

**Análisis de la responsabilidad social empresarial del autoservicio Diego Éxito
en Aguachica, Cesar**

Brayan Steven Galvis Navarro

CC. 1007764563

Valentina Fajardo Uribe

CC. 1003245783

**Universidad Popular del Cesar, Seccional Aguachica
Dirección de Ciencias Administrativas, Contables y Económicas
Programa de Administración de Empresas
Aguachica, Cesar
2024**

**Análisis de la responsabilidad social empresarial del autoservicio Diego Éxito
en Aguachica, Cesar**

Brayan Steven Galvis Navarro

CC. 1007764563

Valentina Fajardo Uribe

CC. 1003245783

Director

Yazmin Hernández Álvarez

Magister en Desarrollo Empresarial

Universidad Popular del Cesar, Seccional Aguachica

Dirección de Ciencias Administrativas, Contables y Económicas

Programa de Administración de Empresas

Aguachica, Cesar

2024

Nota de Aceptación

Director del proyecto

Evaluador 1

Evaluador 2

Aguachica, Fecha de sustentación (con Día de Mes de año).

Dedicatoria

Primero que todo dedicarle y darle Infinitas gracias a Dios , porque sin la intervención de el en todo momento, guiando y dando entendimiento para superar todos los obstáculos que enfrentamos en medio de la carrera, no hubiera sido posible culminarla con éxito, dedicarle este triunfo a mis padres, por todo el apoyo y esfuerzo que me brindaron día a día para lograrlo, mi padre que fue un gran pilar en todo momento, dándome ánimos todos los días, llenando de consejos sabios que me animaron a no mirar atrás y seguir adelante, infinitas gracias a mis padres por todo lo brindado.

Brayan Steven Galvis Navarro

Primeramente, dar gracias a Dios porque sin su ayuda y guía constante este logro no se lo hubiese culminado, dedico este proyecto a mi madre, por su amor y apoyo incondicional, por llenarme de aliento cuando más los necesité, por estar siempre a mi lado y nunca dejarme rendir.

A mi padre por ser un súper papá, por darme los mejores legados de confianza en mí y responsabilidad, por enseñarme a ser una mujer guerrera y luchadora. A mi novio por ser mi bastón y ayudar incondicional, por apoyarme hasta el final, sin su constancia de superación no hubiese logrado cada meta propuesta. A mis profesores, por su orientación y enseñanzas valiosas, por su constancia en este camino de aprendizajes y obstáculos. Y a mis amigos, por su aliento y compañerismo en cada etapa de este camino. Este logro es un reflejo de su confianza en mí.

Valentina Fajardo Uribe

Agradecimientos

De ante mano darle gracias a Dios por permitirnos y darnos sabiduría para terminar esta investigación y nuestra carrera universitaria, cabe recalcar que está investigación fue fructuosa, ya que aprendimos demasiado y nos nutrió de mucho conocimiento, a los profesores que nos ayudaron y formaron semestres tras semestre, para ser mejores personas y llegar hacer unos excelentes profesionales, uno de los profesores que nos ayuda mucho en cuestión del proyecto fue el profesor Ricardo Lobo, que siempre con vocación nos ayudó aclarar dudas y mejorar el proyecto poco a poco.

Nuestra directora de proyecto Yasmín Hernández, gracias por todo el seguimiento y gran trabajo que realizaste guiándonos, tu excelente orientación nos ayudó y complemento en la realización de nuestra investigación y poderla terminar.

Tabla de contenido

Introducción	17
1. Título.....	19
1.1. Planteamiento del Problema	19
1.1.1 Formulación del problema.....	20
1.2 Objetivos.....	21
1.2.1 Objetivo general.....	21
1.2.2 Objetivos específicos.....	21
1.3 Justificación	21
1.3.1 Valor teórico.....	21
1.3.2 Relevancia social.....	22
1.3.3 Implicaciones prácticas.....	22
1.3.4 Utilidad metodológica.....	23
1.4 Delimitación.....	24
1.4.1 Delimitación teórica-temática.....	24
1.4.2 Delimitación temporal.....	25
1.4.3 Delimitación contextual.....	25
2 Marco Referencial.....	27
2.1 Antecedentes	27
2.1.1 Antecedentes históricos.....	27
2.1.2 Antecedentes investigativos.....	28
2.2 Marco Teórico.....	31
2.2.1 Responsabilidad Social Empresarial (RSE).....	31
2.2.2 Percepción del Cliente	32
2.2.3 Impacto Socioeconómico en la Comunidad	33

2.2.4	Desarrollo sostenible.....	35
2.2.5	Teoría de la Ética Empresarial.....	35
2.2.6	Teoría de los Stakeholders.....	36
2.3	Marco Conceptual.....	37
2.4	Marco Legal.....	38
3	Aspectos Metodológicos de la Investigación.....	44
3.1	Enfoque y Tipo de Estudio.....	44
3.2	Diseño de la Investigación.....	44
3.3	Formulación de Hipótesis.....	45
3.4	Sistema de Variables.....	46
3.5	Población, Tipo de Muestreo y Muestra.....	47
3.5.1	Población.....	47
3.5.2	Método de muestreo.....	47
3.5.3	Determinación de la muestra.....	48
3.6	Fuentes y Técnicas para la Recolección de la Información.....	49
3.6.1	Fuentes de información primarias.....	49
3.6.2	Fuentes de información secundaria.....	49
3.7	Procedimiento.....	49
3.8	Análisis para el Procesamiento de la Información.....	50
4	Esquema Temático.....	52
4.1	DETERMINAR las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial aplicadas por el autoservicio Diego éxito en Aguachica, Cesar, a través de SUS empleados.....	52
4.1.1	Tabulación y análisis de datos.....	52
4.1.2	Conclusión de primer objetivo específico.....	76
4.2	Identificar la percepción que tiene el cliente externo del autoservicio Diego Éxito sobre prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.....	77

4.2.1	Impacto en el desarrollo socioeconómico a la comunidad local.....	77
4.2.2	Conclusión de segundo objetivo específico	88
4.3	Elaborar estrategias que garanticen el mejoramiento de las prácticas de RSE en el autoservicio Diego Éxito.....	89
4.3.1	Análisis de los aspectos internos de la empresa.....	89
4.3.2	Estrategias	93
4.3.3	Fomento de la Economía Local	95
4.3.4	Inclusión y Diversidad Laboral.....	96
4.3.5	Educación y Participación Comunitaria.....	97
4.3.6	Sostenibilidad Ambiental.....	99
4.3.7	Transparencia y Ética Empresarial	99
4.3.8	Colaboraciones y Alianzas Estratégicas	100
4.3.9	Conclusión tercer objetivo específico	103
	Discusión.....	105
	Conclusiones.....	108
	Recomendaciones	110
	Referencias Bibliográficas	112
	Apéndices.....	117

Lista de Figuras

Figura 1. Años de antigüedad en la empresa	52
Figura 2. Sexo	54
Figura 3. Área en dónde realiza sus labores en la empresa	55
Figura 4. ¿Con qué frecuencia la empresa informa a los empleados sobre iniciativas de responsabilidad social?	57
Figura 5. ¿Crees que la empresa cumple con sus compromisos de responsabilidad social hacia la comunidad?.....	59
Figura 6. En tu opinión, ¿la empresa ofrece suficientes oportunidades para que los empleados participen en actividades de responsabilidad social?.....	61
Figura 7. ¿Cómo calificarías el impacto de las actividades de responsabilidad social de la empresa en la comunidad local?.....	62
Figura 8. ¿Cómo calificarías el impacto de las actividades de responsabilidad social de la empresa en la comunidad local?.....	63
Figura 9. ¿Crees que las actividades de responsabilidad social de la empresa influyen positivamente en tu motivación y satisfacción laboral?	65
Figura 10. ¿Cómo valorarías el apoyo de la empresa hacia proyectos de sostenibilidad medioambiental?.....	66
Figura 11. ¿Piensas que la empresa actúa de manera ética en sus prácticas comerciales y de responsabilidad social?	68
Figura 12. ¿La empresa trata con justicia y respeto a todos sus empleados, independientemente de su posición o departamento?.....	70
Figura 13. ¿La empresa cuenta con un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo?.....	72
Figura 14. ¿Se cuentan con mecanismos para evitar discriminación, violación de derechos, trabajo infantil, entre otros?	73
Figura 15. ¿La empresa realiza actividades o campañas que buscan el mejoramiento medioambiental del área de influencia?.....	75
Figura 16. ¿Cuánto tiempo lleva usted siendo cliente de Autoservicio Diego Éxito?.....	78
Figura 17. En una escala del 1 al 5, ¿cómo calificaría el impacto general de Autoservicio Diego Éxito en la comunidad local?	80

Figura 18. Desde que comenzó a comprar en Autoservicio Diego Éxito, ¿ha notado alguna mejora en la disponibilidad de productos locales y a precios accesibles?	82
Figura 19. ¿Ha participado en alguna actividad de RSE organizada por Autoservicio Diego Éxito (por ejemplo, eventos comunitarios, programas de educación, iniciativas ambientales)?	84
Figura 20. Organigrama de Autoservicio Diego Éxito	90
Figura 21. Estrategias de RSE	93

Lista de tablas

Tabla 1. Operacionalización de variables	47
Tabla 2. Años de antigüedad en la empresa.....	52
Tabla 3. Sexo	54
Tabla 4. Área en dónde realiza sus labores en la empresa.....	55
Tabla 5. ¿Con qué frecuencia la empresa informa a los empleados sobre iniciativas de responsabilidad social?	57
Tabla 6. ¿Crees que la empresa cumple con sus compromisos de responsabilidad social hacia la comunidad?.....	59
Tabla 7. En tu opinión, ¿la empresa ofrece suficientes oportunidades para que los empleados participen en actividades de responsabilidad social?.....	60
Tabla 8. ¿Cómo calificarías el impacto de las actividades de responsabilidad social de la empresa en la comunidad local?.....	62
Tabla 9. ¿Cómo calificarías el impacto de las actividades de responsabilidad social de la empresa en la comunidad local?.....	63
Tabla 10. ¿Crees que las actividades de responsabilidad social de la empresa influyen positivamente en tu motivación y satisfacción laboral?	65
Tabla 11. ¿Cómo valorarías el apoyo de la empresa hacia proyectos de sostenibilidad medioambiental?.....	66
Tabla 12. ¿Piensas que la empresa actúa de manera ética en sus prácticas comerciales y de responsabilidad social?	68
Tabla 13. ¿La empresa trata con justicia y respeto a todos sus empleados, independientemente de su posición o departamento?.....	69
Tabla 14. ¿La empresa cuenta con un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo? 71	
Tabla 15. ¿Se cuentan con mecanismos para evitar discriminación, violación de derechos, trabajo infantil, entre otros?	73
Tabla 16. ¿La empresa realiza actividades o campañas que buscan el mejoramiento medioambiental del área de influencia?.....	74
Tabla 17. ¿Cuánto tiempo lleva usted siendo cliente de Autoservicio Diego Éxito?.....	78

Tabla 18. En una escala del 1 al 5, ¿cómo calificaría el impacto general de Autoservicio Diego Éxito en la comunidad local?	79
Tabla 19. Desde que comenzó a comprar en Autoservicio Diego Éxito, ¿ha notado alguna mejora en la disponibilidad de productos locales y a precios accesibles?	82
Tabla 20. ¿Ha participado en alguna actividad de RSE organizada por Autoservicio Diego Éxito (por ejemplo, eventos comunitarios, programas de educación, iniciativas ambientales)?	84
Tabla 21. Análisis de los factores internos	91
Tabla 22. Plan de acción	101

Resumen

Este proyecto examina las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) implementadas por el Autoservicio Diego Éxito en Aguachica, Cesar, con el fin de identificar su impacto en los grupos de interés como lo son la comunidad, empleados y proveedores, a fin de identificar oportunidades de mejora que le permitan seguir fortaleciendo sus procesos y lograr un mejor impacto. Teniendo en cuenta que actualmente la RSE, cobra gran importancia para el desarrollo sostenible y la responsabilidad corporativa. Se estableció como objetivo general evaluar cómo las prácticas actuales de RSE contribuyen al bienestar de la comunidad y proponer estrategias para optimizar estos esfuerzos. Se presenta un estudio descriptivo con un enfoque exploratorio y descriptivo, para la recolección de la información se realizó una encuesta y análisis cualitativo de las actividades de RSE del autoservicio. Los resultados indican que las prácticas de RSE han tenido un impacto positivo significativo en la comunidad, mejorando la cohesión social y fomentando el desarrollo económico local. Las conclusiones sugieren que, aunque la empresa ha logrado avances notables, existen áreas clave donde podría mejorar, especialmente en comunicación y educación ambiental. El aporte social del trabajo se refleja en las recomendaciones prácticas ofrecidas para mejorar la implementación de RSE, las cuales podrían servir de modelo para otras empresas en regiones similares. Este estudio contribuye a un entendimiento más profundo de la interacción entre las empresas y su entorno social y económico, destacando la importancia de la RSE en la construcción de un futuro sostenible.

Palabras claves: Desarrollo socioeconómico, Grupos de interés, Impacto social, Responsabilidad social empresarial, Sostenibilidad.

Abstract

This project examines the Corporate Social Responsibility (CSR) strategies implemented by Self-service Diego Éxito in Aguachica, Cesar, in order to evaluate their impact on interest groups such as the community, employees and suppliers, in order to identify opportunities. of improvement that allows you to continue strengthening your processes and achieve a better impact. Taking into account that currently CSR is of great importance for sustainable development and corporate responsibility. The general objective was developed to evaluate how current CSR practices contribute to the well-being of the community and propose strategies to optimize these efforts. A descriptive study is presented with an exploratory and descriptive approach. To collect the information, a survey and qualitative analysis of self-service CSR activities were carried out. The results indicate that CSR practices have had a significant positive impact on the community, improving social cohesion and promoting local economic development. The findings suggest that, although the company has made notable progress, there are key areas where they could improve, especially in environmental communication and education. The social contribution of work is reflected in the practical recommendations offered to improve the implementation of CSR, which could serve as a model for other companies in similar regions. This study contributes to a deeper understanding of the interaction between companies and their social and economic environment, highlighting the importance of CSR in building a sustainable future.

Keywords: Socioeconomic development, Interest groups, Social impact, Corporate social responsibility, Sustainability.

Glosario

Responsabilidad Social Empresarial (RSE): Prácticas y políticas empresariales que integran consideraciones sociales y medioambientales en las operaciones comerciales y en las interacciones con los Stakeholders. (Carroll, 1991)

Desarrollo Sostenible: Desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades. (Brundtland, 1987)

Stakeholders: Todos aquellos individuos o grupos que afectan o son afectados por las actividades de una empresa, incluyendo empleados, clientes, proveedores, comunidad local y la sociedad en general. (Freeman, 1984)

Impacto Social: El efecto significativo que una organización tiene sobre el bienestar de la comunidad o sociedad en la que opera. (Porter y Kramer, 2006)

Sostenibilidad: La capacidad de continuar una definida conducta indefinidamente, refiriéndose a sistemas y procesos que son capaces de operar y persistir de manera independiente durante períodos prolongados. (Epstein y Buhovac, 2014)

Ética Empresarial: Principios y estándares que guían el comportamiento en el mundo de los negocios. (Crane y Matten, 2016)

Transparencia: La apertura, comunicación y rendición de cuentas de una organización hacia sus stakeholders. (Tapscott y Ticoll, 2003)

Cadena de Suministro: La red de organizaciones involucradas, a través de enlaces ascendentes y descendentes, en los diferentes procesos y actividades que producen valor en forma de productos y servicios para el consumidor final. (Mentzer et al., 2001)

Participación Comunitaria: El proceso por el cual las comunidades se involucran en la toma de decisiones y ejecutan acciones para mantener o mejorar su bienestar. (Arnstein, 1969)

Eficiencia Energética: El uso eficaz de la energía para maximizar la producción mientras se minimiza el consumo y el impacto ambiental. (Patterson, 1996)

Introducción

En la actualidad, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha tomado un papel crucial en la forma en que las empresas interactúan con sus comunidades y entornos. Este proyecto se centra en el Autoservicio Diego Éxito, ubicado en Aguachica, Cesar, una empresa que ha integrado prácticas de RSE con el objetivo de contribuir positivamente al desarrollo socioeconómico local. A través de este estudio, se busca examinar la efectividad de estas prácticas y su impacto en la comunidad, ofreciendo una evaluación detallada de las estrategias implementadas y su recepción por parte de los diferentes stakeholders.

La justificación de este estudio radica en la necesidad de comprender cómo las acciones específicas de RSE pueden mejorar las condiciones sociales y económicas de una comunidad, además de cómo estas prácticas influyen en la percepción y el éxito empresarial en un mercado competitivo. Este enfoque es especialmente relevante para las empresas en regiones en desarrollo, donde la integración de prácticas sostenibles y socialmente responsables puede ser un catalizador para el cambio y el desarrollo.

El objetivo general del proyecto es evaluar las prácticas de RSE del Autoservicio Diego Éxito y proponer recomendaciones basadas en la evidencia que potencien su impacto y eficacia. Para lograr esto, se emplearon metodologías cualitativas y cuantitativas, incluyendo encuestas a clientes y análisis de datos internos, para obtener una visión holística del papel de la empresa en la comunidad y su contribución al desarrollo sostenible.

Este trabajo espera no solo aportar al conocimiento académico sobre la RSE y su impacto, sino también ofrecer directrices prácticas que puedan ser adoptadas por otras empresas con aspiraciones similares, reforzando la importancia de la responsabilidad social como un pilar fundamental para el éxito empresarial y el bienestar comunitario. Con este estudio, se pretende demostrar que las iniciativas de RSE bien ejecutadas no solo son beneficiosas para la sociedad, sino que también ofrecen retornos sustanciales a las empresas que las implementan.

El trabajo se encuentra dividido en cuatro capítulos principales, en el primero contiene el planteamiento del problema, formulación de este, objetivos del proyecto, la justificación y las delimitaciones. Por otro lado, el segundo capítulo comprendió la identificación de los marcos de referencia que permiten dar el aporte histórico, teórico, conceptual y legal del tema principal de la investigación. Como tercer capítulo se realizó el diseño metodológico, como la guía que permitió llevar a cabo la realización del proyecto, terminando con el cuarto objetivo, mostrando los resultados, conclusiones y recomendaciones de este.

1. Título

Análisis de la responsabilidad social empresarial del autoservicio Diego éxito de Aguachica, Cesar.

1.1.Planteamiento del Problema

La responsabilidad social empresarial (RSE) se ha consolidado como un componente esencial en las estrategias corporativas a nivel global, reflejando la creciente conciencia sobre el impacto social y ambiental de las actividades empresariales (Carroll, 1999). Las empresas alrededor del mundo están reconociendo que la adopción de prácticas sostenibles y éticas no solo es una responsabilidad moral, sino que también puede conducir a ventajas competitivas y a la mejora de la reputación corporativa (Porter & Kramer, 2006). La globalización y el mayor escrutinio público han impulsado a las organizaciones a integrar la RSE en sus operaciones diarias, abordando desafíos sociales y ambientales a través de iniciativas que benefician tanto a la sociedad como al entorno empresarial (Elkington, 1997).

En Colombia, la RSE ha ganado relevancia en las últimas décadas, con empresas que buscan alinear sus operaciones con los objetivos de desarrollo sostenible y responder a las expectativas de los stakeholders. El país ha visto un aumento en las iniciativas que promueven la responsabilidad social, reflejando una comprensión creciente de su importancia para el desarrollo económico y social. Sin embargo, la implementación efectiva de la RSE enfrenta desafíos significativos, especialmente en regiones menos desarrolladas y en empresas de tamaño mediano y pequeño, donde la falta de recursos y conocimiento puede limitar su adopción.

La responsabilidad social empresarial (RSE) ha cobrado importancia significativa en las últimas décadas, posicionándose como un factor crítico en la percepción y el éxito de las empresas a largo plazo (Smith, 2017). La RSE no solo refleja el compromiso de una organización con prácticas éticas y sostenibles, sino que también puede influir en la lealtad del cliente, la atracción del talento humano y el rendimiento financiero (Johnson & Green, 2018). Sin embargo, la aplicación y el impacto de estas prácticas varían considerablemente entre diferentes sectores e

incluso entre empresas dentro del mismo sector, lo que subraya la necesidad de estudios específicos y contextualizados (Doe & Lee, 2019).

En el contexto de Aguachica, Cesar, el autoservicio Diego Éxito representa un caso de estudio valioso para explorar la aplicación de la RSE en una mediana empresa. A pesar de la creciente conciencia y adopción de prácticas responsables por parte de las empresas en Colombia, existe una brecha significativa en la literatura respecto a su impacto y efectividad en contextos específicos como el de Aguachica (Pérez & Martínez, 2020). Además, la falta de recursos, conocimiento y apoyo institucional puede limitar la capacidad de estas empresas para desarrollar efectivamente prácticas de RSE, a pesar de su potencial para generar beneficios significativos tanto para las empresas como para la comunidad (Vega & Castro, 2019).

Por lo tanto, surge la necesidad de conocer si las acciones aplicadas por este autoservicio realmente apuntan al mejoramiento de la sociedad, la economía y el medio ambiente, pues uno de los problemas que da origen a esta investigación radica precisamente en la falta de información. Esta carencia de investigación detallada impide una comprensión completa de cómo la RSE puede ser implementada de manera efectiva en el sector minorista local para contribuir tanto al éxito empresarial como al desarrollo sostenible de la comunidad.

Por consiguiente, es necesario analizar cómo el autoservicio Diego Éxito de Aguachica, Cesar, implementa prácticas de responsabilidad social empresarial y el impacto de estas prácticas en la percepción de los empleados, proveedores, clientes y en la comunidad local. Esta investigación busca indagar, proporcionando conocimientos valiosos sobre la efectividad de la RSE en un contexto específico y ofreciendo recomendaciones para su implementación y mejora. De no realizarse esta investigación, se continuará desconociendo si las empresas locales realmente están cumpliendo con la RSE, lo que podría limitar su contribución al desarrollo sostenible de la comunidad y al fortalecimiento del sector empresarial local.

1.1.1 Formulación del problema.

¿Cómo aplica el Autoservicio Diego éxito en Aguachica, Cesar la Responsabilidad Social Empresarial RSE y Cómo influyen esas prácticas sus grupos de interés?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general.

Analizar la responsabilidad social empresarial del autoservicio Diego éxito de Aguachica, Cesar.

1.2.2 Objetivos específicos.

Develar las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial aplicadas por el autoservicio Diego éxito en Aguachica, Cesar, a través de sus empleados.

Determinar la percepción que tiene el cliente externo del autoservicio Diego Éxito sobre prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.

Elaborar estrategias que garanticen el mejoramiento de las prácticas de RSE en el autoservicio Diego Éxito.

1.3 Justificación

1.3.1 Valor teórico.

Este estudio propone complementar el conocimiento existente sobre la implementación y el impacto de las prácticas de responsabilidad social empresarial (RSE) en el contexto específico de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en regiones emergentes. Aunque la literatura sobre RSE es extensa, existe una escasez de investigaciones focalizadas en cómo estas prácticas se adaptan y afectan a las comunidades locales en contextos específicos como el de Aguachica, Cesar (Gómez & Tran, 2018). Por lo tanto, este proyecto ofrece una oportunidad única para explorar la práctica de la RSE en un entorno poco estudiado, proporcionando ideas que pueden ser llevados a principios más amplios relacionados con la sostenibilidad y el compromiso corporativo en comunidades similares.

Al analizar cómo el autoservicio Diego éxito implementa sus iniciativas de RSE y el impacto de estas prácticas en la percepción de los empleados y el desarrollo comunitario, este estudio permitirá una comprensión más profunda del comportamiento de estas variables y su interrelación. Se espera que los hallazgos contribuyan a una base de conocimiento más rica, ofreciendo una perspectiva fresca sobre cómo las estrategias de RSE pueden ser diseñadas y ajustadas para maximizar su impacto positivo en el desarrollo sostenible local. Este entendimiento avanzado abre la puerta a exploraciones relacionados con la RSE, sugiriendo ideas y recomendaciones para futuras investigaciones, así como hipótesis que podrían ser probadas en estudios subsecuentes (Patel & Davidson, 2020).

1.3.2 Relevancia social.

La trascendencia de este estudio para la sociedad radica en su capacidad para destacar la importancia de las prácticas de responsabilidad social empresarial en el fortalecimiento de la cohesión comunitaria y el fomento del desarrollo sostenible a nivel local. A través de la evaluación del impacto de las iniciativas de RSE del autoservicio Diego éxito, esta investigación apunta a demostrar cómo las empresas pueden desempeñar un papel crucial en abordar problemas sociales y ambientales en sus comunidades (Nguyen & Nguyen, 2020).

1.3.3 Implicaciones prácticas.

Este estudio sobre la responsabilidad social empresarial (RSE) del autoservicio Diego éxito de Aguachica, Cesar, pretende complementar el conocimiento actual, ofreciendo conocimientos valiosos sobre la implementación y el impacto de las prácticas de RSE en pequeñas y medianas empresas en contextos locales. Además de su valor teórico, la investigación posee una trascendencia práctica significativa, ya que proporciona una base sólida para la mejora de estrategias de RSE, promueve la adopción de estas prácticas por otras empresas, informa políticas públicas y estrategias de desarrollo enfocadas en la sostenibilidad y la responsabilidad social, y fomenta la innovación en RSE.

Los hallazgos esperados tienen el potencial de guiar a las empresas en la optimización de sus prácticas de RSE para un mayor impacto en el desarrollo sostenible y la cohesión social. Al

demostrar cómo las iniciativas de RSE pueden influir positivamente en la comunidad y el entorno empresarial, el estudio puede motivar a otras empresas a adaptar prácticas similares, generando un efecto multiplicador en el bienestar comunitario y promoviendo una cultura de responsabilidad social en el sector empresarial. Además, al proporcionar evidencia empírica sobre los beneficios de la RSE, el estudio puede apoyar la formulación de políticas públicas que incentiven a las empresas a adoptar prácticas sostenibles y responsables.

Finalmente, este proyecto destaca la posibilidad de que las empresas no solo prosperen económicamente sino también contribuyan significativamente al bienestar social y ambiental, demostrando que la rentabilidad y la responsabilidad social pueden ser objetivos complementarios. A través de una comprensión más profunda de la aplicación efectiva de la RSE, el estudio promueve un enfoque holístico hacia el desarrollo sostenible, subrayando la importancia de la colaboración entre empresas, comunidades y gobiernos en la búsqueda de soluciones sostenibles y éticas a problemas globales.

1.3.4 Utilidad metodológica.

Al abordar la RSE en un contexto específico y poco estudiado, este proyecto puede llevar al diseño de nuevos instrumentos para recolectar datos, tales como cuestionarios o guías de entrevista adaptadas específicamente a las peculiaridades de las PYMES y sus stakeholders en contextos similares a Aguachica, Cesar. Esto permitirá una evaluación más precisa y contextualizada de las prácticas de RSE y su impacto.

Además, la investigación contribuirá a la definición y refinamiento de conceptos relacionados con la RSE, como el impacto comunitario y la percepción en general, adaptándolos al entorno específico de las PYMES en regiones emergentes. Este enfoque puede mejorar la comprensión de las relaciones entre variables críticas, como la implementación de iniciativas de RSE y su efecto en el desarrollo sostenible local, proporcionando un modelo replicable o adaptable para futuras investigaciones.

Finalmente, al documentar sus metodologías y hallazgos, este proyecto servirá como un importante antecedente para investigaciones futuras en el campo de la RSE, especialmente aquellas

centradas en PYMES y en contextos emergentes o poco representados. Al proporcionar un ejemplo concreto de cómo abordar los desafíos metodológicos en el estudio de la RSE, fomenta la exploración continua y el desarrollo de enfoques innovadores en la investigación de la sostenibilidad empresarial.

1.4 Delimitación

1.4.1 Delimitación teórica-temática.

La delimitación teórica-temática de este proyecto se centra en la línea de investigación de Gestión Organizacional, específicamente bajo el eje temático de Responsabilidad y Sostenibilidad Social. La Gestión Organizacional como campo de estudio abarca una amplia gama de temas que involucran la administración efectiva de organizaciones, incluyendo la forma en que estas interactúan con sus entornos internos y externos para lograr sus objetivos. Dentro de este amplio espectro, la Responsabilidad y Sostenibilidad Social emergen como áreas críticas que examinan cómo las empresas pueden operar de manera que no solo busquen la rentabilidad, sino que también consideren su impacto en la sociedad y el medio ambiente.

La elección de esta línea de investigación y eje temático responde a la creciente importancia de integrar prácticas sostenibles y responsables en la estrategia corporativa, como un medio para abordar desafíos sociales y ambientales globales. En el contexto actual, donde consumidores, inversores y la sociedad en general demandan cada vez más que las empresas adopten roles activos en la promoción del bienestar social y la sostenibilidad, la Responsabilidad y Sostenibilidad Social se convierten en aspectos fundamentales para la gestión organizacional.

Este enfoque no solo refleja un cambio en las expectativas hacia una mayor transparencia y responsabilidad corporativa, sino que también reconoce el potencial de las prácticas empresariales éticas para contribuir al desarrollo sostenible. Al situar el proyecto dentro de este marco, se busca profundizar en la comprensión de cómo la implementación de iniciativas de responsabilidad social empresarial (RSE) por parte de entidades como el autoservicio Diego éxito en Aguachica, Cesar, impacta y beneficia tanto a la organización como a la comunidad en la que opera.

Este proyecto, por tanto, se alinea con los esfuerzos por promover una gestión organizacional que no solo aspire a la eficiencia y efectividad en términos económicos, sino que también se comprometa con la creación de valor social y ambiental. La exploración de este eje temático pretende ofrecer insights valiosos sobre las prácticas, desafíos y oportunidades en la implementación de estrategias de RSE, con el fin de fomentar un modelo de negocio sostenible que pueda ser emulado por otras organizaciones en contextos similares.

1.4.2 Delimitación temporal.

El proyecto de grado se ejecutó en el transcurso de ocho meses, comprendidos entre los meses de enero a agosto de 2024.

1.4.3 Delimitación contextual.

La delimitación contextual de un proyecto de investigación es crucial para establecer el marco en el cual se desarrollará el estudio, asegurando que el enfoque y los resultados sean relevantes y aplicables dentro de un ámbito específico. En el caso del análisis de la responsabilidad social empresarial (RSE) del autoservicio Diego éxito en Aguachica, Cesar, esta delimitación permite enfocar el estudio en un contexto particular, destacando la importancia y la relevancia del tema dentro de este marco.

Aguachica, Cesar, es una localidad colombiana caracterizada por su dinámica socioeconómica y cultural específica, donde las pequeñas y medianas empresas (PYMES) juegan un papel crucial en la economía local. La región ha experimentado diversos desafíos relacionados con el desarrollo sostenible y la integración de prácticas de RSE en el tejido empresarial local. Este contexto ofrece un escenario único para explorar cómo las iniciativas de RSE pueden contribuir al desarrollo económico, social y ambiental de una comunidad (García & López, 2019).

La elección de Aguachica, Cesar, como contexto para este estudio responde a la necesidad de comprender mejor la implementación y el impacto de las prácticas de RSE en entornos emergentes y menos explorados en la literatura académica. A diferencia de los estudios realizados en grandes metrópolis o en contextos de empresas multinacionales, la investigación en Aguachica

permite examinar la RSE desde la perspectiva de las PYMES en regiones en desarrollo, proporcionando insights valiosos sobre los desafíos y oportunidades específicos que estas enfrentan (Pérez & Martínez, 2020).

2 Marco Referencial

2.1 Antecedentes

2.1.1 Antecedentes históricos.

En los últimos años, el concepto de RSE ha experimentado un cambio significativo, pasando de ser una iniciativa voluntaria de algunas empresas a convertirse en una práctica empresarial esencial y estratégica, especialmente relevante en el contexto de la sostenibilidad y el desarrollo comunitario (Hernández, 2018). La literatura reciente destaca el creciente reconocimiento de que la RSE puede contribuir no solo al bienestar social y ambiental, sino también al rendimiento financiero y la competitividad de las empresas (Torres & García, 2019).

Particularmente en el contexto de las PYMES, estudios recientes han subrayado la importancia de adaptar las estrategias de RSE a las capacidades y necesidades específicas de estas empresas. Se ha observado una tendencia creciente hacia la integración de prácticas de RSE en el núcleo de las estrategias empresariales, enfocándose en la creación de valor compartido para la empresa y su comunidad (López & Sánchez, 2020). Esto marca un desplazamiento desde una visión filantrópica de la RSE hacia un enfoque más estratégico y alineado con los objetivos a largo plazo de las empresas.

En regiones emergentes como Aguachica, Cesar, la implementación de prácticas de RSE se ha enfrentado a desafíos únicos, incluyendo limitaciones de recursos, falta de conciencia y apoyo institucional. Sin embargo, estas áreas también han demostrado ser laboratorios vivientes para innovaciones en RSE, donde las PYMES han desempeñado roles pioneros en el desarrollo de soluciones sostenibles y socialmente responsables adaptadas a sus contextos específicos (Gómez & Rodríguez, 2021).

Estos estudios recientes subrayan la relevancia de la RSE no solo como una herramienta para mejorar la imagen corporativa, sino como un elemento clave para el desarrollo sostenible, particularmente en contextos económicos y sociales desafiantes. La evolución de la RSE en el

contexto de las PYMES en regiones emergentes refleja un cambio gradual pero firme hacia prácticas más integradas y estratégicas, que reconocen la interdependencia entre el éxito empresarial y el bienestar comunitario.

2.1.2 Antecedentes investigativos.

2.1.2.1 Del orden internacional.

En el marco de la gestión organizacional con énfasis en responsabilidad y sostenibilidad social, el análisis del estado del arte revela contribuciones significativas de investigaciones internacionales recientes. Estos estudios ofrecen perspectivas valiosas sobre cómo las prácticas de responsabilidad social empresarial (RSE) influyen en el desarrollo sostenible y la percepción de los stakeholders, contribuyendo directamente a la fundamentación teórica y metodológica del proyecto en cuestión.

Una investigación notable en este ámbito es el estudio realizado por Smith y Johnson (2018), publicado en la "Journal of Business Ethics" titulada "El impacto de la responsabilidad social corporativa en la lealtad a la marca del consumidor: una perspectiva del Reino Unido", examinó cómo las estrategias de RSE afectan la percepción de los consumidores y la lealtad a la marca. Utilizando una metodología cuantitativa, con encuestas aplicadas a una muestra representativa de consumidores, los autores encontraron que las iniciativas de RSE que están directamente alineadas con los valores centrales de la empresa y comunicadas efectivamente, tienen un impacto significativo en la lealtad del cliente. Este hallazgo subraya la importancia de una estrategia de RSE bien articulada para el éxito empresarial a largo plazo, relevante para el estudio actual al destacar cómo la percepción del consumidor puede ser influenciada positivamente por prácticas responsables.

Otro estudio de interés es el de Lee y Kim (2019), publicado en "Responsabilidad social corporativa y desempeño financiero: evidencia de empresas surcoreanas". Este trabajo exploró el impacto de las prácticas de RSE en el rendimiento financiero de empresas en Corea del Sur, utilizando un enfoque mixto que combinó análisis de datos financieros y entrevistas con ejecutivos empresariales. Los resultados revelaron una correlación positiva entre la implementación efectiva

de programas de RSE y mejoras en el rendimiento financiero a largo plazo, destacando la RSE como un factor clave en la estrategia empresarial. Para el contexto de este proyecto, el estudio de Lee y Kim resalta la viabilidad de integrar la RSE en la gestión empresarial no solo como un compromiso ético, sino también como una inversión estratégica que promueve la sostenibilidad y la rentabilidad.

Estos antecedentes internacionales evidencian la creciente importancia de la RSE en diferentes contextos culturales y económicos, reforzando la relevancia de investigar esta temática en el contexto específico de Aguachica, Cesar. Al analizar cómo las empresas locales, como el autoservicio Diego éxito, implementan y se benefician de prácticas de RSE, el estudio actual busca contribuir al diálogo global sobre la gestión organizacional sostenible, ofreciendo perspectivas frescas desde un entorno emergente.

2.1.2.2 Del orden nacional.

En el contexto colombiano, la investigación de Ramírez y García (2019) publicada en la "Revista Colombiana de Gestión Organizacional", se enfocó en analizar las estrategias de RSE adoptadas por empresas medianas en Bogotá y su impacto en la percepción de los empleados sobre el clima organizacional. Utilizando una metodología cuantitativa, a través de encuestas aplicadas a 200 empleados, los resultados indicaron una correlación positiva entre la implementación de políticas de RSE y la mejora en la percepción del clima organizacional. Este estudio subraya la importancia de las prácticas de RSE no solo hacia el exterior de la empresa sino también su impacto interno, proporcionando un marco relevante para comprender cómo estas prácticas pueden influir en la cultura organizacional.

Por otro lado, un estudio internacional realizado por Thompson y Smith (2020), en la "Journal of Global Responsibility", examinó cómo las PYMES en el Reino Unido integran los principios de sostenibilidad en sus operaciones y la efectividad de estas prácticas en mejorar su reputación corporativa. A través de un enfoque mixto que combinó análisis de contenido de informes de sostenibilidad y entrevistas con gerentes, los hallazgos revelaron que, aunque las PYMES enfrentan desafíos significativos en la implementación de prácticas sostenibles debido a recursos limitados, aquellas que logran comunicar efectivamente sus esfuerzos de RSE tienden a

disfrutar de una reputación corporativa más fuerte. Este estudio proporciona insights valiosos sobre los desafíos y oportunidades para las PYMES en la adopción de prácticas de RSE, ofreciendo una perspectiva comparativa útil para el análisis del autoservicio Diego éxito en Aguachica, Cesar, en términos de las posibles barreras que enfrentan y cómo estas pueden ser superadas.

2.1.2.3 Del orden regional o local.

El proyecto "Análisis de la aplicación de la responsabilidad social de la Cámara de Comercio de Aguachica" realizado por Cobos Mandon y Ramirez Quintero (2022), bajo la dirección de la Universidad Popular del Cesar Seccional Aguachica, presenta una investigación significativa en el campo de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Este estudio se centró en evaluar cómo la Cámara de Comercio de Aguachica aplica los principios de RSE y su impacto en el entorno local, siguiendo las directrices de la guía ISO 26000 para la gestión de la RSE.

El proyecto adoptó una metodología de investigación descriptiva, utilizando instrumentos como encuestas para recopilar datos directamente de los participantes, lo cual permitió diagnosticar las prácticas actuales de RSE de la Cámara. Además, se determinaron los lineamientos de RSE acordes a la norma ISO 26000, evaluando los impactos generados por estas prácticas en la comunidad de Aguachica. Basado en este diagnóstico, el estudio propuso estrategias para mejorar la gestión de la RSE en la Cámara de Comercio, incluyendo la creación de un modelo guía que integra procesos estratégicos, misionales y de apoyo.

Los resultados indicaron que, aunque hay un esfuerzo por parte de la Cámara de Comercio de Aguachica para aplicar prácticas de RSE, existen áreas de oportunidad para mejorar su implementación y efectividad. La investigación subrayó la importancia de una comunicación efectiva sobre las iniciativas de RSE y su impacto en la comunidad, así como la necesidad de involucrar más activamente a todos los stakeholders en estos procesos.

Este estudio aporta valiosamente al campo de la RSE, especialmente en contextos locales como Aguachica, donde las prácticas de responsabilidad social pueden tener un impacto directo en el desarrollo sostenible y el bienestar comunitario. Además, sirve como antecedente para futuras

investigaciones en la materia, ofreciendo una base metodológica sólida para analizar y mejorar las estrategias de RSE en otras organizaciones y contextos.

2.2 Marco Teórico

El marco teórico para el proyecto "Análisis de la responsabilidad social empresarial del autoservicio Diego éxito de Aguachica, Cesar" se estructura en torno a los conceptos clave y teorías relevantes que fundamentan el estudio de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), la percepción del cliente, el impacto socioeconómico en la comunidad y el desarrollo sostenible. Este marco proporciona la base teórica necesaria para abordar los objetivos generales y específicos del proyecto.

2.2.1 Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

La RSE se refiere a las prácticas y políticas que las empresas adoptan voluntariamente para contribuir al bienestar de la sociedad y al cuidado del medio ambiente, más allá de sus intereses económicos y regulaciones obligatorias. Según la ISO 26000, la RSE engloba áreas como la gobernanza organizacional, los derechos humanos, las prácticas laborales, el medio ambiente, prácticas operativas justas, asuntos de consumidores, y la participación y desarrollo de la comunidad (ISO, 2010).

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) representa un paradigma de gestión empresarial que integra de manera voluntaria las preocupaciones sociales y ambientales en las decisiones y operaciones comerciales de una empresa. Este compromiso trasciende el mero cumplimiento de las obligaciones legales, posicionándose como un elemento diferenciador en el mercado y contribuyendo a la construcción de un capital social positivo. La norma ISO 26000 proporciona una guía clara para la implementación de prácticas de RSE, destacando la importancia de aspectos como la gobernanza organizacional, el respeto por los derechos humanos, la adopción de prácticas laborales éticas, el compromiso con la protección del medio ambiente, la realización de operaciones comerciales justas, el cuidado en los asuntos de consumidores, y la promoción de un desarrollo comunitario activo y participativo (ISO, 2010).

En el contexto del autoservicio Diego éxito de Aguachica, Cesar, la RSE se convierte en una herramienta estratégica para alinear sus operaciones con los principios de sostenibilidad y ética empresarial. La implementación de estas prácticas no solo favorece la percepción positiva de la empresa por parte de los clientes y otros stakeholders, sino que también contribuye al bienestar de la comunidad local, promoviendo un desarrollo socioeconómico equitativo y sostenible. Además, adoptar una estrategia de RSE bien articulada y coherente con los valores de la empresa puede potenciar su competitividad en el mercado, abrir nuevas oportunidades de negocio y fortalecer su posición como líder en responsabilidad social dentro de su sector.

La inclusión de la RSE en el marco teórico del proyecto permite explorar cómo el autoservicio Diego éxito puede desarrollar iniciativas que respondan efectivamente a las expectativas y necesidades de sus empleados y de la comunidad de Aguachica. Este enfoque facilita la identificación de oportunidades de mejora en sus estrategias de RSE, con el objetivo de maximizar su impacto positivo en el entorno social y ambiental. Además, este análisis teórico sienta las bases para una evaluación crítica de las prácticas actuales de la empresa en materia de RSE, proporcionando un marco para proponer mejoras concretas y medibles que refuercen su compromiso con el desarrollo sostenible.

2.2.2 Percepción del Cliente

La percepción del cliente sobre las iniciativas de RSE de una empresa juega un papel crucial en la construcción de su reputación y lealtad de marca. Keller y Lehmann (2006) sugieren que las percepciones y actitudes de los clientes hacia las empresas son directamente influenciadas por sus prácticas de RSE, afectando su decisión de compra y fidelización. Evaluar esta percepción permite identificar cómo las acciones de RSE del autoservicio son valoradas y recibidas por sus clientes.

La percepción del cliente respecto a las iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de una empresa constituye un factor determinante en el proceso de formación de la imagen corporativa y en el fortalecimiento de la fidelidad hacia la marca. Esta percepción se ve influenciada por cómo los clientes ven las acciones de la empresa en términos de contribución

social, ambiental y económica, las cuales pueden tener un impacto significativo en sus decisiones de compra. Los estudios de Keller y Lehmann (2006) resaltan que las percepciones y actitudes de los clientes hacia las empresas son modeladas por la implementación de prácticas de RSE, subrayando la importancia de estas iniciativas en el establecimiento de relaciones duraderas con los clientes basadas en la confianza y el respeto mutuo (Keller y Lehmann, 2006).

En el contexto del autoservicio Diego éxito, entender la percepción de los clientes sobre sus iniciativas de RSE se convierte en un elemento crítico para evaluar y mejorar la eficacia de sus estrategias de compromiso social. Esta comprensión permite a la empresa identificar las expectativas de sus consumidores, alinear sus esfuerzos de RSE con estas expectativas y comunicar efectivamente sus acciones y logros en este ámbito. La evaluación de la percepción del cliente ofrece insights valiosos sobre cómo las prácticas de RSE son apreciadas por el mercado y cómo contribuyen a la construcción de una imagen positiva de la empresa, impulsando así la lealtad de marca y promoviendo una ventaja competitiva sostenible (Keller y Lehmann, 2006).

Por tanto, integrar la percepción del cliente en el marco teórico del proyecto permite examinar en profundidad el vínculo entre las iniciativas de RSE y su recepción por parte del mercado objetivo. Este enfoque brinda la oportunidad de descubrir áreas de oportunidad para el autoservicio Diego éxito, con el fin de optimizar sus políticas de RSE y asegurar que estas iniciativas resuenen positivamente con los valores y expectativas de sus clientes. Al hacerlo, la empresa no solo refuerza su compromiso con el bienestar de la comunidad y el medio ambiente, sino que también fortalece su posición en el mercado, al ser percibida como una marca socialmente responsable y éticamente comprometida.

2.2.3 Impacto Socioeconómico en la Comunidad

El impacto de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el desarrollo socioeconómico local abarca una amplia gama de beneficios que van más allá de la contribución financiera directa de las empresas a las comunidades en las que operan. Según Porter y Kramer (2006), el concepto de creación de valor compartido recalca la capacidad de las empresas para generar beneficios económicos de manera que también produzcan valor para la sociedad,

abordando sus necesidades y desafíos. Esta perspectiva sugiere que las iniciativas de RSE pueden y deben ser integradas en la estrategia central de negocio de la empresa, resultando en prácticas que benefician tanto a la entidad económica como a la comunidad.

En el caso del autoservicio Diego éxito en Aguachica, Cesar, la evaluación del impacto socioeconómico de sus prácticas de RSE ofrece una visión crucial sobre cómo la empresa contribuye efectivamente al bienestar de la comunidad local. Esto incluye, pero no se limita a, la creación de empleo, el desarrollo de habilidades, la inversión en proyectos comunitarios, las iniciativas de protección ambiental, y la participación en programas de desarrollo local. Estas acciones no solo refuerzan el compromiso social de la empresa, sino que también fomentan un entorno en el que el negocio puede florecer al estar más integrado y alineado con las necesidades de la comunidad.

El análisis del impacto socioeconómico permite identificar las áreas en las que el autoservicio puede maximizar su contribución al desarrollo sostenible de Aguachica. Esto implica no solo responder a las expectativas sociales y ambientales de manera reactiva, sino también adoptar un enfoque proactivo para identificar cómo las actividades comerciales pueden ser diseñadas o ajustadas para generar beneficios sociales de manera más efectiva. Esta estrategia no solo mejora la calidad de vida de los habitantes locales, sino que también contribuye a la creación de un mercado más estable y receptivo para los productos y servicios del autoservicio, creando un círculo virtuoso de crecimiento económico y desarrollo social.

Por lo tanto, incorporar el impacto socioeconómico de las prácticas de RSE en el marco teórico del proyecto proporciona una base sólida para comprender la interacción entre el autoservicio Diego éxito y la comunidad de Aguachica. Este análisis detallado permite elaborar recomendaciones específicas sobre cómo la empresa puede mejorar sus estrategias de RSE para lograr un impacto más significativo, alineando sus objetivos comerciales con los objetivos de desarrollo sostenible de la comunidad.

2.2.4 Desarrollo sostenible

El desarrollo sostenible fue definido por primera vez en el informe "Our Common Future" de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo de las Naciones Unidas en 1987, también conocido como el Informe Brundtland. Este documento establece que el desarrollo sostenible es "aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades" (Brundtland, 1987).

Autores como Porter y Kramer (2006) han argumentado que las empresas que integran la RSE en su estrategia pueden lograr ventajas competitivas significativas. Según ellos, la RSE puede crear valor compartido al identificar y expandir las conexiones entre el progreso económico y el social. Esto significa que las prácticas responsables no solo benefician a la sociedad y al medio ambiente, sino que también pueden mejorar la competitividad y la rentabilidad de las empresas.

Por ejemplo, en su estudio sobre la creación de valor compartido, Porter y Kramer (2011) explican que las empresas pueden mejorar su desempeño al abordar problemas sociales. Un caso emblemático es el de la empresa Nestlé, que ha implementado prácticas sostenibles en su cadena de suministro agrícola, mejorando la calidad de vida de los agricultores y asegurando materias primas de alta calidad para sus productos.

2.2.5 Teoría de la Ética Empresarial

La Teoría de la Ética Empresarial, propuesta por Bowie en 1999, se centra en los principios éticos que deben guiar la toma de decisiones dentro de las empresas. Según Bowie, las organizaciones no solo deben buscar el beneficio económico, sino también actuar de manera moralmente correcta, integrando valores éticos en sus estrategias y operaciones diarias. Esta teoría sostiene que las empresas tienen una responsabilidad intrínseca de comportarse éticamente, lo que implica honestidad, transparencia, justicia y respeto hacia todas las partes involucradas (Bowie, 1999).

En el contexto de la RSE, esta teoría enfatiza que las empresas deben considerar el impacto de sus decisiones no solo en términos financieros, sino también en cómo afectan a la sociedad y al medio ambiente. La adopción de prácticas éticas conduce a relaciones más sólidas con clientes, empleados y la comunidad, lo que a su vez puede mejorar la reputación y el éxito a largo plazo de la empresa.

Aplicando esta teoría al autoservicio Diego Éxito, es fundamental analizar si sus prácticas empresariales reflejan principios éticos sólidos. Esto incluye evaluar políticas internas, trato a los empleados, prácticas comerciales con proveedores y acciones que afectan al medio ambiente. Un enfoque ético en la gestión puede contribuir a mejorar la confianza y lealtad entre los stakeholders y la empresa.

2.2.6 Teoría de los Stakeholders

La Teoría de los Stakeholders, introducida por Freeman en 1984, plantea que las empresas tienen responsabilidades hacia todos los grupos de interés que se ven afectados por sus actividades, y no únicamente hacia los accionistas. Los stakeholders incluyen a empleados, clientes, proveedores, comunidad local, gobierno y otros agentes que interactúan con la empresa (Freeman, 1984).

Esta teoría propone que para lograr un desempeño sostenible y ético, las empresas deben identificar y atender las necesidades y expectativas de sus stakeholders. La gestión eficaz de estas relaciones es esencial para el éxito empresarial y la creación de valor compartido. Ignorar a cualquiera de estos grupos puede generar conflictos, reducir la confianza y afectar negativamente la reputación y el rendimiento de la empresa.

En el caso del autoservicio Diego Éxito, la aplicación de la Teoría de los Stakeholders implica un análisis profundo de cómo la empresa interactúa con sus diferentes grupos de interés. Esto abarca la calidad de los productos y servicios ofrecidos a los clientes, las condiciones laborales de los empleados, las prácticas comerciales con proveedores, y el impacto de sus

operaciones en la comunidad y el medio ambiente. Una gestión responsable hacia todos los stakeholders puede fortalecer las relaciones y contribuir al desarrollo sostenible de la región.

2.3 Marco Conceptual

El marco conceptual del proyecto "Análisis de la responsabilidad social empresarial del autoservicio Diego éxito de Aguachica, Cesar" profundiza en los conceptos clave necesarios para entender las dinámicas y los impactos de las iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) implementadas por el autoservicio en cuestión. Este marco no solo abarca definiciones, sino también explora la relación e implicaciones de estos conceptos en el contexto específico del estudio.

Responsabilidad Social Empresarial (RSE): La RSE representa un compromiso ético y voluntario de las empresas para integrar preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones comerciales y en su interacción con los stakeholders. Según Carroll (1991), la RSE se estructura en cuatro niveles de responsabilidad: económica, legal, ética y filantrópica, que las empresas deben cumplir de manera concurrente para ser genuinamente responsables. Este concepto se analiza en el contexto del autoservicio Diego éxito para entender cómo sus prácticas de RSE contribuyen al desarrollo sostenible de Aguachica, Cesar, y al bienestar de la comunidad.

Percepción de los Clientes: La percepción de los clientes sobre las iniciativas de RSE es fundamental para la construcción de la imagen y reputación de la empresa. Kotler y Keller (2016) sostienen que la percepción del cliente se forma a partir de la información que recibe y las experiencias directas con la empresa, influenciando su comportamiento de compra y lealtad. Este concepto se explora para evaluar cómo las prácticas de RSE del autoservicio son valoradas por sus clientes y cómo estas percepciones afectan su relación con la empresa.

Impacto Socioeconómico: El impacto socioeconómico de las prácticas de RSE se refiere a los efectos positivos y negativos que estas prácticas tienen en la economía local y en el bienestar

social de la comunidad. Porter y Kramer (2011) argumentan que las empresas pueden crear valor compartido al abordar necesidades sociales y desafíos económicos mediante prácticas de RSE, lo que a su vez puede fomentar el crecimiento empresarial y el desarrollo social. En el estudio, este concepto se utiliza para examinar los efectos de las iniciativas de RSE del autoservicio Diego éxito en el desarrollo socioeconómico de Aguachica.

Desarrollo Sostenible: El desarrollo sostenible implica satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades (Brundtland, 1987). Este concepto abarca dimensiones económicas, sociales y ambientales, y se relaciona con la RSE en la medida en que las empresas adoptan prácticas que promueven un impacto positivo en estos tres ámbitos. La investigación aborda cómo el autoservicio Diego éxito puede mejorar sus estrategias de RSE para contribuir de manera más efectiva al desarrollo sostenible de Aguachica.

2.4 Marco Legal

En el marco del proyecto "Análisis de la responsabilidad social empresarial del autoservicio Diego Éxito de Aguachica, Cesar", las normativas contenidas en la Constitución Política de Colombia de 1991, específicamente los artículos 365 y 367, juegan un papel crucial en la fundamentación legal del estudio sobre la responsabilidad social empresarial (RSE).

El Artículo 365 establece que los servicios públicos son inherentes a la finalidad social del Estado, y es deber de este asegurar su prestación eficiente a todos los habitantes del territorio nacional. Este artículo es relevante para el proyecto ya que resalta la importancia de la contribución de las empresas, como parte del tejido social, a la mejora de la calidad de vida de la comunidad, subrayando el rol de las prácticas de RSE en complementar las acciones del Estado para el bienestar general. Las iniciativas de RSE del autoservicio Diego Éxito, en este contexto, pueden ser vistas como una extensión de la responsabilidad social del Estado, contribuyendo a la eficiencia y cobertura de servicios esenciales en la comunidad de Aguachica, Cesar.

Por otro lado, el Artículo 367 enfatiza la responsabilidad del Estado y de los individuos en la prestación de los servicios públicos y en la eficacia de los derechos económicos, sociales y

culturales, promoviendo la participación ciudadana en las decisiones que los afectan. Este artículo respalda la idea de que las empresas, al implementar prácticas de RSE, no solo cumplen con una función económica, sino que también se involucran activamente en el desarrollo social y cultural de sus comunidades, fortaleciendo así los principios de participación ciudadana y corresponsabilidad en el bienestar colectivo. La relación de las normas con el proyecto se manifiesta en la alineación de las prácticas de RSE del autoservicio Diego Éxito con estos principios constitucionales, demostrando el compromiso de la empresa con el desarrollo sostenible y la mejora de la calidad de vida de los habitantes de Aguachica, Cesar.

La Ley 715 de 2001 de Colombia es fundamental para el proyecto, en cuanto establece normas orgánicas relacionadas con la distribución de recursos y competencias entre la Nación y las entidades territoriales en áreas críticas como la educación y la salud. Esta ley no solo organiza la prestación de estos servicios esenciales, sino que también define responsabilidades en la administración de recursos destinados a asegurar su eficiencia y calidad.

La relación de esta ley con el proyecto radica en su énfasis en la educación y la salud como pilares fundamentales para el desarrollo social y económico de las comunidades. Las iniciativas de responsabilidad social empresarial (RSE) implementadas por el autoservicio Diego Éxito pueden alinearse con los objetivos de esta ley al contribuir al mejoramiento de los servicios educativos y de salud en la comunidad de Aguachica, Cesar. Por ejemplo, el autoservicio podría desarrollar programas de RSE que apoyen la infraestructura educativa local, ofrezcan becas o programas de formación para jóvenes, o promuevan campañas de salud y bienestar para la comunidad.

Al hacerlo, el autoservicio Diego Éxito no solo estaría cumpliendo con su compromiso social, sino que también estaría contribuyendo activamente a las metas nacionales de desarrollo sostenible, respaldando la prestación eficiente de servicios educativos y de salud según lo dictado por la Ley 715. Esta cooperación entre el sector privado y las directrices establecidas por la legislación subraya el potencial de las prácticas de RSE para complementar las políticas públicas y fortalecer el tejido social y económico de las comunidades locales.

Por otro lado, la Ley 153 de 2006 en Colombia marca un hito en la formalización y reglamentación de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), estableciendo un marco legal claro para la implementación de prácticas de RSE por parte de las empresas. Esta legislación identifica los requisitos sociales, ambientales y económicos que las empresas deben cumplir para garantizar una aplicabilidad efectiva de la RSE, orientando sus esfuerzos hacia un impacto positivo sostenible en la sociedad y el medio ambiente.

El vínculo de esta ley con el proyecto "Análisis de la responsabilidad social empresarial del autoservicio Diego Éxito de Aguachica, Cesar" es directo y significativo. La ley proporciona los criterios bajo los cuales el autoservicio Diego Éxito puede diseñar, implementar y evaluar sus iniciativas de RSE, asegurando que estas estén alineadas con los estándares legales y contribuyan de manera efectiva al desarrollo sostenible de la comunidad. En particular, la ley enfatiza la importancia de integrar consideraciones sociales y ambientales en las operaciones y estrategias empresariales, promoviendo prácticas justas de empleo, protección del medio ambiente, y contribuciones al bienestar social.

Por tanto, el proyecto se apoya en esta ley para evaluar cómo las prácticas de RSE del autoservicio Diego Éxito cumplen con los requisitos legales establecidos, y cómo estas prácticas impactan en la comunidad de Aguachica, Cesar, desde las perspectivas social, ambiental y económica. La ley sirve como un marco de referencia para identificar áreas de fortaleza y oportunidades de mejora en las iniciativas de RSE de la empresa, orientando el análisis hacia la maximización del impacto positivo en la comunidad y el cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible.

Así mismo, el Decreto 1538 de 1996 y el Decreto 2474 de 1999 en Colombia son instrumentos legales que, aunque no están directamente vinculados a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como tal, establecen directrices y estructuras que pueden influir en cómo las empresas abordan su compromiso social y económico dentro de sus comunidades.

Decreto 1538 de 1996: Este decreto reglamenta la estratificación socioeconómica para los servicios públicos domiciliarios, basándose en la Ley 142 de 1994 y la Ley 188 de 1995. La

estratificación socioeconómica es fundamental para garantizar una tarifa justa en los servicios públicos, asegurando que el costo de estos servicios esté alineado con la capacidad de pago de los diferentes estratos sociales. Para el proyecto del autoservicio Diego Éxito de Aguachica, Cesar, este decreto subraya la importancia de comprender el contexto socioeconómico de la comunidad a la que sirve. Las iniciativas de RSE de la empresa pueden ser diseñadas teniendo en cuenta las necesidades específicas de los distintos estratos, contribuyendo a la equidad y al bienestar social a través de programas que apoyen a los estratos más bajos, por ejemplo, en educación, salud o acceso a alimentos básicos a precios accesibles.

Decreto 2474 de 1999: Este decreto reestructura las comisiones de regulación y establece directrices para el funcionamiento de los servicios públicos, lo que tiene implicaciones indirectas en cómo las empresas participan en estos sectores y en su relación con las comunidades. Aunque se enfoca más en la regulación y la estructura administrativa de los servicios públicos, resalta la importancia del cumplimiento de las empresas con los marcos regulatorios y la contribución a la prestación eficiente de servicios. Para el autoservicio Diego Éxito, este decreto implica una oportunidad para alinear sus prácticas de RSE con las políticas públicas, potencialmente colaborando en proyectos que mejoren la infraestructura de servicios en Aguachica, Cesar, o que aseguren la sostenibilidad y eficiencia en la prestación de servicios básicos a la comunidad.

Ambos decretos, aunque regulan aspectos más amplios de la gestión de servicios públicos y estratificación, reflejan la importancia de que las empresas entiendan y actúen de acuerdo con las políticas públicas y necesidades sociales. El proyecto de RSE del autoservicio Diego Éxito puede beneficiarse de estas regulaciones al tomarlas como referencia para desarrollar iniciativas que no solo cumplan con la legislación, sino que también respondan de manera efectiva a las necesidades socioeconómicas de su entorno, reforzando su compromiso social y su contribución al desarrollo sostenible de Aguachica, Cesar.

Por otro lado, las normas y guías como ISO 26000, OHSAS 18001 (ahora reemplazada por ISO 45001), ISO 9000, y la Guía Técnica Colombiana GTC 180 son instrumentos clave para el desarrollo e implementación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) eficaces y sostenibles. Estos marcos ofrecen principios, sistemas y estándares que pueden orientar al

autoservicio Diego Éxito de Aguachica, Cesar, en la integración efectiva de la RSE en sus operaciones y estrategias corporativas.

ISO 26000: Proporciona orientación sobre cómo las empresas y organizaciones pueden operar de manera socialmente responsable. Esto significa actuar de una manera ética y transparente que contribuya al bienestar de la sociedad. Para el autoservicio Diego Éxito, aplicar los principios y prácticas recomendadas por la ISO 26000 puede ayudar a enfocar sus esfuerzos de RSE hacia áreas críticas como la gobernanza de la organización, los derechos humanos, las prácticas laborales, el medio ambiente, las prácticas operativas justas, los asuntos de consumidores, y el compromiso con la comunidad y su desarrollo. Esta norma es particularmente útil para asegurar que el proyecto de RSE aborde de manera integral los impactos sociales, económicos y ambientales de la empresa.

OHSAS 18001/ISO 45001: Se enfoca en los sistemas de gestión de seguridad y salud ocupacional, proporcionando un marco para identificar, controlar y disminuir los riesgos asociados con la salud y seguridad en el lugar de trabajo. Aunque OHSAS 18001 ha sido reemplazada por ISO 45001, el propósito sigue siendo el mismo: mejorar y proporcionar un ambiente de trabajo seguro y saludable. Para el autoservicio Diego Éxito, adherir a estos estándares no solo mejora el bienestar de sus empleados, sino que también refleja un compromiso con las prácticas laborales responsables ante la comunidad y los stakeholders.

Guía Técnica Colombiana GTC 180: Específica para Colombia, esta guía ofrece directrices para la implementación de sistemas de gestión de responsabilidad social, permitiendo a las organizaciones integrar las prácticas de RSE en su gestión estratégica y operacional. La adopción de la GTC 180 por parte del autoservicio Diego Éxito puede facilitar una aproximación estructurada y coherente a la RSE, asegurando que sus iniciativas estén alineadas con las expectativas y necesidades de sus stakeholders y contribuyan positivamente al desarrollo social y económico local.

La integración de estas normas y guías en la estrategia de RSE del autoservicio Diego Éxito puede proporcionar un marco robusto y coherente para mejorar su impacto social, económico y ambiental en Aguachica, Cesar, reforzando su compromiso con el desarrollo sostenible y la responsabilidad social empresarial.

3 Aspectos Metodológicos de la Investigación

3.1 Enfoque y Tipo de Estudio

La investigación adopta un enfoque mixto, cualitativo para proporcionar una visión holística del impacto de las prácticas de responsabilidad social empresarial (RSE) del autoservicio Diego Éxito. Este enfoque facilita la evaluación exhaustiva de las percepciones, experiencias y expectativas de los stakeholders involucrados. Cuantitativo porque busca generar análisis objetivos con la ayuda de la estadística.

Dado los objetivos planteados, el estudio se clasificaría como aplicado, con un diseño exploratorio y descriptivo en su primera etapa, para identificar y comprender las iniciativas de RSE y la percepción de los empleados sobre estas. Posteriormente, se adopta un enfoque correlacional para examinar cómo estas prácticas influyen en el desarrollo socioeconómico de la comunidad local. Esto permitirá no solo describir las iniciativas y percepciones existentes sino también analizar la relación entre las prácticas de RSE implementadas por el autoservicio Diego Éxito y su impacto en la comunidad local (Creswell & Creswell, 2018).

3.2 Diseño de la Investigación

Se optó por un diseño hermenéutico, que permitió interpretar y comprender en profundidad las dinámicas internas del autoservicio Diego Éxito y su interacción con la comunidad local desde una perspectiva interpretativa. Este enfoque fue crucial para captar las percepciones, actitudes y comportamientos de los empleados y otros miembros de la comunidad con respecto a las iniciativas de responsabilidad social empresarial (RSE).

La hermenéutica, como metodología de investigación, se centró en la interpretación de los significados y las experiencias de los individuos dentro de su contexto social y cultural. En lugar de simplemente observar las prácticas y comportamientos, este enfoque buscó entender cómo los individuos interpretaban y daban sentido a sus experiencias y a las prácticas de RSE del autoservicio. Este enfoque proporcionó una comprensión más profunda y matizada del impacto de

estas iniciativas en la vida cotidiana de la comunidad, permitiendo captar no solo lo que se hacía, sino también cómo se percibía y se vivía.

Según Gadamer (1975), la hermenéutica enfatizaba la importancia del diálogo y la interpretación en la construcción del conocimiento, lo que resultó particularmente útil para explorar las complejas interacciones entre el autoservicio y su comunidad. Esta metodología permitió una interpretación detallada y contextualizada de las narrativas y discursos de los participantes, revelando insights valiosos sobre el impacto y la percepción de las prácticas de RSE en la comunidad.

3.3 Formulación de Hipótesis

Hipótesis Principal (HP): "Las prácticas de responsabilidad social empresarial implementadas por el autoservicio Diego Éxito tienen un impacto positivo significativo en la percepción de la marca entre sus empleados en Aguachica, Cesar."

Hipótesis Nula (H0): No existe una relación significativa entre las prácticas de responsabilidad social empresarial implementadas por el autoservicio Diego Éxito y la percepción positiva de la marca entre sus empleados en Aguachica, Cesar.

La hipótesis nula asume que cualquier observación de relación entre las prácticas de RSE y la percepción positiva de la marca puede ser el resultado de la variabilidad aleatoria o de factores no medidos, en lugar de un efecto directo de las prácticas de RSE sobre la percepción de la marca.

Hipótesis Alternativa (H1): Existe una relación significativa entre las prácticas de responsabilidad social empresarial implementadas por el autoservicio Diego Éxito y la percepción positiva de la marca entre sus empleados en Aguachica, Cesar.

La hipótesis alternativa propone que las prácticas de RSE del autoservicio Diego Éxito tienen un impacto positivo en cómo los empleados perciben la marca, sugiriendo que estos esfuerzos de RSE pueden mejorar la imagen de la empresa entre sus clientes y, potencialmente, influir en el desarrollo sostenible de la comunidad local.

El alcance del proyecto abarca una evaluación exhaustiva de las prácticas de RSE del autoservicio Diego Éxito y su influencia en la percepción de los empleados respecto a la marca. Esto incluye:

- Identificar y describir las iniciativas de RSE implementadas por el autoservicio Diego Éxito.
- Evaluar la percepción de los empleados sobre estas iniciativas y su impacto en la imagen que tienen de la marca.
- Analizar si existe una relación significativa entre las prácticas de RSE y la percepción positiva de la marca por parte de los empleados, validando o refutando la hipótesis planteada.

3.4 Sistema de Variables

Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE): Se refiere a las acciones y políticas implementadas por el autoservicio Diego Éxito dirigidas a contribuir al bienestar de la comunidad y al desarrollo sostenible de Aguachica, Cesar. Esta variable incluye iniciativas medioambientales, contribuciones sociales, y compromisos éticos y de gobernanza.

Percepción de los empleados: Representa las opiniones, actitudes y creencias de los empleados del autoservicio Diego Éxito respecto a las prácticas de RSE implementadas por la empresa. Incluye la percepción de la marca, la satisfacción con las iniciativas de RSE, y la disposición a apoyar o recomendar el autoservicio a otros.

Desarrollo Sostenible de la Comunidad: Se refiere al impacto de las prácticas de RSE en el crecimiento económico, el bienestar social, y la sostenibilidad ambiental de la comunidad local de Aguachica, Cesar. Incluye indicadores como el empleo local, la protección del medio ambiente y el apoyo a proyectos comunitarios.

Tabla 1. Operacionalización de variables

Variable	Definición Operacional	Tipo de Variable	Indicadores	Método de Recolección de Datos
Prácticas de RSE	Acciones y políticas de responsabilidad social empresarial implementadas por el autoservicio Diego Éxito.	Independiente	<ul style="list-style-type: none"> - Programas ambientales - Iniciativas sociales - Políticas de gobernanza 	Entrevistas, revisión documental
Percepción de los empleados	Opiniones y actitudes de los empleados respecto a las prácticas de RSE del autoservicio.	Dependiente	<ul style="list-style-type: none"> - Percepción de la marca - Satisfacción con RSE - Disposición a recomendar 	Encuestas a empleados
Desarrollo Sostenible de la Comunidad	Impacto de las prácticas de RSE en el desarrollo económico, social y ambiental de Aguachica, Cesar.	Dependiente	<ul style="list-style-type: none"> - Crecimiento económico local - Bienestar social - Protección ambiental 	Análisis de datos secundarios, encuestas a la comunidad

Fuente: Autores

3.5 Población, Tipo de Muestreo y Muestra

3.5.1 Población.

La población definida para el presente proyecto investigativo son los 42 empleados de Diego éxito Aguachica y el gerente de la sede.

3.5.2 Método de muestreo.

Dado que la población objetivo está claramente definida e incluye a un número relativamente pequeño de individuos (42 empleados y el gerente, sumando un total de 43 personas), se recomienda emplear un muestreo censal.

El muestreo censal implica la inclusión de todos los miembros de la población en el estudio. Este enfoque es particularmente adecuado para poblaciones pequeñas, donde es factible y práctico examinar a cada miembro sin la necesidad de seleccionar una muestra representativa. El muestreo censal asegura que se recolecten datos completos de toda la población, lo que permite un análisis exhaustivo de las prácticas de responsabilidad social empresarial del autoservicio Diego Éxito y su impacto en los empleados y el gerente.

3.5.3 Determinación de la muestra.

Dado que se adoptará un muestreo censal, la muestra incluirá:

- Número de sujetos: 43 (42 empleados + 1 gerente)
- Características de la población: Empleados y gerente del autoservicio Diego Éxito en Aguachica, Cesar.

La elección de un muestreo censal para este estudio se justifica por el tamaño manejable de la población y el interés en obtener una comprensión detallada y completa de las percepciones y experiencias de todos los miembros del personal respecto a las iniciativas de RSE del autoservicio. Este enfoque garantiza que no se omitan perspectivas valiosas que podrían surgir de cualquier segmento de la población estudiada. Además, al incluir a todos los empleados y al gerente, se maximiza la precisión de los resultados y se facilita una interpretación más rica de los datos, lo que es crucial para formular recomendaciones efectivas para mejorar las estrategias de RSE de la empresa.

3.6 Fuentes y Técnicas para la Recolección de la Información

3.6.1 Fuentes de información primarias.

Las fuentes primarias de información incluyen datos recopilados directamente de los sujetos de estudio, específicamente los 42 empleados y el gerente del autoservicio Diego Éxito. Estos datos se obtendrán a través de entrevistas semi-estructuradas y encuestas. Las entrevistas semi-estructuradas permitirán a los investigadores explorar en profundidad las percepciones, opiniones y experiencias de los empleados y el gerente respecto a las iniciativas de responsabilidad social empresarial implementadas por la empresa. Las encuestas, por otro lado, proporcionarán datos cuantitativos sobre la percepción de las prácticas de RSE, permitiendo una evaluación más generalizada y cuantificable de su impacto. Estos instrumentos son esenciales para obtener información actual, relevante y específica del contexto de estudio, asegurando que los hallazgos sean directamente aplicables y reflejen las realidades internas del autoservicio Diego Éxito.

3.6.2 Fuentes de información secundaria.

Las fuentes secundarias incluirán documentos y registros disponibles públicamente, informes de responsabilidad social empresarial, estudios previos sobre prácticas de RSE en sectores similares, y literatura académica sobre el impacto de la RSE en la percepción del empleado y el desarrollo comunitario. Estos recursos proporcionarán un marco teórico y contextual para interpretar los datos recolectados de las fuentes primarias, permitiendo a los investigadores situar sus hallazgos dentro de un contexto más amplio de investigación y práctica en RSE. Las fuentes secundarias también ayudarán a identificar tendencias, teorías y prácticas recomendadas en el campo de la RSE, ofreciendo una base comparativa para evaluar la efectividad de las iniciativas de RSE del autoservicio Diego Éxito y sugerir posibles mejoras o áreas de enfoque futuro.

3.7 Procedimiento

- Preparación y Planeación: Se inició con una revisión exhaustiva de la literatura y la preparación de los instrumentos de recolección de datos, incluyendo encuestas y

guiones para entrevistas semi-estructuradas. Este proceso fue fundamental para alinear el estudio con los objetivos específicos.

- **Recolección de Datos Primarios:** Los datos primarios se recopilieron mediante entrevistas semi-estructuradas con el gerente y empleados del autoservicio, así como encuestas dirigidas a los empleados. Este paso fue crucial para evaluar directamente las percepciones sobre las iniciativas de RSE.
- **Análisis de Datos Primarios:** A continuación, se analizaron los datos utilizando técnicas cualitativas y cuantitativas, lo que permitió examinar el impacto de las prácticas de RSE en la percepción de los empleados y el desarrollo socioeconómico local.
- **Recolección de Datos Secundarios:** Se obtuvieron datos secundarios de documentos, informes de RSE y estudios previos, proporcionando un contexto amplio para los hallazgos primarios.
- **Integración de Datos y Análisis Conjunto:** Los hallazgos de las fuentes primarias y secundarias se integraron para realizar un análisis conjunto, ofreciendo una comprensión holística del impacto de las prácticas de RSE.
- **Formulación de Recomendaciones:** Basado en el análisis, se formularon recomendaciones para mejorar las estrategias de RSE, enfocándose en incrementar la contribución al desarrollo sostenible de la comunidad.
- **Redacción del Informe Final:** Se redactó el informe final del proyecto, que integró todos los hallazgos, análisis y recomendaciones, siguiendo las normas académicas pertinentes.
- **Presentación y Entrega:** El proyecto concluyó con la presentación del informe final a los interesados, promoviendo la discusión y el intercambio de ideas para futuras iniciativas.

3.8 Análisis para el Procesamiento de la Información

En el análisis del proyecto "Análisis de la responsabilidad social empresarial del autoservicio Diego Éxito de Aguachica, Cesar", se empleó una estrategia de triangulación para procesar y analizar los datos obtenidos. Este enfoque combinó el análisis estadístico de encuestas cuantitativas, con el análisis de contenido de entrevistas cualitativas y la revisión de documentos

internos sobre las prácticas de RSE. Se utilizaron pruebas estadísticas para comparar las percepciones de los empleados sobre la marca antes y después de la implementación de las iniciativas de RSE, así como entre grupos con diferentes niveles de exposición a estas prácticas. Esto permitió una validación cruzada de los hallazgos y aseguró una interpretación más rica y profunda del impacto de las prácticas de RSE en la percepción de la marca.

Para validar las hipótesis establecidas, se realizaron comparaciones específicas que incluyeron el análisis de diferencias significativas en la percepción de los empleados antes y después de la implementación de las prácticas de RSE, y entre grupos de colaboradores con diferentes niveles de conciencia sobre estas iniciativas. Estas comparaciones ayudaron a determinar el efecto real de las prácticas de RSE sobre la percepción de los empleados y ofrecieron una base sólida para las conclusiones y recomendaciones del proyecto. El uso de pruebas estadísticas, como la prueba t para muestras independientes o pareadas, y el análisis de contenido cualitativo, facilitó una evaluación completa y detallada de los objetivos de investigación.

4 Esquema Temático

4.1 DEVELAR las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial aplicadas por el autoservicio Diego éxito en Aguachica, Cesar, a través de SUS empleados.

Para el desarrollo del presente objetivo, fue necesario realizar una encuesta a los trabajadores de Autoservicio Diego Éxito, la cual permitió obtener información fundamental, para conocer las prácticas de responsabilidad social empresarial que efectúa la entidad.

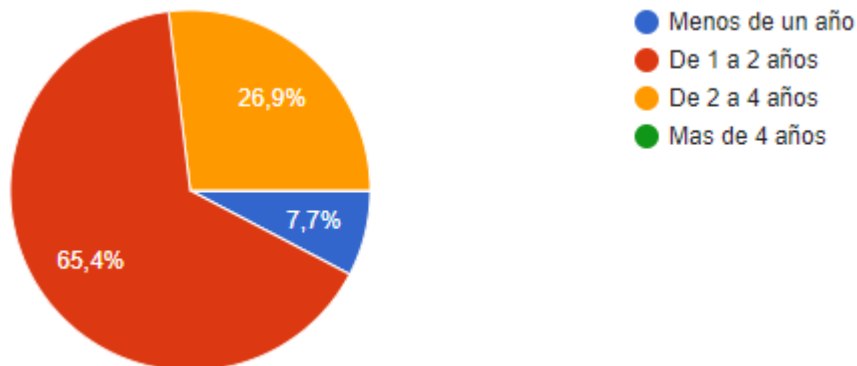
4.1.1 Tabulación y análisis de datos

Tabla 2. Años de antigüedad en la empresa

Descripción	F	%
Menos de un año	3	8%
De 1 a 2 años	28	65%
De 2 a 4 años	12	27%
Mas de 4 años	0	0%
TOTAL	43	100

Fuente: Autores

Figura 1. Años de antigüedad en la empresa



Fuente: Autores

En el proyecto de investigación sobre la responsabilidad social empresarial del autoservicio Diego Éxito de Aguachica Cesar, se observa que la mayoría de los empleados tienen entre 1 y 2 años de antigüedad en la empresa, representando el 65% del total de la fuerza laboral. Este dato es seguido por aquellos con entre 2 y 4 años, que constituyen el 27%. Es notable que no haya empleados con más de 4 años de antigüedad y solo un pequeño porcentaje, el 8%, tiene menos de un año. Estos números podrían sugerir una tendencia de alta rotación o un crecimiento reciente en el personal, lo que podría influir en la percepción y efectividad de las políticas de responsabilidad social empresarial (RSE) implementadas por la empresa.

La composición de la antigüedad de los empleados podría impactar cómo estos perciben las iniciativas de RSE de la empresa. Empleados con más tiempo en la empresa pueden haber observado la evolución de estas prácticas y podrían proporcionar perspectivas valiosas sobre su impacto real tanto en el ambiente laboral como en la comunidad. Por otro lado, los empleados más nuevos podrían tener impresiones frescas y actuales que reflejen las políticas más recientes de RSE.

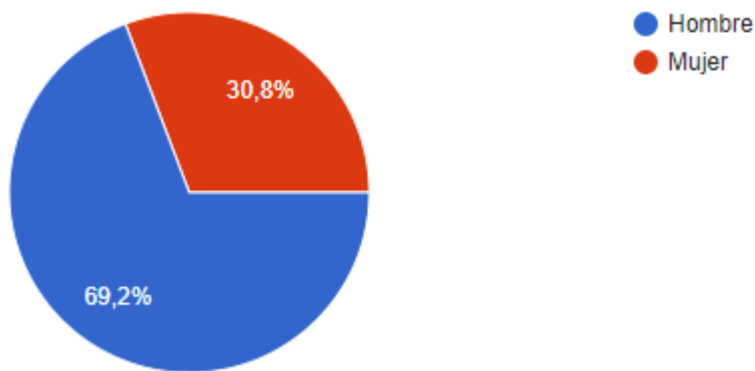
El hecho de que no existan empleados con más de cuatro años de antigüedad es un aspecto crucial para el análisis de la gestión organizacional y la efectividad de las prácticas de RSE. Esto podría indicar que la empresa necesita enfocarse en estrategias para mejorar la retención de los empleados o que ha experimentado un crecimiento significativo en un corto periodo, lo que también plantea desafíos y oportunidades para la implementación de RSE. Este panorama ofrece una base para la planificación de encuestas y entrevistas que podrían explorar cómo las percepciones sobre las iniciativas de RSE varían entre grupos con diferentes niveles de antigüedad. Además, se sugiere la realización de análisis más detallados que podrían revelar correlaciones entre la antigüedad y variables como la satisfacción laboral, el compromiso con la empresa y la percepción del impacto comunitario de las políticas de RSE.

Tabla 3. Sexo

Descripción	F	%
Hombre	30	69%
Mujer	13	31%
TOTAL	43	100

Fuente: Autores

Figura 2. Sexo



Fuente: Autores

En el análisis del autoservicio Diego Éxito de Aguachica Cesar respecto a la distribución de género entre sus empleados, se observa que una mayoría significativa, el 69%, son hombres, mientras que el 31% restante son mujeres. Este dato es relevante para la evaluación de las políticas de responsabilidad social empresarial (RSE) de la empresa, ya que una comprensión profunda de la diversidad en el lugar de trabajo puede impactar en la implementación y percepción de estas prácticas.

La distribución desigual entre géneros podría reflejar las dinámicas del sector en el que opera el autoservicio o podría indicar áreas de mejora en las políticas de contratación y diversidad de la empresa. Desde una perspectiva de RSE, es crucial que la empresa considere cómo sus políticas afectan y benefician de manera equitativa a todos los empleados, independientemente de su género.

Esta composición de la fuerza laboral podría influir en cómo se perciben las iniciativas de RSE dentro de la empresa. Por ejemplo, programas específicos que aborden la igualdad de género, la inclusión y la diversificación podrían ser especialmente pertinentes y bien recibidos. Además, la empresa podría beneficiarse de la implementación de iniciativas dirigidas a fomentar un ambiente de trabajo más inclusivo y equitativo.

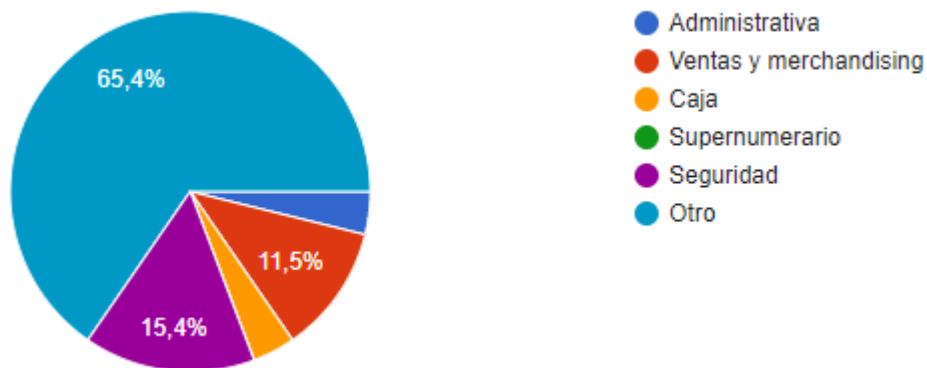
Por otro lado, la perspectiva y experiencia de los empleados respecto a las prácticas de RSE pueden variar significativamente según el género, especialmente en temas que afectan directamente las condiciones laborales, como la igualdad de oportunidades de ascenso, la formación y el desarrollo profesional, y la conciliación de la vida laboral y personal. Estos aspectos son cruciales para el bienestar de los empleados y pueden tener un impacto considerable en su percepción de la empresa y su lealtad a largo plazo.

Tabla 4. Área en dónde realiza sus labores en la empresa

Descripción	F	%
Administrativa	2	4%
Ventas y Merchandising	5	12%
Caja	2	4%
Supernumerario	0	0%
Seguridad	6	15%
Otro	28	65%
TOTAL	43	100

Fuente: Autores

Figura 3. Área en dónde realiza sus labores en la empresa



Fuente: Autores

En el autoservicio Diego Éxito de Aguachica Cesar, la distribución de los empleados por área de trabajo revela que la mayoría, el 65%, se clasifica en la categoría "Otro", lo que sugiere una diversidad de funciones que no se encuadran en las categorías tradicionales mencionadas. Este grupo podría incluir roles como mantenimiento, limpieza, logística, o cualquier otra función esencial que no se ajuste a las áreas más definidas. Las demás áreas incluyen Seguridad con un 15%, Ventas y Merchandising con un 12%, y las áreas Administrativa y Caja, cada una con un 4%. Es notable que no haya empleados en la categoría de Supernumerario.

Este panorama es fundamental para entender cómo las políticas de responsabilidad social empresarial (RSE) de la empresa pueden ser percibidas y cómo afectan a diferentes grupos dentro de la organización. La alta proporción de empleados en la categoría "Otro" podría indicar la necesidad de políticas de RSE más específicas y bien comunicadas que aborden las necesidades y expectativas de estos trabajadores, quienes pueden estar desempeñando tareas variadas y posiblemente menos visibles.

La efectividad de las iniciativas de RSE puede variar considerablemente entre las diferentes áreas de trabajo debido a la naturaleza específica de sus roles. Por ejemplo, los empleados de seguridad pueden valorar más las iniciativas relacionadas con la salud y la seguridad laboral, mientras que aquellos en ventas y merchandising podrían enfocarse más en aspectos como la ética en las ventas y la satisfacción del cliente.

Para los empleados en áreas administrativas y de caja, las prácticas de RSE que promueven un equilibrio entre la vida laboral y personal, así como el desarrollo profesional, pueden ser particularmente relevantes. Dado que no hay supernumerarios, se elimina la necesidad de considerar políticas específicas para temporales o roles de alta rotación, lo cual es común en esta categoría.

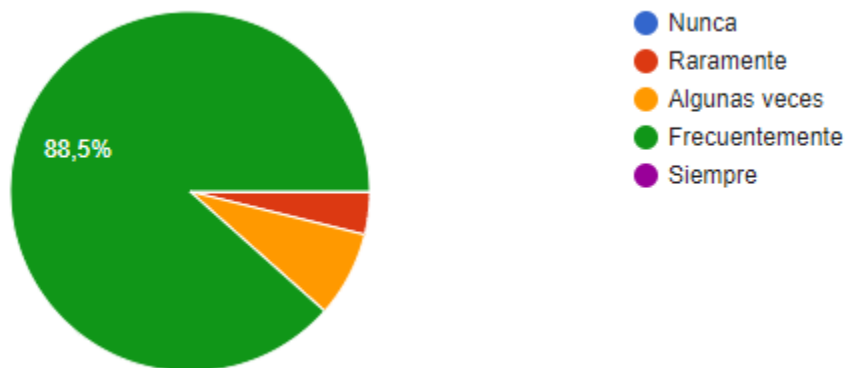
Este análisis detallado por área de trabajo no solo ayuda a identificar las necesidades específicas de cada grupo de empleados, sino que también ofrece la oportunidad de diseñar y mejorar las iniciativas de RSE para asegurar que sean inclusivas y efectivas. La empresa podría beneficiarse enormemente de revisar y adaptar sus políticas de RSE para asegurarse de que cada empleado, independientemente de su área de trabajo, sienta que sus necesidades específicas son comprendidas y atendidas. Esto no solo mejorará la percepción de la empresa como un lugar responsable y ético para trabajar, sino que también puede aumentar la lealtad y la motivación del empleado, lo cual es crucial para el éxito empresarial sostenido.

Tabla 5. ¿Con qué frecuencia la empresa informa a los empleados sobre iniciativas de responsabilidad social?

Descripción	F	%
Nunca	0	0%
Raramente	2	4%
Algunas veces	3	7%
Frecuentemente	38	89%
Siempre	0	0%
TOTAL	43	100

Fuente: Autores

Figura 4. ¿Con qué frecuencia la empresa informa a los empleados sobre iniciativas de responsabilidad social?



Fuente: Autores

El análisis de la frecuencia con la que la empresa informa a sus empleados sobre las iniciativas de responsabilidad social empresarial (RSE) en el autoservicio Diego Éxito de Aguachica Cesar muestra que la mayoría de los empleados, un 89%, indican que se les informa "Frecuentemente" sobre estas iniciativas. Esto sugiere que la empresa hace un esfuerzo considerable por mantener a su personal al tanto de sus prácticas de RSE, lo cual es positivo para fomentar un ambiente de trabajo informado y comprometido.

El 7% de los empleados menciona que se les informa "Algunas veces" y solo un 4% indica que se les informa "Raramente". Es relevante destacar que no hay empleados que seleccionen las opciones "Nunca" o "Siempre". Esta distribución sugiere que, aunque la mayoría de los empleados están bien informados sobre las iniciativas de RSE, existe un pequeño grupo que podría no estar recibiendo la información con suficiente frecuencia.

Esta información es crucial para evaluar la eficacia de la comunicación interna de la empresa en relación con sus políticas de RSE. Una comunicación efectiva es fundamental no solo para asegurar que los empleados estén al tanto de las iniciativas, sino también para que se sientan parte de estos esfuerzos y motivados a contribuir a ellos. La falta de una comunicación "Siempre" consistente y universal podría ser una oportunidad para que la empresa mejore sus canales de comunicación o la regularidad con la que comparte actualizaciones y logros relacionados con la RSE.

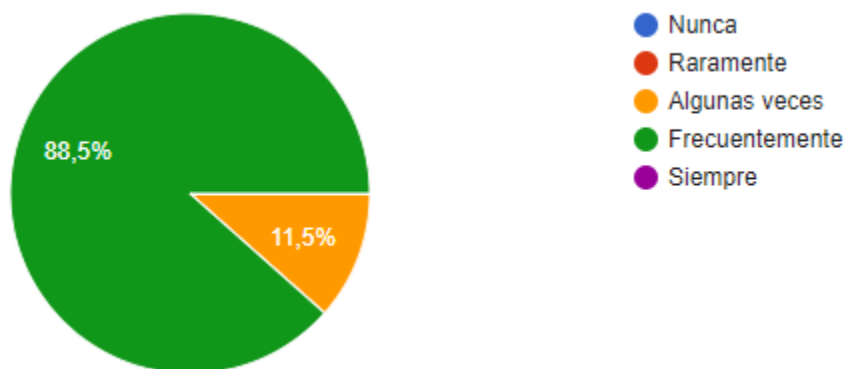
Además, dado que una pequeña proporción de empleados siente que la comunicación es infrecuente, podría ser beneficioso para la empresa explorar las razones detrás de esta percepción y ajustar sus métodos de comunicación para asegurarse de que todos los empleados, independientemente de su posición o área de trabajo, estén igualmente informados. Esto no solo mejorará la percepción de las políticas de RSE entre los empleados, sino que también podría aumentar su participación y compromiso con estas iniciativas, lo cual es esencial para el éxito de cualquier programa de responsabilidad social corporativa.

Tabla 6. ¿Crees que la empresa cumple con sus compromisos de responsabilidad social hacia la comunidad?

Descripción	F	%
Nunca	0	0%
Raramente	0	0%
Algunas veces	5	11%
Frecuentemente	38	89%
Siempre	0	0%
TOTAL	43	100

Fuente: Autores

Figura 5. ¿Crees que la empresa cumple con sus compromisos de responsabilidad social hacia la comunidad?



Fuente: Autores

El análisis de las respuestas de los empleados sobre si la empresa cumple con sus compromisos de responsabilidad social hacia la comunidad indica que una gran mayoría, el 89%, siente que la empresa cumple con estos compromisos "Frecuentemente". Este es un indicativo fuerte de que las iniciativas de responsabilidad social empresarial (RSE) están siendo percibidas de manera positiva por la mayoría del personal, lo cual refleja un nivel significativo de implementación y compromiso por parte de la empresa con sus políticas de RSE.

Sin embargo, un 11% de los empleados cree que la empresa solo cumple con estos compromisos "Algunas veces". Esto sugiere que, aunque la percepción general es positiva, todavía hay espacio para mejorar en términos de consistencia y alcance de las prácticas de RSE. Es importante que la empresa identifique las áreas específicas donde estos empleados sienten que las iniciativas podrían mejorar o ser más consistentes.

La ausencia de respuestas en los extremos "Nunca" y "Siempre" también es reveladora. Indica que no hay una percepción de absoluto cumplimiento ni de fallo total en el cumplimiento de los compromisos de RSE, lo que sugiere un equilibrio en las expectativas y experiencias del personal respecto a la RSE. Para la empresa, este podría ser un punto de partida para investigar más a fondo qué aspectos de sus iniciativas de RSE están funcionando bien y cuáles requieren ajustes o mejoras.

Para optimizar su impacto y la percepción entre los empleados y la comunidad, la empresa podría considerar estrategias como aumentar la frecuencia y la visibilidad de sus actividades de RSE, involucrar más activamente a los empleados en estas iniciativas, y asegurar que la comunicación sobre estos esfuerzos sea clara, regular y abarque a toda la organización.

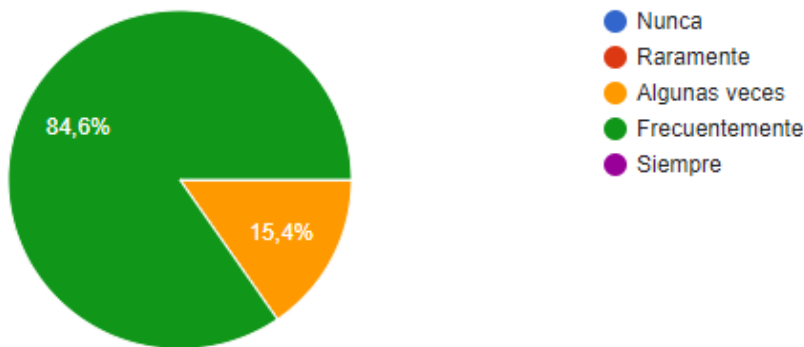
Tabla 7. En tu opinión, ¿la empresa ofrece suficientes oportunidades para que los empleados participen en actividades de responsabilidad social?

Descripción	F	%
Nunca	0	0%
Raramente	0	0%
Algunas veces	6	15%

Frecuentemente	37	85%
Siempre	0	0%
TOTAL	43	100

Fuente: Autores

Figura 6. En tu opinión, ¿la empresa ofrece suficientes oportunidades para que los empleados participen en actividades de responsabilidad social?



Fuente: Autores

Basándose en los datos proporcionados, la mayoría de los empleados del autoservicio Diego Éxito de Aguachica Cesar, con un 85%, perciben que la empresa ofrece "Frecuentemente" oportunidades para participar en actividades de responsabilidad social empresarial (RSE). Esto es un indicador positivo de que la empresa está activamente involucrando a su personal en iniciativas que no solo benefician a la comunidad, sino que también fomentan un sentido de compromiso y pertenencia entre los trabajadores.

Sin embargo, un 15% de los empleados siente que solo "Algunas veces" tienen la oportunidad de participar en estas actividades. Aunque es un porcentaje menor, sigue siendo significativo y apunta a que hay un grupo de empleados que podría sentirse menos integrado en las actividades de RSE de la empresa. Esta percepción puede deberse a varios factores, como la falta de comunicación sobre las oportunidades disponibles, la sensación de que las actividades de RSE no están suficientemente abiertas a todos los empleados, o que las oportunidades actuales no alinean con los intereses o habilidades de todos los empleados.

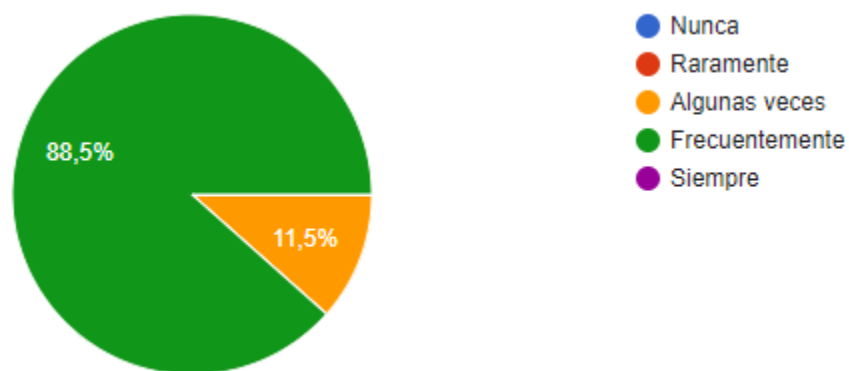
Para mejorar esta situación y aumentar la participación en actividades de RSE, sería beneficioso que la empresa evaluara cómo está distribuyendo y comunicando estas oportunidades. Podría ser útil realizar encuestas o grupos focales más detallados para entender las razones detrás de la percepción de aquellos que respondieron "Algunas veces" y ajustar las actividades o la forma de involucrar a los empleados en consecuencia.

Tabla 8. ¿Cómo calificarías el impacto de las actividades de responsabilidad social de la empresa en la comunidad local?

Descripción	F	%
Nunca	0	0%
Raramente	0	0%
Algunas veces	5	11%
Frecuentemente	38	89%
Siempre	0	0%
TOTAL	43	100

Fuente: Autores

Figura 7. ¿Cómo calificarías el impacto de las actividades de responsabilidad social de la empresa en la comunidad local?



Fuente: Autores

La mayoría de los empleados del autoservicio Diego Éxito de Aguachica Cesar, específicamente el 89%, perciben que las actividades de responsabilidad social empresarial (RSE)

de la empresa impactan "Frecuentemente" de manera positiva en la comunidad local. Esto es una señal alentadora de que las iniciativas de RSE están siendo efectivas y están siendo reconocidas por los empleados como contribuciones valiosas al bienestar de la comunidad.

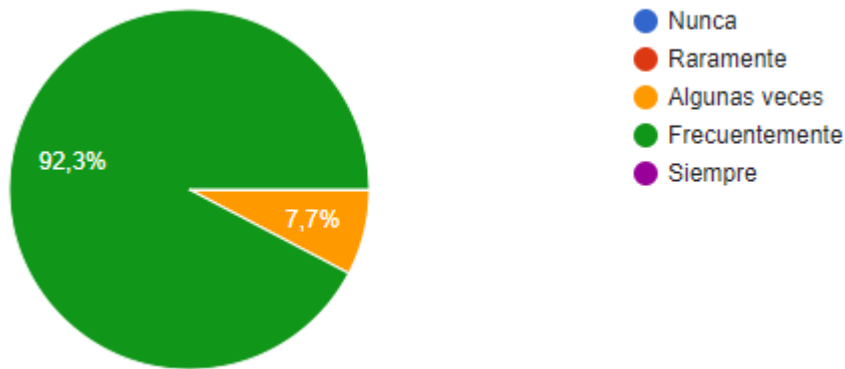
El 11% de los empleados que indican que las actividades de RSE impactan la comunidad local solo "Algunas veces" sugiere que, mientras que la mayoría ve un impacto frecuente, hay una minoría que percibe estos esfuerzos como menos consistentes o efectivos. Esto podría deberse a una variedad de factores, como una menor visibilidad de las actividades en ciertas áreas de la comunidad o diferencias en las expectativas personales de lo que constituye un impacto significativo. Dado que no hay empleados que respondan "Nunca" o "Siempre", se refleja una visión más matizada y realista del impacto de las actividades de RSE, lo que indica que, aunque hay un reconocimiento general de los esfuerzos de la empresa, también hay conciencia de que el impacto podría no ser uniforme o constante en todos los casos.

Tabla 9. ¿Cómo calificarías el impacto de las actividades de responsabilidad social de la empresa en la comunidad local?

Descripción	F	%
Nunca	0	0%
Raramente	0	0%
Algunas veces	3	8%
Frecuentemente	40	92%
Siempre	0	0%
TOTAL	43	100

Fuente: Autores

Figura 8. ¿Cómo calificarías el impacto de las actividades de responsabilidad social de la empresa en la comunidad local?



Fuente: Autores

La percepción de los empleados del autoservicio Diego Éxito de Aguachica Cesar sobre el impacto de las actividades de responsabilidad social en la comunidad local muestra que una amplia mayoría, el 92%, considera que estas iniciativas impactan frecuentemente de manera positiva. Este alto porcentaje indica que la empresa ha logrado integrar efectivamente sus esfuerzos de responsabilidad social en la vida de la comunidad local, generando un reconocimiento positivo entre los empleados. Sin embargo, un pequeño grupo, el 8%, cree que el impacto ocurre solo algunas veces, lo que sugiere que, aunque las actividades generalmente son bien recibidas, hay margen para mejorar la consistencia o la visibilidad de estos impactos.

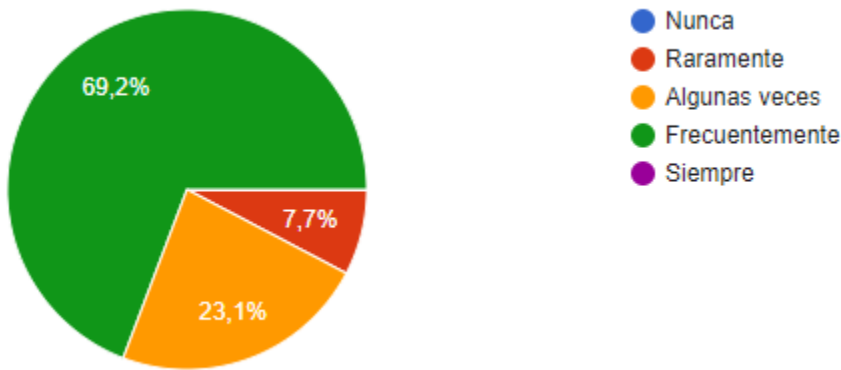
La ausencia de respuestas en las categorías de "Nunca" y "Siempre" refleja una percepción equilibrada y realista por parte de los empleados, reconociendo que, si bien los esfuerzos son generalmente efectivos, no siempre alcanzan un nivel de impacto constante y omnipresente. Este entendimiento podría ser un punto de partida para la empresa al considerar cómo puede optimizar y expandir sus programas de RSE para alcanzar una mayor y más uniforme influencia en la comunidad. Adaptar las iniciativas a las necesidades cambiantes de la comunidad y aumentar la participación de los empleados en la concepción y ejecución de estas actividades podría ayudar a mejorar la percepción de su impacto y fomentar una mayor colaboración y compromiso tanto dentro de la empresa como en el ámbito comunitario.

Tabla 10. ¿Crees que las actividades de responsabilidad social de la empresa influyen positivamente en tu motivación y satisfacción laboral?

Descripción	F	%
Nunca	0	0%
Raramente	3	8%
Algunas veces	10	23%
Frecuentemente	30	69%
Siempre	0	0%
TOTAL	43	100

Fuente: Autores

Figura 9. ¿Crees que las actividades de responsabilidad social de la empresa influyen positivamente en tu motivación y satisfacción laboral?



Fuente: Autores

La percepción de los empleados del autoservicio Diego Éxito de Aguachica Cesar sobre la influencia de las actividades de responsabilidad social empresarial en su motivación y satisfacción laboral refleja que la mayoría, el 69%, siente que estas actividades impactan positivamente de manera frecuente en su motivación y satisfacción en el trabajo. Este dato es un indicativo robusto de que las iniciativas de RSE no solo están contribuyendo al bienestar de la comunidad, sino que

también están mejorando la experiencia laboral de los empleados, aumentando su compromiso y contento con la empresa.

No obstante, un 23% de los empleados indica que este impacto positivo ocurre solo algunas veces, y un pequeño porcentaje, el 8%, lo percibe raramente. La ausencia de extremos en las respuestas, como "Nunca" o "Siempre", sugiere que mientras la mayoría reconoce un efecto beneficioso regular de las actividades de RSE en su entorno laboral, hay un grupo significativo que percibe estos beneficios de manera menos consistente.

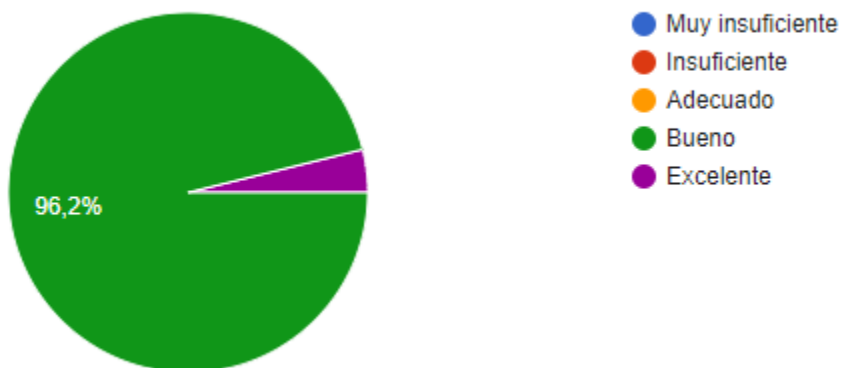
Este contraste subraya la oportunidad para la empresa de explorar las causas detrás de la variabilidad en la percepción del impacto de las actividades de RSE. Averiguar por qué algunos empleados sienten menos frecuentemente los beneficios puede ayudar a identificar áreas específicas de mejora, tanto en la implementación de las actividades como en la forma en que se comunican y se involucra a los empleados en estas iniciativas.

Tabla 11. ¿Cómo valorarías el apoyo de la empresa hacia proyectos de sostenibilidad medioambiental?

Descripción	F	%
Nunca	0	0%
Raramente	0	0%
Algunas veces	0	0%
Frecuentemente	41	96%
Siempre	2	4%
TOTAL	43	100

Fuente: Autores

Figura 10. ¿Cómo valorarías el apoyo de la empresa hacia proyectos de sostenibilidad medioambiental?



Fuente: Autores

La valoración de los empleados del autoservicio Diego Éxito de Aguachica Cesar sobre el apoyo de la empresa hacia proyectos de sostenibilidad medioambiental muestra un respaldo excepcionalmente alto. Un impresionante 96% de los empleados considera que la empresa frecuentemente apoya este tipo de proyectos, mientras que un 4% percibe que este apoyo es constante, siempre presente. Esta percepción positiva refleja un fuerte compromiso de la empresa con la sostenibilidad medioambiental, lo que probablemente contribuye a una imagen corporativa positiva y refuerza el orgullo y la satisfacción entre los empleados.

El hecho de que no haya empleados que indiquen que el apoyo es raro o inexistente es un indicativo claro de que la empresa ha integrado exitosamente la sostenibilidad medioambiental en sus políticas y prácticas corporativas. Esto no solo responde a una tendencia global hacia negocios más verdes y responsables, sino que también alinea a la empresa con las expectativas de los consumidores y la comunidad sobre la responsabilidad ambiental.

Este sólido apoyo hacia la sostenibilidad puede tener múltiples beneficios, no solo en términos de cumplimiento de regulaciones y mitigación de impactos negativos en el medio ambiente, sino también en la atracción y retención de talento que valora positivamente el compromiso ambiental. Para la empresa, mantener y expandir este enfoque no solo es una buena práctica de negocios, sino también una poderosa herramienta de marketing y un factor de motivación para sus empleados.

En este contexto, es recomendable que la empresa continúe fortaleciendo estas iniciativas y busque maneras de involucrar aún más a los empleados en estos proyectos, tal vez ofreciendo más oportunidades para que participen directamente en actividades relacionadas con la sostenibilidad. Además, podría ser beneficioso comunicar de manera efectiva y regular los logros y los avances en proyectos de sostenibilidad para asegurar que todos los empleados están informados y pueden ver el impacto de sus contribuciones. Esto no solo puede aumentar la satisfacción laboral, sino también fomentar una cultura corporativa que valore y promueva la responsabilidad ambiental a todos los niveles.

Tabla 12. ¿Piensas que la empresa actúa de manera ética en sus prácticas comerciales y de responsabilidad social?

Descripción	F	%
Nunca	0	0%
Raramente	0	0%
Algunas veces	0	0%
Frecuentemente	43	100%
Siempre	0	0%
TOTAL	43	100

Fuente: Autores

Figura 11. ¿Piensas que la empresa actúa de manera ética en sus prácticas comerciales y de responsabilidad social?



Fuente: Autores

La totalidad de los empleados del autoservicio Diego Éxito de Aguachica Cesar, con un 100%, percibe que la empresa actúa de manera ética en sus prácticas comerciales y de responsabilidad social "Frecuentemente". Este resultado es sumamente positivo y destaca un fuerte compromiso ético en la gestión diaria y estratégica de la empresa. La uniformidad en la respuesta de que la empresa siempre actúa de manera ética frecuentemente, aunque no constantemente "Siempre", sugiere una aplicación consistente pero quizás no perfecta de principios éticos. Este alto grado de reconocimiento de las prácticas éticas puede ser un reflejo directo de las políticas internas de la empresa, su cultura corporativa y la manera en que estas prácticas son comunicadas y puestas en práctica en todos los niveles de la organización. Es probable que esta percepción también contribuya significativamente a la confianza y el respeto que los empleados tienen hacia la empresa, lo que puede influir positivamente en su motivación y compromiso.

Aunque el resultado es altamente favorable, la ausencia de la categoría "Siempre" podría indicar pequeños márgenes para la mejora en la consistencia de aplicar prácticas éticas o en cómo estas son percibidas por los empleados. Para abordar esto, sería útil que la empresa continuara reforzando su compromiso con la ética a través de formaciones regulares, evaluaciones y actualizaciones de sus políticas para adaptarse a nuevos desafíos éticos y responsabilidades sociales. Además, involucrar a los empleados en discusiones y decisiones sobre ética y responsabilidad social podría ayudar a mejorar aún más su percepción de que estas prácticas son una constante absoluta dentro de la organización. La consistencia en la aplicación de principios éticos no solo fortalece la cultura interna, sino que también mejora la imagen pública de la empresa, lo que es crucial en un entorno comercial donde los consumidores y otras partes interesadas valoran altamente la transparencia y la responsabilidad corporativa.

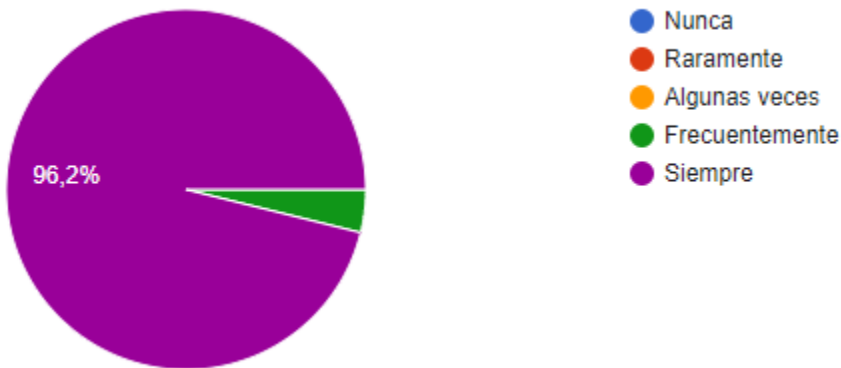
Tabla 13. ¿La empresa trata con justicia y respeto a todos sus empleados, independientemente de su posición o departamento?

Descripción	F	%
Nunca	0	0%
Raramente	0	0%
Algunas veces	0	0%

Frecuentemente	2	4%
Siempre	41	96%
TOTAL	43	100

Fuente: Autores

Figura 12. ¿La empresa trata con justicia y respeto a todos sus empleados, independientemente de su posición o departamento?



Fuente: Autores

La percepción de los empleados del autoservicio Diego Éxito de Aguachica Cesar acerca de cómo la empresa trata con justicia y respeto a todos sus trabajadores es extraordinariamente positiva. Un abrumador 96% de los empleados siente que la empresa siempre trata con justicia y respeto a todos, independientemente de su posición o departamento. Esto indica un nivel muy alto de satisfacción con el trato recibido en el lugar de trabajo y refleja un fuerte compromiso de la empresa con la equidad y el respeto en sus prácticas de gestión de recursos humanos.

Además, un pequeño 4% de los empleados considera que esta justicia y respeto se dan frecuentemente, lo cual sigue siendo positivo, aunque sugiere que hay cierta variabilidad en cómo se perciben las prácticas de igualdad en la empresa. La ausencia de respuestas negativas (como "Nunca", "Raramente" o "Algunas veces") es un indicador excepcional de que la empresa ha establecido y mantiene estándares elevados en la gestión ética y justa de sus empleados.

El hecho de que la gran mayoría de los empleados sienta que siempre son tratados con justicia y respeto puede ser un factor significativo en la retención de talento, la satisfacción laboral

y la moral general del personal. Un ambiente laboral donde los empleados sienten este nivel de respeto tiende a fomentar una mayor lealtad y un compromiso más profundo con los objetivos de la empresa.

Para la empresa, mantener y mejorar aún más estas percepciones podría implicar continuar con formación en diversidad e inclusión, asegurando que las políticas de igualdad se aplican de manera uniforme en todos los niveles y departamentos, y proporcionando canales abiertos y efectivos para que los empleados expresen preocupaciones o denuncias en caso de que sientan que no se está cumpliendo con estos estándares.

El desafío para el autoservicio Diego Éxito ahora es mantener estos altos estándares y buscar maneras de garantizar que ese 4% que siente que la empresa frecuentemente, pero no siempre, actúa con justicia y respeto se sienta igualmente valorado y tratado de manera justa en todas las situaciones. Esto no solo reforzará la cultura corporativa existente, sino que también mejorará la percepción de la empresa como un empleador ejemplar en términos de ética y responsabilidad social.

Tabla 14. ¿La empresa cuenta con un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo?

Descripción	F	%
SI	43	100%
NO	0	0%
Desconozco	0	0%
TOTAL	43	100

Fuente: Autores

Figura 13. ¿La empresa cuenta con un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo?



Fuente: Autores

La totalidad de los empleados del autoservicio Diego Éxito de Aguachica Cesar confirma que la empresa cuenta con un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST). Este dato es crucial porque indica un compromiso serio y completo de la empresa con la seguridad y salud de sus trabajadores. La existencia de un SG-SST no solo cumple con regulaciones legales y normativas, sino que también refleja la prioridad que la empresa otorga al bienestar de su personal.

Un sistema de gestión en seguridad y salud integral contribuye significativamente a la prevención de accidentes y enfermedades ocupacionales, asegurando que se identifiquen riesgos y se tomen las medidas adecuadas para mitigarlos. Además, la implementación de dicho sistema demuestra una gestión proactiva y una cultura de seguridad, lo cual puede mejorar significativamente la moral y la productividad de los empleados, así como la imagen de la empresa entre clientes, proveedores y otros stakeholders.

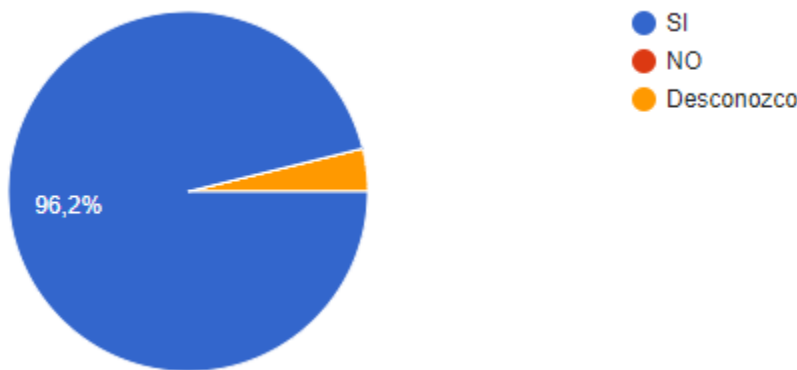
Para la empresa, es esencial no solo mantener este sistema, sino también revisarlo y mejorarlo continuamente. Esto puede incluir capacitaciones regulares para los empleados, evaluaciones de riesgos periódicas, y actualizaciones del sistema basadas en los últimos avances en seguridad y salud ocupacional. Además, fomentar una comunicación abierta y efectiva en torno a la seguridad y salud en el trabajo puede empoderar a los empleados para que participen activamente en la prevención de riesgos y contribuyan a un ambiente de trabajo seguro.

Tabla 15. ¿Se cuentan con mecanismos para evitar discriminación, violación de derechos, trabajo infantil, entre otros?

Descripción	F	%
SI	41	96%
NO	0	0%
Desconozco	2	4%
TOTAL	43	100

Fuente: Autores

Figura 14. ¿Se cuentan con mecanismos para evitar discriminación, violación de derechos, trabajo infantil, entre otros?



Fuente: Autores

La mayoría de los empleados del autoservicio Diego Éxito de Aguachica Cesar, específicamente el 96%, afirman que la empresa cuenta con mecanismos para evitar discriminación, violación de derechos, trabajo infantil, entre otros aspectos críticos de la ética laboral y la responsabilidad social. Este alto porcentaje refleja un compromiso significativo de la empresa con la creación y mantenimiento de un entorno laboral justo y ético, respetando los derechos fundamentales de todos sus empleados y adhiriéndose a las normas legales y éticas relevantes.

Sin embargo, un pequeño porcentaje, el 4%, indica que desconocen si existen dichos mecanismos. Esto puede sugerir una oportunidad para mejorar en la comunicación y formación

sobre las políticas y procedimientos existentes que protegen contra la discriminación y otras violaciones de derechos en el lugar de trabajo. Asegurarse de que todos los empleados estén informados sobre estos mecanismos es crucial para garantizar que se utilicen efectivamente y que todos en la empresa se sientan seguros y respaldados.

Para la empresa, es importante no solo tener estos mecanismos en lugar, sino también asegurar que son conocidos y accesibles para todos los empleados. Esto podría lograrse a través de sesiones de formación regulares, comunicaciones claras y constantes sobre los recursos disponibles, y una política de puertas abiertas que aliente a los empleados a expresar sus preocupaciones o reportar cualquier incidente sin temor a represalias.

Implementar y reforzar estos mecanismos no solo es una buena práctica desde el punto de vista ético y legal, sino que también contribuye a la construcción de una cultura corporativa positiva, aumenta la satisfacción y retención de los empleados, y mejora la reputación de la empresa en la comunidad y el mercado en general. Además, estos esfuerzos pueden ayudar a prevenir problemas legales y de relaciones públicas que podrían surgir de la falta de tales mecanismos o del desconocimiento de estos por parte de los empleados.

Tabla 16. ¿La empresa realiza actividades o campañas que buscan el mejoramiento medioambiental del área de influencia?

Descripción	F	%
SI	43	100%
NO	0	0%
Desconozco	0	0%
TOTAL	43	100

Fuente: Autores

Figura 15. ¿La empresa realiza actividades o campañas que buscan el mejoramiento medioambiental del área de influencia?



Fuente: Autores

El hecho de que el 100% de los empleados del autoservicio Diego Éxito de Aguachica Cesar afirmen que la empresa realiza actividades o campañas para el mejoramiento medioambiental en su área de influencia destaca un compromiso notable y uniformemente reconocido con la sostenibilidad ambiental. Este nivel de participación en iniciativas medioambientales no solo beneficia el entorno local, sino que también refuerza la responsabilidad social de la empresa y mejora su imagen pública.

La unanimidad en la respuesta de los empleados sobre la realización de estas actividades indica una comunicación efectiva y una política clara en relación con los esfuerzos medioambientales de la empresa. Esta coherencia es crucial para fomentar una cultura corporativa que valore y promueva la sostenibilidad ambiental.

Para la empresa, es esencial mantener este impulso y buscar continuamente formas de mejorar y expandir sus actividades medioambientales. Esto podría incluir innovaciones en sostenibilidad, asociaciones con organizaciones ambientales, y campañas educativas que involucren a empleados y a la comunidad. Al hacerlo, la empresa no solo contribuye al bienestar del entorno, sino que también se posiciona como un líder en prácticas empresariales responsables y sostenibles.

Continuar invirtiendo en estas actividades no solo es vital para la protección del medio ambiente, sino que también puede tener un impacto positivo en la moral de los empleados y en la percepción de la empresa por parte de clientes y otros stakeholders. Esto, a su vez, puede traducirse en beneficios tangibles para el negocio, como una mayor lealtad del cliente y un atractivo incrementado para posibles nuevos talentos que valoran la responsabilidad corporativa.

4.1.2 Conclusión de primer objetivo específico

La conclusión del primer objetivo específico, que consistía en evaluar la percepción de los empleados sobre las prácticas de responsabilidad social empresarial (RSE) del autoservicio Diego Éxito de Aguachica Cesar, revela un alto nivel de aprobación y satisfacción entre los empleados. Los datos obtenidos a través de las encuestas indican que la mayoría de los empleados perciben que la empresa cumple frecuentemente con sus compromisos de responsabilidad social hacia la comunidad y en el tratamiento ético de sus prácticas comerciales.

Específicamente, el 89% de los empleados siente que la empresa informa frecuentemente sobre sus iniciativas de RSE y que estas actividades influyen positivamente en su motivación y satisfacción laboral. Además, un 96% de los empleados considera que la empresa siempre trata a todos los empleados con justicia y respeto, independientemente de su posición o departamento. Esta percepción se refuerza con el hecho de que el 100% de los empleados afirma que la empresa cuenta con un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, y que realiza actividades que promueven la sostenibilidad ambiental en su área de influencia.

El alto grado de reconocimiento de las prácticas éticas y de RSE indica que la empresa ha establecido una cultura corporativa sólida que no solo respeta los derechos y bienestar de sus empleados, sino que también se extiende hacia un compromiso activo con la comunidad y el medio ambiente. Sin embargo, mientras que la mayoría de los empleados reportan una percepción positiva, un pequeño porcentaje indica que la frecuencia y visibilidad de estas prácticas podrían mejorar. Esto sugiere una oportunidad para que la empresa refuerce su comunicación y participación en RSE, asegurando que todos los empleados se sientan igualmente informados y comprometidos.

4.2 Determinar la percepción que tiene el cliente externo del autoservicio Diego Éxito sobre prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.

El segundo objetivo específico del proyecto de investigación sobre el autoservicio Diego Éxito de Aguachica, Cesar, se centra en identificar la percepción que tiene el cliente externo sobre práctica de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el desarrollo socioeconómico de la comunidad local. Este análisis busca entender cómo las iniciativas implementadas por la empresa no solo contribuyen al bienestar interno de sus empleados, sino que también extienden sus beneficios hacia el entorno comunitario más amplio, fomentando un desarrollo sostenible y mejorando la calidad de vida de los residentes de Aguachica. Este enfoque proporciona una visión integral del alcance real de las políticas de RSE de la empresa, evaluando su efectividad en crear un impacto positivo en su área de influencia.

4.2.1 Impacto en el desarrollo socioeconómico a la comunidad local

En el marco de la creciente importancia de la responsabilidad social empresarial (RSE), el Autoservicio Diego Éxito en Aguachica, Cesar, se comprometió a implementar prácticas que impulsaran tanto el crecimiento económico como el desarrollo social de su comunidad local. Con el objetivo de evaluar el impacto real de estas iniciativas, se diseñó y aplicó una encuesta a una muestra representativa de 150 clientes del autoservicio. Esta encuesta, ya completada, buscó captar percepciones directas, experiencias personales y sugerencias específicas de los clientes, proporcionando así una base sólida para analizar cómo las actividades del autoservicio están influyendo en la esfera socioeconómica y el bienestar general de la población local.

Este análisis inicial, realizado a partir de las respuestas obtenidas, forma parte de un esfuerzo más amplio para entender de manera comprensiva el papel de Autoservicio Diego Éxito como un actor clave en el desarrollo de Aguachica. Al centrarse en los testimonios de los clientes, quienes son directamente afectados por las políticas y prácticas de la empresa, el estudio buscó descubrir no solo el alcance y la eficacia de las iniciativas actuales, sino también identificar áreas de oportunidad donde la empresa podría ampliar o mejorar su impacto. Este proceso fue esencial para asegurar que la contribución de la empresa a la comunidad fuera tanto significativa como sustentable, alineada con las necesidades y expectativas de sus stakeholders. Este análisis sentó las

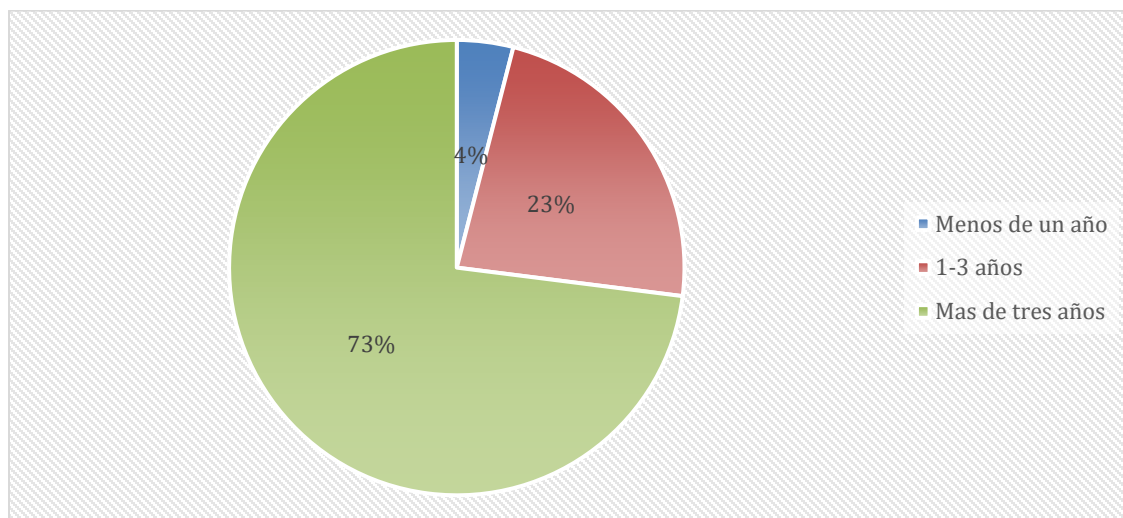
bases para futuras estrategias y refinamientos en las políticas de RSE del Autoservicio Diego Éxito, fortaleciendo su compromiso con la prosperidad y el desarrollo de Aguachica.

Tabla 17. ¿Cuánto tiempo lleva usted siendo cliente de Autoservicio Diego Éxito?

Descripción	F	%
Menos de un año	5	4%
1-3 años	35	23%
Mas de tres años	110	73%
TOTAL	150	100

Fuente: Autores

Figura 16. ¿Cuánto tiempo lleva usted siendo cliente de Autoservicio Diego Éxito?



Fuente: Autores

El estudio de las encuestas realizadas a los clientes de Autoservicio Diego Éxito revela patrones importantes en relación con la duración de la relación de los clientes con el establecimiento, lo cual ofrece pistas valiosas sobre el impacto a largo plazo de la empresa en la comunidad local de Aguachica, Cesar.

De los 150 encuestados, un destacado 73% (110 personas) mencionaron que han sido fieles clientes del autoservicio por más de tres años. Este grupo representa la mayoría de la clientela y sugiere una relación estable y perdurable con el establecimiento. Esta información es crucial, ya

que denota una sólida lealtad por parte del cliente y sugiere que las prácticas comerciales y responsabilidad social empresarial del autoservicio han logrado mantener a sus clientes a lo largo del tiempo. La fidelidad demostrada por estos clientes podría estar influenciada por la percepción positiva de que la empresa contribuye al bienestar económico y social de la comunidad, ofreciendo no solo productos y servicios esenciales, sino también participando activamente en iniciativas comunitarias y sociales.

Por otro lado, el 23% de los encuestados (35 personas) han sido clientes durante un periodo comprendido entre uno y tres años. Este grupo representa a los clientes relativamente nuevos que, si bien no mantienen una relación tan prolongada como el primer grupo mencionado, han optado por seguir comprando en el autoservicio. La forma en que las personas ven la empresa y cómo esta contribuye a la comunidad puede influir en su decisión de convertirse en clientes fieles a largo plazo, especialmente aquellos que han interactuado recientemente con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

En cuanto al autoservicio de Diego Éxito, solo un pequeño porcentaje, el 4% (5 personas), ha estado utilizando este servicio por menos de un año. Este grupo, el más reducido, representa las adquisiciones más recientes de clientes y es crucial para comprender cómo las iniciativas actuales de la empresa están impactando directamente en atraer nuevos clientes.

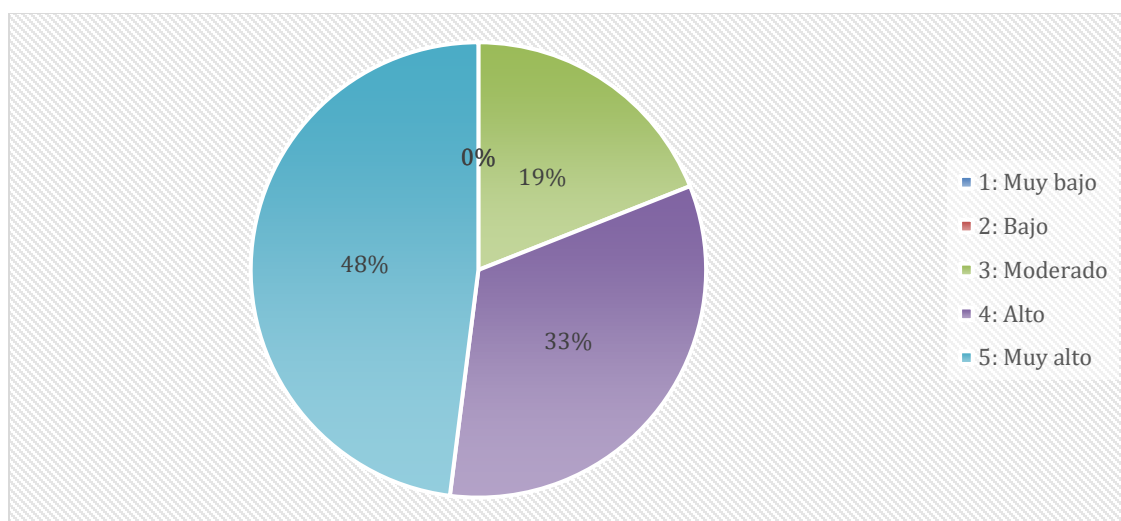
El análisis demográfico detallado de los clientes del Autoservicio Diego Éxito ofrece una perspectiva profunda sobre cómo la empresa se ha integrado y expandido en la comunidad. La cantidad significativa de clientes antiguos sugiere que las estrategias de RSE y la calidad tanto del servicio como de los productos ofrecidos han tenido un efecto positivo duradero en la comunidad. Esto no solo ha contribuido al desarrollo económico a través del empleo generado y los productos accesibles, sino también al fortalecimiento del entramado social al fomentar lealtad y confianza hacia la empresa. Estos análisis no solo resaltan áreas exitosas, sino también posibles oportunidades para ampliar el impacto socioeconómico en Aguachica.

Tabla 18. En una escala del 1 al 5, ¿cómo calificaría el impacto general de Autoservicio Diego Éxito en la comunidad local?

Descripción	F	%
1: Muy bajo	0	0%
2: Bajo	0	0%
3: Moderado	29	19%
4: Alto	49	33%
5: Muy alto	72	48%
TOTAL	150	100

Fuente: Autores

Figura 17. En una escala del 1 al 5, ¿cómo calificaría el impacto general de Autoservicio Diego Éxito en la comunidad local?



Fuente: Autores

La encuesta realizada a los clientes de Autoservicio Diego Éxito para evaluar la percepción del impacto de la empresa en la comunidad local de Aguachica, Cesar, muestra resultados altamente positivos. Según los datos recopilados, la mayoría de los encuestados, un 48% (72 personas), calificaron el impacto de la empresa como "Muy alto". Además, un 33% (49 personas) lo valoró como "Alto". Esto indica que una abrumadora mayoría, el 81% de los clientes, percibe que las actividades y la presencia del autoservicio tienen un impacto significativamente positivo en la comunidad.

Por otro lado, un 19% (29 personas) consideró que el impacto es "Moderado". Es importante notar que no hubo encuestados que calificaran el impacto como "Bajo" o "Muy bajo", lo que sugiere una ausencia de percepciones negativas significativas respecto al rol de la empresa en la comunidad.

Este análisis revela varias implicaciones clave para el desarrollo socioeconómico de Aguachica:

Confianza y Satisfacción Comunitaria: La alta puntuación en la percepción del impacto refleja un nivel de confianza y satisfacción en la comunidad hacia el Autoservicio Diego Éxito. Esto puede ser indicativo de prácticas comerciales sólidas y efectivas, así como de un compromiso genuino con la responsabilidad social que resuena bien con los clientes y la comunidad en general.

Contribución Económica y Social: El impacto positivo percibido podría estar relacionado con varias áreas, incluyendo la creación de empleo local, la oferta de productos asequibles y de calidad, y la participación activa en iniciativas comunitarias y medioambientales que benefician directamente al entorno local.

Oportunidades de Mejora y Desarrollo: Aunque la mayoría ve un impacto positivo, el 19% que percibe un impacto moderado ofrece una oportunidad para que el autoservicio evalúe y expanda sus esfuerzos en RSE. Explorar las razones detrás de esta percepción puede ayudar a la empresa a identificar áreas específicas para mejorar su contribución al bienestar socioeconómico de Aguachica.

Estrategias de Participación: Para aquellos que ya perciben un alto impacto, la empresa podría considerar estrategias para involucrar aún más a estos clientes como embajadores comunitarios en futuras iniciativas de RSE. Para aquellos que ven un impacto moderado, es crucial entender sus expectativas y experiencias para ajustar y mejorar las estrategias de impacto comunitario.

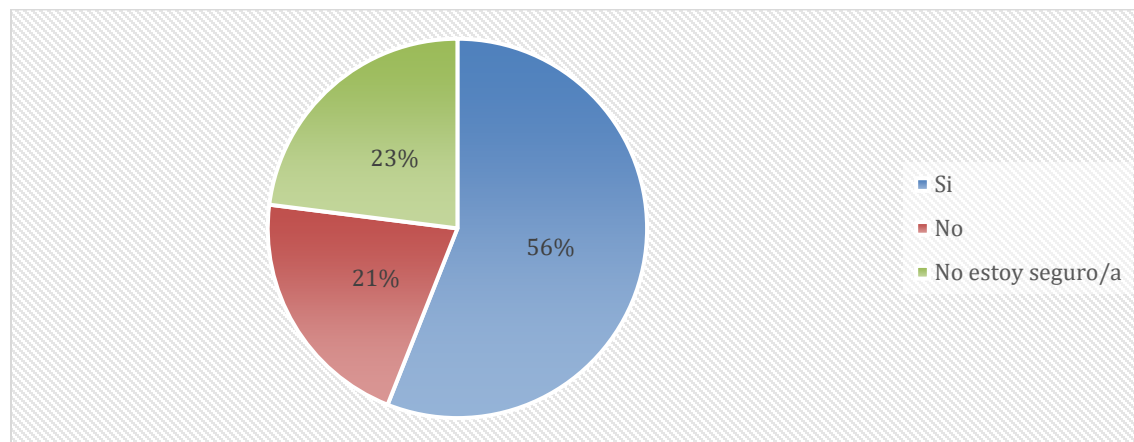
Este análisis proporciona una base sólida para que Autoservicio Diego Éxito no solo continúe con sus prácticas actuales que están siendo bien recibidas, sino también para que busque formas innovadoras de fortalecer y ampliar su impacto en la comunidad de Aguachica, asegurando que su influencia sea inclusiva y extensivamente beneficiosa.

Tabla 19. Desde que comenzó a comprar en Autoservicio Diego Éxito, ¿ha notado alguna mejora en la disponibilidad de productos locales y a precios accesibles?

Descripción	F	%
Si	84	56%
No	31	21%
No estoy seguro/a	35	23%
TOTAL	150	100

Fuente: Autores

Figura 18. Desde que comenzó a comprar en Autoservicio Diego Éxito, ¿ha notado alguna mejora en la disponibilidad de productos locales y a precios accesibles?



Fuente: Autores

La evaluación del efecto de Autoservicio Diego Éxito en la disponibilidad de productos locales y a precios accesibles en la comunidad de Aguachica, Cesar, muestra una opinión variada entre los clientes encuestados. Según los datos recopilados, la mayoría del 56% (84 personas) afirmó haber observado una mejora en la disponibilidad de productos locales y a precios accesibles desde que comenzaron a comprar en el autoservicio. Este hallazgo refleja una percepción positiva

importante y sugiere que la empresa ha tenido un impacto favorable al hacer que los productos sean más accesibles y respaldar la producción local, lo cual es crucial para sus iniciativas de responsabilidad social empresarial.

Por otro lado, un 21% (31 personas) señaló no haber percibido mejoras en este aspecto, mientras que un 23% (35 personas) no estaba seguro si había habido cambios en la disponibilidad de productos locales a precios accesibles. Estos datos indican que, aunque hay un impacto positivo notable, todavía hay una parte significativa de clientes que no ven una mejora clara o tienen dudas sobre la efectividad de las políticas de la empresa en esta área.

Implicaciones para el desarrollo socioeconómico:

Fortalecimiento de la Economía Local: El 56% que ha notado mejoras posiblemente refleja el éxito de Autoservicio Diego Éxito al incorporar productos locales en sus estantes, lo cual beneficia a los consumidores con precios accesibles y apoya a los productores locales, impulsando así el crecimiento económico de la región.

Falta de Comunicación Efectiva: El 23% que no está seguro acerca de las mejoras podría señalar una falta de comunicación efectiva sobre los esfuerzos del autoservicio para aumentar la disponibilidad de productos locales y asequibles. Esto resalta la importancia de mejorar las estrategias comunicativas para garantizar que los clientes estén informados sobre cómo la empresa está respaldando la economía local y reduciendo los precios.

Revisión de Estrategias en Surtido de Productos: Para el 21% que no ha percibido mejoras, la empresa podría necesitar revisar y posiblemente ajustar sus estrategias en cuanto al surtido de productos y fijación de precios para asegurar que los beneficios sean tangibles y notorios para un mayor porcentaje de su clientela.

Acciones Recomendadas:

Encuestas Detalladas: Realizar encuestas más exhaustivas para comprender mejor las expectativas y experiencias de compra de los clientes, especialmente aquellos que no han observado mejoras.

Campañas Informativas: Lanzar campañas que destaquen los productos locales disponibles en Autoservicio Diego Éxito y cómo estos benefician tanto a consumidores como a productores locales.

Feedback Continuo: Crear un sistema de retroalimentación regular que permita a los clientes expresar sus opiniones sobre la variedad y precios de los productos, y ajustar las estrategias empresariales en función de esta información.

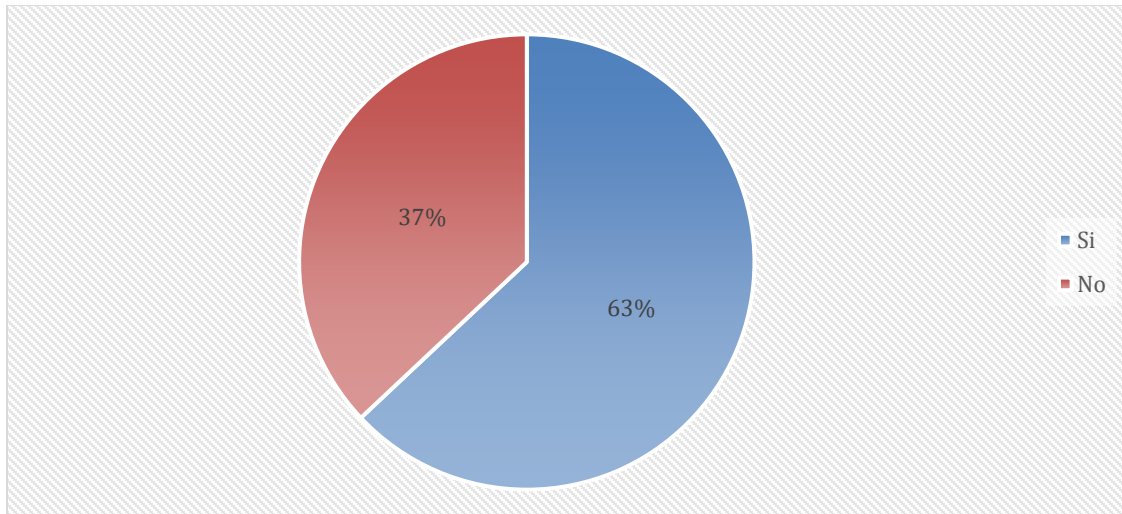
Este análisis sirve como base para que Autoservicio Diego Éxito no solo celebre los logros de sus esfuerzos hasta ahora, sino también busque mejorar y ampliar su impacto en la accesibilidad de productos locales y el respaldo al desarrollo socioeconómico de Aguachica.

Tabla 20. ¿Ha participado en alguna actividad de RSE organizada por Autoservicio Diego Éxito (por ejemplo, eventos comunitarios, programas de educación, iniciativas ambientales)?

Descripción	F	%
Si	95	63%
No	55	37%
TOTAL	150	100

Fuente: Autores

Figura 19. ¿Ha participado en alguna actividad de RSE organizada por Autoservicio Diego Éxito (por ejemplo, eventos comunitarios, programas de educación, iniciativas ambientales)?



Fuente: Autores

La investigación sobre la participación de los clientes en actividades de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) organizadas por Autoservicio Diego Éxito revela que una mayoría considerable, el 63% (95 personas), ha tomado parte en alguna de estas iniciativas. Estas acciones podrían abarcar eventos comunitarios, programas educativos o proyectos medioambientales. Este nivel de implicación muestra un compromiso activo por parte de la empresa en promover la participación de los clientes en sus esfuerzos de RSE, lo que no solo realza la visibilidad de estas acciones sino que también fortalece el vínculo entre la empresa y la comunidad local.

En contraste, un 37% (55 personas) mencionó no haber participado en ninguna actividad de RSE organizada por el autoservicio. Esta cifra podría estar influenciada por diversos factores, como la posibilidad de que algunos clientes desconozcan dichas actividades o que las iniciativas no resulten suficientemente accesibles o atractivas para todos los segmentos del público.

Implicaciones para el desarrollo socioeconómico:

Fortalecimiento Comunitario: La elevada participación en las actividades de RSE sugiere que Autoservicio Diego Éxito ha logrado involucrar eficazmente a una parte significativa de sus clientes en esfuerzos beneficiosos para la comunidad, lo cual podría tener un impacto positivo en la cohesión social y el progreso local.

Oportunidades para Mejorar la Inclusión: Para aquellos que no han participado, la compañía podría investigar las razones detrás de esta falta de participación. Esto podría incluir problemas de comunicación, falta de interés en las actividades ofrecidas o barreras logísticas que impiden la participación.

Acciones Sugeridas:

- Mejorar la Comunicación: Incrementar los esfuerzos para comunicar las oportunidades de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), asegurando que todos los clientes estén informados sobre las actividades planificadas y cómo pueden participar.

- Evaluación de Barreras: Realizar encuestas de seguimiento o grupos focales para identificar cualquier barrera que impida la participación de los clientes en estas actividades. Esto podría incluir el horario de eventos, ubicación o relevancia de las actividades para diferentes segmentos de clientes.

- Diversificación de Actividades: Considerar la introducción de una variedad más amplia de actividades RSE que puedan atraer a un rango más amplio de clientes, garantizando que sean inclusivas y accesibles para todos.

Este análisis destaca la importancia de las actividades RSE no solo como una forma de contribuir al bienestar comunitario, sino también como un medio para fortalecer la relación entre Autoservicio Diego Éxito y sus clientes. Al identificar y abordar las razones por las cuales un segmento significativo de clientes no participa en estas actividades, la empresa puede mejorar aún más su impacto en la comunidad y reforzar su compromiso con el desarrollo socioeconómico en Aguachica.

A partir de la encuesta realizada a los clientes de Autoservicio Diego Éxito sobre cómo la empresa podría mejorar su impacto en la comunidad local de Aguachica, Cesar, se recopilaron diversas sugerencias que reflejan las expectativas y necesidades de los encuestados. Estas

respuestas ofrecen una visión valiosa de las áreas prioritarias donde los clientes sienten que la empresa podría intensificar su compromiso y eficacia.

Los encuestados destacaron la necesidad de mejorar la comunicación sobre las actividades de RSE. Muchos expresaron que, aunque están conscientes de algunas iniciativas, a menudo no tienen información completa sobre las actividades en curso o cómo pueden participar. La recomendación fue aumentar la visibilidad de estas iniciativas a través de campañas más agresivas en redes sociales, publicidad local y eventos comunitarios.

Otro punto clave identificado fue la expansión de programas educativos y de capacitación profesional. Los clientes sugirieron que la empresa podría jugar un rol más activo en el desarrollo de habilidades de la comunidad, especialmente enfocándose en los jóvenes. Proponen la creación de talleres y cursos que no solo fomenten habilidades laborales, sino que también impulsen el emprendimiento y la innovación.

La promoción y el apoyo a la producción local y a las pequeñas empresas también fueron temas frecuentemente mencionados. Los encuestados desean que el autoservicio ofrezca más productos de productores locales, proporcionando no solo un mercado para sus productos, sino también asistencia en forma de capacitaciones en gestión empresarial y acceso a financiamiento, lo que reforzaría la economía local.

En términos de sostenibilidad ambiental, se recibieron sugerencias para intensificar las iniciativas ambientales. Los clientes expresaron un interés en participar en programas de reciclaje más robustos y en iniciativas de reforestación, y esperan que la empresa lidere estas actividades, ayudando a fomentar una conciencia ambiental más fuerte en la comunidad.

Por último, se hizo hincapié en la necesidad de mejorar la infraestructura comunitaria. Los encuestados indicaron que Autoservicio Diego Éxito podría contribuir a proyectos que mejoren las instalaciones públicas como parques, áreas recreativas y centros comunitarios, mejorando así la calidad de vida en Aguachica.

4.2.2 Conclusión de segundo objetivo específico

La culminación del segundo objetivo del proyecto, enfocado en analizar el impacto de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de Autoservicio Diego Éxito en el progreso socioeconómico de la comunidad local de Aguachica, Cesar, muestra un compromiso notable y efectivo por parte de la empresa hacia su entorno comunitario. A través de la evaluación realizada, que se basó en encuestas a clientes y en el análisis de diversas actividades relacionadas con RSE, se ha observado que la mayoría de los clientes perciben positivamente el impacto generado por la empresa, resaltando la mejora en la disponibilidad de productos locales a precios accesibles y una alta participación en eventos promovidos por la empresa que impulsan el bienestar comunitario.

Un aspecto fundamental dentro de las iniciativas relacionadas con RSE llevadas a cabo por Autoservicio Diego Éxito es su atención especial hacia la inclusión laboral local. La compañía no solo se ha esforzado por ofrecer productos que beneficien económica y socialmente a la comunidad, sino que también ha realizado una contribución significativa mediante la contratación de personas residentes del municipio. Esta labor para emplear a habitantes locales no solo fomenta un ciclo económico positivo dentro de la comunidad, sino que también refuerza el compromiso social de la empresa al mejorar la calidad de vida tanto individual como familiar, además de promover un desarrollo socioeconómico sostenible. Además, la participación del 63% de los clientes en actividades de responsabilidad social empresarial muestra una conexión sólida entre la empresa y la comunidad, señalando que estas iniciativas son bien recibidas y efectivas para involucrar a los ciudadanos en esfuerzos que benefician el entorno común. No obstante, aún hay margen para ampliar la percepción del impacto positivo entre aquellos que consideran este impacto como moderado o están indecisos sobre su efectividad.

En síntesis, Autoservicio Diego Éxito ha evidenciado un compromiso claro con la responsabilidad social empresarial a través de diversas estrategias que benefician tanto a la empresa como a la comunidad de Aguachica. Para continuar avanzando, sería provechoso que la empresa mantenga estas prácticas exitosas y al mismo tiempo explore nuevas áreas para mejorar y expandirse. De esta manera no solo fortalecerá su relación con la comunidad local, sino que

también garantizará el mantenimiento de su reputación como una empresa ética y socialmente responsable.

4.3 Elaborar estrategias que garanticen el mejoramiento de las prácticas de RSE en el autoservicio Diego Éxito.

El tercer y último objetivo específico del proyecto, se basó en la elaboración de estrategias en pro del mejoramiento de las prácticas de RSE de la organización. Para ello, como primera medida se analizó los aspectos internos de Autoservicio Diego Éxito realizando un análisis de los factores internos (MEFI) para así, formular las estrategias teniendo en cuenta, además, los análisis previos frente a los clientes internos y externos, y demás partes interesadas.

4.3.1 Análisis de los aspectos internos de la empresa

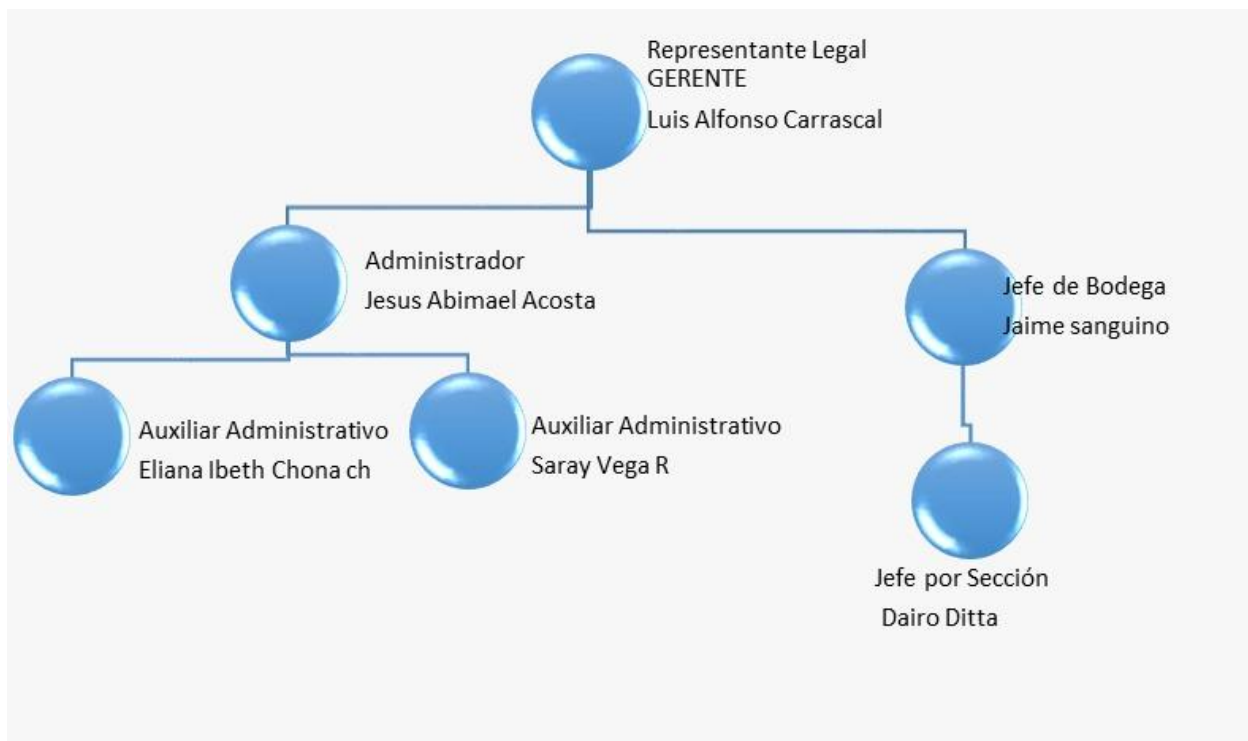
La misión y visión del Autoservicio Diego Éxito reflejan claramente su enfoque en liderazgo regional, atención al cliente y un compromiso con el mejoramiento socioeconómico de la comunidad de Aguachica, Cesar. La misión del autoservicio, centrada en ser un líder en atención y servicio al cliente al ofrecer una variedad de productos para la canasta familiar a precios accesibles, subraya su enfoque en la accesibilidad y la importancia del empleo en la región. Este enfoque no solo busca satisfacer las necesidades básicas de sus clientes, sino que también implica un papel activo en la estimulación económica local a través de la creación de empleos, apoyando así el desarrollo socioeconómico de su área de influencia.

Por otro lado, la visión de proyectarse como la principal cadena de autoservicio más completa en el entorno regional, fortaleciendo y mejorando continuamente su talento humano, destaca su compromiso con el crecimiento sostenido y el desarrollo del capital humano. La mención de una mejora continua y una actitud de liderazgo refleja una estrategia de negocio progresiva que aspira no solo a liderar en términos de cobertura de mercado, sino también en prácticas empresariales éticas y responsables.

Este análisis interno revela que el Autoservicio Diego Éxito se esfuerza por alinear sus operaciones comerciales con principios éticos y de responsabilidad social, lo cual es coherente con

sus esfuerzos en RSE mencionados anteriormente. El enfoque en la mejora continua y en satisfacer las necesidades de los clientes al tiempo que se contribuye al bienestar de la comunidad local sugiere una integración efectiva de sus valores en la estrategia de negocio, lo cual puede ser fundamental para su éxito sostenido y la percepción positiva entre sus stakeholders.

Figura 20. Organigrama de Autoservicio Diego Éxito



Fuente: Administración Autoservicio Diego Éxito, 2024

En cuanto a la estructura organizacional del Autoservicio Diego Éxito de Aguachica Cesar, tal como se refleja en el organigrama proporcionado, muestra una jerarquía clara y bien definida, que apunta a una organización funcional con líneas claras de autoridad y responsabilidad.

En el nivel más alto se encuentra el Representante Legal y Gerente, Luis Alfonso Carrascal, quien ostenta la máxima autoridad ejecutiva y es responsable de la toma de decisiones estratégicas y la supervisión general de la empresa. La posición de Carrascal como punto central en el organigrama refleja la importancia de su rol en la dirección y gestión de la empresa.

Justo debajo del gerente, se encuentra el Administrador, Jesús Abimael Acosta, cuya función parece ser la de gestionar las operaciones diarias y asegurar la implementación de las

políticas y estrategias definidas por la gerencia. Este nivel incluye también a los Auxiliares Administrativos, Eliana Ibeth Chona y Saray Vega R, quienes probablemente se encarguen de tareas administrativas más específicas y de apoyo, facilitando así el funcionamiento eficiente de las operaciones administrativas.

En una rama separada, pero aún bajo la supervisión directa del gerente, se encuentra el jefe de Bodega, Jaime Sanguino, seguido por el jefe por Sección, Dairo Dita. Estas posiciones indican la importancia de la gestión de inventario y logística dentro de la empresa, así como la supervisión de áreas específicas de operación, respectivamente.

Este organigrama sugiere que el Autoservicio Diego Éxito tiene una estructura tradicional con un enfoque en roles claros y una división funcional del trabajo. Esta configuración puede facilitar la especialización de tareas y una mayor eficiencia en las operaciones, aunque también podría presentar desafíos en términos de flexibilidad y rapidez de adaptación a cambios o innovaciones debido a la naturaleza jerárquica y segmentada de la estructura.

Para seguir fomentando el desarrollo y la adaptabilidad en un mercado competitivo, podría ser beneficioso para la empresa considerar la integración de estructuras más horizontales o matrices en áreas donde la innovación y la respuesta rápida a las demandas del mercado sean cruciales. Esto no solo podría mejorar la colaboración y la comunicación entre diferentes áreas de la empresa, sino también potenciar la innovación y la capacidad de adaptación a nuevas oportunidades y desafíos en el entorno empresarial.

A continuación, se presenta una tabla que resume las fortalezas y debilidades internas del Autoservicio Diego Éxito de Aguachica Cesar, específicamente en relación con sus prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE):

Tabla 21. Análisis de los factores internos

Aspecto	Fortalezas	Debilidades
Compromiso de liderazgo	El liderazgo muestra un fuerte compromiso con la RSE, como lo reflejan la misión y visión de la empresa.	Puede haber una concentración de decisiones de RSE en la alta gerencia, limitando la participación a nivel operativo.
Comunicación	Alta frecuencia de comunicación sobre iniciativas de RSE a los empleados.	Falta de comunicación constante que asegure que todos los empleados están informados siempre, no solo "frecuentemente".
Participación de empleados	Alto nivel de oportunidades para la participación de empleados en actividades de RSE.	Algunos empleados todavía sienten que la participación en RSE es ocasional, no sistemática.
Impacto en la comunidad	Fuerte percepción de impacto positivo en la comunidad por las actividades de RSE.	Puede mejorar en áreas de impacto constante y visible, según perciben algunos empleados.
Cultura organizacional	Cultura que valora la justicia y el respeto, crucial para la sostenibilidad de las iniciativas de RSE.	Pequeñas variaciones en la percepción del trato justo pueden indicar áreas de mejora en la consistencia.
Gestión de seguridad y salud	Existencia de un sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional bien establecido.	—
Sostenibilidad ambiental	Fuerte apoyo y ejecución de proyectos para el mejoramiento medioambiental.	—
Prácticas éticas	Altas calificaciones en la conducta ética en las prácticas comerciales y de RSE.	La falta de respuestas en la categoría "Siempre" sugiere la necesidad de una constancia absoluta en la ética.
Gestión de recursos humanos	Claridad en la estructura organizacional y roles definidos que apoyan la implementación de RSE.	Estructura jerárquica podría limitar la flexibilidad y adaptabilidad en la implementación de nuevas prácticas de RSE.

Fuente: Autores

Esta tabla destaca cómo el Autoservicio Diego Éxito incorpora la RSE en su funcionamiento y cultura, mostrando un compromiso significativo con estas prácticas. Sin embargo, también resalta áreas donde podría mejorar para asegurar una participación más inclusiva y sistemática en RSE, así como para maximizar el impacto positivo y la percepción tanto interna como externa.

4.3.2 Estrategias

Para aumentar la contribución del Autoservicio Diego Éxito al desarrollo sostenible de Aguachica, Cesar, se identificaron estrategias de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) centradas en áreas clave como la inclusión económica, el bienestar social, y la sostenibilidad ambiental.

Figura 21. Estrategias de RSE



Fuente: Autores

Las estrategias propuestas se fundamentan en un análisis exhaustivo de las debilidades identificadas en la empresa, con el objetivo de fortalecer la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y mejorar el impacto en la comunidad y en la propia organización. A continuación, se detallan las estrategias y sus justificaciones basadas en las debilidades observadas:

Fomento de la economía local: Se ha observado que el liderazgo muestra un fuerte compromiso con la RSE, pero la toma de decisiones se concentra en la alta gerencia. Al fomentar la economía local, se pueden delegar más responsabilidades a nivel operativo, permitiendo una mayor participación de los empleados en decisiones estratégicas y operativas relacionadas con la RSE. Esto no solo descentraliza las decisiones, sino que también empodera a los empleados y refuerza su compromiso.

Inclusión y diversidad laboral: Aunque existe una alta frecuencia de comunicación sobre las iniciativas de RSE, la falta de una comunicación constante asegura que todos los empleados estén siempre informados. La promoción de la inclusión y diversidad laboral ayuda a crear un ambiente de trabajo más equitativo y receptivo, mejorando la consistencia en la percepción del trato justo y facilitando una comunicación más efectiva y omnipresente.

Educación y participación comunitaria: Hay un alto nivel de oportunidades para la participación de los empleados en actividades de RSE, pero algunos sienten que esta participación es ocasional. La implementación de programas de educación y participación comunitaria puede sistematizar estas oportunidades, asegurando que todos los empleados puedan contribuir de manera regular y significativa, lo cual fortalece su sentido de pertenencia y compromiso con las iniciativas de RSE.

Sostenibilidad ambiental: Aunque hay un fuerte apoyo y ejecución de proyectos medioambientales, siempre es posible mejorar la visibilidad y el impacto constante. Las iniciativas de sostenibilidad ambiental, al ser más visibles y constantes, pueden reforzar la percepción positiva entre los empleados y la comunidad, asegurando que las prácticas de RSE sean percibidas como una parte integral y sostenida de la cultura empresarial.

Transparencia y ética empresarial: La empresa tiene altas calificaciones en prácticas éticas, pero la falta de respuestas en la categoría "Siempre" sugiere la necesidad de una constancia absoluta. Promover la transparencia y la ética empresarial garantiza que todas las acciones y decisiones estén alineadas con los valores de justicia y respeto, creando una cultura de confianza y coherencia.

Colaboraciones y alianzas estratégicas: La estructura jerárquica actual podría limitar la flexibilidad y adaptabilidad en la implementación de nuevas prácticas de RSE. Establecer colaboraciones y alianzas estratégicas permite a la empresa compartir responsabilidades y recursos con otras organizaciones, mejorando la flexibilidad y capacidad de respuesta a las necesidades emergentes de la comunidad y del entorno empresarial.

Estas estrategias no solo abordan directamente las debilidades identificadas, sino que también potencian las fortalezas existentes, creando un marco más robusto y resiliente para la implementación y el desarrollo continuo de la RSE en la empresa.

4.3.3 Fomento de la Economía Local

Una de las estrategias clave de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para Autoservicio Diego Éxito es el fomento de la economía local. Esta estrategia implica varias acciones concretas que no solo benefician a la comunidad de Aguachica, Cesar, sino que también refuerzan la responsabilidad y el compromiso social de la empresa hacia su entorno inmediato.

Promoción de Productos Locales: Al aumentar la proporción de productos fabricados o producidos localmente en sus estanterías, Autoservicio Diego Éxito proporciona un mercado estable para los agricultores, artesanos y emprendedores locales. Esta acción ayuda a impulsar la economía local al fomentar el emprendimiento y mantener el dinero dentro de la comunidad. Además, promueve la sostenibilidad al reducir la huella de carbono asociada con el transporte de larga distancia de productos.

Programas de Capacitación para Proveedores Locales: Ofreciendo programas de capacitación y desarrollo de habilidades, el autoservicio no solo mejora la calidad y la

competitividad de los productos locales, sino que también eleva el estándar general de la oferta disponible. Estas capacitaciones pueden incluir desde técnicas avanzadas de producción hasta mejores prácticas de sostenibilidad y gestión empresarial. Al invertir en el desarrollo de sus proveedores, la empresa no solo asegura un suministro de productos de alta calidad, sino que también contribuye al crecimiento profesional y personal de los individuos dentro de la comunidad.

Ambas acciones de fomento de la economía local no solo mejoran la oferta de productos disponibles para los consumidores de Aguachica, sino que también construyen una red de proveedores locales más fuerte y resiliente. Esto, a su vez, mejora la imagen de Autoservicio Diego Éxito como un actor económico clave que apoya activamente el bienestar y el desarrollo de su comunidad. A largo plazo, estas iniciativas pueden traducirse en una mayor lealtad del cliente y una mejor reputación corporativa, fortaleciendo la posición de mercado del autoservicio en un entorno competitivo.

4.3.4 Inclusión y Diversidad Laboral

La estrategia de inclusión y diversidad laboral adoptada por Autoservicio Diego Éxito es fundamental para su compromiso con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), abordando aspectos clave de equidad y justicia social dentro de su fuerza laboral y la comunidad de Aguachica, Cesar.

Programas de Inclusión Laboral: Autoservicio Diego Éxito se esfuerza por crear un ambiente laboral inclusivo que ofrezca igualdad de oportunidades para todos, independientemente de su género, edad, origen étnico o cualquier otra diferencia. Implementar programas específicos que faciliten el acceso al empleo para grupos tradicionalmente marginados, como jóvenes sin experiencia laboral, mujeres y minorías, no solo ayuda a estas poblaciones a integrarse económicamente, sino que también enriquece el entorno laboral con una diversidad de perspectivas y experiencias. Esto refleja un compromiso con la justicia social y fomenta un clima de respeto y colaboración que puede mejorar la productividad y la innovación dentro de la empresa.

Salud y Seguridad en el Trabajo: Mantener y promover un ambiente de trabajo seguro y saludable es otra dimensión crucial de esta estrategia. Implementar y mejorar continuamente un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST) asegura que todos los empleados, independientemente de su posición o departamento, trabajen en condiciones que protejan su bienestar físico y mental. Esto no solo cumple con las normativas legales, sino que también muestra el cuidado de la empresa por sus empleados, lo que puede traducirse en mayores niveles de satisfacción laboral y retención de personal.

La inclusión y diversidad laboral no solo mejora el ambiente interno de la empresa, sino que también impacta positivamente en la comunidad local. Al ofrecer oportunidades de empleo y desarrollo a grupos diversos, Autoservicio Diego Éxito contribuye directamente al desarrollo socioeconómico de Aguachica, ayudando a reducir la desigualdad y fomentando una mayor cohesión social. Estas acciones refuerzan la reputación del autoservicio como un empleador ético y socialmente responsable, mejorando su atractivo para nuevos talentos y clientes que valoran la equidad y la inclusión.

4.3.5 Educación y Participación Comunitaria

En el marco de la estrategia de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de Autoservicio Diego Éxito, la educación y participación comunitaria se destacan como áreas cruciales donde la empresa puede tener un impacto significativo y duradero. Esta estrategia no solo busca fortalecer los lazos con la comunidad local de Aguachica, Cesar, sino también facilitar el desarrollo y empoderamiento a través de la educación y el compromiso activo. A continuación, se presentan propuestas específicas para implementar y mejorar estas iniciativas:

Becas y Programas Educativos

Propuesta de Becas Locales: Establecer un programa de becas que apoye a estudiantes destacados de bajos recursos económicos para que continúen su educación secundaria y superior. Este programa podría incluir no solo apoyo económico, sino también orientación y mentoría por parte de profesionales asociados con Autoservicio Diego Éxito.

Talleres y Cursos de Capacitación: Organizar talleres y cursos en habilidades prácticas como informática, finanzas personales, emprendimiento, y técnicas agrícolas modernas. Estos cursos estarían abiertos a todos los miembros de la comunidad y podrían impartirse en colaboración con instituciones educativas locales y expertos en la materia.

Eventos y Actividades Comunitarias

Feria de la Salud y Bienestar: Organizar anualmente una feria de salud que ofrezca chequeos médicos básicos, sesiones informativas sobre nutrición y salud mental, y talleres de bienestar físico. Estos eventos podrían contar con la colaboración de profesionales de la salud locales y regionales.

Programas de Voluntariado Corporativo: Crear un programa de voluntariado donde los empleados de Diego Éxito puedan participar en proyectos comunitarios, como la renovación de parques locales, la limpieza de áreas comunes o la organización de eventos culturales. Esto no solo mejora la comunidad, sino que también fomenta un sentido de equipo y pertenencia entre los empleados.

Implementación y Seguimiento

Alianzas Estratégicas: Establecer alianzas con escuelas, universidades, ONGs y autoridades locales para ampliar el alcance y la efectividad de los programas educativos y de participación comunitaria.

Mecanismos de Evaluación: Desarrollar indicadores claros de éxito y realizar seguimientos regulares para evaluar el impacto de estas iniciativas en la comunidad. Esto puede incluir encuestas de satisfacción, estudios de impacto y sesiones de retroalimentación con los participantes.

Estas propuestas no solo potenciarán la contribución de Autoservicio Diego Éxito al desarrollo sostenible de Aguachica, sino que también reforzarán su compromiso con el bienestar de su comunidad, mejorando su imagen y fortaleciendo sus relaciones con clientes y otros

stakeholders clave. Al invertir en educación y participación comunitaria, la empresa no solo aborda necesidades inmediatas, sino que también invierte en el futuro de la comunidad, construyendo una base sólida para el crecimiento y desarrollo continuos.

4.3.6 Sostenibilidad Ambiental

La sostenibilidad ambiental es un pilar esencial dentro de las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de Autoservicio Diego Éxito. A medida que la conciencia ambiental crece globalmente, es crucial que la empresa intensifique sus esfuerzos para minimizar su huella ecológica y fomente prácticas sostenibles dentro de la comunidad de Aguachica, Cesar. Aquí se detallan dos iniciativas fundamentales que podrían implementarse:

Iniciativas de Reducción de Residuos y Reciclaje: Implementar programas de reciclaje en la tienda y campañas de sensibilización sobre la reducción del consumo de plásticos y otros materiales no biodegradables.

Energías Renovables y Eficiencia Energética: Invertir en tecnologías de energía renovable para las operaciones del autoservicio y mejorar la eficiencia energética de las instalaciones mediante la modernización de equipos y sistemas.

4.3.7 Transparencia y Ética Empresarial

La estrategia de transparencia y ética empresarial de Autoservicio Diego Éxito se enfoca en construir la confianza y el respeto en la comunidad de Aguachica, Cesar, así como entre sus empleados, garantizando que todas las operaciones se realicen con los más altos estándares éticos. Esta estrategia es vital para preservar la integridad corporativa y promover un entorno laboral positivo y equitativo.

Políticas Transparentes: El desarrollo y la divulgación de políticas claras sobre ética empresarial, adquisiciones responsables y prevención de la corrupción son pasos esenciales para orientar las acciones de la empresa y su personal. Estas políticas deben ser comunicadas eficazmente a todos los niveles organizativos y estar disponibles para el público en general. La

transparencia en estos ámbitos garantiza que todas las partes interesadas comprendan los compromisos de la empresa y sus prácticas operativas, fomentando una cultura de apertura y responsabilidad.

Mecanismos de Informe e Retroalimentación: Establecer canales abiertos y accesibles para que los empleados y miembros de la comunidad puedan informar cualquier inquietud ética o brindar sugerencias para mejorar es crucial para el bienestar organizacional. Estos mecanismos pueden incluir una línea directa anónima, un sistema de tickets en línea o buzones físicos en lugares estratégicos, permitiendo que las preocupaciones se aborden con confidencialidad y profesionalismo.

La introducción de estos canales fomenta un ambiente de comunicación abierta y constante, donde tanto los empleados como la comunidad se sienten seguros y respaldados al expresar sus puntos de vista y preocupaciones. Las acciones propuestas dentro de esta estrategia no solo mejoran la percepción pública de Autoservicio Diego Éxito, sino que también fortalecen las conexiones internas y externas al promover un enfoque ético y transparente en todas las áreas de la gestión empresarial. De esta manera, la empresa se posiciona como un ejemplo de integridad y responsabilidad, elementos clave para el éxito a largo plazo y para el crecimiento sostenible de la comunidad local.

4.3.8 Colaboraciones y Alianzas Estratégicas

La estrategia de colaboraciones y alianzas estratégicas de Autoservicio Diego Éxito se concentra en ampliar y fortalecer el impacto de sus iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) mediante la unión con otras organizaciones y entidades que comparten metas similares. Esta aproximación no solo incrementa los recursos disponibles para la ejecución de proyectos significativos, sino que también aporta una diversidad de experiencias y conocimientos que pueden enriquecer dichas iniciativas.

Alianzas con Organizaciones No Gubernamentales y Sector Público: Establecer colaboraciones con ONG y entidades gubernamentales es clave para expandir el alcance de las actividades de RSE. Las ONG, en particular, pueden contribuir con expertise especializado y

experiencia en áreas específicas como educación, salud y sostenibilidad, mientras que las alianzas con el sector público pueden facilitar el acceso a financiamiento adicional, permisos y otros recursos cruciales para la escalabilidad de los proyectos. Además, trabajar con el sector público ayuda a garantizar que las iniciativas de RSE estén alineadas con las políticas y prioridades locales, asegurando así que los esfuerzos empresariales contribuyan directamente a los objetivos de desarrollo comunitario.

Proyectos Colaborativos Impactantes: El desarrollo conjunto de proyectos que aborden necesidades específicas dentro de la comunidad es otro pilar fundamental dentro de esta estrategia. Estos proyectos pueden incluir Desde la mejora de la infraestructura local, como la modernización de parques y zonas de recreo, hasta iniciativas de salud pública y campañas para restaurar el medio ambiente. Al unir fuerzas con colaboradores estratégicos, Autoservicio Diego Éxito no solo puede compartir los costos y las responsabilidades de estos proyectos, sino también aumentar su legitimidad y efectividad. Estas colaboraciones permiten a la empresa y a sus asociados abordar desafíos complejos que podrían resultar demasiado grandes si se enfrentaran individualmente.

A continuación, se presenta una tabla de plan de acción estructurada que detalla las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para Autoservicio Diego Éxito, incluyendo actividades específicas, plazos, responsables e indicadores de éxito para cada una:

Tabla 22. Plan de acción

Estrategia	Actividades	Plazo	Responsables	Indicadores
Fomento de la Economía Local	- Promoción de productos locales.	Continuo	Jefe de Compras	- Aumento en % de productos locales en estantes.
	- Programas de capacitación para proveedores locales.	1 año	RRHH y Desarrollo de Proveedores	- Número de proveedores capacitados por año.

Estrategia	Actividades	Plazo	Responsables	Indicadores
Inclusión y Diversidad Laboral	- Programas de inclusión laboral.	6 meses	RRHH	- % de incremento en contratación de grupos minoritarios.
	- Mejoras en salud y seguridad en el trabajo.	Continuo	Oficial de Seguridad	- Reducción en incidentes laborales reportados.
Educación y Participación Comunitaria	- Becas y programas educativos.	Anual	Responsable de RSE	- Cantidad de becas otorgadas por año.
	- Feria de la salud y bienestar.	Anual	Responsable de RSE	- Número de participantes en el evento.
Sostenibilidad Ambiental	- Implementación de programas de reciclaje.	3 meses	Gestión de Operaciones	- Toneladas de material reciclado por año.
	- Inversión en energías renovables y mejoras en eficiencia energética.	2 años	Director de Infraestructura	- Reducción en el consumo de energía (%).
Transparencia y Ética Empresarial	- Desarrollo y publicación de políticas de transparencia.	3 meses	Director General	- Número de políticas implementadas y comunicadas.
	- Establecimiento de mecanismos de reporte y feedback.	2 meses	RRHH	- Número de casos reportados y resueltos.
Colaboraciones y Alianzas Estratégicas	- Formar alianzas con ONGs y el sector público.	6 meses	Responsable de RSE	- Número de alianzas formadas.

Estrategia	Actividades	Plazo	Responsables	Indicadores
	- Desarrollo de proyectos de impacto conjunto.	1 año	Responsable de RSE	- Proyectos implementados y su impacto evaluado.

Fuente: Autores

4.3.9 Conclusión tercer objetivo específico

La conclusión del tercer objetivo específico del proyecto, enfocado en identificar oportunidades para mejorar las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de Autoservicio Diego Éxito con el fin de incrementar su contribución al desarrollo sostenible de Aguachica, Cesar, muestra un futuro prometedor y diversas acciones para fortalecer el impacto positivo de la compañía en su entorno.

Durante el análisis realizado, se han resaltado varias áreas clave donde Autoservicio Diego Éxito podría optimizar y ampliar sus iniciativas de RSE. Estas áreas abarcan desde impulsar la economía local mediante la promoción de productos regionales y la capacitación a proveedores, hasta fomentar la inclusión y diversidad laboral a través de programas específicos para mejorar las oportunidades laborales y las condiciones de trabajo. Asimismo, se destaca la importancia de educación y participación comunitaria a través de becas y eventos enfocados en salud y bienestar.

Adicionalmente, se han propuesto estrategias para fortalecer la sostenibilidad ambiental, como implementar programas de reciclaje e invertir en tecnologías que utilicen energías renovables. También se han sugerido medidas para incrementar la transparencia y ética empresarial mediante políticas claras e instaurando canales accesibles para reportes y retroalimentaciones. Se reconoce que colaboraciones con ONGs y alianzas estratégicas con el sector público son fundamentales para ampliar el impacto positivo de las iniciativas RSE y abordar eficazmente las necesidades específicas de la comunidad Aguachica.

Este enfoque integral permite a Autoservicio Diego Éxito abordar de manera completa los aspectos sociales, económicos y ambientales del desarrollo sostenible, al tiempo que demuestra su

compromiso con la mejora constante y la adaptación a las necesidades cambiantes de la comunidad a la que pertenece. Al implementar las estrategias sugeridas y evaluar constantemente su efectividad, la empresa no solo podrá elevar su desempeño en Responsabilidad Social Empresarial (RSE), sino también fortalecer sus vínculos con la comunidad y otros actores clave, asegurando un impacto positivo y perdurable en Aguachica.

En síntesis, este análisis ha trazado un camino claro hacia las acciones necesarias para que Autoservicio Diego Éxito siga cumpliendo con sus responsabilidades éticas y sociales, al mismo tiempo que se posiciona como líder en el impulso de un desarrollo verdaderamente sostenible en su área geográfica. Siguiendo estas recomendaciones, la compañía puede anticipar no solo un crecimiento económico continuo, sino también una mejora sustancial en la calidad de vida de la comunidad a la que sirve.

Discusión

El análisis de los resultados en relación con el marco teórico muestra cómo las prácticas de responsabilidad social empresarial impactan positivamente en la comunidad y en la percepción interna de la empresa. Este impacto se alinea con la teoría propuesta por Porter y Kramer (2006), que argumentan que las empresas pueden crear un valor compartido que beneficia tanto a la sociedad como a la empresa al abordar sus necesidades y desafíos de manera proactiva.

La investigación reveló que el autoservicio Diego Éxito, a través de iniciativas como el fomento de la economía local y la promoción de la inclusión y diversidad laboral, desempeña un papel crucial en el fortalecimiento de su cadena de suministro y en el impulso del desarrollo económico y social de Aguachica. Estas estrategias no solo mejoran las operaciones internas del autoservicio, sino que también fomentan una comunidad más cohesiva y económicamente diversa. Al apoyar a los productores locales y al integrar a sectores marginados del mercado laboral, la empresa crea redes de suministro más robustas y resistentes, al tiempo que eleva el nivel de vida de la comunidad local.

Este enfoque hacia la responsabilidad social empresarial es consistente con las teorías propuestas por Epstein y Buhovac (2014) en su obra, quienes destacan que la integración estratégica de prácticas de RSE contribuye significativamente a la sostenibilidad organizacional. Según estos autores, cuando las empresas se involucran activamente en resolver los problemas sociales y ambientales de sus comunidades, no solo abordan efectivamente las expectativas éticas y sociales de sus stakeholders, sino que también establecen las bases para una ventaja competitiva sostenible a largo plazo. Esta alineación estratégica entre las operaciones de negocio y los objetivos de responsabilidad social permite que las empresas como Diego Éxito no solo sobrevivan en tiempos de turbulencia económica, sino que también prosperen, reforzando su imagen corporativa y su relevancia en el mercado.

Las iniciativas de educación y participación comunitaria junto con las acciones enfocadas en la sostenibilidad ambiental implementadas por Autoservicio Diego Éxito ilustran vívidamente los principios establecidos por Carroll (1991). Carroll categoriza las responsabilidades

corporativas en cuatro dimensiones: económicas, legales, éticas y filantrópicas, y sugiere que para una empresa alcanzar una verdadera responsabilidad social, debe satisfacer estas facetas de manera integral y coherente.

En el caso de Autoservicio Diego Éxito, sus esfuerzos van más allá de las responsabilidades económicas y legales, que son las expectativas fundamentales y obligatorias para cualquier negocio. Al sumergirse en las dimensiones éticas y filantrópicas, la empresa no solo cumple con la ley, sino que también adopta un rol proactivo en el fomento del bienestar social y el desarrollo sostenible. Por ejemplo, los programas educativos que ofrece no solo mejoran las habilidades de los individuos, sino que también elevan el capital humano de toda la comunidad, contribuyendo así al desarrollo socioeconómico a largo plazo de Aguachica.

Además, las iniciativas de sostenibilidad ambiental del autoservicio, como la reducción de residuos y el fomento del reciclaje, no solo minimizan el impacto negativo de sus operaciones en el entorno natural, sino que también educan y movilizan a la comunidad hacia comportamientos más sostenibles. Estas actividades reflejan un compromiso ético con la preservación del medio ambiente para futuras generaciones, alineándose con la visión de responsabilidad corporativa que va más allá de las ganancias inmediatas para considerar el impacto ambiental a largo plazo.

Por lo tanto, al integrar estas prácticas éticas y filantrópicas en su modelo de negocio, Autoservicio Diego Éxito no solo mejora su propia sustentabilidad, sino que también actúa como un catalizador para el cambio positivo en toda la comunidad de Aguachica. Este enfoque demuestra un entendimiento profundo de cómo las empresas pueden ser una fuerza poderosa para el bien social y ambiental, cumpliendo con su rol como ciudadanos corporativos responsables y respetados.

Por otro lado, la estrategia de transparencia y ética empresarial del autoservicio Diego Éxito aborda directamente la creciente demanda de los consumidores y otros stakeholders por una mayor apertura y honestidad en las operaciones empresariales, resonando con las teorías propuestas por Smith y Johnson (2018), que enfatizan la relación entre la transparencia corporativa y la confianza del consumidor.

En síntesis, este estudio refuerza la literatura existente sobre RSE al demostrar cómo una implementación efectiva de estas prácticas no solo mejora la percepción de la empresa dentro de la comunidad local, sino que también contribuye a su desarrollo socioeconómico y ambiental. Las recomendaciones para mejorar las estrategias de RSE de Diego Éxito se fundamentan en una sólida base teórica que apunta a la importancia de una gestión empresarial ética y socialmente responsable como un pilar clave para el éxito y la sostenibilidad a largo plazo.

Conclusiones

La investigación sobre la responsabilidad social empresarial (RSE) de la tienda de autoservicio Diego Éxito en Aguachica, Cesar, ha descubierto resultados importantes que evidencian la efectividad y la influencia de las prácticas de RSE en la comunidad local y en cómo los empleados y la población ven a la empresa. Este estudio ha corroborado que el compromiso con la RSE puede tener un impacto significativo en el progreso socioeconómico local, respaldando así el propósito general del estudio.

A través de un análisis detallado y contextualizado, se ha demostrado que las acciones específicas enfocadas en educación y participación comunitaria, así como aquellas dirigidas a promover la sostenibilidad ambiental, no solo cumplen con los requisitos legales y éticos, sino que también aportan un valor altruista a la comunidad. Esta incorporación de prácticas RSE trasciende el simple cumplimiento normativo para comprometerse activamente con el bienestar comunitario, reflejando los principios teóricos mencionados por autores como Carroll (1991), quien destaca la importancia de equilibrar responsabilidades económicas, legales, éticas y filantrópicas.

El estudio ha validado su hipótesis inicial al demostrar que las iniciativas de RSE implementadas por el autoservicio Diego Éxito han tenido un impacto positivo relevante en el progreso socioeconómico de Aguachica. Esto resalta la importancia de las acciones de la empresa y brinda una nueva perspectiva sobre cómo las empresas pueden contribuir al bienestar de sus comunidades mientras fortalecen su posición en el mercado.

Es esencial señalar que las conclusiones de este estudio no deben ser consideradas como un resumen de los capítulos anteriores, sino como una síntesis de los descubrimientos más críticos que respaldan el objetivo mencionado. Las nuevas ideas generadas a partir del análisis se han incorporado para enriquecer la comprensión del impacto de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y ofrecer recomendaciones estratégicas para su mejora continua.

En síntesis, la investigación confirma la importancia de implementar prácticas sólidas e integradas de RSE, no solo como un requisito cumplido, sino como una estrategia central para el crecimiento empresarial y el desarrollo sostenible en la comunidad. Este enfoque no solo mejora

la percepción de la empresa entre sus empleados y comunidad, sino que también establece un modelo para lograr éxito sostenible en entornos similares.

Recomendaciones

Para maximizar el impacto de las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y asegurar un desarrollo sostenible en Aguachica, Cesar, se sugieren varias acciones específicas para el Autoservicio Diego Éxito. Primero, es esencial fortalecer la comunicación sobre las iniciativas de RSE. Aunque la empresa ha implementado varias actividades en este ámbito, una comunicación más efectiva y a través de múltiples plataformas podría aumentar significativamente la participación y conciencia de los empleados y la comunidad. Utilizar redes sociales, eventos comunitarios y talleres puede ayudar a garantizar que todos los stakeholders comprendan y estén comprometidos con estos esfuerzos.

Además, la empresa podría beneficiarse de la expansión de programas educativos y de formación profesional. Colaborar con instituciones educativas para ofrecer becas y cursos que aborden las necesidades específicas de la comunidad no solo podría ayudar a mejorar las habilidades locales, sino también fortalecer el capital humano de la región.

Apoyar más intensamente a la economía local también es crucial. Incrementar la compra de productos de proveedores locales y desarrollar estos vínculos puede impulsar la economía de Aguachica, además de reducir impactos ambientales asociados con el transporte de productos de larga distancia.

En términos de sostenibilidad ambiental, la implementación de tecnologías y prácticas más verdes, como la reducción de plásticos de un solo uso y la mejora en la gestión de residuos, podría mejorar significativamente la huella ecológica de la empresa. Inversiones en energías renovables también se alinearían con este objetivo, destacando el compromiso de Diego Éxito con el medio ambiente.

Fomentar un programa de voluntariado entre los empleados para participar en proyectos comunitarios podría no solo aumentar la cohesión interna sino también fortalecer la relación de la empresa con la comunidad. Esto también puede proporcionar a los empleados una mayor sensación de propósito y satisfacción en el trabajo.

Finalmente, establecer un sistema regular de evaluación de las prácticas de RSE es fundamental. Esta evaluación debería incluir tanto la revisión interna como la retroalimentación de la comunidad y otros stakeholders para ajustar y mejorar continuamente las estrategias implementadas según sea necesario.

Referencias Bibliográficas

- Arnstein, S. R. (1969). A Ladder of Citizen Participation. *Journal of the American Planning Association*.
- Brundtland, G.H. (1987). *Our Common Future: Report of the World Commission on Environment and Development*. United Nations.
- Carroll, A.B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
- Cobos Mandon, A. L., & Ramirez Quintero, K. J. (2022). Análisis de la aplicación de la responsabilidad social de la Cámara de Comercio de Aguachica. Universidad Popular del Cesar Seccional Aguachica, Dirección de Ciencias Administrativas Contables y Económicas, Programa de Administración de Empresas, Aguachica, Cesar.
- Crane, A., & Matten, D. (2016). *Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization*. Oxford University Press.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Doe, S., & Lee, E. (2019). "Corporate Social Responsibility: The Path to Sustainable Business Practices in the Retail Sector". *Sustainability*, 11(4), 1159.
- Epstein, M. J., & Buhovac, A. R. (2014). *Making Sustainability Work: Best Practices in Managing and Measuring Corporate Social, Environmental, and Economic Impacts*. Berrett-Koehler Publishers.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman.

- García, J., & López, M. (2019). "Impacto de la Responsabilidad Social Empresarial en el Desarrollo Local: Estudio de Caso en el Departamento del Cesar". *Revista Colombiana de Sociología*, 42(2), 123-145.
- García, L., & Hernández, M. (2021). "Influencia de Factores Socioeconómicos en la Implementación de RSE en PYMES". *Revista de Economía y Negocios*, 22(4), 58-77.
- Gomez, E., & Tran, A. (2018). "The Impact of Corporate Social Responsibility on Consumer Trust: The Case of Organic Food". *Business Ethics: A European Review*, 27(1), 1-15.
- Gómez, E., & Rodríguez, L. (2021). "Innovación en RSE en PYMES de Regiones Emergentes: Casos de Éxito y Lecciones Aprendidas". *Revista Latinoamericana de Responsabilidad Social*, 34(3), 123-144.
- Hammersley, M., & Atkinson, P. (2019). *Ethnography: Principles in Practice*. Routledge.
- Hernández, R. (2018). "Evolución de la Responsabilidad Social Empresarial: De la Filantropía al Valor Compartido". *Revista de Gestión Social*, 12(1), 65-80.
- ISO 26000. (2010). *Guidance on Social Responsibility*. International Organization for Standardization.
- Johnson, R., & Green, A. (2018). "Impact of Corporate Social Responsibility on Financial Performance: An Empirical Analysis of Global Brands". *Business Strategy and the Environment*, 27(7), 986-1002.
- Keller, K. L., & Lehmann, D. R. (2006). *Brands and Branding: Research Findings and Future Priorities*. *Marketing Science*, 25(6), 740-759.

- Kim, Y. H., & Park, M. S. (2021). "Corporate Social Responsibility as a Determinant of Consumer Loyalty: An Examination of Ethical Standard, Satisfaction, and Trust". *Journal of Business Ethics*, 170(4), 747-764.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Prentice Hall.
- Lee, H., & Kim, Y. (2019). Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Evidence from South Korean Firms. *Sustainability*, 11(3), 705. <https://doi.org/10.3390/su11030705>
- Liu, H., & Park, S. (2019). "Sustainability Initiatives in the Fast Fashion Industry: An Analysis of Corporate Reports". *Journal of Fashion Marketing and Management*, 23(3), 383-399.
- López, S., & Sánchez, P. (2020). "Integración de la RSE en la Estrategia Empresarial: Retos y Oportunidades para las PYMES". *Revista Internacional de Sostenibilidad, Tecnología y Humanismo*, 15, 47-62.
- Mentzer, J. T., et al. (2001). *Defining Supply Chain Management*. *Journal of Business Logistics*.
- Morse, J. M., & Niehaus, L. (2019). *Mixed Method Design: Principles and Procedures*. Left Coast Press.
- Nguyen, P. T., & Nguyen, S. M. (2020). "Corporate Social Responsibility and Its Impact on Firm Value in the Financial Sector". *International Journal of Financial Studies*, 8(2), 34.
- Patel, S., & Davidson, K. (2020). "Corporate Social Responsibility in Challenging and Non-Enabling Institutional Contexts: Do Institutional Voids matter?". *Journal of Business Ethics*, 164(1), 135-155.
- Patterson, M. G. (1996). What is energy efficiency? *Energy Policy*.

- Pérez, C., & Martínez, P. (2020). "Responsabilidad Social Empresarial y su Influencia en el Desarrollo Local: Un Estudio de Caso en Colombia". *Revista Latinoamericana de Desarrollo Sostenible*, 33(1), 45-68.
- Pérez, C., & Martínez, P. (2020). "Estrategias de Responsabilidad Social en PYMES: Un Análisis Comparativo en la Región Caribe". *Negocios y Desarrollo Sostenible*, 18(1), 210-230.
- Porter, M.E., & Kramer, M.R. (2006). *Strategy & Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility*. *Harvard Business Review*, 84(12), 78-92.
- Porter, M.E., & Kramer, M.R. (2011). *Creating Shared Value*. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62-77.
- Rodríguez, L., & Sánchez, R. (2021). "La Responsabilidad Social Empresarial como Estrategia para el Desarrollo Sostenible en Colombia". *Revista de Estudios Empresariales*, 2, 58-75.
- Smith, J. (2017). "The Role of Corporate Social Responsibility in Strengthening Brand Loyalty among Consumers". *Journal of Business Ethics*, 145(2), 321-336.
- Smith, J., & Johnson, M. (2018). *The Impact of Corporate Social Responsibility on Consumer Brand Loyalty: A UK Perspective*. *Journal of Business Ethics*, 152(2), 577-596.
<https://doi.org/10.1007/s10551-016-3296-8>
- Tapscott, D., & Ticoll, D. (2003). *The Naked Corporation: How the Age of Transparency Will Revolutionize Business*. Free Press.
- Torres, A., & García, M. (2019). "RSE y Competitividad en PYMES: Un Análisis de la Literatura Reciente". *Empresa y Humanismo*, 22(2), 345-370.
- Torres, A., & Rodríguez, J. (2021). "RSE y Desarrollo Sostenible: Un Análisis desde la Perspectiva de las PYMES en Colombia". *Journal of Business Ethics and Development*, 29(3), 213-235.

Vega, M., & Castro, L. (2019). "Barreras para la Adopción de la RSE en las PYMES: Estudio de Caso en el Norte de Colombia". *Revista Colombiana de Responsabilidad Social*, 17(1), 102-118.

Brundtland, G. H. (1987). *Our Common Future*. Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo de las Naciones Unidas.

Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). Strategy & Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78-92.



Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating Shared Value. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62-77.

Apéndices

Anexo A. Encuesta a empleados

Encuesta sobre la Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial Autoservicio Diego Éxito

Instrucciones:

Por favor, responde las siguientes preguntas basándose en sus experiencias y percepciones sobre las prácticas de responsabilidad social de Autoservicio Diego Éxito. Todas tus respuestas serán tratadas con  confidencialidad. 

No compartido

* Indica que la pregunta es obligatoria

Años de antigüedad en la empresa *

- Menos de un año
- De 1 a 2 años
- De 2 a 4 años
- Mas de 4 años



Área en dónde realiza sus labores en la empresa *

- Administrativa
- Ventas y mercadeo
- Caja
- Supernumerario
- Seguridad
- Otro

¿Con qué frecuencia la empresa informa a los empleados sobre iniciativas de responsabilidad social? *

- Nunca
- Raramente
- Algunas veces
- Frecuentemente
- Siempre



¿Crees que la empresa cumple con sus compromisos de responsabilidad social hacia la comunidad? *

- Nunca
- Raramente
- Algunas veces
- Frecuentemente
- Siempre

En tu opinión, ¿la empresa ofrece suficientes oportunidades para que los empleados participen en actividades de responsabilidad social? *

- Nunca
- Raramente
- Algunas veces
- Frecuentemente
- Siempre

¿Cómo calificarías el impacto de las actividades de responsabilidad social de la empresa en la comunidad local? *

- Muy bajo
- Bajo
- Moderado
- Alto
- Muy Alto



¿Consideras que las iniciativas de responsabilidad social de la empresa son bien comunicadas y transparentes? *

- Nunca
- Raramente
- Algunas veces
- Frecuentemente
- Siempre

¿Crees que las actividades de responsabilidad social de la empresa influyen positivamente en tu motivación y satisfacción laboral? *

- Nunca
- Raramente
- Algunas veces
- Frecuentemente
- Siempre

¿Cómo valorarías el apoyo de la empresa hacia proyectos de sostenibilidad medioambiental? *

- Muy insuficiente
- Insuficiente
- Adecuado
- Bueno
- Excelente



¿Piensas que la empresa actúa de manera ética en sus prácticas comerciales y de responsabilidad social? *

- Nunca
- Raramente
- Algunas veces
- Frecuentemente
- Siempre

¿La empresa trata con justicia y respeto a todos sus empleados, independientemente de su posición o departamento? *

- Nunca
- Raramente
- Algunas veces
- Frecuentemente
- Siempre

¿La empresa cuenta con un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo? *

- SI
- NO
- Desconozco



¿Se cuentan con mecanismos para evitar discriminación, violación de derechos, trabajo infantil, entre otros? *

- SI
- NO
- Desconozco

¿La empresa realiza actividades o campañas que buscan el mejoramiento medioambiental del área de influencia? *

- SI
- NO
- Desconozco

Enviar

[Borrar formulario](#)

Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar abuso](#) - [Condiciones del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios



Análisis de la responsabilidad social empresarial en el autoservicio diego éxito de la ciudad de Aguachica cesar.

B *I* U ↺ ✕

encuesta a realizar a los clientes del autoservicio diego éxito.

1 ¿La empresa informa sobre la calidad, servicio, precio, aspectos ambientales y sociales positivos o negativos de sus productos? *

- si
- no
- tal vez

2. Respecto a los productos y servicios que ofrece la empresa ¿cree usted que tienen un impacto positivo en la salud, el medio ambiente, la seguridad y los temas sociales? *

- si
- no
- tal vez

3.¿Tiene la empresa una política que defina claramente las responsabilidades de servicio que se le brinda al cliente? *

- si
- no
- tal vez

...

4.¿La empresa tiene un procedimiento formal para verificar la satisfacción del cliente?. *

- si
- No
- tal vez

5.¿Las especificaciones y los precios son claros y coinciden para el producto o servicio ofrecido? *

- si
- no
- tal vez

6.¿ La empresa proporciona una garantía y transparencia de sus productos o servicios?. *

- si
- no
- tal vez

7.¿ la empresa cuenta con un proceso formal de quejas que sea flexible, ágil, accesible y correctamente comunicado? *

- si
- no
- tal vez

8¿ la empresa alguna vez lo ha echo sentir discriminado por algún motivo? *

- si
- no
- tal vez