

# Efectos de la implementación de actividades de responsabilidad social empresarial en un supermercado de Cartagena de Indias, Colombia<sup>1</sup>

Jazmín Adriana Petro Ramos<sup>2</sup>, Tatiana Karina Díaz Vásquez<sup>3</sup>, María Alejandra Vega Hernández<sup>4</sup>, Juan Sebastián Perinián Martínez<sup>5</sup>, Francisco Javier Maza Ávila<sup>6</sup>  
Universidad de Cartagena - Colombia

## RESUMEN

El objetivo de este artículo consiste en analizar la incidencia de las acciones de responsabilidad social empresarial -en materia ambiental- implementadas en un supermercado ubicado en la ciudad de Cartagena de Indias, en sus costos operativos, así como la apreciación que tienen los trabajadores de la organización sobre sus efectos económicos, sociales y ambientales. Para ello, se aplicó un cuestionario dirigido a una muestra representativa de operarios de la organización, así como una entrevista al subgerente de operaciones y a la líder de la Fundación que apoya su componente ambiental. Los resultados arrojaron que las prácticas implementadas posibilitaron, en alto grado, la disminución de los costes y mejoras en su sistema productivo, organizacional y calidad operativa, favoreciendo no sólo al ambiente, sino también la imagen y cumplimientos legales empresariales. Del mismo modo, los resultados derivados de la percepción y satisfacción de los empleados, permitieron entender que las prácticas ambientales han influido positivamente sobre los procesos y costos de la empresa, creando un ambiente limpio en función de una cultura y conciencia ambiental, que da relevancia y trascendencia a dichas actividades dentro de la organización.

**Palabras clave:** Efectos Socioeconómicos; Percepciones; Responsabilidad Social Empresarial.

## Effects of the implementation of corporate social responsibility activities in a supermarket in Cartagena de Indias, Colombia

## ABSTRACT

The objective of this article is to analyze the impact of corporate social responsibility actions -in environmental matters- implemented in a supermarket, La Castellana

<sup>1</sup> Este documento ocupó el primer puesto en la modalidad Proyectos con Resultados, de las XI Jornadas de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Cartagena, año 2020. La marca comercial y razón social del supermercado se reservan de acuerdo expreso de confidencialidad.

<sup>2</sup> Estudiante del programa de Administración Industrial de la Universidad de Cartagena, Colombia. E-mail: jpetror@unicartagena.edu.co

<sup>3</sup> Estudiante del programa de Administración Industrial de la Universidad de Cartagena, Colombia. E-mail: tdiazv@unicartagena.edu.co

<sup>4</sup> Estudiante del programa de Administración Industrial de la Universidad de Cartagena, Colombia. E-mail: mvegah1@unicartagena.edu.co

<sup>5</sup> Estudiante del programa de Administración Industrial de la Universidad de Cartagena, Colombia. E-mail: jperinanm@unicartagena.edu.co

<sup>6</sup> Doctor en Ciencias Sociales y Jurídicas, Universidad de Cádiz, España. Docente investigador adscrito al programa de Administración Industrial de la Facultad de Ciencias Económicas y al Instituto Internacional de Estudios del Caribe, Universidad de Cartagena, Colombia. Director del Grupo de Investigación en Estudios para el Desarrollo Regional - GIDER-. E-mail: fmazaa@unicartagena.edu.co



**Para citaciones:** Petro, J., Díaz, T., Vega, M., Perinián, J., Maza, J. (2020). Efectos de la implementación de actividades de responsabilidad social empresarial en un supermercado de Cartagena de Indias, Colombia. Revista de jóvenes investigadores Ad Valorem, 3(1), 1-19

**Editor:** Bernardo Romero Torres.  
Universidad de Cartagena-Colombia.

**Tipología IBN Publindex:**  
Artículo de investigación científica y tecnológica

**Copyright:** © 2020. Petro, J., Díaz, T., Vega, M., Perinián, J., Maza, J. Este es un artículo de acceso abierto, distribuido bajo los términos de la licencia [Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivados 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/) la cual permite el uso sin restricciones, distribución y reproducción en cualquier medio, siempre y cuando que el original, el autor y la fuente sean acreditados.



headquarters, in the city of Cartagena de Indias, Colombia, on its operating costs, as well as the appreciation that the organization's workers have of its economic, social and environmental effects. For this purpose, a questionnaire was applied to a representative sample of the organization's workers, as well as an interview with the sub-manager of operations and the leader of the Foundation that supports its environmental component. The results showed that the practices implemented made it possible, to a high degree, to reduce costs and improve its productive and organizational system and operational quality, favoring not only the environment, but also the image and legal compliance of the company. Similarly, the results derived from the perception and satisfaction of employees, allowed to understand that environmental practices have positively influenced the processes and costs of the company, creating a clean environment based on a culture and environmental awareness, which gives relevance and importance to such activities within the organization.

**Key words:** Corporate Social Responsibility; Perceptions; Socioeconomic Effects.

---

## 1. INTRODUCCIÓN

En Colombia existe un notable deterioro ambiental debido a diversas actividades individuales y de carácter industrial; afectaciones en los ecosistemas, arrasando con los recursos naturales —fuente de su sostenimiento—, aguas contaminadas, deforestación, minería ilegal, hacen parte de la gama de ejemplificaciones que pueden mencionarse sobre lo que ocurre actualmente en el país (IPBES, 2018). Esta degradación ambiental genera un costo equivalente a más del 3,5% del Producto Interno Bruto -PIB-. Investigaciones realizadas por el PNUD revelan que "(...) falta mucha información con respecto a la relación positiva entre la conservación de los servicios ecosistémicos y el desarrollo de los sectores" (Ruiz, 2014). Por otro lado, es insuficiente el esfuerzo que realiza el Estado colombiano para gestionar cualquier actividad que tenga una afectación al medioambiente: a pesar de todos los retos de la gestión ambiental descritos en el Plan Nacional de Desarrollo (2010-2014), solo se asignó el 0,27% del presupuesto total para el 2009; el 0,28% en 2010 y 2011; el 0,33% en 2012 y el 0,39% en 2013. El esfuerzo del Estado colombiano ha sido tan insuficiente que, en la actualidad, es el segundo país con más conflictos ambientales en el mundo; mucho se hace mención acerca del grave problema de reconocimiento de conflictos ambientales que posee, al no saber en dónde están, qué información existe y qué derechos tiene la gente (Atlas Global de Justicia Ambiental, 2014).

Por lo anterior, la protección del medio ambiente se ha constituido en uno de los retos más importantes al que la humanidad ha comenzado a hacerle frente, y que debe conllevar un firme compromiso de la sociedad, encaminado a su protección (Delgado, 2009). En Cartagena de Indias, por ejemplo, se observan problemáticas ambientales frecuentes tales como residuos y aguas contaminadas en la bahía, los cuales aciertan como posibles consecuencias a razón de la falta

de gestión y responsabilidad social que existe por esta clase de temas que cada vez están más presentes en la cotidianidad (Galvis, 2019). Todo esto ha permitido que, durante mucho tiempo, la forma de mitigar los problemas se atribuya a campañas directas con la comunidad, dejando de lado a los distintos entes económicos de la ciudad; se pensaba que las empresas y el ambiente eran polos opuestos: mientras las primeras eran vistas como un motivo y causa de contaminación, el entorno era catalogado como freno al desarrollo empresarial.

Cabe anotar que, si bien el gobierno ha realizado una alerta general al país con respecto a la situación ambiental que padece en la actualidad -la cual se ha visto masificada en los últimos años-, el caso de Cartagena de Indias resulta preocupante: se producen alrededor de 36.100 toneladas anuales de residuos sólidos industriales manufactureros, además se derraman entre 3.000 y 5.000 barriles de crudo y productos refinados del petróleo que provienen de las diversas actividades marítimas, portuarias y de la zona industrial. De hecho, existen empresas a las que se les ha realizado llamados de atención por la dramática falta de prevención con la problemática y el abandono a la gestión ambiental. Incluso, se ha recurrido a nuevas jornadas de sensibilización para que exista una mejor apropiación a la temática, no obstante, estas charlas no han cumplido a cabalidad con los resultados esperados (El Tiempo, 1994).

Ante este problema inminente, existen distintos entes y organizaciones que buscan diseñar un plan estratégico en donde participen los gobiernos, las empresas y los ciudadanos, pues es claro que todos le proveen alguna afectación al medio y el ideal de este tipo de instituciones es promover una ciudad habitable con economía competitiva. Como apoyo a este tipo de ideales, muchas empresas se han propuesto la realización de un arduo trabajo que corresponde a realizar mejorías a la conciencia ambiental que existe dentro de sus clientes, lo que permite que con el paso del tiempo sean más las entidades que se suman a la correcta apropiación de las herramientas ambientales, en contraste con las que no lo hacen (Ballester, 1990).

En Colombia, una de las empresas que le ha apostado a la conservación del medio ambiente es el supermercado objeto de estudio, conocido como un almacén de cadena que suministra bienes y servicios a todos sus clientes, la cual fue fundada en 1949. Hace parte de una cadena de supermercados con presencia en varios países de Suramérica. Domina alrededor de 4.606 puntos de venta y solo en Colombia cuenta con más de 500 puntos de venta, además de 42.462 empleados. Hoy en día, esta empresa le apuesta al cambio de una cultura ambiental entorno al sistema utilizado dentro de sus procesamientos, abriendo nuevos campos para un mejor futuro ambiental. Su filosofía de trabajo la apoyan en valores como: servicio, innovación, simplicidad, trabajo en equipo y pasión por el resultado. Son considerados como una empresa que trabaja para que el cliente regrese, declarando que este es el centro del negocio y por tal se verá atendido

por distintas marcas, formatos y canales para que sea capaz de elegir qué, cómo, cuándo y dónde comprar.

Dentro de las sedes de esta multinacional en Cartagena de Indias, existe una que resulta ser la más grande y la que -de forma mensual- produce la mayor de las ventas a nivel de la región Caribe; con esto supone que es también la que más residuos sólidos y averías monetarias genera. Como resultado a lo mencionado, se tomará como muestra la sede descrita, con la finalidad de analizar la incidencia que han tenido las acciones de responsabilidad social empresarial -en materia ambiental- implementadas en sus costos operativos, así como la apreciación que tienen los trabajadores de la organización sobre sus efectos económicos, sociales y ambientales.

La realización de dicha investigación otorga la posibilidad de observar los efectos sociales y ambientales dentro de la organización, encaminados a su mejora y disminución de gastos, apoyados en los procesos de responsabilidad empresarial implementados. Adicionalmente, alimenta el estudio respecto a la importancia de la aplicación de procesos ambientales y su distinción con las empresas que han decidido no aplicar este tipo de trabajos, sin olvidar el impacto y/o efecto que causa en todos los productos, bienes y servicios que son consumidos por las personas, teniendo en cuenta que la realización de este estudio enriquece a los análisis e investigaciones que son llevadas a cabo por entidades como el EPA Cartagena y Cardique, que permiten ampliar la forma de búsqueda de soluciones a la problemática que se ha venido presentando. En adición, permite comprender el valor verdadero que tiene mantener cierto control del entorno en todo tipo de organizaciones ya sean públicas o privadas, y establecer así procedimientos de estandarización para minimizar los daños y, sobre todo, encontrar los causantes directos que generan estos desfavorables efectos en el ambiente.

## **2. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL -RSE- Y EL AMBIENTE**

Como alternativa para la creciente contaminación ambiental y desastres naturales, ocasionados por la mano empresarial, las organizaciones se ponen en marcha para implementar nuevos sistemas que compartan la responsabilidad social con el ambiente. De ahí nace la responsabilidad ambiental y sus distintos intereses. El 26 de julio del 2000, la ONU propuso a las compañías mundiales adquirir el compromiso ambiental, clasificando las responsabilidades en cuatro asuntos: derechos humanos, laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción, con el fin de sensibilizar a las organizaciones con el cuidado del ambiente (Pulido, 2018).

Gracias a la importancia de este compromiso, muchas empresas colombianas públicas y privadas han instaurado en sus políticas tácticas ecológicas y responsables, no solo por la imposición del decreto 1299 de 2008 para la

instauración de una gestión ambiental, sino también por los benéficos obtenidos al implementar estas leyes. Es necesario definir la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como mecanismo que conlleva a la responsabilidad ambiental: *"La Responsabilidad Ambiental Empresarial (RAE) es el conjunto de mecanismos ejecutados por las empresas con el fin de alcanzar el desarrollo limpio, minimizando el impacto en el medio ambiente según su actividad de producción"* (Grazia, 2016). Sabiendo así que las organizaciones están dispuestas a tomar el reto para la mejora y perfeccionamiento de sus modelos organizacionales, se dividen los pasos a seguir por la responsabilidad ambiental empresarial así (Pérez, Espinoza, y Peralta, 2016):

- Responsabilidad, visión ambiental y empresarial (corto plazo).
- Cumplimiento de normativa (mediano plazo).
- Sistema de mejoramiento ambiental continuo (largo plazo).
- Desarrollo sustentable, sistema gestión ambiental y mejoramiento continuo (largo plazo).

Siguiendo estos pasos, una empresa deberá fortalecer sus prácticas e involucrarse efectivamente en este sistema, ya sea por capacitaciones, regulaciones, mantenimientos, compras, transportes, entre otros, generando altas consecuencias viables para la economía de la empresa y su ambiente en general. En conclusión, la competitividad existente y los distintos problemas ambientales acarrear en la empresa una nueva forma de cultura adquirida por prácticas positivas para el medio ambiente; logrando aportar sostenibilidad a la sociedad y primordialmente al ambiente (Pulido, 2018; Gaitán, 2017).

### 3. METODOLOGÍA

El presente proyecto -por su alcance y naturaleza- es de carácter explicativo, puesto que su objetivo radica en el análisis de la incidencia de las acciones de responsabilidad social empresarial -en materia ambiental- implementadas en un supermercado de Cartagena de Indias, Colombia, en sus costos operativos, así como la apreciación que tienen los trabajadores sobre estas. Para ello fueron tomadas tres fuentes de recolección de información: en primera instancia, se optó por la búsqueda de datos estadísticos que verificaran la posible existencia de cambios reflejados en las acciones realizadas por el almacén. Seguidamente, se aplicó un cuestionario, mediante la técnica entrevista, a los altos mandos del supermercado y a la líder de la Fundación que apoya a la organización en la implementación de sus acciones ambientales. Finalmente, se aplicó un cuestionario, mediante la técnica encuesta, a una muestra representativa de los empleados de este almacén, considerando un nivel de confianza del 95% y un error del 5%, arrojando una muestra de 109 empleados -la cual se rigió bajo un muestreo aleatorio estratificado- divididos en las 19 áreas del supermercado.

La información anterior, fue complementada con información de bases de datos científicas -Scopus, ScienceDirect y EbscoHost, entre otras-, las cuales permitieron profundizar algunas de las temáticas abordadas dentro de la investigación, en especial, las asociadas a la Responsabilidad Social Empresarial con enfoque ambiental. De este modo, los datos reunidos resultaron útiles para el correcto análisis de los distintos procesos de responsabilidad social empresarial, en materia ambiental, realizados por la empresa y de documentos estadísticos sobre los costes en los que incurre dicha responsabilidad en la organización.

El marco temporal utilizado para la adecuada realización del proyecto, partió desde el año 2015 -primer año de información disponible respecto a las afectaciones sociales, ambientales y socioambientales de la empresa-; hasta el 2019 -último año de información disponible-. Todo esto, apoyados de las valoraciones encontradas mediante las encuestas y entrevistas realizadas, las cuales permitieron conocer la actual percepción social que existe sobre la temática. Por otro lado, para que la investigación finalizara de forma eficiente, se establecieron 6 fases específicas que permitieron la obtención de los objetivos planteados al inicio del proyecto. Dichas fases fueron realizadas linealmente en un lapso de 5 meses, procurando de esta manera, una mejor organización dentro de las labores a realizar, las cuales garantizarían un mayor efecto positivo en todos los procesos realizados dentro del presente análisis.

## 4. RESULTADOS

### 4.1. Acciones Ambientales Implementadas por el supermercado

El supermercado sujeto de estudio es una de las empresas en Colombia que ha asumido su compromiso medioambiental. Hace más de una década esta organización comprendió la necesidad de implementar procesos ambientales que incidieran en la problemática ambiental que se ha enraizado al mal tratamiento dado a la naturaleza en los últimos años. En este sentido, cada sede de la compañía cuenta con un método de trabajo en el que enfocan sus procesos a diversas áreas: rentabilidad económica, eficiencia del trabajo y metodología ambiental. Es por ello que el supermercado objeto de estudio se procura crear un entorno en donde la relación rentabilidad-sostenibilidad esté siempre presente.

Hace más de diez años que la empresa inició esta gran hazaña y en el transcurso se pudo evidenciar las incidencias que tiene en los procesos, los costos y el personal. De esta forma, la organización cuenta con un proceso amplio en el que tienen muy en cuenta el área ecológica en gran parte de sus procedimientos. Por su aplicación y conocimiento se pueden destacar: el reciclaje y la separación de residuos sólidos, compresión de cartón, donación de tapas plásticas, apoyo a niños con desnutrición crónica con los residuos sobrantes, empaques biodegradables, reciclaje, separación y compresión de vidrios, chatarra -que

incluyen objetos que hayan dejado de usarse tales como mesas, sillas, neveras, lavadoras, entre otros-, aluminio, latas, cartón por gramaje, plástico de alta y baja densidad por volumen, inclusión de textil más ecoamigable, entre otras; las cuales han ayudado a proporcionar un sano y agradable ambiente al público, con mayor seguridad para los empleados que están directa o indirectamente relacionados con este tipo de trabajos.

Todas estas actividades ambientales han surgido de la necesidad de darle solución a cada uno de los puntos en los que el supermercado puede agregar valor y ayudar al ambiente, de este modo instaure rubros que permitan crear un ambiente laboral y organizacional que impacte a cada uno de los procesos, empleados, clientes, proveedores y demás agentes que intervienen en el ciclo de afectación y se rigen bajo este sistema sustentable. Es así como nacen distintas actividades de tipo ambiental dentro del almacén para disminuir y reducir los residuos y desechos que genera al desarrollar sus actividades comerciales.

Entre las actividades que el supermercado ejecuta para el desarrollo de sus metas ambientales de responsabilidad social empresarial, en materia ambiental, se encuentran las distintas políticas ambientales que día a día buscan cumplir y darles valor para ayudar y mitigar el impacto que ocasionan sus procesos de elaboración de productos, esto, mediante el uso de la gestión ambiental como identificador y controlador de cada uno de los procesos. Es así como se compromete a velar por la normativa erigida en la empresa para crear una conciencia en los trabajadores, proveedores, organizaciones afiliadas y clientes de esta, en función de la sostenibilidad continua del medioambiente. Por tal motivo fueron definidas algunas políticas ambientales importantes.

Inicialmente presentan su política ambiental, con la que buscan definir sus compromisos y dar lineamientos para las distintas áreas de la compañía que inciden en la definición, uso y destinación final de los empaques. Todo mediante cinco frentes propuestos desde el reto Mi planeta: reducir el material de empaque, educar al consumidor, ser eficientes en el manejo de los recursos y residuos, construir obras civiles sostenibles, y medir y mitigar la huella de carbono (Supermercado, 2017). Por otro lado, la política de sostenibilidad, que promueve a través de iniciativas que generan valor con el propósito de contribuir con el crecimiento económico, el desarrollo social y la protección ambiental en Colombia. Lo anterior es realizado mediante estrategias que mitigan la hambruna y promueven un desarrollo social sostenible.

Por último, maneja la política de ser un retail con menos plástico; pues su plan es mitigar de la mejor forma posible, el impacto que generan como productora masiva de residuos sólidos. Trabajan la estrategia bajo la definición del Green Retail en donde se analizan los materiales para su posterior reducción y reutilización. De esta manera, la aplicación de este tipo de procesos será rentable

para la empresa, gracias a su catálogo de resultados satisfactorios en diferentes ámbitos del ente económico, demostrando que el retail es una medida aseguradora de cambios favorables hacia el ambiente, a través de un nuevo concepto y mentalidad a la hora de ofrecer servicios y productos, brindando confianza y calidad cuando de empresas ecológicas y competitivas se trata, en donde se empatice con mayor cantidad de grupos de personas, y se mejore la calidad de la producción, sus costos y ganancias (Supermercado, 2020).

#### **4.2. Efectos de los Procesos de Responsabilidad Social Empresarial en Materia Ambiental en las Acciones Financieras**

Por pertenecer a una industria considerablemente amplia como lo es el retail de alimentos, el supermercado objeto de estudio debe llevar a cabo procedimientos específicos dentro de sus actividades tales como la producción y comercialización de servicios y productos de diferentes marcas, en donde ha dejado sobresalir la estrecha relación entre los costos económicos que surgen a raíz de los procesos de explotación y recursos naturales. Es por esto que las empresas actuales buscan proyectarse hacia la mejora continua de las actividades de protección ambiental. El supermercado concuerda en que la importancia que recae en el ambiente debido a sus procesos de producción es visible y alta; es así como plantea medidas reductoras en procedimientos que puedan controlar y disminuir el impacto que provocan al ambiente; esto, mediante metas y rubros de corto y largo plazo con fines ambientales y de aprovechamiento a los costos de la empresa.

Es así como el Supermercado en estudio cuenta con cuatro focos de acción referentes a su política ambiental establecida, la cual tiene sectores en donde se trabaja la sensibilización y la minimización de costos -reducción de la energía, manutención de la intensidad de los residuos por metro cuadrado, implementación de transporte más sostenible y reducciones en los refrigerantes. En este sentido, ha procurado implementar procesos ecológicos que les permitieran disminuir los gastos que se generaban en el servicio de la energía. Además de concentrarse en los rubros establecidos, las políticas ambientales nacen con el fin de proyectarse a un futuro con objetivos que demuestren el avance entre costo-ambiente; para esto se instauraron metas desde 2020-2025 con sus respectivas intervenciones y alcances para la disminución en distintos grados y porcentajes de emisiones (Supermercado, 2016).

Por consiguiente y debido a todos los requerimientos propuestos desde hace 10 años en el Supermercado se evidencian que provee anualmente más de 22.800 toneladas de plásticos y 12.000 toneladas de cartón mensual, de los cuales reciclan la mayor parte. Por lo que ha sido un proceso de crecimiento continuo cuya evidencia radica en que pasaron de ser diez contenedores de basura a ser solo dos; todo eso, gracias a las prácticas ambientales y de Responsabilidad Social Empresarial implementadas. Estos datos corresponden a una disminución del

80% de los residuos, provocando que sus costos tuviesen un descenso que pasó de \$20'000.000 de pesos en 2015, a \$9'475.000 de pesos para el 2019 (Supermercado, 2019).

Del mismo modo, esta empresa se ha orientado y encausado en los procesos que se llevan a cabo para evitar los niveles de avería de productos y residuos, es por esto, que procura que gran parte de los residuos sean reutilizados. Cabe destacar que, en cuanto el producto ha perdido su capacidad de venta más no de caducidad, es entregado -como donación- al Banco de Alimentos con el que la compañía es aliada, escatimando entre aquellos que cumplen con los requisitos para su donación y aquellos que no lo hacen. De este modo, permite ayudar a la sociedad con esta causa y aumentar su espacio de producción. Por tanto se hace visible las ganancias que tienen las empresas al hacer uso de los recursos ambientales, por esto el Supermercado demuestra que tomar conciencia ambiental genera además de rendimientos positivos en los costos incurridos por la empresa, grandes ventajas que hacen de esta una gran industria competitiva (Supermercado, 2018).

#### **4.3. Valoración de los Empleados Sobre las Prácticas Ambientales Implementadas**

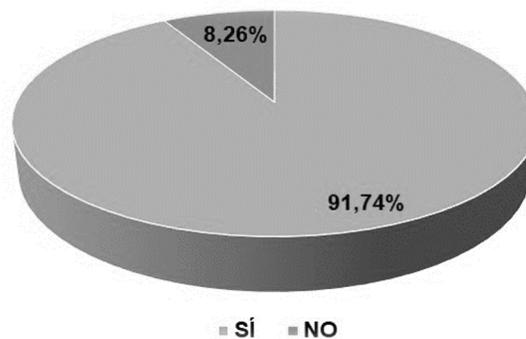
El Supermercado en estudio cuenta con un fuerte sentido de pertenencia en cuanto a sostenibilidad se refiere. Es por esta razón que, a nivel general, se puede afirmar que existe una gran labor ambiental siendo ejercida dentro de esta gran empresa. No obstante, también resulta necesario considerar un factor importante dentro de cualquier organización; el talento humano. Las personas que hacen parte de esta entidad constituyen el pilar básico para que siga en pie; razón para analizar su modo de ver las acciones de responsabilidad ambiental que ha estado aplicando la empresa. Es así como en este capítulo se analiza la significancia de apreciar las percepciones de los trabajadores del Supermercado acerca de los efectos económicos, sociales y ambientales que han dado paso la Responsabilidad Social Empresarial, en el marco ambiental -RSEA-.

Ahora bien, para que todo lo anterior se lleve a cabo de manera correcta, la empresa necesita mucho apoyo y constancia en las actividades. Para ello se promueven espacios que inciten a los empleados a apropiarse mejor sobre el ambiente empresarial en que se encuentran y la importancia que representa, en aras de utilizar este conocimiento como una medida al momento de cumplir sus respectivas labores, contribuyendo con la mejora continua de la eficiencia y garantizando a los usuarios una excelente prestación de los servicios que ofrece El Supermercado. A partir de lo mencionado, se decidió estudiar la percepción que poseen dichos empleados de la sede estudiada. La metodología elegida para el levantamiento de información, fueron encuestas a empleados con el fin de conocer su percepción y conocimientos sobre aspectos ambientales del Supermercado, y una entrevista realizada al subgerente y a la líder de la

Fundación que apoya la implementación de sus acciones ambientales, con el fin de verificar y realizar un contraste de la información hallada.

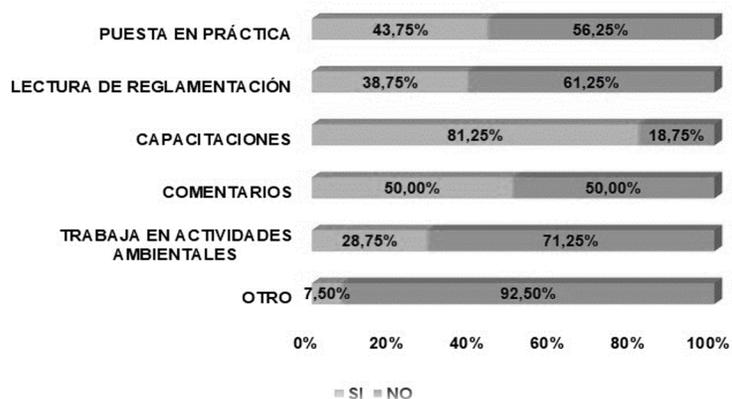
Dentro de la recolección de datos, se les interrogó a los empleados sobre algunos ítems que permitieran dar resolución con los objetivos propuestos. Es por esta razón que procuró saber el nivel de conocimiento de dichos empleados acerca de los procesos de Responsabilidad social Empresarial en Materia Ambiental - RSEA- del Supermercado, en donde se descubrió que pues gran parte de ellos admiten conocerlos (91,74%). Se descubrió, gracias al porcentaje de trabajadores que expresaron conocerlos, que hay gran variedad de formas de enseñar dichos procesos dentro del almacén, de entre los cuales están las capacitaciones (81,25%), comentarios entre compañeros (50%), por puesta en práctica (43,75%) y reglamentación estipulada (38,75%), mientras que algunos afirmaron haber trabajado o estar trabajando directamente con actividades ambientales (28,75%), y el 7,5% de los encuestados optaron por otras opciones de respuesta (Gráfica 1 y 2).

Gráfica 1: Conocimiento ambiental de los empleados de un supermercado ubicado en Cartagena de Indias, Colombia



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionarios aplicados a empleados

Gráfica 2. Adquisición de conocimientos ambientales por parte de los empleados de un supermercado ubicado en Cartagena de Indias, Colombia



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionarios aplicados a empleados

Siguiendo con lo planteado dentro de las variables postuladas para la resolución de la investigación, era pertinente relacionar la eficiencia y la calidad de las actividades de Responsabilidad Social Empresarial en el marco Ambiental, pues es necesario conocer la evaluación que le dan las personas directamente implicadas a este tipo de procedimientos. Todo lo anterior es lo que permite afirmar que los procesos relacionados con el medio ambiente y el desarrollo sostenible de la organización están siendo adecuados en cuanto a percepción social y conceptual se refiere. Dicho esto, y gracias al cuestionario aplicado, se concluye que las personas consideran que la eficiencia de los procesos es alta y la calidad es buena (41,28%). Sin embargo, solo el 17,43% de la población afirma que ambas son altas y excelentes (Tabla 1).

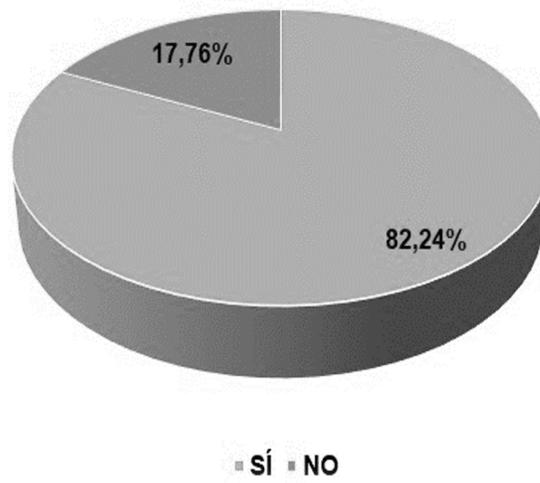
Tabla 1. Relación entre la eficiencia y calidad de las actividades de RSEA implementadas en un supermercado ubicado en Cartagena de Indias, Colombia

<b>EFICIENCIA Y CALIDAD DE LAS ACTIVIDADES</b>	<b>Aceptable</b>	<b>Buena</b>	<b>Excelente</b>	<b>Total general</b>
<b>Poca eficiencia</b>	0,00%	0,92%	0,00%	0,92%
<b>Eficiencia media</b>	0,00%	1,83%	0,92%	2,75%
<b>Alta eficiencia</b>	3,67%	41,28%	14,68%	59,63%
<b>Eficiencia muy alta</b>	0,92%	18,35%	17,43%	36,70%
<b>Total general</b>	<b>4,59%</b>	<b>62,39%</b>	<b>33,03%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionarios aplicados a empleados

A partir de los resultados obtenidos en cuanto a calidad y eficiencia, se consideró analizar la posibilidad de una afectación ambiental -bien fuese negativa o positiva-, gracias a la implementación de procesos medioambientales del Supermercado. Con el fin de conocer la percepción de los encuestados con respecto a las dimensiones y variables definidas dentro del proceso que se desarrolló a lo largo de la presentación en curso, encontrando así que gran parte de la muestra afirman que los procedimientos tienen algún tipo de afectación ecológica (82,24%). Luego se les interrogó sobre cuál era aquella serie de procesos que afectaban al ambiente, encontrando que el reciclaje fuese el más conocido (68,54%), seguido de la reutilización (11,24%) y separación de residuos sólidos (6,74%). Por otro lado, también mencionaron actividades como la compresión de cartón (5,62%), el día sin bolsa (4,49%) y un 2,25% afirma que la concientización ambiental del personal también genera afectación al medio (Gráficas 3 y 4).

Gráfica 3. Afectación ambiental por los procesos realizados en un supermercado ubicado en Cartagena de Indias, Colombia



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario realizado a empleados.

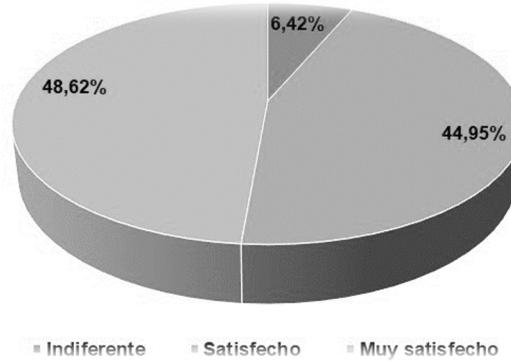
Gráfica 4. Procesos que favorecen al ambiente implementados en un supermercado ubicado en Cartagena de Indias, Colombia



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario realizado a empleados.

Adicionalmente, se midió la satisfacción de cada uno de los empleados que fueron partícipes de la encuesta, en donde se halló que gran parte de ellos están muy satisfechos con los procesos (48,62%), otros se encuentran igualmente satisfechos, solo que en un porcentaje menor (44,95%), y un último grupo es indiferente al tema (6,42%). No se registran personas que hayan mencionado estar totalmente insatisfechas con los procedimientos de Responsabilidad Social Empresarial en el marco ambiental del Almacén (Gráfica 5).

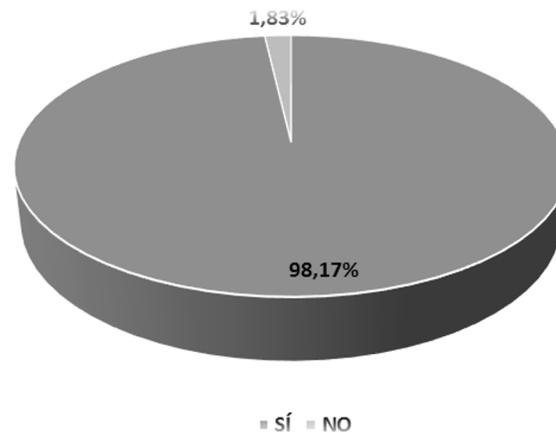
Gráfica 5. Satisfacción de los empleados con respecto a las actividades de RSEA implementadas en un supermercado ubicado en Cartagena de Indias, Colombia



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario realizado a empleados

La claridad de los empleados con respecto a la necesidad de que una cuenta con un área ambiental capaz de promover sostenibilidad y ayudar a mitigar el impacto negativo causado, es alta y se evidencia en el porcentaje de personas que consideran pertinente la aplicación de procesos de Responsabilidad Social Empresarial en materia ambiental, dentro del Supermercado en estudio (98,17%). Además, afirman que las razones van desde la necesidad de una mejora ambiental (59,43%), pasando por la conciencia ambiental (7,55%), la eliminación adecuada de residuos (3,77%) y la mejora de la efectividad de los procesos (2,83%); hasta la sostenibilidad ambiental (9,43%), el bienestar de empleados y clientes (8,49%), la satisfacción de estos últimos (6,6%) y el 1,89% mencionó los beneficios sociales (Tabla 2 y Gráfica 7).

Gráfica 6. Pertinencia de implementar actividades de RSEA en un supermercado ubicado en Cartagena de Indias, Colombia



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario realizado a empleados.

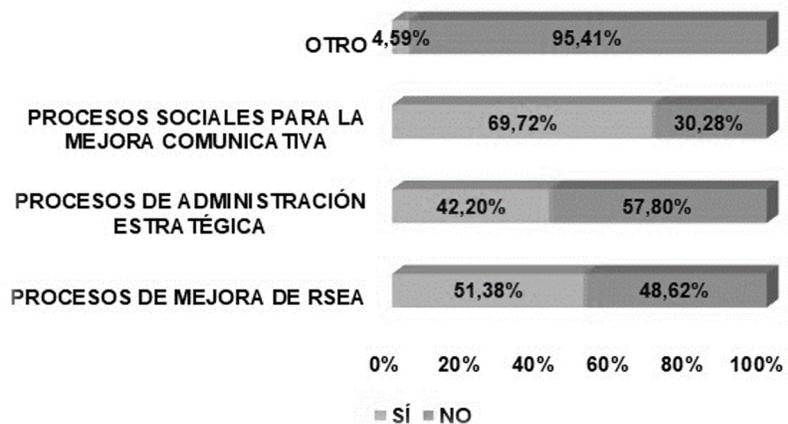
Gráfica 7. Explicación de los empleados con base a la pertinencia que tienen los procesos de RSEA en un supermercado ubicado en Cartagena de Indias, Colombia



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario realizado a empleados.

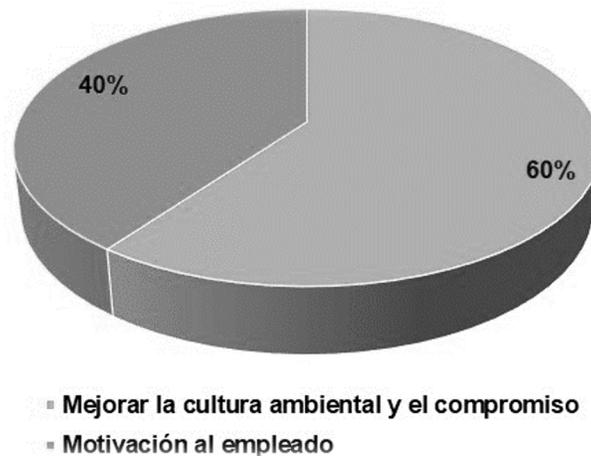
Y gracias a todo el material obtenido por la opinión expresada de cada uno de los trabajadores que fueron partícipes de la investigación, se procuró otorgarles la capacidad de brindar sugerencias e ideas sobre procesos adicionales que deberían ser implementados en el Supermercado, dentro de los cuales afirmaron necesitarse procesos sociales para la mejora comunicativa (69,72%), la mejora de procesos de RSEA (51,38%) y de administración estratégica (42,2%), así como la mejora de la cultura ambiental y el compromiso (60%), y la motivación hacia los empleados (40%). Además, todos los individuos encuestados admitieron recomendar la implementación de actividades medioambientales en los procesos empresariales (Gráfica 8 y 9).

Gráfica 8. Procesos adicionales que deberían implementarse en un supermercado ubicado en Cartagena de Indias, Colombia



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario realizado a empleados.

Gráfica 8. Respuestas adicionales a los procesos extra que deberían implementarse dentro de un supermercado ubicado en Cartagena de Indias, Colombia



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario realizado a empleados.

La entrevista realizada a los altos mandos y a la líder de la fundación que apoya la implementación de las acciones ambientales del Supermercado, también dejó en claridad lo importante que es trabajar el área ambiental para ellos, y lo fundamental que ha sido en la reducción de costos. Admiten que es necesario que se realicen ciertas mejoras a la hora de dar a conocer los procesos, así como de incentivar mejor a sus empleados para que apoyen el movimiento. Esto es, apoyado en los rubros básicos para que la pirámide del desarrollo sostenible se encuentre completa: sociedad, economía y ambiente (Fundación, 2019). Por lo que el Supermercado, al ser una de las empresas que cuenta con acciones ambientales -las cuales para ser implementadas con total calidad y eficiencia-, merecen la correcta manipulación y adecuado acompañamiento de todos los participantes de la organización; como poner en práctica y hacer partícipe del área ambiental, a todos los empleados de la empresa.

Lo que sería la clave para la mejora activa del proceso ambiental, puesto que, la percepción manejada por personas que tienen una autoridad formal para hablar de los procesos que se realizan en una gran empresa como la estudiada, se ve relacionada directamente con el conocimiento que mantienen de las prácticas ambientales y su cultura, el cual se perfecciona gracias a las capacitaciones y el acompañamiento que la empresa ofrece. Es decir que el contraste entre el cuestionario aplicado y la entrevista realizada a los directivos promueve una mejora continua por parte de los empleados, pero también de los altos mandos y su modo de realizar los procesos. En ese sentido, resulta necesario mejorar el vínculo existente entre ellos, de tal suerte que cada uno exprese alta apropiación por la temática y los procedimientos de carácter ambiental que se realizan dentro del Supermercado. Lo que provocaría un mejor desarrollo de todas las actividades implementadas y aquellas que se planeen aplicar, apoyados del

trabajo arduo que cada empleado aportará por promover su huella ecológica desde su sección y área de trabajo.

De esta manera y gracias a la metodología utilizada y a la resolución de objetivos planteados, se puede definir entonces que sí existe una mejoría en los costos empleados dentro del Supermercado, sustentado en las diversas políticas establecidas para la mitigación del impacto ambiental causado. Además de ser muy amplia la variedad de actividades ejecutadas dentro del almacén, las cuales son muy útiles para mantener su política de sostenibilidad y compromiso con el ambiente. De esta manera, se afirma una alta entrega por parte de los empleados en la labor ecológica realizada por la organización.

Por otro lado, gran parte de los empleados afirman su satisfacción con los procesos y su eficiencia, pero no llega a superar la mitad de ellos; pero admiten conocer todos los procesos, ser capacitados de una forma adecuada, así como corroboran la premisa de que toda la actividad ambiental ha mejorado e influido en los costos, el conocimiento y la conciencia ambiental de todo el personal que confirma a la organización. La entrevista realizada a los gerentes y líder de la fundación, también admiten ver gran mejoría en los procesos, el cuidado e higiene de la sede, así como de la claridad y pertinencia de dichas actividades. De esta forma se concluye que sí es importante que una organización incluya a sus empleados y clientes en toda el área ambiental, así como también resulta positivo a sus costos.

## 5. CONCLUSIONES

En síntesis, esta investigación permitió ratificar que las prácticas ambientales que generan las empresas hoy en día se han vuelto muy populares, lo cual se debe a los resultados favorables que estas proveen, al igual que la mejora ambiental; situación que acoge tanto a las empresas, como a las personas del común. Es gracias a la investigación que se pudo visualizar el crecimiento presentado con base a la productividad de las organizaciones, así como la disminución de sus costos. Del mismo modo, se resalta la pertinencia de la participación de los empleados y clientes de la empresa en estas prácticas ambientales -así como de la percepción que poseen acerca de los procesos-, puesto que sirven de apalancamiento para la conciencia ambiental, poniendo en práctica la Responsabilidad Social Empresarial -RSE-.

Esto es, comprender que todos los procesos que se desean implementar dentro de una compañía no son ejecutados por sí mismos, sino que se hace necesario que exista un talento humano capaz y competente que maneje e identifique la necesidad de apropiarse de las problemáticas sociales y naturales de la actualidad, y procurar aportar a la mejora de estas; puesto que, si no existe sentido de pertenencia por las actividades que se llevan a cabo, se perderá calidad, efectividad y confianza en los procesos generales de la compañía, lo que

incidiría negativa en ella y en la percepción que llegan a tener los clientes sobre un cambio que resultaría notorio para la mayoría. De este modo, un adecuado conocimiento apoyado de la participación de los directos o indirectos implicados, será idóneo para que se mantenga la constancia de los procedimientos y la mejora y avance de resultados óptimos.

Por lo anterior se destaca que resulta primordial mantenerse al tanto de cada movimiento de la organización a sus empleados, no sólo de la parte ambiental, sino también de los procesos implementados en los almacenes, permitiendo así, una mayor versatilidad a la hora de trabajar en la empresa, adicional a la creación de nuevos y mejorados conocimientos y responsabilidades a la hora de actuar, pues los resultados del levantamiento de información ofrecieron una notoriedad en el hecho de que conocer las acciones o procesos ambientales implementan, no es lo que define que también se conozca todo el proceso de actividades ambientales que la empresa acoge y desarrolla. Además, se le abre una recomendación a la organización, para que busque estrategias que mejoren la eficacia y conocimiento de los procesos entre sus empleados; así como el aporte de soluciones no solo ambientales, sino también sociales que una más a la comunidad y la inste a trabajar por la causa ambiental que ha aportado grandes cambios positivos dentro de la sede.

## 6. REFERENCIAS

- Atlas Global de Justicia Ambiental (2014, 29 de julio). Colombia es el segundo país con más conflictos ambientales. El País. Obtenido de <https://www.elpais.com.co/colombia/es-el-segundo-pais-del-mundo-con-mas-conflictos-ambientales.html>
- Ballestero, F. (1990, 19 de noviembre). Las empresas y su responsabilidad ante el medio ambiente. El País. Obtenido de [https://elpais.com/diario/1990/11/20/economia/659055625\\_850215.html](https://elpais.com/diario/1990/11/20/economia/659055625_850215.html)
- Delgado, S. (2009). Gestión ambiental desde una perspectiva general. Gestipolis. Obtenido de <https://www.gestipolis.com/gestion-ambiental-desde-perspectiva-general/>
- El Tiempo (1994, 26 de agosto). Cartagena: medio ambiente heroico. El Tiempo. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-199185>
- Fundación (2019). Nuestros recursos. Fundación.
- Gaitán, J. (2017). Evaluación de la responsabilidad ambiental como estrategia empresarial de competitividad en las empresas en Colombia. Universidad Militar Nueva Granada. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/16287/LeonGaitanJuanCamilo2017.pdf;jsessionid=820408C9139FD84151B7D0634D936BB8?sequence=3>
- Galvis, M. (2019, 03 de marzo). Petróleo, fracking y agua. El Universal. Obtenido de <https://www.eluniversal.com.co/opinion/columna/petroleo-fracking-y-agua-2-NA839917>
- Supermercado (2016). Política de cambio climático. Supermercado.
- Supermercado (2017). Historia. Supermercado.

- Supermercado (2017). Política de sostenibilidad. Supermercado.
- Supermercado (2018). Quiénes somos. Supermercado .
- Supermercado (2019). Políticas y reportes. Supermercado.
- Supermercado (2020). Avanzamos para ser un retail con menos plástico. Supermercado.
- IPBES (2018). La pérdida de biodiversidad en cifras. TVN Noticias. Obtenido de [https://www.tvn-2.com/tecnologia/ciencia/perdida-biodiversidad-medioambiente-cambio-climatico-Noticias\\_0\\_4991500883.html](https://www.tvn-2.com/tecnologia/ciencia/perdida-biodiversidad-medioambiente-cambio-climatico-Noticias_0_4991500883.html)
- Pérez, M., Espinoza, C., y Peralta, B. (2016). La responsabilidad social empresarial y su enfoque ambiental: una visión sostenible a futuro. *Universidad y Sociedad* 8(3), 169-178. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202016000300023](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202016000300023)
- Pulido León, A. (2018). Responsabilidad Social Empresarial (RSE). *Letras ConCiencia Tecnológica*, 26-35. Recuperado a partir de <https://revistas.itc.edu.co/index.php/letras/article/view/56>
- Ruiz, J. (2014). Hay deterioro ambiental en Colombia. *Dinero*. Obtenido de <https://www.dinero.com/pais/articulo/dano-medio-ambiente-colombia/196017>

## 7. BIBLIOGRAFÍA

- Acquatella, J. (2001, enero). Aplicación de instrumentos económicos en la gestión ambiental en América Latina y el Caribe: desafíos y factores condicionantes. Cepal Naciones Unidas. Obtenido de [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5715/S0101102\\_es%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5715/S0101102_es%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Becerra, M. (2002). La gestión ambiental: factores críticos. Observatorio ambiental. Obtenido de <http://manuelrodriguezbecerra.org/bajar/gestion/capitulo2.pdf>
- Bestratén M., y Pujol, L. (2003). NTP 643: Responsabilidad social en las empresas (I): conceptos generales. Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el trabajo INSST. Obtenido de [https://www.insst.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/FichasTecnicas/NTP/Ficheros/601a700/ntp\\_643.pdf](https://www.insst.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/FichasTecnicas/NTP/Ficheros/601a700/ntp_643.pdf)
- Betancourth, J. (2010). Responsabilidad ambiental "bases para una mejor calidad de vida". Área de gestión ambiental EMCARTAGO S.A. Obtenido de <http://www.almamater.edu.co/sitio/Archivos/Documentos/Documentos/00000536.pdf>
- Borkowski, A. (2016). El estado actual de la gestión de la investigación ambiental en el Perú. *Espacio y Desarrollo*, 1 (28), 7-23. Obtenido de <https://doi.org/10.18800/espacioydesarrollo.201601.001>
- Cabrera, M. (2019). Petróleo, fracking y agua. *El Universal*. Obtenido de <https://www.eluniversal.com.co/opinion/columna/petroleo-fracking-y-agua-2-NA839917>
- Cajiga, J. (s.f.). El concepto de responsabilidad social empresarial. Centro mexicano para la filantropía (CEMIFI). Obtenido de [https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto\\_esr.pdf](https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf)
- Castro, A., y Marrugo, L. (2018, 01 de julio). Turismo sostenible: caso de gestión de la responsabilidad ambiental en un establecimiento hotelero en Cartagena. *Universidad Libre; Saber, ciencia y libertad*, 13(2), 163-175. Obtenido de Salazar J., Guerrero J., Machado, Y., y Cañedo, R. (2009). *Clima y cultura organizacional: dos componentes esenciales en la productividad laboral*.

- Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud ACIMED, 20(4), 67-75. Obtenido de <https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumen.cgi?IDARTICULO=31225>
- Colprensa (2014, 29 de julio). Colombia es el segundo país del mundo con más conflictos ambientales. Periódico El País. Obtenido de <https://www.elpais.com.co/colombia/es-el-segundo-pais-del-mundo-con-mas-conflictos-ambientales.html>
- Díaz, M., y Casas, M. (2018, 01 de octubre). Sistema de gestión ambiental en planta de Procesados Cárnicos de la empresa Agropecuaria Militar. Universidad de Pinar del Río, 20(4), 459-470. Obtenido de <http://www.ciget.pinar.cu/ojs/index.php/publicaciones/article/view/396>
- Espinoza, J., Espinoza, C., y Peralta, B. (2016). La responsabilidad social empresarial y su enfoque ambiental: una visión sostenible al futuro. Revista Universidad y Sociedad, 8(3), 169-178. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202016000300023](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202016000300023)
- Minambiente (2019, 01 de abril). Mitigación. Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. Obtenido de <http://www.minambiente.gov.co/index.php/component/content/article/461-plantilla-cambio-climatico-17>
- Nueva ISO 14001 (2015, 25 de mayo). ISO 14001: los procedimientos ambientales. Escuela Europea de Excelencia. Obtenido de <https://www.nueva-iso-14001.com/2015/05/iso-14001-los-procedimientos-ambientales/>
- Pérez G., Díaz, P., y Simón, C. (2019). Implementación del diagnóstico de gestión ambiental en la Empresa de Atención a Equipos Pinar del Río, Cuba. Universidad Pinar del Río, 21(2), 228-237. Obtenido de <http://www.ciget.pinar.cu/ojs/index.php/publicaciones/article/view/438>
- Ramírez, L. (2007). Implementación de un sistema de gestión ambiental empresarial estudio de caso: telefónica de Pereira S.A. E.S.P. Universidad Tecnológica de Pereira UTP, 1(37), 363-367. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.22517/23447214.4091>
- Ramírez, M. (2014, 05 de noviembre). ¿Cómo aplicar la RSE en el medio ambiente? Instituto Superior de Medioambiente (ISM). Obtenido de <http://www.ismedioambiente.com/programas-formativos/gestion-ambiental-programas-formativos/%C2%BFcomo-aplicar-la-rse-en-el-medio-ambiente>
- Salazar J., Guerrero J., Machado, Y., & Cañedo, R. (2009). Clima y cultura organizacional: dos componentes esenciales en la productividad laboral. Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud ACIMED, 20(4), 67-75. Obtenido de <https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumen.cgi?IDARTICULO=31225>
- Semana Sostenible (2017, 04 de enero). Los problemas ambientales que deben resolverse en el 2017. Revista Semana. Obtenido de <https://sostenibilidad.semana.com/medio-ambiente/articulo/los-problemas-ambientales-que-deben-resolverse-en-el-2017/36789>
- SURA (2019). Identifica los peligros en tu empresa. Seguros de vida suramericana S.A. Obtenido de <https://www.arlsura.com/index.php/173-noticias-riesgos-profesionales/noticias/2596-identifica-los-peligros-en-tu-empresa>
- Trujillo, A., y Vélez, B. (2006, 10 de junio). Responsabilidad ambiental como estrategia para la perdurabilidad empresarial. Revista Universidad y empresa, 5(10), 291-308. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1872/187217412013.pdf>