental dimension, sustainable initiatives have resulted in reduced energy and water consumption, better waste management, and increased environmental awareness among employees.

The analysis shows that SMEs integrating sustainability into their business strategy achieve significant competitive advantages through innovation, efficiency, and differentiation. Nevertheless, barriers remain, such as limited financial resources, lack of technical knowledge, and the absence of formal sustainability policies.

In conclusion, sustainability emerges as a **key determinant of business competitiveness** among SMEs in Barranquilla. The incorporation of sustainable practices contributes not only to local economic growth but also to the creation of more resilient, responsible, and innovative business models. This study provides relevant evidence to understand the relationship between sustainability and competitiveness in the Colombian context and highlights the importance of strengthening public policies, institutional support, and corporate initiatives aimed at promoting sustainable business transformation.

**Keywords:** Sustainability, Competitiveness, SMEs, Shared Value, Business Innovation, Environmental Responsibility.

## REFERENCIAS:

1. Porter, M. E., s Kramer, M. R. (2011). *Creating shared value*. *Harvard Business Review*, 8S(1/2), 62-77. <https://hbr.org/2011/01/the-big-idea-creating-shared-value>
2. Lozano, R. (2015). *A holistic perspective on corporate sustainability drivers*. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 22(1), 32-44. <https://doi.org/10.1002/csr.1325>
3. Dangelico, R. M., s Pujari, D. (2010). *Mainstreaming green product innovation: Why and how companies integrate environmental sustainability*. *Journal of Business Ethics*, S5(3), 471-486. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0434-0>
4. López-Torres, G. C. (2023). *Sostenibilidad y competitividad en las PYMES colombianas: un enfoque estratégico*. *Estudios Gerenciales*, 3S(175), 105-122. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2023.175.5232>
5. Aragón-Correa, J. A., s Sharma, S. (2003). *A contingent resource-based view of proactive corporate environmental strategy*. *Academy of Management Review*, 28(1), 71-88. <https://doi.org/10.5465/amr.2003.8625233>
6. Bansal, P., s Song, H. C. (2017). *Similar but not the same: Differentiating corporate sustainability from corporate responsibility*. *Academy of Management Annals*, 11(1), 105-146. <https://doi.org/10.5465/annals.2015.0065>
7. Schaltegger, S., Lüdeke-Freund, F., s Hansen, E. G. (2012). *Business cases for sustainability: The role of business model innovation for corporate sustainability*. *International Journal of Innovation and Sustainable Development*, c(2), 65-116. <https://doi.org/10.1504/IJISD.2012.046644>
8. Baumgartner, R. J., s Ebner, D. (2010). *Corporate sustainability strategies: Sustainability profiles and maturity levels*. *Sustainable Development*, 18(2), 76-86. <https://doi.org/10.1002/sd.447>
6. Vázquez-Carrasco, R., s López-Pérez, M. E. (2013). *Small & medium-sized enterprises and corporate social responsibility: A systematic review of the literature*. *Quality & Quantity*, 47, 3205-3218. <https://doi.org/10.1007/s11135-012-6713-4>
10. Brammer, S., Jackson, G., s Matten, D. (2012). *Corporate social responsibility and institutional theory: New perspectives on private governance*. *Socio-Economic Review*, 10(1), 3-28. <https://doi.org/10.1063/ser/mwr030>
11. Sharma, S., s Henriques, I. (2005). *Stakeholder influences on sustainability practices in the Canadian forest products industry*. *Strategic Management Journal*, 2c(2), 156-180. <https://doi.org/10.1002/smj.436>
12. Nidumolu, R., Prahalad, C. K., s Rangaswami, M. R. (2006). *Why sustainability is now the key driver of innovation*. *Harvard Business Review*, 87(6), 56-64. <https://hbr.org/2006/06/why-sustainability-is-now-the-key-driver-of-innovation>
13. OECD. (2016). *Enhancing SME productivity: Policy highlights on the role of managerial skills, workforce and business linkages*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/6b3d27cc-en>

14. Fernández, R., s Fonseca, A. (2020). *Gestión sostenible y competitividad en PYMES: un estudio de caso en América Latina*. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, 2c(4), 122-138. <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i4.34677>
15. Hernández, M., s Gutiérrez, P. (2022). *Sustainability practices and business performance in Latin American SMEs*. *Journal of Cleaner Production*, 35c, 131857. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.131857>
16. Cantele, S., s Zardini, A. (2018). *Sustainability development and performance in SMEs: A strategy–organization–performance relationship*. *Business Strategy and the Environment*, 27(7), 1368-1378. <https://doi.org/10.1002/bse.2180>
17. Klewitz, J., s Hansen, E. G. (2014). *Sustainability-oriented innovation of SMEs: A systematic review*. *Journal of Cleaner Production*, c5, 57-75. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.07.017>
18. Leonidou, C. N., Katsikeas, C. S., s Morgan, N. A. (2013). *Greening the marketing mix: Do green tactics influence firm performance?* *International Journal of Business and Social Science*, 44(1), 64-108. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.07.005>
16. Galván, R., s Pérez, A. (2021). *Responsabilidad social y sostenibilidad en PYMES colombianas: avances y desafíos*. *Revista Latinoamericana de Administración*, 53(2), 65-80. <https://doi.org/10.1108/ARLA-01-2020-0014>
20. European Commission. (2020). *SME sustainability policies in the European Union: Impact and implementation*. *European Journal of Sustainable Development*, S(3), 102-115. <https://doi.org/10.14207/ejsd.2020.v6n3p102>