

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE LAS PYMES COMERCIALES DE
ALIMENTOS EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA.**

DANIEL NICOLLS IBAÑEZ MANGA

**UNIVERSIDAD DE LA COSTA CUC
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BARRANQUILLA, COLOMBIA
ENERO 2018**

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE LAS PYMES COMERCIALES DE
ALIMENTOS EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA.**

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TITULO DE ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

PRESENTADO POR:

DANIEL NICOLLS IBAÑEZ MANGA

TUTOR:

MADDELIN SÁNCHEZ OTERO

MILDRED GARIZABAL

**UNIVERSIDAD DE LA COSTA CUC
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BARRANQUILLA, COLOMBIA**

ENERO 2018

Nota de aceptación

Presidente del jurado

Jurado

Jurado

Contenido

Introducción.....	9
1. Problema.....	11
1.1. Planteamiento Del Proyecto	11
1.1.1. Antecedentes	11
1.1.2. Descripción.....	14
1.1.3. Formulación	22
2. Objetivos.....	23
2.1. 2.1 Objetivo General	23
2.2. 2.2 Objetivos Específicos.....	23
3. Justificación.....	24
4. Alcances y limitaciones	26
3.1. 4.1 Alcances	26
3.2. 4.2. Limitaciones	26
5. Marco Teórico	27
6. Operacionalización de variables	42
7. Diseño metodológico	44
3.3. 7.1. Enfoque de la Investigación	44
3.4. 7.2. Tipo de Investigación	45
3.5. 7.3. Método.....	45
3.6. 7.4. Población y Muestra	45
7.4.1. Muestra	46
3.7. 7.5. Fuente de Información.....	47
3.8. 7.6. Técnica e instrumentos de recolección de Información	48
3.9. 7.7. Procesamiento De La Información.....	49
8. Resultados.....	50
9. Conclusiones	58
10. Recomendaciones	61
11. Referencia	62
Anexos.....	70

Lista de tablas

Tabla 1. Conocimiento sobre Responsabilidad social..... 42
Tabla 2. Acciones internas de responsabilidad social 42
Tabla 3. Acciones externas de responsabilidad social 42
Tabla 4. Información de empresas entrevistadas 47

Agradecimientos

Primero a Dios mis agradecimientos por la vida y salud que permitieron mantenerme firme en mi proyecto formativo, después a mi esposa y familia por su apoyo permanente, la fortaleza y la confianza durante toda mi carrera.

A mis tutoras Dra. Madelin Sánchez Otero y la Dra. Mildred Garizabal quien con su paciencia, experiencia y conocimiento me guiaron, motivaron y pusieron todo su empeño para la consecución de este proyecto.

Resumen

La presente investigación sobre responsabilidad especial empresarial en las pequeñas y medianas empresas comerciales en la ciudad de barranquilla, se hizo con enfoque cualitativo, en un estudio descriptivo cuyo método utilizado es el inductivo, la muestra escogida es no probalístico. Tiene como resultado que las pequeñas y medianas empresas objeto del estudio practican acciones de responsabilidad social empresarial sin que necesariamente sepan que lo hacen, poseen conocimiento sobre la responsabilidad social empresarial, pero muestran incertidumbres debido a los costos tecnológicos, financieros, capital humano en los que se incurre en un programa de responsabilidad social empresarial; proponiendo dentro de las recomendaciones una programa para las pequeñas y medianas empresas comerciales de alimentos de la ciudad de barranquilla, proponiendo un programa RSE para las pequeñas y medianas empresas comerciales en la ciudad de barranquilla, que vaya más allá de hacer acciones que beneficien al empleador, que se conviertan en acciones tanto para los clientes internos y externos de la organización.

Palabras clave: *Sostenibilidad, Medio Ambiente, Acciones, Desarrollo, Partes interesadas*

Abstract

The present research on business special responsibility in small and medium business enterprises in the city of Barranquilla, was done with a qualitative approach, in a descriptive study whose method used is the inductive, the sample chosen is non-probalistic. It has as a result that the small and medium companies object of the study practice corporate social responsibility actions without necessarily knowing that they do it, they have knowledge about corporate social responsibility, but they show uncertainties due to technological, financial costs, human capital in which a business social responsibility program is incurred; proposing a program for small and medium commercial food companies in the city of Barranquilla, proposing a CSR program for small and medium business enterprises in the city of Barranquilla, which goes beyond actions that benefit the employer , that they become actions for both internal and external customers of the organization.

Keywords: *Susteinability, Environment, Actions, Development, Stakeholders*

Introducción

El presente estudio está encaminado a investigar las acciones de Responsabilidad Social Empresarial que realizan las Pymes Comerciales de Alimentos en la ciudad de Barranquilla, con la finalidad de conocer las contribuciones y aportes que este sector de la economía hace en materia de Responsabilidad Social Empresarial, considerando, según Cardona (2014), el 95.4% de la industria nacional son PyMEs y el 23% de ellas adquieren iniciativas de RSE, también menciona que hay una desinformación sobre la implementación de políticas de responsabilidad social empresarial en las pequeñas empresas, pero por ser la mayoría de empresas en Colombia PyMEs, estas tienen una gran incidencia sobre la reinsertión en factor de empleabilidad; y que están abocadas a la competitividad y productividad para posicionarse en mercados nacionales e internacionales con productos de calidad tanto para los clientes internos como externos, siendo relevante conocer como realizan o llevan a cabo las acciones de responsabilidad social empresarial .

El tema se presenta como una necesidad manifiesta de las Pymes de la ciudad de Barranquilla para el crecimiento empresarial y pretende desarrollar aspectos que posibiliten ubicar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), como un factor clave para impulsar el crecimiento empresarial, la igualdad de condiciones frente a los competidores, aumentar la visibilidad y reconocimiento con los clientes internos y externo de las Pymes Comercializadoras de Alimentos de la ciudad de Barranquilla.

Actualmente, las Pymes se encuentran en medio de condiciones adversas, caracterizadas por la sobreoferta de productos y servicios y un alto nivel de incertidumbre; estas y otras manifestaciones externas e internas las han llevado a dedicar gran parte de su tiempo y esfuerzo administrativo a la búsqueda de nuevas alternativas que les permitan contrarrestar los efectos de

la competencia y los drásticos cambios comerciales a nivel mundial. Frente a este panorama, las pymes intentan desarrollar e implementar políticas y estrategias que les permitan crecer y consolidarse. Las estrategias que involucran la responsabilidad social empresarial están al orden del día y surgen, entonces, como una expresión manifiesta de las nuevas exigencias de los grupos de interés (Stakeholders).

Para el desarrollo de la investigación se trabajará con un tipo de estudio descriptivo, la población objeto de la investigación son las Pymes comerciales de alimento de la ciudad de Barranquilla, se utilizará como técnica para la recolección de la información la entrevista, las fuentes para la información será primaria y secundaria, el procesamiento de éstos datos se hará través de herramientas informáticas Word y Excel.

1. Problema

1.1. Planteamiento Del Proyecto

1.1.1. Antecedentes

El término Pyme, hace referencia a las pequeñas y medianas empresas. Las pymes no tienen una estructura definida, están constituidas generalmente solo por el dueño en la parte administrativa, quien toma todas las decisiones sobre precios, contrataciones, salarios, etc. (Biasca, 2005 citado por Garzón, y otros, 2015). Las pymes no tienen descripción definida de cargos y el personal contratado cumple diversas funciones o cargos.

Según la Comisión Económica Para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2015) el predominio de las denominadas Pymes es un fenómeno universal. Representan el 99% de las empresas privada de la región latinoamericana y más de dos terceras parte generan el 67% del empleo, constituyéndose en la mayor fuente de empleos. Las Pymes se caracterizan por una alta capacidad de innovación y de reacción frente a los cambios del entorno, la absorción de mano de obra, el poder de dinamización de las empresas de mayor tamaño, mediante la articulación de las cadenas productivas, vía de subcontratación, un aporte significativo al producto interno bruto, por el papel central que juega en el potencial de crecimiento de América Latina y en la creación de puestos de trabajo de mayor calidad; como factor de estabilidad de la democracia, en la medida en que permite ampliar la base de propiedad.

Las pequeñas y medianas empresas significan en la mayoría de los países de América Latina una realidad económica y social importante; su aporte en América Latina ha sido particularmente relevante en cuanto al empleo y la producción; constituyen más del 96.4% del

universo empresarial nacional, con una incidencia en el producto interno bruto nacional del 40%. En las Pymes recae una fuerte responsabilidad social, dado que generan alrededor del 50% del empleo nacional, el 43% de la producción manufacturera, el 40% de los salarios y el 40% del valor agregado del país (Aguilar 2009).

Colombia define las Pymes según sus activos totales y el número de empleados (Ley 905 de 2004), sin importar la actividad que desempeñe. En Estados Unidos y Europa, las Pymes se definen dependiendo de su sector. Sin importar cuál sea el criterio (ventas, activos, empleados, etc.), el ideal es que el tamaño de las compañías sea relativo a su propio sector (Castañeda y Rivera 2004).

La estructura económica del país, está conformada en su mayoría por pequeñas y medianas empresas que son el eje fundamental de la actividad económica; alrededor de ellas se debe evidenciar un entorno empresarial dinámico, donde las empresas crezcan e innoven y se conviertan en los motores que impulsen la creación de nuevos empleos. Las pymes son la principal fuente de empleo, y parte fundamental del sistema económico, estimulan la economía y tienen una gran responsabilidad social por minimizar situaciones de pobreza, desempleo, es por esto que el gobierno a través de diferentes instituciones como la Asociación Colombiana de Medianas y Pequeñas Industrias (Acopi) y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo trabajan en diferentes programas para instituir y aumentar sus fortalezas además de ayudar a estas empresas a corregir sus debilidades (López y Triana, 2014).

Es innegable que las Pymes juegan un papel fundamental en la economía colombiana y que gran parte del crecimiento, desarrollo y bienestar futuros dependen de ellas. Razón por la cual es preponderante que desde la educación superior se aborden estudios sobre las Pymes que permitan su actualización y permanencia en los mercados nacionales e internacionales.

Las pymes representan el 99,9% del total de las empresas en Colombia, cerca de 1,6 millones de unidades empresariales. De ahí la relevancia de conocer las dificultades y desafíos que enfrentan en el panorama económico tanto actual como futuro del país (Pérez-Uribe & Ramírez, 2015).

En el caso de las pymes colombianas pertenecientes al sector comercio se identificaron una serie de variables arrojadas por la Gran Encuesta Pyme años 2015 y 2016-I en todo el territorio nacional. Se observa que el nivel de competitividad de la gestión administrativa es del 30%, indicador en el que se destaca el factor diversificación de mercados internacionales con un 2%, afectando drásticamente la competitividad de la gestión administrativa. Por otra parte, la gestión de producción presenta un 31% de competitividad, donde se observa un 18% de reducción en la superficie de ventas de las pyme. En cuanto a la gestión comercial, el nivel de competitividad es del 22%, donde el factor lanzamiento de nuevos productos obtuvo solo un 18% dentro de las pymes sector comercio, a su vez, la gestión financiera con un 13% obtuvo un 50% de aumento en los costos, esto se explica con los problemas detectados en el sector. De igual manera, el indicador de gestión del talento humano tiene un 29% de competitividad, el cual es explicado por la baja generación de empleo de las pyme en 2015, en un 16%.

En general el nivel de competitividad del sector comercio a nivel nacional es bajo, con un 25% que representa las dificultades encontradas en los factores analizados en las pymes colombianas durante el año 2015. Aunque los empresarios de la Pyme observaron un aumento en sus pedidos, los costos se elevaron, por tanto, algunas pymes tomaron la decisión de reducir los espacios de venta de los locales, trabajar con inventario justo, aumentaron los costos de transporte de mercancías y por consiguiente, el margen de utilidad del sector disminuyó de manera drástica.

El estudio de la Asociación Nacional de Instituciones Financieras ANIF, realizado en el año 2016, señala que la distribución por tamaño del sector comercio, corresponde en un 62% a las pequeñas empresas y un 38% a las empresas medianas.

1.1.2. Descripción

Según el Pacto Global (2004) ser socialmente responsable implica todo un modo de hacer negocios, que se manifiesta a través de las relaciones con las comunidades, el trato con los empleados y el respeto al medio ambiente.

El respeto a estos principios hace a las empresas más competitivas, pues así contribuyen a generar un ambiente de negocios favorable para la inversión, el desarrollo económico y la modernización del país.

Los empresarios pymes, tienen buena voluntad e intenciones frente al tema de la Responsabilidad Social Empresarial, aunque su conocimiento frente a las acciones que deberían y podrían realizar no es muy claro, así como también, lo consideran muy costoso y que demanda capital humano calificado del cual carecen y una infraestructura tecnológica que responda a las nuevas exigencias. El empresario Pyme es una persona interesada en el tema de la RSE, pero desconoce sus aspectos esenciales y las acciones que podrían cumplir a mayor cabalidad, de igual manera sus implicaciones en la competitividad y productividad global.

ACOPI, (2008), En su estudio hace un análisis primario sobre las empresas del Atlántico en el que se muestra que las empresas tienen interés de aplicar conceptos en línea con la Responsabilidad Social Empresarial, pero concluyen en éste análisis que ninguna de ellas tiene la claridad necesaria en la fundamentación de estos conceptos haciendo que sus esfuerzos sean aislados, que no estén regidos por unos conceptos claros y bien definidos de lo que se necesita

para llevarlos a cabo, ni cómo hacerles seguimiento, como tampoco ellos están integrados en la estrategia de la empresa, sino que por el contrario son acciones voluntarias con gran riesgo de ser desperdiciadas y que no estarían en este estado si estas obedecen a una estrategia de la empresa.

Estos efectos se muestran en conflictos que las empresas tienen con los diferentes grupos de interés, tales como los trabajadores, efectos negativos sobre el medio ambiente, contaminación de las fuentes de agua, conflictos con el estado por no cumplimiento de las obligaciones impositivas, tales como el pago de impuestos, la contribuciones parafiscales, el cumplimiento con las obligación de contratar aprendices, las relaciones con los proveedores que deben estar libre de presiones indebidas para la obtención de mejores precios, la competencia desleal entre empresas del mismo sector, todo lo anterior afectado el entorno social y económico de las empresas

Bornot, S(2004), destaca que en muchos casos las PyMEs llevan a cabo acciones que reflejan prácticas de RSE desde tiempo atrás en sus organizaciones, a pesar de desconocer el propio concepto de RSE, donde estas actividades no son debidamente conocidas por el gran público debido a su carácter local o al perfil bajo de las propias PyMEs.

La mayoría de los conceptos e instrumentos relacionados con la RSE han sido desarrollados por y para grandes empresas, en muchos casos multinacionales. En este contexto, no resulta sorprendente comprobar por tanto que la mayor parte de las investigaciones y estudios existentes en el ámbito de la RSE se han dirigido a estas grandes empresas, mientras que la atención dedicada a las PyMEs ha sido mucho menor.

Sin embargo, y según la opinión de Corrales y Flórez (2011), la RSE entre las PyMEs requiere de una visión distinta a la que normalmente se utiliza en el caso de las empresas grandes

dado que, en definitiva, las “empresas pequeñas no se comportan necesariamente como pequeñas grandes empresas”. Así, las PyMEs están sujetas a un conjunto de características propias e intrínsecas que las hacen muy diferentes de las empresas grandes y que por supuesto afectan tanto los contenidos como la extensión y naturaleza misma de sus actividades de Responsabilidad Social Empresarial.

Las PyMEs latinoamericanas en general y las pequeñas empresas en particular se caracterizan, entre otras, por una baja intensidad de capital, presencia de propietarios/socios/familiares como mano de obra, estructura burocrática mínima, poder centralizado, dificultades para el acceso a financiación exterior o subordinación a grandes empresas.

La influencia de estas características en la temática Responsabilidad Social Empresarial puede resumirse en los siguientes aspectos: Las PyMEs juegan un importante papel de carácter social, tanto por su papel como generadoras de empleo y amortiguadoras del problema del desempleo (al ser particularmente intensivas en este factor) como por ser un instrumento de cohesión y estabilidad social al dar oportunidades de empleo (bien sea formal o informal) a colectivos semi o escasamente cualificados. En la mayor parte de las empresas pequeñas, la propiedad y la gestión de la empresa se concentra en la figura del propietario-gerente (asistido a veces por otros miembros familiares), el cuál ocupa un rol estratégico de líder en la organización al concentrar la mayoría de las decisiones estratégicas. Según algunos autores, esta característica permite explicar la influencia en una manera impensable entre las empresas grandes que las expectativas, deseos u objetivos propios y personales del propietario-gerente (o de la familia) tienen en las decisiones empresariales (entre ellas por supuesto las relativas a las actividades ligadas con la Responsabilidad Social Empresarial). El supuesto generalizado en teoría económica de que la maximización de beneficios es un objetivo de toda empresa puede que no

sea del todo cierto en el caso de las PyMEs, por lo que en muchos casos estas PyMEs persiguen una rentabilidad “favorable” que les garantice su viabilidad al mismo tiempo que les permite dedicar parte de sus esfuerzos a otros objetivos ligados con razones altruistas, sociales o morales.

La mayor parte de las empresas pequeñas operan en mercados locales, lo que les permite operar con mayor libertad en sus decisiones de Responsabilidad Social Empresarial al no estar expuestas a las críticas de los medios de comunicación y de la sociedad civil, mucho más pendientes de las actuaciones de las empresas grandes. En cualquier caso, algunas de estas PyMEs operan como subcontratistas de estas grandes empresas, las cuales a su vez son particularmente vigilantes de las actividades y estándares de sus suministradoras.

Por otro lado, las PyMEs aparecen fuertemente ligadas con aspectos sociales y económicos de sus comunidades geográficamente más próximas, habida cuenta que la mayor parte de sus clientes y trabajadores provienen de su área geográfica próxima. De esta forma, la reputación de la empresa y su imagen como empleador, productor o actor en el ámbito local influyen ciertamente en su competitividad. Las PyMEs en general presentan marcadas limitaciones en términos financieros que dificultan su acceso a financiación exterior. Tal y como señala la literatura existente, esta importante barrera afecta negativamente el desarrollo de acciones o actividades de Responsabilidad Social Empresarial, especialmente en aquellas que requieren un planteamiento a mediano y largo plazo o que no son percibidas como “estratégicas” para el negocio (algunas actividades medioambientales o ligadas con el desarrollo de la comunidad). Ligado con esto, es posible esperar que la situación económica y sus consecuencias cíclicas tengan unos efectos muy importantes en la implicación de las PyMEs en actividades de Responsabilidad Social Empresarial, especialmente en momentos de recesión económica.

Las PyMEs no se ven limitadas únicamente por aspectos financieros, sino también por factores ligados con la falta de tiempo y personal. Así, los propietarios-gestores de PyMEs (especialmente, las pequeñas empresas) cuentan en general con una estructura burocrática mínima, lo que les obliga a dedicar una parte muy importante de su tiempo y energías a resolver los pequeños problemas cotidianos de sus empresas (no sólo de carácter gerencial sino también en muchos casos productivos). No resulta por tanto sorprendente que, ante tales limitaciones de tiempo y personal, algunos autores sugieran que los gestores de las PyMEs sean más “reactivos” que “proactivos” con relación a sus actividades de Responsabilidad Social Empresarial, ya que la atención a las actividades nucleares de la empresa es siempre prioritaria para ellos.

Además, estas limitaciones explican las prevenciones que las PyMEs tienen con relación a las actividades reguladoras que las Administraciones Públicas puedan desarrollar en el ámbito social o medioambiental, las cuales suponen un coste mayor para estas empresas en comparación a sus homólogas más grandes. Para las PyMEs, las relaciones humanas son uno de sus componentes clave y distintivo. En este sentido, las relaciones que se establecen entre los propietarios-gerentes y sus empleados (en muchos casos familiares) y otros stakeholders relevantes como suministradores, clientes o incluso competidores permite la construcción de relaciones humanas y profesionales a un nivel impensable en grandes empresas. Sin embargo, esta visión optimista no debe hacer perder de vista que las existencias de estas fuertes relaciones personales pueden hacer a la empresa especialmente vulnerable en el caso de, por ejemplo, la existencia de conflictos o disputas.

Hoy existe la nueva empresa, como existe la llamada nueva economía. Y esa nueva empresa se distingue de la de antes por jugar un papel cada vez mayor en la solución de

problemas sociales, y, por tanto, en mantener una relación más estrecha con la sociedad, la cual parecía no importarle en el pasado.

De ahí que se distingan por completo la empresa tradicional y la empresa sostenible, la primera, en efecto, sólo cumple con lo que dice la ley, sobre todo en beneficio de sus accionistas y, si mucho, de empleados y clientes, pensando únicamente en el corto plazo. La segunda, por el contrario, no considera que deba crear solo valor agregado para esos tres actores, especialmente los accionistas, sino que intenta dar valor a otros grupos de interés, no por motivos oportunistas sino como una auténtica estrategia corporativa, de cuyo éxito depende el futuro mismo de la empresa.

Por otra parte, Marulanda (2013), presidente de Confecámaras afirma que la Responsabilidad Social Empresarial no se reduce a generar empleo, pagar impuestos, cumplir con las distintas obligaciones legales y hasta regirse por criterios de equidad con los empleados, proveedores y accionistas, entre los “stakeholders” o grupo de interés de cada empresa. Según él, el concepto de Responsabilidad Social Empresarial tiene un significado principalmente empresarial, que se relaciona con la sostenibilidad o permanencia de la compañía en el mercado, aquí está en juego la misma competitividad en un mundo que parece avanzar cada vez más hacia el modelo de competencia perfecta.

Para el Consejo Empresarial Colombia para el Desarrollo (CECODES), la legislación ambiental en el país, a partir de la misma constitución, “es buena”, y aunque en ocasiones no se cumple, ese no es el caso de las grandes empresas, las cuales tienen mucho que perder en cuanto a reputación, sumado a que se encuentran sometidas a estrictos controles nacionales y extranjeros, convirtiéndose en “jalonadores” de cadenas productivas para que sus proveedores-PYMES, en su mayoría adopten las prácticas adecuadas, similares a los suyos. Siendo entonces,

un problema de mayor envergadura para las pequeñas e informales empresas, a veces por los costos correspondientes.

En los momentos actuales la responsabilidad social Empresarial ha dejado de ser preocupación sólo de las grandes empresas para llegar ser un tema de interés de pequeñas y mediana empresas y con ello, son conscientes que sus recursos son limitados para iniciar procesos de este orden.

Lo que conlleva a revisar detalladamente todo su sistema para lograr un método efectivo y eficiente para su implementación. En este orden de ideas la Responsabilidad Social Empresarial es un compromiso voluntario que está alineado con los principios de la empresa y con el cumplimiento de la misión y alcance de la visión.

De este modo han encontrado las empresas en la Responsabilidad Social Empresarial una manera distinta, de armonizar, sus fines económicos con elementos sociales, éticos y medioambientales.

El Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC) define la Responsabilidad Social Empresarial como “ el compromiso voluntario y explícito que las organizaciones asumen frente a las expectativas y acciones concertadas que se generan con las partes interesadas (stakeholders), en materia de desarrollo humano integral; esta permite a las organizaciones asegurar el crecimiento económico, el desarrollo social y el equilibrio ambiental, partiendo del cumplimiento de las disposiciones legales.

Vergara y Vicaría (2009), en su estudio referencian a la gran encuesta PYMES realizada en el primer semestre de 2014, que recoge información correspondiente al 2013-2 en donde se puede afirmar que las Pymes Colombianas se distinguen, según su actividad económica, en los sectores industrial, comercio y servicio. Así mismo, los resultados de la encuesta permiten

observar que en cada uno de los sectores mencionados prevalece la empresa pequeña sobre las de tamaño mediano.

El comportamiento de las Pymes Colombianas en el 2013 reflejó elevados niveles de inversión en acciones, tales como obtener capital personal, obtener certificados ambientales y de calidad, lanzar nuevos productos, ampliar sus mercados a nivel internacional y nacional y poseer políticas de Responsabilidad Social Empresarial.

Con Peter Drucker (1980) se comenzó hablar de las responsabilidades que generaban las actividades de las organizaciones sobre sus comunidades, sobre el manejo, de sus residuos, sobre la relación con todos los grupos de interés y sobre la sostenibilidad de la organización en términos de su perspectiva externa o su reputación.

De otra parte, el Centro Colombiano de Responsabilidad Social (CCRE) expone que la Responsabilidad Social Empresarial es “la capacidad de respuesta que tiene una empresa frente a los efectos e implementaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relacionan (stakeholders) o grupos de interés.

A través de los años se ha consolidado la preocupación por la Responsabilidad Social en todos ciudadanos del mundo. Es posible mencionar que en Colombia la Responsabilidad Social Empresarial parece estar en la agenda de todas las organizaciones, como lo expresa Torres (2011), presidente ejecutivo del Centro Colombiano de Responsabilidad Social Empresarial – CCRE-, sin embargo, no hay un pleno conocimiento de lo que es la Responsabilidad Social Empresarial específicamente para las Pymes teniendo en cuenta sus recursos económicos, tecnológicos y de capital humano y es por esto que en las organizaciones de hoy se ven en tanto, prácticas de Responsabilidad Social Empresarial pero que no hacen de la organización una entidad socialmente responsable.

Actualmente las organizaciones sin importar el sector al que pertenezcan ni su tamaño, tienen que competir para aportar valor. Es así como se define el valor como “la capacidad de satisfacer o rebasar las necesidades de los clientes, y también de hacerlo eficientemente” (Cantillo & Daza, 2011).

Las pymes colombianas son básicamente unidades de negocio de subsistencia que buscan rentabilidad en el corto plazo, que además tienen dificultad para acceder a financiación y tecnología, talento directivo bien preparado y una elevada resistencia al cambio, en especial si se trata de hacer alianzas estratégicas.

De acuerdo a Hernández, Marulanda, & López (2014) las pymes tienen la responsabilidad de generar y fortalecer las ventajas competitivas sostenibles y sustentables para responder, adaptar y sostenerse al entorno. El enfoque de la innovación debe ser una parte fundamental en todos los sectores económicos y hacerse extensivo a todas las áreas funcionales de la organización; asegurando que puedan competir de manera justa mediante alianzas con instituciones financieras internacionales, agencias de desarrollo, asociaciones y cámaras relacionadas con las pyme.

1.1.3. Formulación

Por todo lo anteriormente expuesto se formula el siguiente interrogante.

¿Cómo es la responsabilidad social empresarial en las PYME comerciales de alimentos en de barranquilla?

2. Objetivos

2.1. 2.1 Objetivo General

Analizar la Responsabilidad social empresarial de las PYME comerciales de alimentos de Barranquilla.

2.2.2.2 Objetivos Específicos

- Identificar el concepto de responsabilidad social que prima en las PYME comerciales de alimentos de la ciudad de Barranquilla.
- Caracterizar las acciones internas de responsabilidad social que practican pymes comerciales de alimentos en la ciudad de Barranquilla.
- Describir las acciones externas de responsabilidad social que practican pymes comerciales de alimentos en la ciudad de Barranquilla.

3. Justificación

Teórica

La Responsabilidad Social Empresarial en el mundo, es un tema que ha adquirido gran relevancia y hoy considerado como parte integral de la estrategia del negocio, agregando valor a la organización y de este modo, generando una ventaja competitiva al ser considerada una empresa socialmente responsable.

Actualmente en nuestro país la Responsabilidad Social Empresarial está siendo adoptada por las pequeñas y medianas empresas como una estrategia de competitividad por medio de la cual da a conocer el interés de su organización en la sociedad.

Por ello esta investigación despierta el interés por describir las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial que aplican las PYMES de la ciudad de Barranquilla, como necesidad de generar un desarrollo sostenible, por lo cual se ven llamadas a implementar un sistema de gestión de Responsabilidad Social Empresarial.

La presente investigación pretende, a través de la aplicación de las diferentes perspectivas teóricas, investigativas, tendencias, empresa, organización , gestión, apropiaciones y concepciones de Responsabilidad Social Empresarial, describir el comportamiento, las situaciones internas (baja productividad, competitividad, expansión o crecimiento, baja importación y exportación, bajos recursos humano, físicos y tecnológicos) de las PYMES dada su mayor relación con el entorno y su proximidad a los clientes y la relación de estos con las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.

Práctica

Los motivos que llevan a realizar la investigación sobre la Responsabilidad Social Empresarial en las PYMES de la ciudad de Barranquilla es la posibilidad de ampliar los conocimientos en materia de Responsabilidad Social Empresarial , específicamente en lo relacionado con las prácticas y gestión que adelantan las PYMES de Barranquilla en materia de responsabilidad social empresarial; de igual manera el interés se centra en aportar o generar nuevo conocimiento que propenda por la implementación de procesos de Responsabilidad Social Empresarial en las pequeñas y medianas empresas para las que todavía no lo hacen y el mejoramiento de sus prácticas para aquellas que lo vienen haciendo, con ello se contribuye al desarrollo de un país desde la productividad y competitividad que permiten la penetración de mercados nacionales e internacionales y evitar su rezago en el tiempo.

Con esto se busca proponer soluciones a problemas concretos que presentan las pymes en materia de responsabilidad social empresarial, dejando claro, que no solo son compromiso de las grandes empresas, sino que involucran a las pequeñas y medianas empresas, que como se sabe son la mayor potencia en la economía colombiana, estos problemas pueden ocasionar rezago, baja productividad y competitividad de las mismas que redundan en obstáculos de crecimiento organizacional en todos los ámbitos internacional, nacional, regional y local.

Se busca que las PYMES se mantengan competitivas y aumenten su productividad global y local, pero también que sus acciones contribuyan activa y voluntariamente en el mejoramiento social, económico y ambiental de su país.

4. Alcances y limitaciones

3.1.4.1 Alcances

Al realizar el presente estudio se proporcionará una descripción o caracterización de la Responsabilidad social empresarial de las PYMES de alimento de la ciudad de Barranquilla, sus buenas prácticas al respecto, las concepciones que tienen sobre responsabilidad social empresarial, y demás componentes y variables que hagan parte del estudio.

3.2.4.2. Limitaciones

Que se dificulte el tratamiento de los datos porque las Pymes comercializadoras de alimentos no faciliten la información requerida para la ejecución del proyecto de Investigación.

5. Marco Teórico

Puede decirse que aún no se ha logrado una definición universalmente aceptada de RSE ya que algunos directivos y empresarios la confunden con actos de buena voluntad como construir escuelas o, incluso, con acciones de filantropía como dar donativos a centros de caridad y a instituciones de beneficencia (Porto y Castromán, 2006). Sin embargo, de manera gradual se ha ido acotando este concepto resaltándose su carácter como iniciativas voluntarias en torno a tres aspectos: el medioambiental, el laboral y la ética del comportamiento empresarial.

Para Rochlin (2005), el objetivo de las empresas es contribuir a la construcción de una sociedad mejor y más sustentable ya que los directivos están comprendiendo que no se trata de maximizar las utilidades de los accionistas si éstas se generan a costa de prácticas inadecuadas de negocios, de la degradación del medio ambiente o del uso de prácticas éticas cuestionables.

Porto y Castromán (2006) sostienen que ser socialmente responsable no significa limitarse a acatar las obligaciones jurídicas, sino que también es ir más allá de su cumplimiento invirtiendo más en capital humano, en el entorno y en las relaciones con los involucrados en las empresas. Las organizaciones que emprendan este camino deben hacerlo a conciencia, evitando cumplir sólo por mera apariencia ya que la RSE es la contribución activa y voluntaria de las organizaciones para el mejoramiento social, económico y ambiental. Incluye un conjunto de prácticas, estrategias y sistemas de gestión empresariales que persiguen un nuevo equilibrio entre las dimensiones ética, social y ambiental.

Medina (2006) va más allá al afirmar que la RSE es parte de la esencia de la empresa y debe estar inscrita en la misión y la visión de la misma, implicando un cambio integral e invirtiendo en ello los recursos y esfuerzos necesarios para realizar un proyecto de renovación de

la imagen corporativa por convencimiento propio, permitiendo la participación activa de los involucrados ya que se trata de la búsqueda de la calidad en todas sus acciones.

Es preciso considerar, en la opinión de Vives y Vara (2003), citados por Rodríguez y Uzcátegui (2007), que las empresas son “instrumentos de desarrollo” que tienen el deber de asegurar que su contribución al desarrollo sea armónica, equitativa y sostenible, lo cual sólo se consigue si se es responsable con todas las partes involucradas. El enfoque hacia el bien común debe llevar a las empresas a crear riqueza de manera justa y eficiente, respetando la dignidad y los derechos inalienables de los individuos (Ramos, 2006).

Puede considerarse que el concepto de RSE, en su sentido amplio, es el propuesto por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) al indicar que una empresa socialmente responsable es aquella que tiene un compromiso consciente y congruente para cumplir íntegramente con la finalidad de la empresa tanto en lo interno (trabajadores, accionistas, autoridades) como en lo externo (clientes, proveedores, medio ambiente, gobierno, etc.), considerando las expectativas de todos los participantes en lo económico, social o humano y en lo ambiental, demostrando el respeto por los valores éticos, la gente, las comunidades, el medio ambiente y para la construcción del bien común (Porto y Castromán, 2006).

A los involucrados en los procesos de la empresa se les llama stakeholders, quienes son las personas o grupos que tienen propiedad, derechos o intereses en una empresa y en sus actividades, pasadas, presentes o futuras, las cuales pueden ser legales o morales, individuales o colectivas (Rojas, M'Zail, Torcotte y Kooli, 2006). Pueden ser primarios (aquellos sin cuya continua participación la empresa no podría sobrevivir, como los accionistas, inversionistas, empleados, clientes y proveedores, en unión con el gobierno y las comunidades que proveen infraestructura y mercados, cuyas leyes y regulaciones deben ser obedecidas y a quienes hay que

pagar impuestos y otras obligaciones), o secundarios (grupos que ejercen influencia, afectan o son afectados por la empresa, pero que no son esenciales para su supervivencia). Se trata de que la empresa sea más competitiva cumpliendo con las expectativas de todos sus participantes y de la sociedad en general, respetando la dignidad de la persona y de las comunidades en que opera, así como su entorno (Sánchez, Placencia y Pedroza, 2007).

Según el CEMEFI, para que una empresa sea socialmente responsable debe cumplir con los siguientes ámbitos (Porto y Castromán, 2006): 1) Contribuir a la calidad de vida de la gente dentro de la organización. 2) Cuidar y preservar el medio ambiente. 3) Desempeñarse con un código de ética. 4) Vincularse con la comunidad a partir de la misión de la organización, pero también de los bienes y servicios producidos.

Esto indica que, para ser socialmente responsables en el sentido amplio del concepto, las empresas deben cumplir con los cuatro. Si practican algunos de ellos entonces sólo están realizando acciones de compromiso empresarial, pero no puede decirse que sean socialmente responsables en el sentido amplio del concepto. En esto concuerdan Sánchez, Placencia y Pedroza (2007) al afirmar que es necesario advertir la diferencia entre el compromiso empresarial y la responsabilidad social, pues puede ser que las empresas estén realizando inversiones sociales, generalmente a través de fundaciones, y no necesariamente estar cumpliendo con los ámbitos que integran la RSE. Mientras las empresas no la perciban como un factor esencial en la continuidad de los negocios, ésta se mantendrá como una mezcla semántica con rasgos de evasión-cumplimiento y filantropía social que, eventualmente, puede ser abandonada.

Para la teoría de los grupos de interés (Freeman, 1984), las empresas operan en contextos complejos y han de cubrir no sólo los objetivos de los accionistas, también deben atender las exigencias de los grupos que se ven afectados de una u otra forma por sus actividades, porque ello afecta a las relaciones sostenibles con la sociedad. La responsabilidad de la empresa no se simplifica a la maximización de beneficio para el accionista, sino que se amplía a la búsqueda de valor para todos los partícipes, a la maximización del valor compartido.

La investigación sobre divulgación de información de RSC también ha puesto de relieve la importancia del tamaño de la organización como factor explicativo. Belkaoui y Karpik (1989) ya confirmaron que la visibilidad política de la empresa, medida por el tamaño, influye muy significativamente en la emisión de información de sostenibilidad. Entre los estudios que apoyan esta evidencia se encuentran los de Patten (1991), Gray et al. (1995), Hackston y Milne (1996), García-Sánchez (2008), Gaiet (2010) y Testera y Cabeza (2013).

Dentro de las asunciones recogidas en el neoinstitucionalismo se incluyen la teoría de la legitimidad y la teoría de los grupos de interés. Ambas sostienen que la economía no puede ser estudiada de forma aislada, sino dentro de las instituciones. La teoría de la legitimidad considera que existe un contrato implícito entre la organización y la sociedad, de modo que la sociedad requiere los servicios de la organización que a su vez recibe la aprobación de la sociedad (Guthrie & Parker, 1990). En este contrato, la legitimidad se obtiene cuando el sistema de valores de la organización es congruente con el sistema de valores del sistema social. La disparidad entre los sistemas de valores de la organización y la sociedad constituye una amenaza para su legitimidad. Las organizaciones que buscan legitimación pueden utilizar la información de sostenibilidad como estrategia de su comportamiento para informar de cambios reales, para

cambiar las percepciones de los grupos de interés y/o para desviar la atención de otras cuestiones (Lindblom, 1994; Gray, Kouhy & Lavers, 1995).

Conceptualmente para Lizcano (2003) la responsabilidad social corporativa representa el compromiso con la idea de organización como conjunto de personas que interactúan en la sociedad, tanto desde el punto de vista de su propia composición elemental (suma de individuos sociales) como desde la óptica de miembro integrante de un sistema social (empresa ciudadana), caracterizado por su contribución a la sociedad, así como la aceptación de dicha composición social y el compromiso con unos valores sociales elementales, induce un comportamiento empresarial coherente con dichos planteamientos, que va más allá del objetivo básico de obtener beneficio económico, necesario para su supervivencia.

Fisher (2004) afirma que la evolución del concepto moderno de Responsabilidad Social Empresarial ha sido descrita por Carroll, A (1999). En los años 50, de acuerdo a Carroll, una literatura formal en el tema comenzó a desarrollarse.

Durante los años 60 y 70, las definiciones de RSE se expandieron y proliferaron.

El enfoque en investigación empírica y temas alternativos tales como el de desempeño en RSE y la teoría de los stakeholders marcaron los años 80. Este enfoque continuo en los 90 hasta el presente con el concepto de RSE suministrando las bases o punto de partida para conceptos y temas relacionados.

Paralelamente a la investigación en el área de RSE, los investigadores del ámbito gerencial comenzaron a estudiar ética empresarial en los 60 y al principio fue dicho que esto era simplemente otra moda gerencial, sin embargo, el interés en la ética empresarial ha aumentado desde ese entonces (Trevino y Nelson, 1999).

Chapple y Moon (2005) confirmaron que la adopción de prácticas de RSC en Asia estaba relacionada con la globalización, utilizando como indicador la IED. Goyal (2006) construye un modelo analítico que predice una relación positiva entre RSC e IED: la RSC es un instrumento para enviar señales al mercado y es especialmente relevante cuando se produce una entrada de capitales extranjeros.

Rueda (2009) Dentro del contexto mundial, Colombia está en un puesto 55 de competitividad detrás de Canadá (10), USA (18), Chile (24), Costa Rica (36), Jamaica (38), Perú (45), Trinidad Tobago (46), El Salvador (49), Uruguay (52) y por encima de Brasil (56), México (57), Panamá (62), Argentina (66), Republica dominicana (69), Guatemala (72). Esta medición nos permite observar que estamos a la saga en cuanto a competitividad.

Robertson (2009) afirma que la apertura de un país a la inversión extranjera impulsa la RSC, de modo que las empresas de países donde las barreras a la IED son bajas, en relación con otros próximos geográficamente, tenderán a adoptar la RSC en mayor medida que las empresas de similares entornos legales y más alejadas geográficamente.

Knudsen (2011) también confirma que las organizaciones de países más abiertos internacionalmente suministran mayor información de sostenibilidad. Como medida de la globalización de los países utiliza la inversión extranjera directa en porcentaje sobre el PIB.

Durán-Herrera y Bajo-Davó (2013) sostienen que la IED de los países recoge el alcance internacional de las compañías de ese país y es un factor que influye en la estrategia de responsabilidad social seguida por la firma.

Wang y Chen (2014), argumentan que la IED genera externalidades ambientales negativas porque aumentan las emisiones de dióxido de azufre y esto provoca un compromiso a la adopción de medidas más protectoras con el medio ambiente. En este mismo sentido, Marano

y Kostova (2015) evidencian que el contexto institucional afecta en mayor medida a las multinacionales que están en países con mayor inversión extranjera directa, de forma que adoptan con anterioridad medidas que minimizan el impacto medio ambiental.

Certo, (2002), citado por Rodríguez y Uzcátegui (2007), establece que las empresas deben desarrollar las siguientes áreas para ser socialmente responsables en el sentido amplio del concepto:

Área de función económica: producción de bienes y servicios que la comunidad necesita, creación de empleos, pago de salarios justos, capacitación, seguridad e higiene en el trabajo y garantía de seguridad de los trabajadores.

Área de calidad de vida: se enfoca a si la organización está mejorando o degradando la calidad general de vida de la sociedad. Esto implica las relaciones con los trabajadores, clientes y proveedores, preservación del medio ambiente o nivel general de vida.

Área de inversión social: se refiere al grado en que la organización invierte tanto recursos materiales como humanos para resolver problemas de la comunidad en materia de educación, cultura, deporte y arte, entre otras.

Área de solución de problemas: es el grado en que la organización trata los problemas sociales tales como la planeación comunitaria a largo plazo y llevar al cabo estudios sobre las problemáticas sociales.

Para lograr la cooperación entre los involucrados, Kaku (2005) sugiere que se fomente el Kyosei definido como espíritu de cooperación, en el cual los individuos y las organizaciones viven y trabajan juntos por el bien común, estableciendo relaciones armónicas con sus clientes, proveedores, competidores, gobiernos y medio ambiente. Dicho espíritu de cooperación

convertirse en una poderosa fuerza para la transformación social, política y económica para cambiar la sociedad hacia el bien común, para lo que se requiere:

- a) Procurar la supervivencia económica de la empresa.
- b) La cooperación entre directivos y trabajadores.
- c) Cooperar fuera de la empresa, esto es, con clientes, proveedores y gobierno.
- d) Fomentar el activismo local abordando los desequilibrios sociales y estableciendo centros de investigación y desarrollo, mejorando la calidad de vida de los países pobres y emprender acciones que preserven el medio ambiente.
- e) Considerar al gobierno como un socio para trabajar en la rectificación de los desequilibrios sociales.

Cuando las empresas se preocupan sólo por ganar mayor participación en el mercado o por ganar utilidades, continúa el citado autor Kaku (2005), es muy probable que conduzcan al mundo a la ruina económica, medioambiental y social. Pero si trabajan juntas con un espíritu kyosei definido como espíritu de cooperación, en el cual los individuos y las organizaciones viven y trabajan juntos por el bien común, podrán alimentar a los pobres, llevar la paz a las áreas devastadas por la guerra o por desastres naturales y renovar el mundo material. Las empresas, bajo este punto de vista, deben ser cimientos de paz y prosperidad para el mundo.

Para que las empresas sean socialmente responsables, (Porto y Castromán, 2006) sugieren que sigan estos pasos, a los que llama el “decálogo” de responsabilidad social:

Promover e impulsar en su interior una cultura de RSE que busque las metas y el éxito de la organización, contribuyendo al mismo tiempo al bienestar de la sociedad.

Identificar las necesidades del entorno en que operan y colaborar en su solución, impulsando el desarrollo y el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes.

Hacer públicos sus valores organizacionales y desempeñarse con base en un código de ética.

Vivir al interior y al exterior de esquemas de liderazgo participativo, solidaridad, servicio y respeto a la dignidad humana.

Promover el desarrollo humano y profesional de toda su comunidad (empleados, familiares, accionistas y proveedores).

Identificar y apoyar causas sociales como parte de su estrategia de acción empresarial.

Respetar el entorno ecológico en todos y cada uno de los procesos de operación y comercialización, además de contribuir a la preservación del medio ambiente.

Invertir tiempo, talento y recursos en el desarrollo de las comunidades en que operan.

Participar, mediante alianzas intersectoriales con otras empresas, organizaciones de la sociedad civil (OSC) y/o con el gobierno, en la atención de las causas sociales que elijan.

Tomar en cuenta e involucrar a su personal, accionistas y proveedores en sus programas de inversión y desarrollo social.

Aunque se busca el bien común, la RSE comienza con uno mismo (Somoggi, 2005), tomando conciencia de que cada quien es agente de cambio. Debe haber un compromiso con la verdad y una percepción de que cada día es una oportunidad para mejorar y desarrollarse. Los productos deben ser considerados no como fines en sí mismos sino como instrumentos para que la persona se relacione consigo misma y con los demás, lo cual indica que las estrategias de

negocios deben estar alineadas con el compromiso de ser socialmente responsable, buscando que la RSE se incorpore al corazón de la empresa y que sea parte central de las operaciones de la misma.

El cambio de conducta que permita a las empresas ser más benéficas social y ambientalmente puede llevarlas a una mejoría económica (Correa, Gallopin y Núñez, 2005). Rojas et al (2006) afirman que existen estudios que establecen una correlación positiva entre el desempeño social de las empresas y su desempeño financiero, ya que la RSE ayuda a mejorar el aprendizaje organizacional y la innovación tecnológica al permitir la interacción entre todos los involucrados en la empresa. Medina (2006) indica que ir más allá de la legislación, por ejemplo, en materia de formación, condiciones laborales o relaciones entre la dirección y los trabajadores, puede tener también un impacto directo en la productividad, abriendo la posibilidad de administrar el cambio y conciliar el desarrollo social con el aumento de la competitividad.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es, de acuerdo con García y Zabala (2009: 115), “un instrumento corporativo que implica un compromiso de las empresas a través de la aplicación sistemática de recursos para respetar y promover los derechos de las personas, el crecimiento de la sociedad y el cuidado del ambiente”.

Los críticos de la RSE sostienen que ésta es una forma de publicidad solamente, provechándose de ella algunas empresas para vender más sus productos y atraer a más clientes aprovechándose de la buena voluntad de éstos. Entre los escépticos está Friedman (1970), citado por Medina (2006), para quien la RSE no es otra cosa que aumentar los beneficios de la empresa tanto como se pueda, siempre y cuando se respeten las reglas del juego y se eviten el engaño y el fraude. Sin embargo, esto constituye una visión meramente legalista que impide a la empresa ir más allá en su compromiso voluntario con el mejoramiento social y medioambiental, como si se

aceptara que lo legal es lo justo. También hay quienes discuten que la RSE puede ser sólo una forma de servir a nichos de mercado, pero incrementando la producción y los costos de mercadeo, siendo imposible para las empresas crear una ventaja competitiva sostenible (Rojas et al, 2006).

Por otra parte, algunos economistas piensan que, si las empresas sacrifican parte de sus utilidades en obras de responsabilidad social, serán menos atractivas para sus accionistas y tendrán una posición más débil en sus mercados. Contra lo que ellos indican, y basados en los conceptos antes expuestos, la RSE hace posible a las empresas obtener más ganancias y ser más competitivas al administrarse de manera socialmente responsable, ya que la violación de los derechos de la persona o del medio ambiente puede llevar a la ruina a éstas en el largo plazo.

Existen ejemplos de empresas como Cemex, Holcim Apasco, Grupo Bimbo, Telmex, Coca Cola, Comex e Interceramic, entre otras certificadas por el CEMEFI (Porto y Castromán, 2006), las cuales demuestran que es posible ser exitosos y socialmente responsables al mismo tiempo.

Al respecto, Marín (2007, p. 245) resalta que “la importancia de utilizar teorías de identidad social, significa hasta qué punto las personas se identifican con la empresa”; sin embargo, la RSE puede definirse como un contrato social, tal como lo señala Bouckaert (1998:216), indicando que “es una obligación de la organización motivada a las consecuencias originadas de sus acciones”.

Así, pues, la responsabilidad que tienen las empresas ante los impactos de sus decisiones y actividades que ocasionan en la sociedad y el medio ambiente deben ser expresadas en un comportamiento organizacional que tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas o stakeholders, que contribuya al desarrollo sostenible, la salud y el bienestar de la

sociedad, que cumpla con la legislación vigente y sobre todo que esté integrada en toda la organización y forme parte de su identidad, cultura y valores.

Dado que las Pyme son empresas que representan una base importante de la economía, la RSE, —como estrategia empresarial y herramienta de gestión es también aplicable a la Pyme, independiente del sector al que pertenezca; por lo tanto, la Pyme juega un papel importante en el desarrollo de la RSE.

En este contexto, Murillo y Lozano (2006), Torres (2007), Peinado (2007), Páez (2007) señalan las iniciativas y prácticas sobre RSE que puede introducir la Pyme, pero depende de la naturaleza de cada una de ellas y de su entorno, para implementar la responsabilidad empresarial.

Según Páez (2007, p. 26) en la Pyme no se cuenta con una estrategia formalmente definida de RSE; asimismo, no se contempla una unidad orgánica, ni tampoco una persona responsable, que impulse la planificación de la RSE como componente gerencial; lo cual, conlleva a que los planes en relación con el desarrollo de alguna actividad relacionada con RSE se lleve a efecto sin la debida planificación en concordancia con los objetivos de rentabilidad de las Pymes y su visión estratégica de largo plazo.

Asimismo, Páez (2007) y Moreno (2006) consideran importante establecer evaluaciones que permitan determinar el impacto de los programas de RSE debido a que no se tienen establecidos sistemas de control e indicadores que permitan evaluar los cambios en relación con la eficiencia de dichos programas o acciones. También reconocen la existencia de personal profesional de alto nivel, lo cual ha sido considerado una fortaleza para el establecimiento de la RSE como una estrategia gerencial para impulsar mejoras en los niveles competitivos de las empresas.

De acuerdo con lo señalado por Vallverdú (2003, p. 1), en relación con la acción responsable de las organizaciones hacia el colectivo que conforma su contexto, refiere la interrelación existente y necesaria entre empresa y sociedad a partir del principio de la responsabilidad social inherente a las organizaciones al expresar que “ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino ir más allá de su cumplimiento invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores.

En el estudio sobre la “Situación de la Responsabilidad de la Empresa en la Pyme de América Latina y el Caribe” (Peinado, 2007, p. 19) se revela que una gran mayoría de la Pyme latinoamericana realiza acciones y actividades ligadas con la RSE, a pesar de su desconocimiento formal del concepto en muchos casos.

La publicación del Instituto ETHOS y el CEBRAE (2007), "Responsabilidad Social para Micro y Pequeñas Empresas – Paso a Paso", menciona que aquellas empresas que adoptan la filosofía y prácticas de Responsabilidad Social Empresarial tienden a tener una gestión más consciente y de mayor claridad en cuanto a su misión. Poseen un mayor compromiso por parte de los empleados, mejor relación con los proveedores y clientes, además de una imagen positiva ante la comunidad.

En el año 2007, con el apoyo de la Organización AVINA, se presentaron por los medios de prensa los informes de resultados de los trabajos de investigación sobre la cobertura de la Responsabilidad Social Empresarial de 8 países: Argentina, Chile, Paraguay, Bolivia, Perú, Ecuador, España y Portugal, en los cuales se hacen referencia a las acciones emprendidas por la pyme de los países mencionados, donde se destaca en sólo 3.5% - 5.7 de participación de las Pymes.

El desarrollo sostenible posee una dimensión económica, medioambiental y social, además es un objetivo global de la Unión Europea, por lo que la Dirección General de Empresa e Industria (DGEI) se propone crear las condiciones en las que las empresas europeas puedan prosperar, ayudándoles así a maximizar su contribución al desarrollo sostenible. Planteamiento que se ha derivado en una serie de programas de concientización y formación para los empresarios europeos. De esta manera son notorios los esfuerzos que viene realizando la comisión europea en su programa Empresa Sostenible y Responsable (ESR), pues considera la responsabilidad social de las empresas como una acción necesaria y natural en el afán de lograr una mayor competitividad; por ello, resulta crucial que las empresas se comporten de manera responsable para generar confianza en la economía de mercado.

Hoy más que en ningún otro momento, los empleados constituyen el activo más importante de las empresas, considerándolos una fuente de ventaja competitiva. Según Devenport (2000, p. 22) “Los trabajadores son activos” se ha convertido en la metáfora dominante de los directivos de finales del siglo XX. En ciertos aspectos representa un ascenso apreciable de los empleados hacia el rango que merecen. Al fin y al cabo, las personas constituyen para la mayoría de las empresas el motor principal de su prosperidad”.

De igual forma, la prevención de la contaminación, la reducción de residuos y el reciclaje permiten a la empresa reducir sus gastos, así como cumplir la normativa medioambiental, mejorar las relaciones con la comunidad local y fidelizar a sus empleados y tener lealtad de sus clientes. Todos estos beneficios contribuyen a la sostenibilidad de su empresa y su éxito a largo plazo. Según López et al., (2006, p.125) “[...] las medidas de protección y cuidado ambiental no sólo ahorran costos sino son rentables, debemos aplicar las 3R: Reducir, Reciclar y Reutilizar”.

Todas las empresas, independientemente de su tamaño o sector de actividad, pueden ejercer impactos positivos o negativos sobre el medio ambiente. Los impactos negativos proceden del consumo directo o indirecto de energía y recursos, la generación de residuos y agentes contaminantes y de la destrucción de los hábitats naturales.

Aunque las pequeñas empresas tienen menos impacto negativo medioambiental todas pueden ayudar reduciendo el consumo de energía, los residuos y reciclando materiales. Hasta los más discretos avances pueden significar una gran diferencia cuando se suman a los esfuerzos de otros negocios.

6. Operacionalización de variables

Tabla 1. Conocimiento sobre Responsabilidad social

Variable	Dimensión	Categorías
Responsabilidad social	Conocimiento sobre Responsabilidad social	Concepto (1)
		Herramientas para contribuir al Desarrollo sostenible (2)
		Políticas empresariales (3)
		Certificación sobre responsabilidad social (4)
		Beneficios para la organización (14)

Nota. Elaboración propia.

Tabla 2. Acciones internas de responsabilidad social

Variable	Dimensión	Categorías
Responsabilidad social	Acciones internas de responsabilidad social	Tipo de contratación Laboral (6)
		Importancia y beneficios que tienen todos los empleados de la organización (7)
		Políticas y/o acciones orientadas a la gestión de personas en la organización (8)
		Principales contribuciones económicas de su organización en la parte interna (10)
		Valores que promueve la organización y como le perciben sus grupos de interés al respecto (12)
		Principales barreras internas para hacer responsabilidad social (16)

Nota. Elaboración propia.

Tabla 3. Acciones externas de responsabilidad social

Variable	Dimensión	Categorías
Responsabilidad social	Acciones externas de responsabilidad social	Contribución de la organización al desarrollo sostenible de los territorios. (5)
		Contribución de la organización a la mejora del medio ambiente. (Ejemplos: Reducción y reciclaje de residuos, ahorro de energía, prevención de ruido y misiones, opciones sostenibles de transporte, incremento de la sostenibilidad de la empresa)

	(9)
	Principales contribuciones Económicas de la organización en la parte externa (10)
	De qué manera la organización maneja sus actuaciones o se relaciona respecto al mercado? (concretamente con proveedores. Clientes, empresas de la competencia, gremios). Ejemplo: calidad de productos, pago puntual a proveedores, dialogo con clientes. (11)
	Acciones de responsabilidad social empresarial que se realizan conjuntamente con otras empresas (13)
	Principales barreras externas que se presentan para hacer responsabilidad social (16)
	Programas o proyectos de responsabilidad social empresarial que propongan desarrollo sostenido para las comunidades del entorno de la organización en campos como el educativo, el deporte y cualquier otro (17)

Nota. Elaboración propia.

7. Diseño metodológico

3.3.7.1. Enfoque de la Investigación

El enfoque de la presente investigación es Cualitativo porque se utiliza la recolección y el análisis de datos para responder preguntas de investigación, probando hipótesis planteadas inicialmente, basándose en la descripción, y en el uso métodos para intentar establecer con exactitud en patrones de comportamiento (Gómez, 2006) y Hernández, Fernández y Baptista (2016) permitiendo describir, comprender y analizar las responsabilidades social empresarial de las pymes comerciales de alimentos de la ciudad de Barranquilla, explorándolos desde la perspectiva de los participantes (empleador y trabajadores) en un ambiente natural y en relación con su contexto.

En relación con esto último, señalan Taylor y Bogdan (1992) que lo que define la metodología es tanto la manera cómo enfocamos los problemas como la forma en que buscamos las respuestas a los mismos. En este sentido, es particularmente importante, para las opciones investigativas de tipo cualitativo, reconocer que el conocimiento de la realidad humana supone no solo la descripción operativa de ella, sino ante todo la comprensión del sentido de la misma por parte de quienes la producen y la viven.

Los procesos de investigación cualitativa son de naturaleza multicíclica o de desarrollo en espiral y obedecen a una modalidad de diseño semiestructurada y flexible.

El enfoque cualitativo puede definirse como un conjunto de prácticas interpretativas que hacen al mundo visible, lo transforman y convierten en una serie de representaciones en forma de observaciones, anotaciones, grabaciones y documentos. Es naturalista (porque estudia a los objetos y seres vivos en sus contextos ambientes naturales) e interpretativo (pues intenta encontrar sentido a los fenómenos en términos de los significados que las personas les otorgan).

Grinnell (1997) y Creswell (1997) describen a las investigaciones cualitativas como estudios en los que la recolección de los datos está fuertemente influida por las experiencias y las prioridades de los participantes en la investigación, más que por la aplicación de un instrumento de medición estandarizado, estructurado y predeterminado.

3.4.7.2. Tipo de Investigación

El tipo de estudio es descriptivo ya que el propósito fundamental es describir y/o caracterizar las acciones de responsabilidad social empresarial que realizan las Pymes comerciales de alimentos de la ciudad de Barranquilla.

Las investigaciones descriptivas utilizan criterios sistemáticos que permiten poner de manifiesto la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando de ese modo información sistemática y comparable con la de otras fuentes.

3.5.7.3. Método

El método a seguir en la realización del presente estudio es el inductivo, puesto que se parte de un problema específico contextualizado alrededor de las prácticas de responsabilidad Social Empresarial de las PYME comerciales de alimentos de la ciudad de Barranquilla para llegar a la problemática mundial de la responsabilidad social empresarial en el sector pymes, haciendo la descripción y/o caracterización de sus acciones sobre la responsabilidad social empresarial.

3.6.7.4. Población y Muestra

La población son PYME comercializadora de alimentos de la ciudad de Barranquilla.

7.4.1. Muestra.

La Muestra es No Probabilístico. En las muestras no probabilísticas, la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación de quien hace la muestra Hernández, Fernández y Batista (2016).

Aquí el procedimiento no es mecánico, ni con base en fórmulas de probabilidad, sino que depende del proceso de toma de decisiones de una persona o de un grupo de personas y, desde luego, las muestras seleccionadas obedecen a otros criterios de investigación.

La investigación sobre la responsabilidad social empresarial en las PYME comerciales de alimentos en Barranquilla, su objetivo es Analizar la Responsabilidad social empresarial de las PYME comerciales de alimentos de Barranquilla. Para cumplir dicho propósito se seleccionó una muestra no probabilística de empresas PYME que por su objeto social desarrollaran la actividad económica en la ciudad de Barranquilla. Las empresas se seleccionaron por medio de conocidos y de referencias. De esta manera se entrevistó a 6 empresas con entrevistas semiestructuradas, que permitieron al participante hablar libremente sobre sus prácticas y/o acciones de Responsabilidad Social Empresarial, sus experiencias y concepciones.

En este caso se considera adecuado una muestra no probabilística, pues se trata de un estudio con un diseño de investigación descriptivo y un enfoque fundamentalmente Cualitativo.; es decir, no es concluyente, sino que su objetivo es analizar, describir y caracterizar ciertas prácticas de responsabilidad social empresarial. Este tipo de estudio pretende generar datos e hipótesis que constituyan puntos de partidas para investigaciones más precisas.

Tabla 4. Información de empresas entrevistadas

Empresas	Nombres de las Empresas / Número de Nit.	Nombre / Cargo del Entrevistado	Número de Teléfono/Celular
A	Tienda La Campana De La Victoria. Nit. 72.256.470-1	John Freddy Mendoza Jimenez; Administrador	3004233075
B	Deposito Faber Serna Nit. 98.524.911-0	Faber Serna A.; Gerente Propietario	3164533051
C	Funconicol Nit. 900.213.851-0	Teresa Martinez; Asistente Administrativo	3003913056
D	Panaderia Nueva York Nit. 900.433.542-3	Jaime Alberto Angulo; Gerente Comercial	3008038086
E	Comercializadora Ruiz Beltran s.a.s. Nit. 900.817.133-3	Isaias Ruiz Beltran Representante Legal	3183544677
F	Distribuciones Calle s.a.s. Nit. 901.062.241-2	Mónica Calle Pallares Gerente	3003883861

Nota. Elaboración propia.

3.7.7.5. Fuente de Información

Fuente Primaria: la información suministrada por las misma Pymes comerciales de alimentos de la ciudad de Barranquilla a través del instrumento aplicado para la recolección de los datos.

Fuente Secundaria: Cámara de Comercio de Barranquilla, Bases de datos, Libros, publicaciones, artículos,

3.8.7.6. Técnica e instrumentos de recolección de Información

Para la recolección de la información se utilizó como instrumento la entrevista, es la más adecuada para obtener información descriptiva acerca de las acciones que practican las pymes en cuanto a responsabilidad social empresarial la cual se hizo a empleadores y trabajadores de las pymes de Alimentos de la ciudad de Barranquilla.

- Diseño de La entrevista: para la realización de la entrevista se diseñó un cuestionario de preguntas acordes a la investigación (ver anexo 1)
- Las preguntas son de tipo abiertas y están dirigidas a la indagación de las acciones de Responsabilidad Social Empresarial de las Pymes Comerciales de Alimento de la ciudad de Barraquilla.
- La entrevista tendrá lugar en la ciudad de Barranquilla - Colombia en las instalaciones de las Empresas seleccionadas.
- Esta entrevista se realizara a los gerentes de las empresas, empleadores y trabajadores.
- Antes de empezar la entrevista se saludara y explicara a los gerentes, empleadores, en que consiste la entrevista y cuál es su objetivo, para proceder con ésta previo consentimiento informado firmado por ellos para el uso de la información suministrada.
- El tiempo estipulado para la entrevista es de 30 minutos aproximadamente, dependiendo de la claridad de la información, haciendo referencia con esto si se omiten preguntas o las respuestas no son claras en algunos temas.
- La entrevista será respondida para la recopilación de la información en forma escrita, y quedara como evidencia.

3.9.7.7. Procesamiento De La Información.

Para el procesamiento de la información alcanzada a través de las entrevistas se utilizara el análisis de contenido como técnica para procesar la información obtenida y apoyándose en la herramienta de EXCEL para hacer una matriz de análisis de respuesta entre las diferentes empresas participantes.

Los resultados obtenidos por cada una de las empresas a las que se le hizo la entrevista (6), se procedieron a procesar utilizando la herramienta de Excel, donde se digito toda la información mediante una matriz de triangulación de la información donde de manera Horizontal se ubicaron todas las preguntas previamente estructuradas a través de un cuestionario; y de manera vertical cada una de las empresas participantes en este estudio (6); esto permitió analizar las respuestas de cada una de ellas , encontrar semejanzas, diferencias, limitaciones y concepciones al respecto de la responsabilidad social empresarial; de igual manera posibilito las conclusiones y recomendaciones que aquí se plasman.

8. Resultados

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un nuevo enfoque de la Gestión Empresarial que está afectando las relaciones de la organización con su personal y con su entorno.

Considerando a la Pymes como un factor trascendental en la economía del país y teniendo en cuenta el peso que tienen en la conformación del tejido social en la región, esta investigación trazó como objetivo general Analizar la Responsabilidad Social Empresarial de las PYME Comerciales de Alimentos de Barranquilla, siendo valiosos para el Análisis, formularse como objetivos específicos, identificar el concepto de responsabilidad social que prima en las PYME comerciales de alimentos de la ciudad de Barranquilla, caracterizar las acciones internas de responsabilidad social que practican y describir las acciones externas de responsabilidad social que practican, los cuales permitieron obtener los resultados esperados y así alcanzar el objetivo general. Contribuyendo a que las organizaciones aseguren sus ventajas competitivas y su continuidad a largo plazo, comprendiendo que ya no solo basta con satisfacer la demanda de los clientes directos, sino que, al mismo tiempo, es prioritario gestionar las expectativas de todas las partes interesadas en relación a la empresa (Vives y Peinado Vara, 2004). Frente a los objetivos propuestos es menester no olvidar lo planteamientos de por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), que dicen para que una empresa sea socialmente responsable debe cumplir con los siguientes ámbitos (Porto y Castromán, 2006): 1) Contribuir a la calidad de vida de la gente dentro de la organización. 2) Cuidar y preservar el medio ambiente. 3) Desempeñarse con un código de ética. 4) Vincularse con la comunidad a partir de la misión de la organización, pero también de los bienes y servicios producidos. Esto indica que, para ser socialmente responsables en el sentido amplio del concepto, las empresas deben cumplir con los cuatro. Si practican algunos de ellos

entonces sólo están realizando acciones de compromiso empresarial, pero no puede decirse que sean socialmente responsables en el sentido amplio del concepto.

A partir de esto se tendrán elementos de juicio para hacer una descripción sobre la responsabilidad social empresarial de las pyme de alimento de la ciudad de Barranquilla y mirar si estas son acciones de compromiso empresarial o se le puede llamar socialmente responsable.

Para el análisis, se tomó 6 Pymes comerciales de alimentos en la ciudad de Barranquilla, a las cuales se les aplicó la Técnica de Entrevista a directivos, Gerentes, Administrativos y operativos, previo consentimiento informado autorizado por los participantes para llevar a cabo la recolección de la información.

En cuestionario se compone de 18 preguntas abiertas que se le hicieron al entrevistado, obteniendo los siguientes resultados agrupado por las siguientes categorías.

Conocimiento sobre responsabilidad social en las pymes comerciales de alimentos en la ciudad de Barranquilla.

En esta parte se describen los principales resultados desde la dimensión de conocimiento sobre responsabilidad social en las empresas pymes comercializadora de alimentos de la ciudad de Barranquilla, y se analizaron las categorías de concepto; Herramientas para contribuir al Desarrollo sostenible; Políticas empresariales; Certificación sobre responsabilidad social; Beneficios para la organización.

Se deja entrever que cada empresa tiene su propio concepto sobre la Responsabilidad Social Empresarial que guarda correspondencia entre uno y otro, teniendo como elementos comunes que son las acciones que benefician a los empleados, a la comunidad y a sus propietarios; igual que este tributa al crecimiento económico de la organización. Frente a esto es importante tener en cuenta que aún no se ha logrado una definición universalmente

aceptada de Responsabilidad Social Empresarial ya que algunos directivos y empresarios la confunden con actos de buena voluntad como construir escuelas o, incluso, con acciones de filantropía como dar donativos a centros de caridad y a instituciones de beneficencia (Porto y Castromán, 2006).

Dos de las empresas coinciden con conceptos muy similares que es el reciclaje para el cuidado del medio ambiente y se tienen otros dos conceptos con pocas similitudes y esto genera que las pyme no tengan buenas razones sociales empresariales. Al respecto hay que resaltar lo expresado por Certo (2002), citado por Rodríguez y Uzcátegui (2007), establece que las empresas deben desarrollar las siguientes áreas para ser socialmente responsables en el sentido amplio del concepto: Área de función económica, Área de calidad de vida, Área de inversión social y Área de solución de problemas; dejando de manifiesto que las empresas anteriores solo trabajan parte del área de Calidad de vida, en la categoría de reciclaje para el cuidado del medio ambiente, y confunden esta acción con ser socialmente responsable.

La mayoría de las Empresas, una tiene definidas una políticas que permiten ver el compromiso de la empresa con la comunidad, con sus usuarios y con ellos mismos; solo una no cuentan con ninguna representando.

La mayoría de las empresas entrevistadas no tiene ningún certificado sobre RSE o tipo de medición. Y por otra parte están en procesos de certificación pero no se certifican en la responsabilidad social empresarial. Sin embargo demuestran certificaciones de recursos y especie a entidades sin ánimo de lucro.

Dos de las partes entrevistadas dicen que los principales beneficios de la RSE son el buen clima laboral, el medio ambiente como parte fundamental para la responsabilidad social empresarial.

En tal sentido, se evidencia según los resultados obtenidos que es muy poco o nulo el conocimiento que los empresarios de las empresas estudio tienen sobre el tema de responsabilidad social, lo cual, contradice lo que plantea Henríquez (2013) respecto a que la RS es utilizada por todas las empresas. Por eso es relevante tener en cuenta que si se practican algunas áreas y no todas entonces, sólo se estarán realizando acciones de compromiso empresarial, pero no puede decirse que sean socialmente responsables en el sentido amplio del concepto. En esto concuerdan Sánchez, Placencia y Pedroza (2007) al afirmar que es necesario advertir la diferencia entre el compromiso empresarial y la responsabilidad social, pues puede ser que las empresas estén realizando inversiones sociales, generalmente a través de fundaciones, y no necesariamente estar cumpliendo con los ámbitos que integran la RSE.

Acciones internas de responsabilidad social en pymes comerciales de alimentos en la ciudad de Barranquilla.

En esta parte se describen los principales resultados desde la dimensión de acciones internas de responsabilidad social en las empresas pymes de alimentos de Barranquilla, y se analizan las categorías de Tipo de contratación Laboral; Importancia y beneficios que tienen todos los empleados de la organización; Políticas y/o acciones orientadas a la gestión de personas en la organización; Principales contribuciones económicas de su organización en la parte interna; Valores que promueve la organización y como le perciben sus grupos de interés al respecto; Principales barreras internas para hacer responsabilidad social.

Se tiene que varios de los entrevistados contrata de forma verbal y a término fijo quiere decir que las personas vinculadas no tienen estipulado las contribuciones sociales y que sus labor no tiene tiempo definido así mismo están con incertidumbre y por otra parte las empresa si gestionan la parte de contratación fija o legalmente estipulada. Medina (2006)

indica que ir más allá de la legislación, por ejemplo, en materia de formación, condiciones laborales o relaciones entre la dirección y los trabajadores, puede tener también un impacto directo en la productividad, abriendo la posibilidad de administrar el cambio y conciliar el desarrollo social con el aumento de la competitividad. Se trata de que la empresa sea más competitiva cumpliendo con las expectativas de todos sus participantes y de la sociedad en general, respetando la dignidad de la persona y de las comunidades en que opera, así como su entorno (Sánchez, Placencia y Pedroza, 2007).

Se ve reflejado que las entidades piensan en el trabajador no solo es la parte productiva sino que son sus colaboradores, su activo más valioso, se evidencia estabilidad laboral, con trabajadores de más de 7 años con la empresa, valorando su experiencia al servicio de la empresa. Por otra parte se denota que las personas vinculadas tienen incentivos ,fundamentales como el económico (prestamos, subsidios bonos), para su familia y para el trabajador, adicionales se les da bonos navideños, créditos directos con la empresa, reconocimiento por su excelente labor como mejor trabajador; estímulos por ventas. En coherencia con los resultados obtenidos se puede decir que hoy más que en ningún otro momento, los empleados constituyen el activo más importante de las empresas, considerándolos una fuente de ventaja competitiva. Según Devenport (2000, p. 22) “Los trabajadores son activos” se ha convertido en la metáfora dominante de los directivos de finales del siglo XX. En ciertos aspectos representa un ascenso apreciable de los empleados hacia el rango que merecen. Al fin y al cabo, las personas constituyen para la mayoría de las empresas el motor principal de su prosperidad”.

Las personas entrevistadas promueven las áreas de salud ocupacional y la obtención de incentivos monetarios para los trabajadores, con esto se ve una contribución al trabajador para el desarrollo familiar y personal. Pero solo es la mitad de los entrevistados se deben buscar herramientas para incentivar a las empresas que le den incentivos a los trabajadores que

sientan que son parte de la empresa. Asimismo, Páez (2007) y Moreno (2006) consideran importante establecer evaluaciones que permitan determinar el impacto de los programas de RSE debido a que no se tienen establecidos sistemas de control e indicadores que permitan evaluar los cambios en relación con la eficiencia de dichos programas o acciones.

Tres de los entrevistados no realizan contribuciones en la parte interna y externa de RSE y las otras tres dicen hacer acciones para tener a sus los empleados satisfechos y con los externos donaciones y contribuciones colaboraciones, generan empleo.

Las seis Empresas promueve valores corporativos que son percibidos por sus clientes internos y externos, así como por los grupos de interés, dentro de estos la Responsabilidad, el trabajo en equipo, servicio al cliente, solidaridad, respeto, honestidad, buen trato, humildad, compañerismo; todos estos valores son coherentes con su compromiso. La publicación del Instituto ETHOS y el CEBRAE (2007), “Responsabilidad Social para Micro y Pequeñas Empresas - Paso a Paso” menciona que aquellas empresas que adoptan la filosofía y prácticas de la RSE tienden a tener una gestión más consciente y de mayor claridad en cuanto a su misión. Poseen un mayor compromiso por parte de los empleados, mejor relación con los proveedores y clientes, además de una imagen positiva ante la comunidad.

Todas expresan que dentro de las barreras que se les presenta para realizar acciones de Responsabilidad Social Empresarial se encuentran: La falta de interés y mentalidad o conciencia para la implementación de RSE; Lo ven como un gasto para la empresa, los preconceptos que se traen que esto es costoso para la organización.

Acciones externas de responsabilidad social en pymes comerciales de alimentos en la ciudad de Barranquilla.

En esta parte se describen los principales resultados desde la dimensión de acciones externa de responsabilidad social en las empresas pymes de alimentos de Barranquilla, y se analizan las categorías de los programas o proyectos de responsabilidad social empresarial que propongan desarrollo sostenible para las comunidades en distintos campos y la contribución de la organización con los objetivos del Desarrollo Sostenible.

En este aparte se tiene que el tres de las Empresas entrevistadas no realiza programas o proyectos de Responsabilidad Social Empresarial que propongan desarrollo sostenible para las comunidades de su entorno en ningún campo a saber, educativo, deportivo o cualquier otro. Las otras tres Empresas Entrevistadas apoyan programas y proyectos para el desarrollo sostenible para fundaciones específicamente en obras sociales, solo una empresa se encuentra trabajando con programas concretos para la primera infancia y el adulto mayor como comedores y para la tercera edad proveyendo alimentos, al respecto Carroll (1991) sostiene que la naturaleza de la RSE se encuentra en la creencia general de que la empresa moderna tiene responsabilidades con la sociedad y que se extienden más allá de sus obligaciones con los accionistas o los inversionistas, lo que lleva a pensar que estas pymes aun sin tener claridad sobre la Responsabilidad Social Empresarial, asumen responsabilidad con el mejoramiento de la sociedad.

Todas las empresas contribuyen con los objetivos del Desarrollo Sostenible con la generación de empleos, las campañas de conservación del medio ambiente y programas de reciclaje, cuidar la salud de los trabajadores, al mantenimiento de la Paz y estabilidad laboral para sus empleados y familiar. La Responsabilidad Social Empresarial se define como el compromiso que asumen las empresas hacia la sociedad en beneficio del desarrollo

sostenible, es decir, es el equilibrio entre el crecimiento económico y el bienestar social. Para Bateman y Snell (2005), “la empresa socialmente responsable maximiza los efectos positivos sobre la sociedad y minimiza sus efectos negativos” (p. 147); todo esto conlleva a beneficios a largo plazo, tendientes a lograr un desarrollo sostenible. El Libro Verde de la Unión Europea la define cómo: “concepto por el cual las empresas deciden contribuir voluntariamente a mejorar la sociedad y a preservar el medio ambiente. A través suyo, las empresas se concientian del impacto de su acción sobre todos y expresan su compromiso de contribuir al desarrollo económico, a la vez que, a la mejora de la calidad de vida de los trabajadores y sus familias, de la comunidad local donde actúan y de la sociedad en su conjunto”³. Otra definición reza: "La Responsabilidad Social Empresarial la entenderemos cómo la acción conjunta de toda la empresa concienciada (trabajadores, directivos y dueños) del papel que tiene ésta como unidad de negocio que crea valor y que pervive en un espacio del que se lucra.

9. Conclusiones

A manera de conclusión se puede decir que las Pymes comerciales de alimentos de la ciudad de Barranquilla, realizan acciones que benefician a la sociedad, sin que estas sean consideradas por ellos como de Responsabilidad Social Empresarial, unas más que otras, pero cada una desde las acciones que ha emprendido en este tema; estas podrían constituir en beneficios económicos para las PYME, por la deducción de pagos de impuestos de algún porcentaje de erogaciones efectuadas con tales fines, siendo lucrativo al liberarse de la carga fiscal, ganar reputación al ser asociada con la RSE, sin que opere un cambio estratégico corporativo con miras a lograr una sociedad mejor.. Corriendo el riesgo de en lugar de crear una conciencia social se mercantiliza el concepto de Responsabilidad Social Empresarial con tales fines. Dejando entre ver que la concepción que se tiene de Responsabilidad Social Empresarial es muy limitada frente a todo lo que encierra, las ventajas que tiene y sus implicaciones en la productividad y competitividad.

A pesar que las empresas PYME comercializadora de alimentos de la ciudad de Barranquilla no tienen, programas, capital humano, tecnología ni recursos financieros destinados para el cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial, son varias las acciones que realizan consideradas de responsabilidad social empresarial, tales como, conservación del medio ambiente con programas de reciclaje de plásticos, tapas, de productos embotellados, ahorro de energía, donaciones a fundaciones, apoyo para el desarrollo deportivo, políticas de incentivos para los trabajadores y su familia, disminución de uso de bolsas plásticas, liderar campañas de responsabilidad social ambiental, políticas corporativas para la protección del medio ambiente y mitigación de fenómenos de cambios climáticos y contaminación que tanto afectan vidas humanas y la naturaleza; ninguna de las anteriores tiene el reconocimiento como prácticas de responsabilidad social empresarial ni se encuentran certificadas.

En cuanto a las acciones internas con los trabajadores las acciones emprendidas por las empresas se orientan a contrataciones laborales que garanticen estabilidad y prestaciones sociales, adicionalmente se le estimula con bonificaciones por ventas, premios al mejor trabajador, bonos económicos y en especie, créditos directos y con entidades financieras, subsidios familiares, actividades que involucren a la familia.

Asimismo con sus proveedores, el mercado, la sociedad y sus clientes las empresas de alimento de Barranquilla encamina acciones de responsabilidad social empresarial, preocupándose por la satisfacción del cliente, haciendo alianza de competencia leal enmarcada en el respeto, se preocupan por mantener todos sus productos bajo el estricto cumplimiento de las normas, por brindar un excelente servicio.

Dentro del valor agregado de las empresas se encuentra el trabajo en equipo, la alegría en el trabajo, el buen clima laboral, la empatía con los clientes, el buen trato, la responsabilidad, honestidad, compromiso, integridad y solidaridad.

Si se miran las acciones realizadas por las empresas, estas son insuficientes, como paliativos parciales en la contribución a la solución de problemas sociales y empresariales, siendo muy pocas empresas quienes realizan estas acciones, y quienes lo hacen solo han orientado sus acciones hacia un mínima parte la del reciclaje, donaciones y el bienestar de sus empleados; quizás porque no gozan con recursos suficientes para respaldar las acciones que consideran socialmente responsables, ya que ninguna empresa tiene asignada partida presupuestal destinada a las acciones de responsabilidad social empresarial, sin que con ello se esté diciendo que no lo hagan, sino que no se cuantifican; y por otro lado, el conocimiento frente a las acciones que deben realizar no es muy claro y desconoce los aspectos esenciales que se deben cumplir a mayor cabalidad y las ideas erróneas que se tienen sobre la Responsabilidad Social Empresarial los lleva a pensar que es muy costoso para la empresa y que esta no puede sostenerlo.

Por consiguiente, se determinó que ninguna empresas comercializadora de alimentos tiene, realiza o lleva un Plan, Programa y proyectos de Responsabilidad Social Empresarial, solo manifestaciones de algunas buenas prácticas, traducida en acciones como donaciones, contribuciones sociales, apoyos a programas de comedores escolares para infantes y adultos mayores, apoyo a las acciones que en materia de Responsabilidad Social Empresarial hace ACOPI Y programas para la protección del Medio Ambiente.

10. Recomendaciones

Se puede decir que las empresas comercializadora de alimentos de la ciudad de Barranquilla, son socialmente responsables porque las acciones que realizan se orientan a la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus empleados, clientes, proveedores y de la sociedad la cual se beneficia de su actividad y del cuidado del medio ambiente.

Pero para que estas buenas prácticas se constituyan en un valor y se vea reflejado en su productividad, competitividad y posicionamiento es necesario recomendar a las empresas lo siguiente:

Como recomendación dada producto de los resultados de la investigación está, generar una cultura al interior de las empresas sobre Responsabilidad Social Empresarial a partir de un programa que fomente las buenas practicas sobre responsabilidad social empresarial que permita a la empresa planear, hacer, verificar, medir y controlar las acciones encaminadas por la empresa para este aspecto.

También, es importante que las empresas elaboren un plan de capacitación alrededor del tema tanto para clientes internos como externos, en aras de concientizar sobre las acciones de responsabilidad social empresarial y las ventajas competitivas que tiene para las empresas.

Se debe identificar las fortalezas de las empresas para emprender rutas de acciones en materia de Responsabilidad Social Empresarial, mediante la puesta en marcha de prácticas que mejoren o beneficien a la comunidad, los trabajadores, los proveedores y a la sociedad en general.

11. Referencia

ANDI, el CIPE y CONFECAMARAS, (2008) estudios (encuesta sobre RSE 2007 y 2008) sobre responsabilidad social y gobierno corporativo.

Asociación Nacional de Información Financiera. (2016). La gran encuesta PymeLectura Regional. Resultados Regionales, Cámaras de Comercio Regionales, Bogotá, D.C. Recuperado de: <http://anif.co/sites/default/files/uploads/GEP%20REGIONAL%20I-2016.pdf>.

Asociación Nacional de Instituciones Financieras ANIF. (2016). La Gran Encuesta Pyme, primer semestre de 2016. Centro de Estudios Económicos. Bogotá, D.C. Recuperado de: <http://anif.co/sites/default/files/uploads/GEP%20NACIONAL%20I-2016.pdf>: Bancoldex, Banco de la República y Banco Interamericano de Desarrollo.

Bateman, T. S. & Snell, S.A. (2005). Administración: Un nuevo panorama competitivo. (4a ed., pp.147, 150-151). México: McGraw-Hill/Interamericana

Belkaoui, A., & Karpik, P. G. (1989). Determinants of the corporate decision to disclose social information. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 2(1).

Bornot, S., (2004). “Responsabilidad Social Empresarial en México: Situación Actual y Perspectivas”, GTZ, febrero 2004, pp. 35.

Bouckaert, L. (1998). Management of non-profit institutions. *Journal of Business Ethics*.

CAF Banco de Desarrollo de América Latina. (13 de Junio de 2016). América Latina: en busca de pymes más competitivas. Recuperado el 2 de Septiembre de 2016, de CAF: <https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2016/06/america-latinaen-busca-de-pymes-mas-competitivas/>

Cantillo, E., & Daza, J. (23 de Mayo de 2011). Influencia de la Cultura Organizacional en la Competitividad de las Empresas. *Revista Escenarios [versión online]*, IX(1), 19-21.

Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business horizons*, 34(4), 39-48.

Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business & society*, 38(3), 268-295.

Castañeda Cordy, A., & Rivera, C. F. (2004). *Ley 905 de 2004: Alcances y Limitaciones de la Política de Apoyo Microempresarial*. Bogotá: Fundación Corona, 25.

Castañeda, E., Cárdenas, L., Naranjo, S., (2017). *Competitividad de las pyme sector comercio*. UNIVERSIDAD LIBRE SECCIONAL CALI. FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CCRE: (2011). Centro Colombiano de Responsabilidad Social. *Responsabilidad social empresarial como eje fundamental del desarrollo y competitividad*. Bogotá D.C. Colombia comunicaciones@ccre.org.co Tels.: (571) 602 04 54 / 55 Fax: (571) 602 04 56.

CEPAL (2015): *El crecimiento de América Latina pasa por las pymes*.

Certo, S. (2002). *Managementul modern*. Editura Teora, București, 465.

Chapple, W., & Moon, J. (2005). Corporate social responsibility(CSR) in Asia. A seven-country study of CSR web site reporting International Centre for Corporate Social Responsibility. *Business & Society*, 44(4), 415-441. <http://dx.doi.org/10.1177/0007650305281658> Coase.

Comisión Europea (2011). *Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones sobre Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la Responsabilidad Social de las Empresas*. Comisión Europea. COM/2011/681 final. Bruselas.

Confecámaras (2016): *Los desafíos de las pymes en el Atlántico: liquidez e innovación*.

Corrales, Luisa (2011) La Responsabilidad Social Empresarial en la pequeña y mediana empresas. Guía de buenas Prácticas. Proyecto Impulsa RSE PYME. Avilés.

Correa, M.; Gallopin, G. y Núñez, G. (2005). “Medir para gestionar la RSC”.

DANE (2016): Mipymes generan alrededor del 67% del empleo en Colombia.

Devenport, T. (2000). Capital humano. Creando ventaja competitiva a través de las personas. Madrid: Gestión 2000.

Drucker, P. F. (1980). The deadly sins in public administration. Public administration review, 40(2), 103-106.

Durán-Herrera, J.J., & Bajo-Davó, N. (2013). Incidencia de las variables institucionales del país de origen de las empresas multinacionales en su performance financiero. *Universia Business Review*, primer trimestre, 52-67.

ETHOS y CEBRAE (2007). Empresas & Impresa: Pauta de responsabilidad de Brasil. Ponencia, Primer Foro de Responsabilidad Social Empresarial del MERCOSUR.

Fisher, Josie. 2004. Social Responsibility and Ethics: Clarifying the Concepts *Journal of Business Ethics*. Dordrecht: Jul 2004. Vol.52, Iss. 4; pg. 381.

Freeman, R.E. (1984). *Strategic Management: A stakeholder approach* (p. 46). Boston: Pitman.

Friedman, M. (1970). The social responsibility of Business is to increase its profits. *New York Magazine*, 32-33, 122,126.

Gainet, C. (2010). Exploring the impact of legal systems and financial structure on corporate responsibility. *Journal of Business Ethics*, 95, 195-222. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-011-0854-5>.

- García, J, y Zabala (2009). Políticas de Estado como sustento de la organización ciudadana. Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales, 5 (1), Universidad Beloso Chacin.
- García-Sánchez, I.M. (2008). Corporate social reporting: Segmentation and characterization of Spanish companies. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15: 187-198. <http://dx.doi.org/10.1002/csr.141>.
- Garzón, M., Ortiz, E., Acosta, J., Zárate, R., Pérez-Urbe, R., Ramírez, M. T., y otros. (2015). Gestión de la sostenibilidad en el marco de las organizaciones. Universidad EAN. Bogotá, D.C. Recuperado de: <http://edicionesean.ean.edu.co/index.php/26-libros-digitales/421-gestion-de-lasostenibilidad-en-el-marco-de-las-organizaciones>: Universidad EAN.
- Gómez, M. (2006). Introducción a la metodología de la investigación científica (Primera ed.). Córdoba, Argentina: Editorial Br
- Goyal, A. (2006). Corporate social responsibility as a signalling device for Foreign Direct Investment. *International Journal of the Economics of Business*, 13(1), 145-163. <http://dx.doi.org/10.1080/13571510500520077>.
- Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). Corporate social and environmental reporting. A review of the literature and longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 8(2), 47-77. <http://dx.doi.org/10.1108/09513579510146996>.
- Guthrie, J., & Parker, L.D. (1990). Corporate social disclosure practice: A comparative international analysis. *Advances in Public Interest Accounting*, 3, 159-175.
- Hackston, D., & Milne, M.J. (1996). Some determinants of social and environmental disclosures in New Zealand companies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 9(1), 77-108. <http://dx.doi.org/10.1108/09513579610109987>.
- Harvard Business Review. Vol. 83, núm. 8, pp 31-38.

Harvard Business Review. Vol. 83, núm. 8, pp. 51-58.

Henríquez, G (2013) Diseño de modelo de responsabilidad social empresarial en la DIAN Barranquilla. Revista Dictamen Libre, Núm. 12/13 (2013).

Hernandez, Fernandez y Batista (2016) Metodología de la Investigación. Sexta edición Ma.Graw Hill.

ICONTEC. (2008). El Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. Responsabilidad Social Empresarial. Guía Técnica.

Kaku, R. (2005). “La senda Kyosei”. Harvard Business Review. Vol. 83, núm. 8, pp. 105-113.

Knudsen, J.S. (2011). Company delisting from the UN Global Compact: Limited business demand or domestic governance failure? Journal of Business Ethics, 103, 331-349. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551011-0875-0>.

Lindblom, C. (1994). The implications of organizational legitimacy for corporate social performance and disclosure. Critical Perspectives on Accounting Conference, New York.

Lizcano, J. (2003). Responsabilidad social corporativa y confianza en las organizaciones. Una aproximación al Cuadro de Mando para la Responsabilidad Social (CMRS). Papeles de Ética, Economía y Dirección, (8).

López I., F. Chagollán y J. Martín del Campo (2006). Ecología. México: Umbral.

Marano, V., & Kostova, T. (2015). Unpacking the institutional complexity in adoption of CSR practices in multinational enterprises. Journal of Management Studies, online publication.

Marín, L. (2007). ¡ I need you too! Corporat identiy attractiveness for consumers and the role of Social Responsibility. Journal of Buiness Ethics. Tomo 71 No. 3.

- Medina, L.M. (2006). "La responsabilidad social de la empresa". X Congreso Anual de la Academia de Ciencias Administrativas A.C. (ACACIA). Universidad Autónoma de San Luis Potosí. San Luis Potosí.
- Moreno, A. (2006). Percepción y práctica de los líderes de Pymes de Caracas con respecto a la Responsabilidad Social Empresarial. Trabajo de grado Msc. de la Universidad Católica Andrés Bello. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Escuela de Ciencias Sociales.
- Murillo, D. y J. Lozano (2006). RSE y PYMES: Una apuesta por la excelencia empresarial. Instituto Persona, Empresa y Sociedad IPES.
- Pacto Global (2004): Guía del pacto global: una forma práctica para implementar los nueve principios en la gestión empresarial 1.-1° ed.- Buenos Aires: Sistema de Naciones Unidas en Argentina 120 p.; 24x17 cm. ISBN N° 987-21716-0-21. Naciones Unidas-Administración N. I. Título CDD 352.1143.
- Páez, T. (2007). Teoría y práctica de la ética y la Responsabilidad Social de la Pyme Venezolana. Revista FACES Universidad de Carabobo. Volumen XVIII No. 2: 165–183.
- Patten, D.M. (1991). Exposure, legitimacy, and social disclosure. *Journal of Accounting and Public Policy*, 10(4), 297-308. [http://dx.doi.org/10.1016/0278-4254\(91\)90003-3](http://dx.doi.org/10.1016/0278-4254(91)90003-3).
- Peinado, Vara (2007). La responsabilidad social y medioambiental de la microempresa en Latinoamérica. Primer Foro de Responsabilidad Social Empresarial del MERCOSUR.
- Porto Serantes, N., & Castromán Diz, J. L. (2006). Responsabilidad social: un análisis de la situación actual en México y España. *Contaduría y Administración*, (220).
- Robertson, D.C. (2009). Corporate social responsibility and different stages of economic development: Singapore, Turkey, and Ethiopia. *Journal of Business Ethics*, 88, 617-633. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551009-0311-x>.

Rochlin, S. (2005). "Llevar la responsabilidad corporativa al ADN de su empresa".

Rodríguez, M.C. y Uzcátegui, L.A. (2007). Importancia en el desarrollo y aplicación de las políticas de responsabilidad social empresarial. XI Congreso Anual de la Academia de Ciencias Administrativas A.C. (ACACIA). Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Oriente (ITESO). Guadalajara, México.

Rojas, M.; M'Zali, B.; Turcotte, M. y Kooli, M. (2006). Corporate social responsibility, the stakeholder approach and beyond: in search of theoretical explanations for "doing well while doing good". X Congreso Anual de la Academia de Ciencias Administrativas A.C. (ACACIA). Universidad Autónoma de San Luis Potosí. San Luis Potosí, México.

Rueda Hernández, M. (2009). Guía de responsabilidad social corporativa para las pymes del Atlántico (Master's thesis, Maestría en Administración).

Sánchez, L.A.; Placencia, M. y Pedroza, A. (2007). Diagnóstico exploratorio del nivel de responsabilidad social empresarial percibido por las empresas involucradas en el biocluster de occidente. XI Congreso Anual de la Academia de Ciencias Administrativas A.C. (ACACIA). Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Oriente (ITESO). Guadalajara, México.

Somoggi, L. (2005). "Más que una estrategia, una filosofía". Harvard Business Review. Vol. 83, núm. 8, pp. 17-28.

Taylor, S.J. y Bogdan, R. Introducción a los métodos cualitativos de investigación. Barcelona: Paidós Básica, 1992

Testera, L., & Cabeza, L. (2013). Análisis de los factores determinantes de la transparencia en RSC en las empresas españolas cotizadas. Intangible capital, 9(1), 225-261. <http://dx.doi.org/10.3926/ic.311>.

Torres E. (2007). ¿Es posible la Responsabilidad Social en la Pyme? Revista Tribuna de Opinión No. 7.

- Trevino, L. K., & Nelson, K. A. (1999). *Managing Business Ethics* John Wiley & Sons. Inc. New York.
- Vallverdú, J. (2003). *Papeles de ética, economía y dirección. La responsabilidad social de la empresa: una aportación contable.* Departamento de Contabilidad. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de Barcelona. N° 8. España. Disponible en: http://www.eben-spain.org/docs/Papeles/XI/2_Valleverdu.pdf (consulta: Mayo 17, 2010).
- Vergara, M. P., & Vicaría, L. (2009). *Ser o aparentar la responsabilidad social empresarial en Colombia: Análisis organizacional basado en los lineamientos de la Responsabilidad Social Empresarial.* Trabajo de Grado para optar por el título de Comunicador Social con énfasis en Comunicación Organizacional.
- Vives, A. y Peinado, E (2004). *Responsabilidad Social de la Empresa Del Dicho al Hecho: Anales.* Inter-American Development Bank.
- Vives, A., & Peinado, E. (2003, October). *Corporate Social Responsibility as a Tool for Competitiveness.* In *Inter. American Conference on CSR Proceedings held in Panama City, Panama* (pp. 26-28).
- Wang, D.T., & Chen, W.Y. (2014). *Foreign direct investment, institutional development, and environmental externalities: Evidence from China.* *Journal of Environmental Management*, 135, 81-90. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jenvman.2014.01.013>.

Anexos

Anexo No 1.

PROTOCOLO DE ENTREVISTA
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
UNIVERSIDAD DE LA COSTA CUC.

Entrevista dirigida a Directivos, Gerentes, Administrativos, operativos de las pymes Comerciales de Alimentos del distrito de Barranquilla.

Respetado Directivo, Gerente, administrativos y operativos de la Empresa... estamos realizando esta entrevista con el propósito recopilar información relevante sobre aspectos relacionados con las acciones realizadas por su empresa en materia de Responsabilidad Social Empresarial en la ciudad de Barranquilla departamento del Atlántico. Por lo cual requerimos de su valiosa colaboración para hacer posible esta investigación dirigida por la Universidad de la Costa- CUC.

Objetivo: Describir las acciones de Responsabilidad Social Empresarial que realizan las pymes comerciales de Alimentos en la ciudad de Barranquilla departamento del Atlántico.

Lugar y Fecha: _____

Hora de Inicio: _____ Hora de Culminación: _____

Nombre del Entrevistado: _____

Profesión:

Cargo: _____

Nombre del Entrevistador: _____

Entrevista realizada: _____

Cuestionario de preguntas para entrevista con Propietarios, Directivos, Gerente, Administrativos y Operativos de las pymes comerciales de Alimentos de la ciudad de Barranquilla departamento del Atlántico:

1. *¿Para usted que significa Responsabilidad Social Empresarial?*
2. *¿Conoce que herramientas se han emprendido para dar respuesta a las situaciones de pobreza y manejo ambiental, para contribuir al desarrollo sostenible en el mundo?*
3. *¿Enuncie cuáles son las políticas en materia de responsabilidad social que ha establecido su empresa?*
4. *¿Tiene alguna certificación sobre RSE o tipo de medición? ¿Cual?*
5. *¿De qué manera su empresa está contribuyendo para contribuir al desarrollo sostenible de los territorios? Vincula proveedores locales, contratación de menores de edad, vinculación pequeños productores, etc*
6. *¿Describa el tipo de contratación que tienen sus empedados?*
7. *¿Los empleados o colaboradores que representan para su organización y que beneficios legales y adicionales tienen?*
8. *¿Describa las políticas o acciones que están orientadas la gestión de personas en su organización? (participación de empleados en la toma de decisiones, consulta a empedados, incentivos de acuerdo a resultados, seguridad laboral, permisos, equilibrio entre vida personal y laboral)*
9. *¿Cómo participa su organización para contribuir a la mejora del medio ambiente? Reducción y reciclaje de residuos, ahorro de energía, prevención de ruido y misiones, opciones sostenibles de transporte, incremento de la sostenibilidad de su empresa*
10. *Desde lo económico, ¿cuáles son las principales contribuciones de su organización en la parte interna y en la parte externa?*
11. *¿Describa de qué manera su organización maneja sus actuaciones o se relaciona respecto al mercado? (concretamente con proveedores. Clientes, empresas de la competencia, gremios. Ejemplo: calidad de productos, pago puntual a proveedores, dialogo con clientes*
12. *¿Qué valores promueve la organización y como cree que le perciben sus grupos de interés al respecto?*
13. *¿Qué acciones de responsabilidad social empresarial realiza conjuntamente con otras empresas?*

14. *¿Cuáles cree usted son los principales beneficios para la organización con las acciones de responsabilidad social que ha desarrollado?*
15. *¿Aproximadamente cuál es la inversión que hace su organización en RSE?*
16. *¿Mencione las principales barreras que considera se presentan para hacer responsabilidad social? Tanto internos como externos*
17. *¿Realiza la Empresa programas o proyectos de responsabilidad social empresarial que propongan desarrollo sostenido para las comunidades de su entorno en distintos campos como el educativo, el deporte y cualquier otro?*
18. *¿Cómo contribuye su organización con los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS)?*

ANEXO No 2.

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Este es un cuestionario de consentimiento informado cuyo objetivo es proporcionar toda la información necesaria para que Usted decida si desea o no participar en la investigación. El investigador correspondiente hablará con usted acerca de esta información y usted es libre de hacer preguntas en cualquier momento. Si usted está de acuerdo en participar, se le pedirá que firme este cuestionario de consentimiento y se le dará una copia para que la guarde.

Por intermedio de este documento se le está solicitando que participe en este estudio, porque usted tiene vinculación laboral con las pymes comerciales de alimentos objeto del presente estudio.

La Investigación pretende Describir las acciones de Responsabilidad social empresarial que realizan las Pymes comerciales de alimentos en la ciudad de Barranquilla canalizando las buenas prácticas que benefician a los trabajadores y a su entorno social.

Su participación consistirá en explicitar las acciones que viene realizando la empresa en materia de responsabilidad social empresarial. El que Ud. participe de este estudio no conlleva riesgos para su salud ni su persona.

Su participación es totalmente confidencial, su nombre ni ningún tipo de información que pueda identificarlo aparecerá en los registros del estudio, ya que se utilizarán códigos. El almacenamiento de los códigos estará a cargo del investigador responsable.

Usted no se beneficiará de participar en este estudio, sin embargo, la información que pueda obtenerse a partir de su participación será de utilidad para el crecimiento, competitividad y productividad de la pyme en la labora que redundan en mejores condiciones para sus empleados. El participar en este estudio no tiene costos para usted y no recibirá ningún pago por estar en este estudio.

Usted. puede negarse a participar en cualquier momento, lo cual no lo perjudica ni tendrá consecuencias para Usted, tampoco le afectará en su actividad laboral. El retirarse del estudio no le representará ninguna penalidad o pérdida de beneficios a los que tiene derecho. Las informaciones suministradas serán procesada y almacenadas en repositorios de la Universidad de la Costa CUC y no será utilizada para otro fin distinto al mencionado anteriormente.

Quedando claro el objetivo de la Investigación, las garantías de confidencialidad y la aclaración de la información, acepto voluntariamente participar en este estudio, suministrando la información requerida en los términos estipulados en este documento, firmo la autorización.

Yo _____, CC _____, Firma _____ he accedido a participar en este estudio ya que se me ha informado sobre lo que se espera de mi participación, y los beneficios y riesgos de ésta.

Nombre _____ del _____ Investigador
 Responsable: _____
 C.C. _____
 Fecha. _____
 Nombre del encuestador. _____
 Firma del encuestador: _____
 C.C. _____
 Fecha _____

ANEXO No 3 CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENTREVISTAS A PYMES DE ALIMENTOS

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Este es un cuestionario de consentimiento informado cuyo objetivo es proporcionar toda la información necesaria para que Usted decida si desea o no participar en la investigación. El investigador correspondiente hablará con usted acerca de esta información y usted es libre de hacer preguntas en cualquier momento. Si usted está de acuerdo en participar, se le pedirá que firme este cuestionario de consentimiento y se le dará una copia para que la guarde.

Por intermedio de este documento se le está solicitando que participe en este estudio, porque usted tiene vinculación laboral con las pymes comerciales de alimentos objeto del presente estudio.

La Investigación pretende Describir las acciones de Responsabilidad social empresarial que realizan las Pymes comerciales de alimentos en la ciudad de Barranquilla canalizando las buenas prácticas que benefician a los trabajadores y a su entorno social.

Su participación consistirá en explicitar las acciones que viene realizando la empresa en materia de responsabilidad social empresarial. El que Ud. participe de este estudio no conlleva riesgos para su salud ni su persona.

Su participación es totalmente confidencial, su nombre ni ningún tipo de información que pueda identificarlo aparecerá en los registros del estudio, ya que se utilizarán códigos. El almacenamiento de los códigos estará a cargo del investigador responsable.

Usted no se beneficiará de participar en este estudio, sin embargo, la información que pueda obtenerse a partir de su participación será de utilidad para el crecimiento, competitividad y productividad de la pyme en la labora que redundan en mejores condiciones para sus empleados. El participar en este estudio no tiene costos para usted y no recibirá ningún pago por estar en este estudio.

Usted puede negarse a participar en cualquier momento, lo cual no lo perjudica ni tendrá consecuencias para Usted, tampoco le afectará en su actividad laboral. El retirarse del estudio no le representará ninguna penalidad o pérdida de beneficios a los que tiene derecho. Las informaciones suministradas serán procesada y almacenadas en repositorios de la Universidad de la Costa CUC y no será utilizada para otro fin distinto al mencionado anteriormente.

Quedando claro el objetivo de la Investigación, las garantías de confidencialidad y la aclaración de la información, acepto voluntariamente participar en este estudio, suministrando la información requerida en los términos estipulados en este documento, firmo la autorización.

Yo Teeresa Martinez, CC 22.726.541, Firma Teeresa Martinez
he accedido a participar en este estudio ya que se me ha informado sobre lo que se espera de mi participación, y los beneficios y riesgos de ésta.

Nombre del Investigador Responsable: Daniells Ibáñez Flanga
C.C. 1.042.442.782

Fecha: 03 octubre 2017

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Este es un cuestionario de consentimiento informado cuyo objetivo es proporcionar toda la información necesaria para que Usted decida si desea o no participar en la investigación. El investigador correspondiente hablará con usted acerca de esta información y usted es libre de hacer preguntas en cualquier momento. Si usted está de acuerdo en participar, se le pedirá que firme este cuestionario de consentimiento y se le dará una copia para que la guarde.

Por intermedio de este documento se le está solicitando que participe en este estudio, porque usted tiene vinculación laboral con las pymes comerciales de alimentos objeto del presente estudio.

La Investigación pretende Describir las acciones de Responsabilidad social empresarial que realizan las Pymes comerciales de alimentos en la ciudad de Barranquilla canalizando las buenas prácticas que beneficien a los trabajadores y a su entorno social.

Su participación consistirá en explicitar las acciones que viene realizando la empresa en materia de responsabilidad social empresarial. El que Ud. participe de este estudio no conlleva riesgos para su salud ni su persona.

Su participación es totalmente confidencial, su nombre ni ningún tipo de información que pueda identificarlo aparecerá en los registros del estudio, ya que se utilizarán códigos. El almacenamiento de los códigos estará a cargo del investigador responsable.

Usted no se beneficiará de participar en este estudio, sin embargo, la información que pueda obtenerse a partir de su participación será de utilidad para el crecimiento, competitividad y productividad de la pyme en la labora que redundan en mejores condiciones para sus empleados. El participar en este estudio no tiene costos para usted y no recibirá ningún pago por estar en este estudio.

Usted puede negarse a participar en cualquier momento, lo cual no lo perjudica ni tendrá consecuencias para Usted, tampoco le afectará en su actividad laboral. El retirarse del estudio no le representará ninguna penalidad o pérdida de beneficios a los que tiene derecho. Las informaciones suministradas serán procesada y almacenadas en repositorios de la Universidad de la Costa CUC y no será utilizada para otro fin distinto al mencionado anteriormente.

Quedando claro el objetivo de la Investigación, las garantías de confidencialidad y la aclaración de la información, acepto voluntariamente participar en este estudio, suministrando la información requerida en los términos estipulados en este documento, firmo la autorización.

Yo Isaias Ruiz Beltran, cc 69.806.809, Firma [Firma]
he accedido a participar en este estudio ya que se me ha informado sobre lo que se espera de mi participación, y los beneficios y riesgos de ésta.

Nombre del Investigador Responsable: Daniela Ibáñez Hargueta

C.C. 1042 442 782

Fecha: 28 octubre 2017

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Este es un cuestionario de consentimiento informado cuyo objetivo es proporcionar toda la información necesaria para que Usted decida si desea o no participar en la investigación. El investigador correspondiente hablará con usted acerca de esta información y usted es libre de hacer preguntas en cualquier momento. Si usted está de acuerdo en participar, se le pedirá que firme este cuestionario de consentimiento y se le dará una copia para que la guarde.

Por intermedio de este documento se le está solicitando que participe en este estudio, porque usted tiene vinculación laboral con las pymes comerciales de alimentos objeto del presente estudio.

La Investigación pretende Describir las acciones de Responsabilidad social empresarial que realizan las Pymes comerciales de alimentos en la ciudad de Barranquilla canalizando las buenas prácticas que beneficien a los trabajadores y a su entorno social.

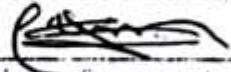
Su participación consistirá en explicitar las acciones que viene realizando la empresa en materia de responsabilidad social empresarial. El que Ud. participe de este estudio no conlleva riesgos para su salud ni su persona.

Su participación es totalmente confidencial, su nombre ni ningún tipo de información que pueda identificarlo aparecerá en los registros del estudio, ya que se utilizarán códigos. El almacenamiento de los códigos estará a cargo del investigador responsable.

Usted no se beneficiará de participar en este estudio, sin embargo, la información que pueda obtenerse a partir de su participación será de utilidad para el crecimiento, competitividad y productividad de la pyme en la labora que redundan en mejores condiciones para sus empleados. El participar en este estudio no tiene costos para usted y no recibirá ningún pago por estar en este estudio.

Usted puede negarse a participar en cualquier momento, lo cual no lo perjudica ni tendrá consecuencias para Usted, tampoco le afectará en su actividad laboral. El retirarse del estudio no le representará ninguna penalidad o pérdida de beneficios a los que tiene derecho. Las informaciones suministradas serán procesada y almacenadas en repositorios de la Universidad de la Costa CUC y no será utilizada para otro fin distinto al mencionado anteriormente.

Quedando claro el objetivo de la Investigación, las garantías de confidencialidad y la aclaración de la información, acepto voluntariamente participar en este estudio, suministrando la información requerida en los términos estipulados en este documento, firmo la autorización.

Yo  C.C. 98524911 Firma Faber Serna Aristizábal
he accedido a participar en este estudio ya que se me ha informado sobre lo que se espera de mi participación, y los beneficios y riesgos en ésta.

Nombre del investigador Responsable Daniells Ibáñez Ortega

C.C. 1.042.442.782

Fecha 12 / SEP / 2017

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Este es un cuestionario de consentimiento informado cuyo objetivo es proporcionar toda la información necesaria para que Usted decida si desea o no participar en la investigación. El investigador correspondiente hablará con usted acerca de esta información y usted es libre de hacer preguntas en cualquier momento. Si usted está de acuerdo en participar, se le pedirá que firme este cuestionario de consentimiento y se le dará una copia para que la guarde.

Por intermedio de este documento se le está solicitando que participe en este estudio, porque usted tiene vinculación laboral con las pymes comerciales de alimentos objeto del presente estudio.

La Investigación pretende Describir las acciones de Responsabilidad social empresarial que realizan las Pymes comerciales de alimentos en la ciudad de Barranquilla canalizando las buenas prácticas que benefician a los trabajadores y a su entorno social.

Su participación consistirá en explicitar las acciones que viene realizando la empresa en materia de responsabilidad social empresarial. El que Ud. participe de este estudio no conlleva riesgos para su salud ni su persona.

Su participación es totalmente confidencial, su nombre ni ningún tipo de información que pueda identificarlo aparecerá en los registros del estudio, ya que se utilizarán códigos. El almacenamiento de los códigos estará a cargo del investigador responsable.

Usted no se beneficiará de participar en este estudio, sin embargo, la información que pueda obtenerse a partir de su participación será de utilidad para el crecimiento, competitividad y productividad de la pyme en la labora que redundan en mejores condiciones para sus empleados. El participar en este estudio no tiene costos para usted y no recibirá ningún pago por estar en este estudio.

Usted puede negarse a participar en cualquier momento, lo cual no lo perjudica ni tendrá consecuencias para Usted, tampoco le afectará en su actividad laboral. El retirarse del estudio no le representará ninguna penalidad o pérdida de beneficios a los que tiene derecho. Las informaciones suministradas serán procesada y almacenadas en repositorios de la Universidad de la Costa CUC y no será utilizada para otro fin distinto al mencionado anteriormente.

Quedando claro el objetivo de la Investigación, las garantías de confidencialidad y la aclaración de la información, acepto voluntariamente participar en este estudio, suministrando la información requerida en los términos estipulados en este documento, firmo la autorización.

Yo Daniela Argueta CC 8741823 Firma [Firma]
he accedido a participar en este estudio ya que se me ha informado sobre lo que se espera de mi participación, y los beneficios y riesgos de ésta.

Nombre del investigador Responsable: Daniela Argueta Hanga

C.C. 1.042.442.782

Fecha. 26 / sep / 2017

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Este es un cuestionario de consentimiento informado cuyo objetivo es proporcionar toda la información necesaria para que Usted decida si desea o no participar en la investigación. El investigador correspondiente hablará con usted acerca de esta información y usted es libre de hacer preguntas en cualquier momento. Si usted está de acuerdo en participar, se le pedirá que firme este cuestionario de consentimiento y se le dará una copia para que la guarde.

Por intermedio de este documento se le está solicitando que participe en este estudio, porque usted tiene vinculación laboral con las pymes comerciales de alimentos objeto del presente estudio.

La investigación pretende Describir las acciones de Responsabilidad social empresarial que realizan las Pymes comerciales de alimentos en la ciudad de Barranquilla canalizando las buenas prácticas que benefician a los trabajadores y a su entorno social.

Su participación consistirá en explicitar las acciones que viene realizando la empresa en materia de responsabilidad social empresarial. El que Ud. participe de este estudio no conlleva riesgos para su salud ni su persona.

Su participación es totalmente confidencial, su nombre ni ningún tipo de información que pueda identificarlo aparecerá en los registros del estudio, ya que se utilizarán códigos. El almacenamiento de los códigos estará a cargo del investigador responsable.

Usted no se beneficiará de participar en este estudio, sin embargo, la información que pueda obtenerse a partir de su participación será de utilidad para el crecimiento, competitividad y productividad de la pyme en la labora que redundan en mejores condiciones para sus empleados. El participar en este estudio no tiene costos para usted y no recibirá ningún pago por estar en este estudio.

Usted puede negarse a participar en cualquier momento, lo cual no lo perjudica ni tendrá consecuencias para Usted, tampoco le afectará en su actividad laboral. El retirarse del estudio no le representará ninguna penalidad o pérdida de beneficios a los que tiene derecho. Las informaciones suministradas serán procesada y almacenadas en repositorios de la Universidad de la Costa CUC y no será utilizada para otro fin distinto al mencionado anteriormente.

Quedando claro el objetivo de la Investigación, las garantías de confidencialidad y la aclaración de la información, acepto voluntariamente participar en este estudio, suministrando la información requerida en los términos estipulados en este documento, firmo la autorización.

Yo Mónica Calle P., CC 32850992, Firma [Firma]
he accedido a participar en este estudio ya que se me ha informado sobre lo que se espera de mi participación, y los beneficios y riesgos de ésta.

Nombre del Investigador Responsable: Daniella Barrón

c.c. 1042442782

Fecha: _____

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Este es un cuestionario de consentimiento informado cuyo objetivo es proporcionar toda la información necesaria para que Usted decida si desea o no participar en la investigación. El investigador correspondiente hablará con usted acerca de esta información y usted es libre de hacer preguntas en cualquier momento. Si usted está de acuerdo en participar, se le pedirá que firme este cuestionario de consentimiento y se le dará una copia para que la guarde.

Por intermedio de este documento se le está solicitando que participe en este estudio, porque usted tiene vinculación laboral con las pymes comerciales de alimentos objeto del presente estudio.

La Investigación pretende Describir las acciones de Responsabilidad social empresarial que realizan las Pymes comerciales de alimentos en la ciudad de Barranquilla canalizando las buenas prácticas que benefician a los trabajadores y a su entorno social.

Su participación consistirá en explicitar las acciones que viene realizando la empresa en materia de responsabilidad social empresarial. El que Ud. participe de este estudio no conlleva riesgos para su salud ni su persona.

Su participación es totalmente confidencial, su nombre ni ningún tipo de información que pueda identificarlo aparecerá en los registros del estudio, ya que se utilizarán códigos. El almacenamiento de los códigos estará a cargo del investigador responsable.

Usted no se beneficiará de participar en este estudio, sin embargo, la información que pueda obtenerse a partir de su participación será de utilidad para el crecimiento competitividad y productividad de la pyme en la labora que redundan en mejores condiciones para sus empleados. El participar en este estudio no tiene costos para usted y no recibirá ningún pago por estar en este estudio.

Usted puede negarse a participar en cualquier momento, lo cual no lo perjudica ni tendrá consecuencias para Usted, tampoco le afectará en su actividad laboral. El retirarse del estudio no le representará ninguna penalidad o pérdida de beneficios a los que tiene derecho. Las informaciones suministradas serán procesada y almacenadas en repositorios de la Universidad de la Costa CUC y no será utilizada para otro fin distinto al mencionado anteriormente.

Quedando claro el objetivo de la Investigación, las garantías de confidencialidad y la aclaración de la información, acepto voluntariamente participar en este estudio, suministrando la información requerida en los términos estipulados en este documento, firmo la autorización.

Yo John Freddy Mendoza CC 32256440 Firma [Firma]
he accedido a participar en este estudio ya que se me ha informado sobre lo que se espera de mi participación, y los beneficios y riesgos de ésta.

Nombre del Investigador Responsable: Daniel Ibáñez Ulanga

C.C. 1.042.442.782

Fecha: 25/Sep/2017

ANEXO No 3.

SISTEMATIZACIÓN DE RESULTADOS DE ENTREVISTA

CUESTIONARIO DE PREGUNTAS PARA ENTREVISTA CON PROPIETARIOS, DIRECTIVA, GERENTE, ADMINISTRATIVOS Y OPERATIVOS DE LAS PYMES COMERCIALES DE ALIMENTOS DE LA CIUDAD DE BARRANQUILLA DEPARTAMENTO DEL ATLÁNTICO				
	PREGUNTAS	<i>JOHN FREDDY MENDOZA JIMENEZ; COMERCIANTE</i>	<i>FABER SERNA A.; GERENTE PROPIETARIO</i>	<i>TERESA MARTINEZ; COMERCIANTE</i>
1	¿Para usted que significa Responsabilidad Social Empresarial?	Es el equilibrio entre el crecimiento económico del negocio, el bienestar social y el medio ambiente	Es toda acción que beneficia a todos los aspectos tanto internos como externos de la empresa (empleados, propietario, ambiental, etc.)	Es la manera aceptada y adecuada de actuar frente a la realidad que nos circunda entendiendo que existen factores protectores que determina la situación en las que un ser humano se desarrolla y desenvuelve.
2	¿Conoce que herramientas se han emprendido para dar respuestas a las situaciones de pobreza y manejo ambiental, para contribuir al desarrollo sostenible en el mundo?	Generar empleo, reciclar, concientizar a las personas por medios de campañas de responsabilidad social.	Reciclaje de bolsas	Se han creado políticas integrales de gestión de calidad en harás de cualificar los recursos y formar a un ser humano visionario al formaron para la protección ambiental y cualificar la gestión.

3	¿Enuncie cuáles son las políticas en materia de responsabilidad social que ha establecido su empresa?	* Reciclar productos embotellados. * Involucro a mis clientes para que sean voluntarios en causas sociales cuando se presentan la oportunidad (donativos especiales, acumulación de tapitas para niños, entregas a fundaciones) * No contaminar	Ninguna hasta el momento	Calidad de la información, protección ambiental, políticas de riesgo y calidad, seguridad y salud en el trabajo.
4	¿Tiene alguna certificación sobre RSE o tipo de medición? ¿Cual?	No	No	Estamos en procesos de la mejora continua y de certificación.
5	¿De qué manera su empresa está contribuyendo para contribuir al desarrollo sostenible de los territorios? Vincula proveedores locales, contratación de menores de edad, vinculación pequeños productores, etc.	Si, actualmente trabajo con pequeños productores y nuestros proveedores son en un 70% locales	Nuestros proveedores en un 35 % son locales. Apoyamos a productores locales con la distribución de sus productos. Apoyamos fundaciones en sus actividades sociales.	Nuestros proveedores un 40% son locales, apoyamos la distribución de estos producto.
6	¿Describa el tipo de contratación que tienen sus empleados?	Contrato verbal, paga de prestaciones sociales.	Contratos a término fijo.	contratación verbal.
7	¿Los empleados o colaboradores que representan para su organización y que beneficios legales y adicionales tienen?	Nuestros colaboradores son el capital y talento humano, parte fundamental para la productividad del negocio, cuenta con el pago de prestaciones sociales y adicionalmente se les generan estímulos por ventas	Aguinaldos de diciembre, beneficios en bonos (\$), flexibilidad en el horario laboral por permisos personales, crédito directo con la empresa.	Nuestros colaboradores representan el talento humano de la empresa y son quienes dan carácter y responsabilidad a la empresa, adicional recibe bonos navideños y flexibilidad en el horario, incentivo como el mejor a trabajador del año.

8	¿Describa las políticas o acciones que están orientadas la gestión de personas en su organización? (participación de empleados en la toma de decisiones, consulta a empelados, incentivos de acuerdo a resultados, seguridad laboral, permisos, equilibrio entre vida personal y laboral),	Como lo decía en la pregunta anterior nuestro talento humano necesita desarrollarse por eso cuentan con prestaciones estipuladas por la ley e incentivos de acuerdo a sus resultados, premisos	Estamos empezando a crear el área de salud ocupacional, permisos flexibles, incentivos económicos.	Como se dijo anterior mente estamos trabajando en establecer el área de salud ocupacional para la seguridad laboral, reciben incentivos como anterior mente se aclaro.
9	¿Cómo participa su organización para contribuir a la mejora del medio ambiente? Reducción y reciclaje de residuos, ahorro de energía, prevención de ruido y misiones, opciones sostenibles de transporte, incremento de la sostenibilidad de su empresa	Reciclando, Ahorrando energía,	Espacios realizados para prevenir la reducción de ruido, tratamos de reducir residuos posibles de bolsas, empaques y alimentos	Reducción de residuos empaques de alimentos y papelería, separación de residuos.
10	Desde lo económico, ¿cuáles son las principales contribuciones de su organización en la parte interna y en la parte externa?	-----	En lo interno tratamos de tener a nuestro empleados satisfechos en la remuneración de acuerdo a sus esfuerzos. y en lo externo apoyamos a fundaciones en obras sociales y al desarrollo de nuestro entorno.	-----
11	¿Describa de qué manera su organización maneja sus actuaciones o se relaciona respecto al mercado? (concretamente con proveedores. Clientes, empresas de la competencia, gremios). Ejemplo: calidad de productos, pago puntual a proveedores, dialogo con clientes.	Actualmente: * Pago convenido con proveedores de pago inmediato y a 45 días puntual. * Nuestros clientes se sienten satisfechos con la calidad de los productos. *Relación de fidelización con clientes (estrecha). *competencia leal con la competencia	*En la calidad del producto con sus respectiva certificaciones, *En el trato y relación amables y atender con los clientes	Calidad de productos, pagamos puntual a los proveedores, mantenemos dialogo constante con nuestros clientes.

12	¿Qué valores promueve la organización y como cree que le perciben sus grupos de interés al respecto?	* trabajo en equipo. *Alegría en el trabajo. *Empatía con los clientes	Responsabilidad, buen trato, trabajo en equipo.	Nuestra organización promueve valores como respeto, humildad, responsabilidad, compañerismo, integridad, honestidad y trabajo en equipo
13	¿Qué acciones de responsabilidad social empresarial realiza conjuntamente con otras empresas?	Ninguna	Ninguna	Donamos empaques cajas para su respectivo proceso de reciclaje.
14	¿Cuáles cree usted son los principales beneficios para la organización con las acciones de responsabilidad social que ha desarrollado?	Beneficios para el desarrollo sostenible.	Buen ambiente laboral, reconocimiento en el sector por nuestros valores y acciones. Y calidad del producto	La satisfacción de contribuir al cuidado y mejora del medio ambiente, ser reconocidos ante los demás como una organización responsable, de buen ambiente laboral y ética.
15	¿Aproximadamente cuál es la inversión que hace su organización en RSE?	Ninguna	Ninguna	Ninguna
16	¿Mencione las principales barreras que considera se presentan para hacer responsabilidad social? Tanto internos como externos	Falta de conciencia, interés y recursos.	La mentalidad que traemos desde antes	falta de interés y amor al medio ambiente

17	¿Realiza la Empresa programas o proyectos de responsabilidad social empresarial que propongan desarrollo sostenido para las comunidades de su entorno en distintos campos como el educativo, el deporte y cualquier otro?	No	No, solo a fundaciones en obras sociales en diciembre.	No
18	¿Cómo contribuye su organización con los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS)?	Generando empleo, reciclando. Ahorrando energía, reutilizando materiales entre otras acciones empleadas para el bienestar social y ambiental	Con un excelente ambiente laboral y satisfacción de nuestros empleados reducción de residuos, y apoyo al crecimiento de los pequeños proveedores locales.	Generando empleo

CUESTIONARIO DE PREGUNTAS PARA ENTREVISTA CON PROPIETARIOS, DIRECTIVA, GERENTE, ADMINISTRATIVOS Y OPERATIVOS DE LAS PYMES COMERCIALES DE ALIMENTOS DE LA CIUDAD DE BARRANQUILLA DEPARTAMENTO DEL ATLÁNTICO

	PREGUNTAS	<i>JAIME ALBERTO ANGULO; ADMINISTRADOR</i>	<i>ISAIAS RUIZ BELTRAN; REPRESENTANTE LEGAL</i>	<i>MÓNICA CALLE PALLARES; ADMINISTRADORA</i>	
1	¿Para usted que significa Responsabilidad Social Empresarial?	Significa tener claro todos los compromisos que tenemos frente a la comunidad y especialmente con las 140 familias que derivan su sustento del trabajo que colocan el padre o la madre que está vinculada laboralmente con nosotros. Lo anterior incluye planes de bienestar en áreas sensibles como salud, educación, seguridad y entretenimiento dado que CREEMOS que si nuestros colaboradores están bien, contribuimos a que la Sociedad en General también progrese.	La responsabilidad social, es el compromiso que tenemos todas las personas que ejercemos labores empresariales en aportar a través de estrategias , actividades y/o acciones a mejorar las condiciones de vida de los seres humanos con los que compartimos en sociedad.	La responsabilidad social es una contribución que realizan las empresas a la sociedad con el fin de mejorar las condiciones de sociales o ambientales de la población.	Se deja entrever que cada empresa tiene su propio concepto sobre la Responsabilidad Social Empresarial que guarda correspondencia entre uno y otro, teniendo como elementos comunes que son las acciones que benefician a los empleados, a la comunidad y a sus propietarios; igual que este tributa al crecimiento económico de la organización.
2	¿Conoce que herramientas se han emprendido para dar respuestas a las situaciones de pobreza y manejo ambiental, para contribuir al desarrollo sostenible en el mundo?	Se conocen muchas herramientas, que se aplican algunas, fomentadas por países desarrollados en beneficio de países tercermundistas, pero son paliativos parciales, lo mismo que protección del medio ambiente, especialmente para mitigar el fenómeno del cambio climático que tanto está afectando el comportamiento de la naturaleza.	Creo que los gobiernos a través del mundo, han centrado su preocupación por encontrar la forma en que todos los seres humanos podamos contribuir al desarrollo sostenible del medio ambiente, y al mismo tiempo combatir las situaciones de pobreza . los gobiernos a través de programas sociales invierten grandes recursos para educar y atender a la población mas vulnerable por un lado y por el otro compromete a los sectores	No conozco mucho del tema pero sé que en Colombia el plan nacional de desarrollo contiene objetivos tales como erradicar la pobreza extrema y convertir a nuestro país en uno de los más educados; a nivel nacional fueron creadas norma de obligación cumplimiento para las empresas que regulan ciertos aspectos ambientales como es la emisión de gases, el manejo de desecho peligrosos	Se tienen dos empresas con grandes conceptos muy similares que es el reciclaje para el cuidado del medio ambiente y se tienen otros dos conceptos con pocas similitudes y esto genera que las pyme no tengan buenas razones sociales empresariales

			privados a responsabilizarse con el cuidado y la protección del medio ambiente.		
3	¿Enuncie cuáles son las políticas en materia de responsabilidad social que ha establecido su empresa?	Tenemos políticas en materia de Patrocinio de Fundaciones que trabajan con Primera Infancia. Tenemos Políticas para el fomento de Capacitación del entorno familiar de nuestros trabajadores. Tenemos Políticas de Entretenimiento y Deportes para los hijos de nuestros trabajadores, que buscan fomentar una vida sana y saludable.	<ul style="list-style-type: none"> - Política del consumo de papel - Responsabilidad con el manejo de los residuos sólidos y/o inorgánicos y el consumo de agua - Campañas y/o actividades sociales con la comunidad 	3. Actualmente no tenemos políticas en materia de responsabilidad social	La mayoría de las Empresas, un 80%, tiene definidas una políticas que permiten ver el compromiso de la empresa con la comunidad, con sus usuarios y con ellos mismos; solo una no cuentan con ninguna representando el 20%.
4	¿Tiene alguna certificación sobre RSE o tipo de medición? ¿Cual?	Tenemos certificaciones de donación de recursos y en especies que aportamos para entidades sin ánimo de lucro que trabajan con madres cabezas de familia, programas de prevención de embarazo temprano y comedores de niños en zonas marginales.	No tenemos una certificación sobre Responsabilidad social.	No	El 50% de las empresas entrevistadas no tiene ningún certificado sobre RSE o tipo de medición. Y por otra parte están en procesos de certificación pero no se certifican en la responsabilidad social empresarial. Sin embargo demuestran certificaciones de recursos y especie a entidades sin ánimo de lucro.

<p>5</p>	<p>¿De qué manera su empresa está contribuyendo para contribuir al desarrollo sostenible de los territorios? Vincula proveedores locales, contratación de menores de edad, vinculación pequeños productores, etc.</p>	<p>Un 30% de nuestros proveedores son pequeños empresarios, especialmente proveedores de insumos como Queso Costeño, Almidón de Yuca, Saborizantes, etc., que tienen su sede en Barranquilla. Igualmente empresas del sector de Servicios como proveedores de Programas de Fumigación y control de Plagas y Jabones Líquidos desinfectantes entre otros.</p>	<p>Dentro de las estrategias que utilizamos en las compras locales, esta el vincular laboralmente primeramente a los habitantes cercanos al territorio; así como facilitar asesoría a los pequeños comerciantes informales a legalizar sus negocios y poder vincularlos a nuestra base de proveedores.</p>	<p>Compramos productos producidos por empresas Colombianas</p>	<p>Se tienen grandes solicitudes que son el apoyo en los proveedores nacionales esto a subes responde la pregunta si su empresa esta contribuyendo para contribuir al desarrollo sostenible de los territorios y se que los proveedores nacionales son fuente importante para los procesos empresariales</p>
<p>6</p>	<p>¿Describa el tipo de contratación que tienen sus empleados?</p>	<p>Manejamos dos tipos de contratos 1) Término fijo inferior a un año que está el 30% del personal y 2) Término indefinido el resto del personal.</p>	<p>Todos los empleados tienen tipo de contratación directa – a termino fijo y con todas las prestaciones sociales que la ley establece.</p>	<p>Contrato a término definido inferior a un año.</p>	<p>Se tiene que el 50% de los entrevistados contrata de forma verbal y a termino fijo quiere decir que las personas vinculadas no tienen estipulado las contribuciones sociales y que sus labor no tiene tiempo definido así mismo están con incertidumbre y por otra parte las empresa si gestionan la parte de contratación fija o legalmente estipulada</p>

<p>7</p>	<p>¿Los empleados o colaboradores que representan para su organización y que beneficios legales y adicionales tienen?</p>	<p>Nuestros colaboradores representan el activo más valioso que tiene la empresa, ya que un 70% de las personas tienen 7 años o más lo que significa una importante experiencia para mantener una excelente calidad de nuestros productos. Los beneficios que tienen son todos los que prevé la legislación laboral de nuestro país, así como programas de prestamos, con intereses de fomento para emprendimientos familiares , lo mismo que actividades semestrales de entretenimiento que incluyen a su núcleo familiar registrado.</p>	<p>Los empleados cuentan con todos los beneficios que la ley establece.</p>	<p>Son una importante de la empresa porque la hacen funcionar, tienen los beneficios de Ley.</p>	<p>se ve reflejado que las entidades piensan en el trabajador no solo es la parte productiva sino que son sus colaboradores, su activo mas valioso, se evidencia estabilidad laboral, con trabajadores de mas de 7 años con la empresa, valorando su experiencia al servicio de la empresa. Por otra parte se denota que las personas vinculadas tienen incentivos ,fundamentales como el económico(prestamos, subsidios bonos), para su familia y para el trabajador, adicionales se les da bonos navideños, créditos directos con la empresa, reconocimiento por su excelente labor como mejor trabajador; estímulos por ventas</p>
----------	---	--	---	--	---

<p>8</p>	<p>¿Describa las políticas o acciones que están orientadas la gestión de personas en su organización? (participación de empleados en la toma de decisiones, consulta a empelados, incentivos de acuerdo a resultados, seguridad laboral, permisos, equilibrio entre vida personal y laboral),</p>	<p>Existen comités que fomentan la participación de los empleados en programas de mejora, en las diferentes áreas de la empresa, y bonificaciones adicionales por incremento en productividad. Evitamos a toda costa trabajar los Domingos ya que es tiempo familiar y de Lunes a Sábado la planta de Producción trabaja de 7 am a 4 pm, con una hora de almuerzo que es suministrado por la empresa.</p>	<p>Todos los empleados son considerados parte de la organización, se incluyen en la toma de decisiones, se les consulta cualquier proyecto al que se valla a iniciar o ejecutar. Asi mismo existe flexibiidad en los horarios de trabajo, y en la solicitud de permisos y que permitan el equilibrio de la vida personal y laboral.</p>	<p>8. Las políticas en la empresa no están socializadas, ni de manera impresa pero se trata de beneficiar a los empleados apoyándolos con permisos en la medida que necesiten por alguna emergencia familiar o calamidad.</p>	<p>las personas entrevistadas promueven las áreas de salud ocupacional y la obtención de incentivos monetarios para los trabajadores, con esto se ve una contribución al trabajador para el desarrollo familiar y personal. Pero solo es la mitad de los entrevistados me deben buscar herramientas para incentivar a las empresas que le den incentivos a los trabajadores que sientan que son parte de la empresa</p>
<p>9</p>	<p>¿Cómo participa su organización para contribuir a la mejora del medio ambiente? Reducción y reciclaje de residuos, ahorro de energía, prevención de ruido y misiones, opciones sostenibles de transporte, incremento de la sostenibilidad de su empresa</p>	<p>En el tema de Medio Ambiente, tenemos programas de Reciclado bajo la coordinación de AAA y estamos comprando vehículos de transporte que cumplen con las normas ambientales EURO IV.</p>	<p>La empresa apoya el proyecto “Yo reciclo” es una iniciativa de la fundacion construyendo caminos, en la que estamos comprometidos con la recoleccion de lonas y vallas, pendones que se utilizan para la elboracion de bolsas de mercado, las cuales utilizamos para el transporte de los paquetes de alimentos que comercializamos.</p>	<p>9. No tenemos políticas ambientales, pero contribuimos reciclando papel.</p>	<p>las organizaciones tienen alta similitudes en la parte conceptos para la reducción de impactos que afecten al medio ambiente y eso es bueno para cuidar el planeta en el que estamos</p>

<p>10</p>	<p>Desde lo económico, ¿cuáles son las principales contribuciones de su organización en la parte interna y en la parte externa?</p>	<p>En la parte interna lograr un equilibrio entre la rentabilidad esperada por los accionistas y costos razonables para mantener una operación estable con un recurso humano satisfecho remunerado conforme a sus resultados. En la parte externa contribuir al movimiento económico de la región, generando empleo y tributos que aportan a la mejora del entorno en el que operamos</p>	<p>Si se refiere a la contribucion de la responsabilidad social, el pago de los impuestos al gobierno constituye el aporte economico que apoya las iniciativas de conversacion; adicionalmente internamente los costos logísticos del proyecto de reciclaje son nuestro aporte economico a esta responsabilidad</p>	<p>10. Para la parte interna en cuanto a los empleados se paga lo de ley y de manera puntual, para los proveedores se cancelan las facturas dentro de los términos legales.</p>	<p>El 50% de los entrevistados no realizan contribuciones en la parte interna y externa de RSE y el otro 50% dicen hacer acciones para tener a sus los empleados satisfechos y con los externos donaciones y contribuciones colaboraciones, generan empleo.</p>
<p>11</p>	<p>¿Describa de qué manera su organización maneja sus actuaciones o se relaciona respecto al mercado? (concretamente con proveedores. Clientes, empresas de la competencia, gremios). Ejemplo: calidad de productos, pago puntual a proveedores, dialogo con clientes.</p>	<p>CREEMOS en la libre empresa que fomenta la creación de riqueza, entregando al mercado productos de excelente calidad, a precios competitivos, con garantías que satisfacen las exigencias del consumidor. CREEMOS en alianzas estratégicas con nuestros proveedores , diálogo y trato respetuoso con nuestros competidores y condiciones de negociación con nuestros proveedores que garantice una relación Gana-Gana en todos los sentidos.</p>	<p>Las relaciones que se establecen tanto con los clientes, proveedores estan basados en relaciones de respeto y estos incluyen los pagos oportunos, los despachos con calidad y la buena comunicación que existe entre la organización y los agentes externos a ella.</p>	<p>11. Los clientes son visitados de manera periódica, se atienden por llamadas o mensajes, el propósito es mantener una relación amigable con ellos, se busca solucionar los inconvenientes presentados de manera ágil y oportuna, en cuanto a los proveedores las facturas son pagadas dentro de los días estipulados.</p>	<p>se tienen similitudes bajas en la parte como los pagos puntuales y la relación constante con los clientes y por otra parte no se encuentra ninguna similitudes de concetos y sus enfoque están dirigidos a la calidad del producto y precios competitivos</p>
<p>12</p>	<p>¿Qué valores promueve la organización y como cree que le perciben sus grupos de interés al respecto?</p>	<p>Los Valores que promovemos son : CALIDAD INTEGRAL, RESPONSABILIDAD, INTEGRIDAD, SOLIDARIDAD, TRABAJO EN EQUIPO Y SERVICIO AL CLIENTE. Nos perciben como una empresa congruente con estos valores.</p>	<p>La organización promueve con gran conviccion los valores del respeto y la transparencia, pues con ellos hemos consolidado nuestra imagen a nuestro mercado en general.</p>	<p>No hemos definido los valores corporativos.</p>	<p>El 100% de las Empresas promueve valores corporativos que son percibidos por sus clientes internos y externos, así como por los grupos de interés, dentro de estos la Responsabilidad , el trabajo en equipo, servicio al cliente, solidaridad, respeto, honestidad, buen</p>

					trato, humildad, compañerismo; todos estos valores son coherentes con su compromiso.
13	¿Qué acciones de responsabilidad social empresarial realiza conjuntamente con otras empresas?	En este aspecto participamos activamente en todas las acciones de RSE que promueve ACOPI, de la cual somos miembros.	Las acciones son las que están directamente relacionadas con la conservación del medio ambiente a través del proyecto “yo reciclo” de la fundación construyendo caminos.	Ninguna	El 50% de las empresas entrevistadas no realizan acciones de responsabilidad social empresarial conjuntamente con otras empresas porque desconocen cuáles son estas. El otro 50% dice aplicar acciones de responsabilidad social empresarial conjunta con otras empresas, dentro de las cuales está la donación de empaques, cajas para que otra organización las recicle; otras hacen parte de ACOPI y participan de todas las actividades promovidas por esta como acciones de responsabilidad social empresarial. Las acciones que hacen son más enfocadas al medio ambiente y otra comenta que realiza acciones de RSE pero no dice que

					acciones realizar
14	¿Cuáles cree usted son los principales beneficios para la organización con las acciones de responsabilidad social que ha desarrollado?	Dentro de los principales beneficios está en ser reconocida como una empresa con vocación Solidaria, a pesar de ser una SAS, y que nuestros trabajadores se sientan a gusto de pertenecer a la Organización empresarial.	Creo que los beneficios para la organización al ayudar a la conservación del medio ambiente, evidentemente benefician los costos de materia prima para la industria.	No Aplica	dos de la partes entrevistada dicen que los principales beneficios de la RSE buen ambiente laborar pero se dividen porque una se enfoca en ambiente y la otras parte no ven que el medio ambiente es una parte fundamental para la responsabilidad social empresarial.
15	¿Aproximadamente cuál es la inversión que hace su organización en RSE?	No somos amigos de monetizar la RSE, sin embargo para dar una respuesta podríamos expresarlos en más 25 a 30 SMMLV.	La inversion mensual que se hace en la ejecucion del proyecto que apoyamos oscila entre 2 y 3 millones de pesos mensuales.	Ninguna	la mayorías de la empresas no cuantifican la inversión de las acciones de responsabilidad social empresarial que hace su organización, otra hizo una aproximación en RSE que aporta mas de 25 a 30 SMMLV

<p>16</p>	<p>¿Mencione las principales barreras que considera se presentan para hacer responsabilidad social? Tanto internos como externos</p>	<p>Al principio siempre es un tema de mentalidad y paradigmas, ya que estos siempre llevan a pensar en que es costoso, pero después uno concluye que es más costoso, tanto interna como externamente, no tener RSE.</p>	<p>La principal barrera es la cultural, los hábitos y las costumbres son siempre un tema que dificulta ejecutar proyectos sociales de responsabilidad en la que todos entendamos que es de nosotros.</p>	<p>16. Considero el poco conocimiento de las organizaciones en cuanto al tema, la inversión social que tendría que realizarse que muchas veces las empresas no estamos en condiciones de hacerla.</p>	<p>Todas expresan que dentro de las barreras que se les presenta para realizar acciones de Responsabilidad Social Empresarial se encuentran: La falta de interés y mentalidad o conciencia para la implementación de RSE; Lo ven como un gasto para la empresa, los preconceptos que se traen que esto es costoso para la organización.</p>
<p>17</p>	<p>¿Realiza la Empresa programas o proyectos de responsabilidad social empresarial que propongan desarrollo sostenido para las comunidades de su entorno en distintos campos como el educativo, el deporte y cualquier otro?</p>	<p>Trabajamos y apoyamos tres (3) programas de Comedores para primera infancia y en ellos, proveemos alimentos para más de 400 niños de sectores vulnerables. Igualmente cada semana aportamos alimentos para un (1) programa de adulto mayor donde sostienen 60 personas.</p>	<p>Apoyamos el proyecto “Yo reciclo”</p>	<p>No</p>	<p>El 50% de los entrevistados no tienen o realizan programas o proyectos de RSE ; el otro 50% para Fundaciones o específicamente en obras sociales y solo una está trabajando con programas concretos para la primera infancia y el adulto mayor como comedores escolares y para la tercera edad proviendo alimentos preocupados por brindarle a su entorno un ambiente de alimentación para niños y adultos mayores de la comunidad</p>

<p>18</p>	<p>¿Cómo contribuye su organización con los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS)?</p>	<p>Estos objetivos son de carácter Macro y alcance mundial, sin embargo, contribuimos manteniendo Paz y estabilidad Laboral para nuestros empleados y así promover prosperidad para todas sus familias. Igualmente seguimos trabajando en los programas de Reciclaje, de empaques y envases, para proteger el medio ambiente.</p>	<p>Aportando desde el economico y lo social a que las personas que hacen parte de la organización no olvidemos nuestra resposabilidad social con el mundo.</p>	<p>Generando empleos decentes sin discriminación de género.</p>	<p>la mayoría tienen como objetivo para el desarrollo sostenible la generación de empleo y el reciclajes, cuidar de la salud de los trabajadores, contribuyendo al mantenimiento de la paz y estabilidad laboral para beneficio del los trabajadores y de su familia, fomentar los programas y camapañas de conservación del medio ambiente.</p>
------------------	--	---	--	---	--