

Título

Análisis del comportamiento de la responsabilidad social ambiental en el sector
restaurantes en el municipio de Carepa en los años 2020 y 2021

Estudiantes:

Eilin Joana Casarrubia Peña ID 679872

María del Rosario Esquivel Rivero ID 679415

Monografía presentada como requisito para optar al título de Administrador de Empresas

Asesor(a)

Liliam María Sánchez Correa

Título académico

Administradora de empresas

Mg en educación y desarrollo humano

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Sede Bello (Antioquia)

Programa Administración de Empresas

Octubre 31 de 2022

Título

Análisis del comportamiento de la responsabilidad social ambiental en el sector
restaurantes en el municipio de Carepa en los años 2020 y 2021

Estudiantes:

Eilin Joana Casarrubia Peña ID 679872

María del Rosario Esquivel Rivero ID 679415

Monografía presentada como requisito para optar al título de Administrador de Empresas

Liliam María Sánchez Correa

Título académico

Administradora de empresas

Mg en educación y desarrollo humano

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Sede Bello (Antioquia)

Programa Administración de Empresas

Octubre 31 de 2022

Dedicatoria y agradecimientos

A criterio de equipo, deseamos agradecer a todos nuestros docentes, ya que cada uno de ellos, compartieron su conocimiento para nuestra formación, sus esfuerzos y dedicación han llevado a que podamos avanzar profesionalmente. Además, agradecemos a nuestra querida Uniminuto, la cual, ha velado por darnos la mejor educación posible. De ahí que, pueden estar seguros de que dejaremos en alto el nombre de la institución. A nuestros compañeros, fue grato tener esta experiencia con ustedes, solo esperamos éxito para sus vidas. Gracias a todos por pertenecer a esta bonita historia.

Eilin

Siempre me han enseñado a ser agradecida, y esta ocasión, no será la excepción. A lo largo de estos casi 5 años, he aprendido que todo requiere sacrificios. Por lo tanto, deseo agradecerle a Dios por permitirme dar día a día mi mejor esfuerzo para sacar este proyecto adelante, a mi padres y hermana, por siempre estar apoyando y fortaleciéndome en los momentos más difíciles, ellos han sido un pilar fundamental de estímulo. A mi esposo, por acompañarme en todo momento y darme fuerzas cuando más lo necesite. La realización de este proyecto me mostró la importancia de rodearse de personas que sumen a tu vida, de ahí que, aunque el camino no fue fácil, el ver que se está llegando a la recta final, es de los sentimientos más gratificantes que hay. De ahí que, solo me queda decir, muchas gracias a todas las personas que directa o indirectamente contribuyeron a que todo esto, fuera posible.

María

Primeramente, quiero agradecerle a Dios por la oportunidad de haber culminado mis estudios y haberme traído a la recta final, a mis padres porque siempre estuvieron apoyándome, han sido mis mejores guías, enseñándome desde el principio que el camino es largo, pero trae buenas recompensas, nada de esto hubiera sido posible sino se contara con personas maravillosas que encontramos en nuestra vida personal y carrera profesional. Todos los conocimientos adquiridos me sirven en mi rol de madre, empleada, estudiante, esposa y amiga, solo tengo agradecimiento para dar, ya que esta historia enmarca grandemente mi vida y me da fuerzas para seguir adelante.

Contenido

Introducción.....	8
CAPÍTULO I.....	13
1 Planteamiento del problema.....	13
1.1 Descripción del problema.....	13
1.2 Pregunta de investigación.....	17
1.3 Justificación.....	18
1.4 Objetivos.....	20
1.4.1 Objetivo General.....	20
1.4.2 Objetivos específicos.....	20
CAPÍTULO II.....	21
2 Marco teórico y de referencia.....	21
2.1 Antecedentes o estado del arte.....	21
Origen de la Responsabilidad Social Empresarial.....	21
Beneficios económicos que adquieren las empresas por gestiones de la RSE.....	23
Estrategias de RSE.....	24
Impacto de la RSE en los restaurantes.....	24
Stakeholders o grupos de interés.....	24
Experiencias de algunos reconocidos restaurantes en RSE y empresas productoras de alimentos.	25
2.2 Marco teórico.....	41
2.2.1 Modelos para implementar una eficiente RSE.....	41
2.2.2 Modelo gerencial.....	42
2.3 Marco Conceptual.....	43
2.4 Marco Legal.....	45
CAPITULO III.....	48
3 DISEÑO METODOLOGICO.....	48
3.1 Enfoque.....	48

3.1.1	Descriptivo.....	48
3.1.2	Población	49
3.1.3	Muestra	49
3.1.4	Muestra por conveniencia.....	49
3.2	Técnicas de recolección de datos.....	50
3.2.1	Entrevista.....	50
3.2.2	Entrevista semi estructurada.....	50
3.2.3	Lista de chequeo	50
3.3	Instrumentos de recolección de información.....	51
	Las Técnicas e instrumentos de recolección de información son:	51
	Todas aquellas fuentes válidas y confiables que hacen posible la construcción de la investigación.	51
3.3.1	Fuentes de datos:.....	51
3.3.2	Material de apoyo	51
3.4	Tabla de operacionalización de variables.....	51
3.4.1	Tabulación de datos	52
4	HALLAZGOS Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	56
4.1	Resultados lista de chequeo	56
4.1.1	Resultados e interpretación	57
4.1.2	Resultados e interpretación entrevistas	59
5	CONCLUSIONES.....	63
6	Recomendaciones.....	67
7	Referencias	69

Resumen

Las empresas del sector alimentos generan aproximadamente 931 millones de toneladas de desperdicios a nivel mundial, lo que produce un problema grave en el ecosistema y que puede ser reducido con una buena implementación de responsabilidad social ambiental por parte de estas empresas. Por eso, la presente investigación tuvo como objetivo principal, analizar el comportamiento de la responsabilidad social ambiental en el sector restaurantes en el municipio de Carepa en los años 2020 y 2021. Dicha investigación se realizó bajo el enfoque cualitativo con alcance descriptivo, en una muestra por conveniencia de 4 restaurantes en dónde se utilizaron como técnicas de recolección de datos la entrevista semiestructurada y la lista de chequeo. Los instrumentos anteriores, establecieron como resultado principal que los propietarios de los restaurantes tienen un conocimiento relevante acerca de lo que significa tener responsabilidad social corporativa, y además de acuerdo a este conocimiento así mismo lo aplican en su restaurante teniendo en cuenta que hay algunos restaurantes que también promueven la dignificación de su trabajador motivándolo y capacitándolo en materia de responsabilidad social ambiental. En cuanto a la lista de chequeo, se evidencia, que en algunos restaurantes no han recibido la capacitación adecuada, en cuanto a los temas de reducción del impacto que se produce en el sector de alimentos al medio ambiente, sin embargo, les dan un buen manejo a los desechos. Por lo anterior, es importante concluir en esta investigación que aun cuando las empresas intentan actuar en base a una responsabilidad social ambiental, les falta el poder establecer algún tipo de código deontológico en materia de responsabilidad social y además el hecho de poder brindar una capacitación más específica a sus trabajadores.

Palabras clave:

Responsabilidad social ambiental, sector alimentos, prácticas, beneficios, impacto.

Abstract:

Companies in the food sector generate approximately 931 million tons of waste worldwide, which produces a serious problem in the ecosystem and that can be reduced with a good implementation of environmental social responsibility by these companies. For this reason, the main objective of this research was to analyze the behavior of environmental social responsibility in the restaurant sector in the municipality of Carepa in the years 2020 and 2021. This research was carried out under the qualitative approach with a descriptive scope, in a sample for convenience of 4 restaurants where the semi-structured interview and the checklist were used as data collection techniques. The previous instruments established as a main result that restaurant owners have relevant knowledge about what it means to have corporate social responsibility, and also according to this knowledge, they also apply it in their restaurant, taking into account that there are some restaurants that They also promote the dignity of their workers by motivating and training them in matters of environmental social responsibility. Regarding the checklist, it is evident that in some restaurants they have not received adequate training, regarding the issues of reducing the impact that occurs in the food sector on the environment, however, they give them a good waste management. Due to the above, it is important to conclude in this investigation that even when companies try to act based on environmental social responsibility, they lack the power to establish some type of deontological code in terms of social responsibility and also the fact of being able to provide more training. specific to their workers.

Keywords:

Environmental social responsibility, food sector, practices, benefits, impact.

Introducción

La presente investigación se refiere a la responsabilidad social, como un compromiso voluntario de las organizaciones con el desarrollo de la sociedad en general, en relación con la conservación del medio ambiente, preservando así su esencia desde una composición social, aspecto que debe de ser inherente en las organizaciones, desde una conducta responsable, y no solamente hacia un individuo, sino hacia todos los grupos sociales con los que interactúan.

De acuerdo a la conceptualización de lo que significa tener responsabilidad social corporativa se refiere a un compromiso voluntario de las organizaciones con el desarrollo de la sociedad en general en relación con la preservación del medio ambiente cuidándolo desde una composición social inherente en las organizaciones y desde una conducta responsable no solamente hacia un individuo sino hacia todos los grupos sociales con los que interactúan.

El propósito principal de la responsabilidad social empresarial es introducir criterios de dirección y de gestión que están enfocados a la innovación y optimización del impacto en las empresas de manera que esta innovación contribuye y genere de forma frecuente externalidades sociales responsables en este aspecto la información financiera ha demostrado importantes carencias para representar la gestión socialmente responsable de las empresas de hecho se ha revelado como una maquinaria para acciones opuestas a lo que consideran la responsabilidad social corporativa.

Algunas de las características de la responsabilidad social empresarial (RSE¹), es introducir criterios de dirección y de gestión, que están enfocados a la innovación y optimización del impacto que generan las empresas, de manera que esta innovación contribuye y genere de forma frecuente externalidades sociales responsables, sin embargo, la información financiera ha demostrado importantes carencias para representar la gestión socialmente responsable de las empresas de hecho se ha revelado como una maquinaria para acciones opuestas a lo que consideran la RSE.

Por lo anterior, en esta monografía se busca la descripción del comportamiento de la responsabilidad social corporativa, sus prácticas efectuadas, en el sector agroindustrial de los

¹ Responsabilidad social corporativa

alimentos en el departamento de Antioquia, para esto se utiliza una temática basada en aspectos teóricos de beneficios, estrategias, experiencias, prácticas e impactos de la RSE en las empresas de alimentos, que han establecido bajo su política una responsabilidad social corporativa eficiente, eficaz y efectiva para todos los grupos de interés.

Para analizar este comportamiento de la RSE, es necesario mencionar su origen y conceptos, las prácticas ambientales, el impacto positivo que genera la RSE del sector restaurantes, y además los beneficios económicos para las empresas que implementen políticas adecuadas en función de la norma, el manejo de residuos sólidos, reduciendo el impacto en el medio ambiente, en el sector restaurantes en el Municipio de Carepa en los años 2020 y 2021

Por lo anterior, se realiza esta investigación, con el interés principal de conocer el comportamiento en cuanto a RSE, que han tenido las empresas del sector restaurantes, del Municipio de Carepa, aspectos de la importancia de la responsabilidad social corporativa, lo que permitió el poder identificar, su avance en materia de responsabilidad social corporativa en esta actividad económica de la región del Urabá en Carepa Antioquia, puesto que dicha RSE, genera un apoyo al desarrollo humano sostenible, que en base a lo señalado por (Marín & Cano, 2018), esta es un “procedimiento, en el cual la organización por medio del compromiso, y su sentido de pertenencia, genera garantías en materia de sostenibilidad, personal y ambiental, no solo a sus empleados sino también a sus familias, y sociedad en general, encontrando así el equilibrio estable que pueda satisfacer sus proyectos de vida, basados en la calidad”.

Por otra parte, el poder establecer, no solo el impacto positivo que puede generar la responsabilidad social corporativa sino también, los beneficios económicos que tiene para las empresas que dentro de sus políticas implementen este tipo de responsabilidad con el propósito de minimizar el impacto negativo que se genera en el medio ambiente con su gestión de residuos, ya que en lo expuesto por (Buitrago et al., 2021), “la responsabilidad social empresarial (RSE), se refiere a la introducción de criterios de dirección, y de gestión que están enfocados a la innovación y optimización del impacto en las empresas, de manera que esta innovación contribuye y genere de forma frecuente externalidades sociales responsables, sin embargo, en este aspecto la información financiera ha demostrado importantes carencias para representar la

gestión socialmente responsable de las empresas, e incluso, se ha revelado como una maquinaria para acciones opuestas a lo que consideran la responsabilidad social corporativa”.

De manera que, en el ámbito profesional como estudiantes de administración de empresas, el interés que orienta a realizar esta investigación, es el hecho de poder conocer el contexto de la responsabilidad social corporativa, la importancia que se genera no solo para la sociedad sino también para el medio ambiente, y el gran avance que se puede tener después de esta investigación, en cuanto a las políticas implementadas en el sector restaurantes en el Municipio de Carepa, contextualizando de manera más precisa en este Municipio, en el que hay tantos negocios de este tipo.

Dentro del marco de modelos gerenciales y algunos modelos de implementación hacia una eficiente responsabilidad social empresarial como el modelo GRI, la investigación se ejecutó mediante algunas entrevistas semiestructuradas, a dueños de restaurantes en el municipio de Carepa, esto con el propósito de poder conocer si se encuentran involucrados, en este proceso de responsabilidad social empresarial que podría beneficiar en gran manera su restaurante o negocio de venta de alimentos, ya que el tener responsabilidad social corporativa en lo referido por Cano (2021), es una característica seria, que debe ser inherente en todos los casos organizacionales, no se debe dejar de lado los sistemas de gestión, ya que son integrados en base a los recursos humanos de las entidades, y su actividad económica, su implementación es fundamental, para que haya una mejora continua en los procesos, enfocados en el ciclo PHVA, en donde se planea inicialmente, se realiza, se verifica y se actúa conforme a lo establecido en la Ley.

Sin embargo, en contraposición, se señala que una de las limitaciones que se evidencia, a través de la revisión documental en esta monografía, según (Marín & Cano, 2018), es que pese a que el concepto de responsabilidad social empresarial, es habitual escucharlo, se considera que no ha sido enfocado correctamente, ya que algunas empresas, hacen uso de dicho concepto de forma oportunista, para obtener recursos, al mismo tiempo que dejan de lado la ética y la moral, que implica la RSE, y teniendo en cuenta la importancia que dicha responsabilidad, adquiere en las empresas como una conducta éticamente responsable,

Una de las limitaciones de esta investigación, es que, la responsabilidad social empresarial puede ser vista exclusivamente para llenar las expectativas de crecimiento de accionistas, u otros grupos de interés sin tener en cuenta el cumplimiento de la norma con los empleados y la contribución a las comunidades que debe tener.

De acuerdo a lo anterior, esta investigación tiene como finalidad principal analizar el comportamiento de la responsabilidad social corporativa ambiental en el sector restaurantes en el municipio de Carepa en los años 2020 y 2021, esto mediante la descripción de las prácticas de la responsabilidad social corporativa ambiental en el sector restaurantes en el municipio de Carepa en los años 2020 y 2021, el impacto positivo que genera la RSE, y los beneficios económicos para las empresas que implementen políticas adecuadas en función de la norma, el manejo de residuos sólidos, reduciendo el impacto en el medio ambiente, en el sector restaurantes en el municipio de Carepa en los años 2020 y 2021.

En el primer capítulo de esta monografía se busca elaborar una descripción y planteamiento del problema en dónde se evidencien un diagnóstico situacional de la responsabilidad social corporativa de las empresas del sector alimentos y todo lo referente aquellas empresas que son socialmente responsables estableciendo además las falencias en dichas prácticas.

En el capítulo I de esa investigación, se describe un planteamiento del problema, que señala las circunstancias nocivas y desfavorables, establecidas de acuerdo a las actividades que efectúan las empresas, también se determinan, los problemas más evidentes que se presentan en el sector de los alimentos en cuanto al tema de la responsabilidad social corporativa y las conductas ético-morales, sumado a estadísticas importantes en cuanto a el desperdicio de los alimentos, siendo este, un efecto adverso en la parte financiera, social y ambiental en el país; posterior a este planteamiento, se formula la pregunta de investigación, en cuanto al comportamiento de la responsabilidad social corporativa ambiental, en el sector restaurantes en el municipio de Carepa.

De igual manera, se establece la importancia que tiene la realización de esta monografía dimensiones sociales, educativas y personales de las investigadoras, ya que dicha investigación se fundamenta en la forma en que positivamente beneficiará al lector.

Así mismo, se establecen los objetivos de la monografía que radican en el análisis del comportamiento de la responsabilidad social corporativa ambiental, en el sector de los restaurantes del municipio de Carepa en los años 2020 y 2021, en los cuales se establece la descripción de dichas prácticas, e impacto positivo y los beneficios económicos que se generan en las empresas que implementan políticas correctas constituidas bajo la norma beneficiando primeramente al medio ambiente.

En el capítulo II, veremos los antecedentes en cuanto al origen y la conceptualización de la responsabilidad social corporativa algunos de los beneficios estrategias e impactos que se generan en los diversos grupos de interés que se encuentran en involucrados en ella.

En este mismo capítulo se establecen modelos eficientes, para poder implementar una responsabilidad social corporativa adecuada, al modelo de pacto mundial y algunos otros modelos que contribuyen y mejoran continuamente este tipo de responsabilidad, adicional a ello se señala un marco de conceptos en referencia a la responsabilidad social corporativa al igual que su normativa legal fundamentada en las leyes nacionales e internacionales.

En el capítulo III, se establece la metodología de acuerdo al tipo de investigación, considerada como la estructura para la construcción de dicha monografía.

CAPÍTULO I

1 Planteamiento del problema

1.1 Descripción del problema

Las empresas han tenido condiciones desfavorables, que se caracterizan frecuentemente, por componentes organizacionales y de marketing, referente a sobreoferta de productos y servicios bastante elevados, que las llevan frecuentemente a la quiebra, en la zona de los alimentos y con lo que se vive en la actualidad, no hay distinción, lo que provoca que esta enfermedad pandémica, toques de queda, y limitaciones en compras y ventas de productos, disminuyen las ganancias en las organizaciones, y se necesita en la agroindustria alimentaria, no únicamente actuar con responsabilidad, sino además, implantar programas socialmente causantes que contribuyan, a los buenos hábitos, y el cuidado ambiental.

Según (Gallardo & Galarza, 2019), el comportamiento que han tenido las organizaciones a lo largo de los años se ha focalizado exclusivamente en poder administrar de forma eficiente sus recursos, y los modelos de gestión con el propósito de aumentar su economía y adquirir ganancias y beneficios para sus accionistas, es necesario que dicha conducta pueda centrarse en brindar una solución efectiva a problemas de conflicto social, ambiental y financiero, ya que dichos problemas son ocasionados en muchas oportunidades, por la actividad que desarrollan estas mismas empresas.

De acuerdo a lo anterior, las empresas se preocupan únicamente en adquirir en base a sus actividades, beneficios exclusivamente económicos, sin tener en cuenta lo señalado por (Buitrago et al., 2021), en que la RSE, más que generar buenas finanzas, pueda gestionar nuevas ideas de optimización de sus recursos, mediante el impacto positivo que pueda beneficiar y generar habitualmente, procesos de trabajo socialmente responsables, y no que se evidencie como una carencia de sostenibilidad medio ambiental.

En concordancia con lo anterior, se puede establecer que la RSE, es una estrategia en donde las empresas gestionen de forma adecuada los recursos, y a la vez, de acuerdo a lo expuesto por (Marín & Cano, 2018), regulen sus labores mediante procedimientos, en los cuales,

las empresas generen un compromiso social, que beneficie en gran manera el medio ambiente, la sociedad, pero también su recurso humano, brindando a su vez, calidad de vida al trabajador y familias, mediante acciones socialmente responsables.

Acorde con lo anterior, uno de los problemas evidentes que se ha venido presentando en cuanto al tema de la responsabilidad social corporativa en las empresas de los alimentos, es que algunas organizaciones la aprovechan exclusivamente para obtener algún tipo de recurso financiero, y no tienen en cuenta el comportamiento ético, ni las conductas morales, tampoco el cumplimiento de estándares, ni normas establecidas, esto de acuerdo a (Marín & Cano, 2018), teniendo como objetivo principal, el aumento de ganancias para sus accionistas y por ende ser mejores en competencia laboral frente a otras empresas, sin ninguna intención de ser socialmente responsables ni beneficiosas a la sociedad ni el medio ambiente.

No obstante, se suma a lo anterior, el evidente cambio climático que se ha estado viviendo a lo largo de estos años, que en lo que expresan (Amaya & Cruz, 2020), este se genera debido a diversas razones, una en especial es que muchas empresas agroindustriales, no establecen prácticas de RSE, generando así graves daños a las comunidades, y un impacto altamente negativo contra el medio ambiente que nos rodea, a su vez, la no implementación de políticas sostenibles en materia de gestión de residuos no sostenibilidad ambiental, desechando sus desperdicios de manera inadecuada.

Un ejemplo claro del grupo éxito, que cuenta con sede en Carepa, es el hecho de que aun cuando señala el cumplimiento con 5 pilares que exige la ISO 26000, entre los que se encuentran las prácticas justas de operación, y la actuación como empleador responsable y comprometido, con todos los grupos de interés, sus residuos de alimentos en los restaurantes van normalmente, a la basura.

En coherencia con lo anteriormente señalado y de acuerdo al informe realizado por el programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente y el Instituto Nacional de Investigación Agraria Alimentaria y Ambiental, **PNUMA-DTU** publicado en el año (2021), realizado años antes, entre restaurantes, negocios minoristas y casas de familia, se desperdiciaron

aproximadamente 931 millones de toneladas de alimentos a nivel mundial estableciendo así una tasa del 17% del total de alimentos que se encuentran disponibles para las personas que lo consumen. Pero esto no es todo, en un estudio más reciente del año 2016 y publicado por el Departamento Nacional de Planeación en Colombia, en su informe de DNP (2022), en su informe de pérdida y desperdicio de alimentos en Colombia, aumentó significativamente el desperdicio de alimentos en 1.300 millones de toneladas a nivel mundial, además, el desperdicio producido, se efectúa al mismo tiempo, en que aproximadamente 690 millones de personas padecen el flagelo del hambre, y un aproximado de 3000 millones no pueden tener una dieta de forma saludable, considerando así un impacto grave a nivel no solo ambiental sino social de manera negativa.

Otra de las consecuencias grandes que generan el desperdicio de los alimentos, es el consumo de la cuarta parte del uso del agua dulce en la agricultura, la generación entre un porcentaje del 8% al 10% del total de las emisiones de gases, que se producen por el efecto invernadero, no bastando con esto, un cálculo de aproximadamente el 70% de la pérdida de diversidad biológica que es procedente de la agricultura y el cultivo de los alimentos, estableciendo así que el desperdicio de sus alimentos son nocivos y producen la reducción de flora y fauna, en cuanto a las pérdidas económicas se puede establecer que los costos de pérdida por el motivo de desaprovechar alimentos, aumentaron a 1 billón de dólares, los costos ambientales aproximadamente a 700 mil millones de dólares y los costos sociales aproximadamente a 900 mil millones de dólares, generando así, grandes efectos adversos al desperdicio de los alimentos.

Pero este desperdicio, tiene diversidad de factores intrínsecos que van desde su elaboración, cadena de suministros y lugar de llegada, lo anterior se establece de acuerdo a la (PNUMA-DTU, 2021), las tecnologías de conservación de alimentos, que van a lo largo de la cadena de suministro, señalan que el transporte de alimentos frescos, es normalmente ineficiente causando así su posterior desperdicio, esto ocurre en negocios que elaboran y venden al por mayor sus productos alimentarios. Otro aspecto, es que no se conserva térmicamente el producto, lo cual desvía la cadena de frío y ocurre su pérdida, sobre todo en los alimentos que son perecederos, se podría establecer que en países como China, un aproximado del 85% de los

alimentos perecederos, son transportados en camiones sin refrigeración, y en países como Estados Unidos el 10%, por lo anterior es importante tener en cuenta que, una de las maneras de prevenir el desperdicio en los alimentos es el establecimiento de una buena conservación en los alimentos desde su origen hasta su entrega final.

El panorama en Colombia no es alentador, ya que se realizó un estudio de pérdida y desperdicio de alimentos en Colombia realizado por el Departamento Nacional de Planeación DNP en el año (2013), en dónde se estimó que se desperdiciaban un total de 9.6 millones de toneladas equivalentes al 34% de un total de una oferta de alimentos del 28, 5 millones de toneladas. Es decir, por cada 3 toneladas se perdía aproximadamente una tonelada de alimentos. En el desperdicio de los alimentos en Colombia se pudo deducir que las más de 9 millones de toneladas aproximadamente un 62% es de frutas y verduras.

En un estudio actualizado por el Departamento Nacional de Planeación DNP², año (2022), “se desperdiciaron en Colombia 1.426.932 toneladas de frutas y verduras en el ciclo de pos cosecha, una cifra equivalente a un 39 % total del comercio de frutas y verduras. De esta pérdida total, el 32 % correspondía a frutas y el 7 % a verduras”.

Por la ocurrencia de esas falencias, las empresas intentan ejecutar políticas y estrategias que les permitan ser mejores en su actividad, y de acuerdo a (Cano Solano, 2021), las estrategias que involucran la responsabilidad social están al orden del día y surgen, entonces, como una expresión manifiesta de los nuevos requerimientos de los grupos de interés, dichos equipos de interés tienen que ser cuidados, de manera recurrente, debido a que de esto realizan parte diferentes representantes.

Con base a las tácticas de responsabilidad, establecidas en las organizaciones, según su efecto, se podría concluir que en las organizaciones, la responsabilidad social se adopta en diversas posibilidades; aquello sí, cada una de, perspectivas más comunes siendo la primera, el realizado de que la responsabilidad social puede partir de una actitud consciente y responsable que asumen las organizaciones hacia el bienestar común; y en segundo sitio que la

² Departamento Nacional de Planeación

responsabilidad social parte de un evento planeado, es decir, las organizaciones se comportan de manera especulativa buscando beneficios puramente económicos y adaptando la toma de elecciones en aras de satisfacer las metas particulares de los propietarios o de los directivos empresariales, hasta el punto de reconocer que el incremento empresarial es producto de un conocimiento exhaustivo del entorno en el que opera la compañía y de las oportunidades de negocio que éste da en cuanto al funcionamiento y conservación ambiental y el correcto uso de los recursos naturales no renovables. De cualquier manera, la influencia de la responsabilidad social empresarial en el crecimiento de la compañía es evidente en el mundo empresarial actual.

En base a lo anterior se formula la siguiente pregunta problema:

1.2 Pregunta de investigación

¿Cuál es el comportamiento de la responsabilidad social ambiental en las Pyme del sector restaurantes en el municipio de Carepa en los años 2020 y 2021?

1.3 Justificación

La presente investigación se enfocará en el comportamiento que tiene la responsabilidad social empresarial en el sector de los restaurantes en el municipio de Carepa en el departamento de Antioquia, ya que la inserción de criterios de dirección y de gestión que se encuentran enfocados a la creación y optimización del impacto en las empresas, beneficia en la innovación habitual de externalidades sociales responsables, en todos los grupos de interés, pues el hecho de actuar socialmente responsable, adquiere un futuro devenir positivo para las organizaciones, en pro del cumplimiento de la normas y sus políticas corporativas.

Por ende, se hace necesario que todas las empresas, pequeñas, medianas y grandes establezcan su gestión socialmente responsable con acciones sanas hacia el medio ambiente, y todas las personas que hacen parte de ellas, sin olvidar la sociedad en general, haciendo partícipe el ejercicio profesional en base a la ética y la moral, que no haya lugar a dilemas, a los que se tengan que enfrentar las diferentes empresas para tomar decisiones.

Entonces, a través de los resultados de esta investigación se puedan generar y proponer campañas de concientización a los lectores de esta monografía, puesto que la RSE, de acuerdo a (Castro et al., 2019), concibe argumentos transcendentales como la ética o proceder humano, la moral o el sentido honesto del individuo, los valores corporativos, los normas legales y aspectos ambientales, que benefician a la organización en competencia y rendimiento organizacional. Por consiguiente, en el ámbito social la RSE es un ente abierto en constante interacción, generando oportunidades que las compañías pueden aprovechar.

Por consiguiente, en la dimensión social existe la necesidad de hacer frente a los problemas sociales que se presentan a lo largo de los años, y, una de estas herramientas factibles para hacer frente a este tipo de dificultades, es la responsabilidad social empresarial en el entorno ambiental, puesto que en lo expresado por (Gallardo & Galarza, 2019), las organizaciones que elaboran y producen bienes y servicios masivamente son quienes mayor responsabilidad adquieren en diversos aspectos sociales, económicos y ambientales.

En concordancia a lo anterior, Buitrago et al.,(2021), señala que en los manejos administrativos se ve reflejado y como factor de gran importancia el análisis y comportamiento

tanto interno como externo de la compañía, teniendo en cuenta que este dará pie para proceder con el planteamiento de las estrategias para mejorar y contribuir al crecimiento de la misma. Toda empresa debe tener claras sus debilidades y fortalezas para poder tomar medidas frente al comportamiento de la competencia dentro de su actividad económica, siendo de gran importancia conocer el deber de la empresa de ser socialmente responsable.

Al expresar que la responsabilidad social empresarial, se considera bajo prácticas empresariales abiertas y transparentes fundamentadas en valores éticos y en el respeto hacia los empleados, las sociedades y el ambiente, de la misma manera que un comercio que desempeñe unas buenas expectativas, de tipo ético, legal, comercial y público, en una compañía. Se señala que sus políticas de igual manera, en todas las organizaciones tienen que ser formuladas e implementadas con metas y programas sociales, que contribuyan de una manera positiva, internamente y externamente, en la estructura de un ambiente de trabajo sano y propicio a la ejecución profesional de los individuos.

Al aceptar una postura comprometida con la responsabilidad social empresarial, emprendedores se vuelven agentes de profundos cambios culturales, contribuyendo para la obra de una sociedad más igualitaria. En perspectiva a partir de actividades puntuales ante la urgente necesidad, hasta las que alcanzan una enorme persuasión, como, ejemplificando, el incentivo al debate político y a la administración participativa, con foros y reuniones con objetivo de fortalecimiento de la democracia y de la totalidad social, actuando de forma transparente con ética y moral, haciendo siempre las cosas bien. La organización del trabajo debería dar a los empleados la probabilidad de hacer algo que posea sentido, de entrenar y de desarrollar sus competencias, de ejercer sus juzgamientos y su independiente albedrío, de conocer la evolución de sus desempeños y de adaptarse.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Analizar el comportamiento de la responsabilidad social ambiental en el sector restaurantes en el municipio de Carepa en los años 2020 y 2021

1.4.2 Objetivos específicos

- Describir las prácticas de la responsabilidad social corporativa ambiental en el sector restaurantes en el municipio de Carepa en los años 2020 y 2021
- Medir el impacto positivo que generan las acciones de responsabilidad social corporativa del sector restaurantes en el municipio de Carepa en los años 2020 y 2021.
- Identificar cuáles son los beneficios económicos para las empresas que implementen políticas adecuadas en función de la norma, el manejo de residuos sólidos, reduciendo el impacto en el medio ambiente, en el sector restaurantes en el municipio de Carepa en los años 2020 y 2021.

CAPÍTULO II

2 Marco teórico y de referencia

2.1 Antecedentes o estado del arte

Origen de la Responsabilidad Social Empresarial

La responsabilidad social corporativa se centra en acciones que son para las organizaciones un compromiso socialmente responsable en su entorno, contribuyendo no solo al medio ambiente sino a diversos aspectos de interés para la comunidad en general. Por cierto, en cuanto al origen de la responsabilidad social empresarial, (Rodríguez et al., 2019) señala que este término tiene su origen en los antepasados del hombre, en donde se observan las palabras del filósofo Cicerón en su libro llamado los “deberes” el cual señala el deber del hombre hacia la sociedad, y hacia el mismo como una ley verdadera y una recta razón, en la cual la ley motiva a la comunidad al cumplimiento de deberes y a no hacer el mal, sin embargo, (Rodríguez-Fonseca et al., 2021), señala que el concepto de responsabilidad social se origina con el filósofo Zaratustra en la antigua Persia en el año 1767 AC (Antes de Cristo), quien dio a conocer actos, opiniones y pensamientos en la actividad económica ganadera, relacionando prácticas de responsabilidad social, buscando una utilidad financiera para las empresas, pero también tuvo en cuenta el beneficio de la comunidad situada en el lugar de la empresa, bajo una perspectiva del cuidado del medio ambiente, no obstante (Bellido & Nima, 2019), fundamentan el origen de la RSE en los años 1880, en donde se estableció, la época del capitalismo moderno provocado, por la respuesta jurídica en contraposición a los abusos ejecutados en ese tiempo, lo que instituyó la RSE como el convenio de fomentar una relación sostenible entre la organización, y la sociedad, generando de forma consecuente que en los años 1880 a 1970 la responsabilidad social empresarial se estableciera de manera obligatoria en aspectos sociales y ambientales.

En concordancia con (Bellido & Nima, 2019), el autor (Segura, 2020), concuerda con el origen de la RSE en los años en que el origen de la responsabilidad social corporativa fue ampliada en los años 1980 hasta el año 1999, por Carroll, en el cual se incluyeron algunas categorías de responsabilidad legal, moral, ética, económica y discrecional, además de asignar diferentes tipos de responsabilidades a los recursos humanos de la empresa con el propósito de

considerar la orientación en sus actividades, en interdependencia con la ética de una manera socialmente responsable, mientras tanto y se acuerdo al autor (Licandro, 2019), el origen según este autor de la responsabilidad social empresarial fue en los años 1970, en dónde se establecía que la empresa para poder alcanzar sus objetivos de vida tener algún tipo de responsabilidad social.

En cuanto al concepto de RSE, se puede señalar que su noción, es en referencia un concepto bastante amplio puesto que gracias al fenómeno de la globalización los cambios que han surgido al pasar los años emergen en nuevos paradigmas que amplía este concepto grandemente. De acuerdo a lo anteriormente señalado y en cuanto al concepto de la RSE, se determina según (Licandro, 2019), como una contribución de la organización a solucionar conflictos sociales, entendiéndose como una conducta empresarial que sin dejar de lado la actividad a la que se dedica, pueda destinar recursos para el apoyo a problemáticas sociales y al medio ambiente, en concordancia con lo anterior, y de acuerdo a la ISO 26000 de (2010), el concepto de RSE, engloba el hecho de que las empresas adquieran el compromiso de la responsabilidad social, ante los impactos que se generen a la sociedad y al medio ambiente, cabe aclarar que las decisiones y las actividades que ejecutan las empresas, deben efectuarse a través de una conducta ética y transparente, que contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo el bienestar de la comunidad, sumado a esto, el cumplimiento con la norma aplicable, y que además esta concuerde, con las normas internacionales que se tome en cuenta las expectativas de todas las partes interesadas, y que se encuentra integrada en toda la organización, estableciendo así una comunicación asertiva para todas las áreas, esto incluye las empresas que presten servicios, procesos y que elaboren productos.

En concordancia con lo anterior (Andrade et al., 2020), señala que la responsabilidad social, es un aspecto inherente en la labor organizacional puesto que no solo hay algún tipo de obligación legal o económica en las empresas, sino que se debe de asumir una responsabilidad con la comunidad, entonces es posible decir que (Licandro, 2019, Bellido y Nima, 2019 y Segura, 2020) coinciden en que la responsabilidad social empresarial adquiere una importancia en referencia al desarrollo social y a la sostenibilidad ambiental.

Seguidamente, para la Comisión de las comunidades europeas (2001), la RSE es:

“La integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores” (P.7), en lo que (Barrio, 2019), es coherente con señalar que la RSE se preocupa por el cuidado del medio ambiente, y por la sociedad en general.

Beneficios económicos que adquieren las empresas por gestiones de la RSE

Diversos acontecimientos han ocurrido con el pasar de los años, puesto que el cambio climático y el daño causado en él, ha sido un flagelo que ha ocurrido gracias a diversos aspectos, considerando relevante la productividad laboral, como uno de los factores detonantes, en el desarrollo social, tecnológico y económico que ha producido grandes daños al ecosistema, así mismo, en estos últimos 10 años, ha habido grandes avances en aspectos de una fundamentación sólida de una ética empresarial, y económica, pero aún con lo que se vive en la actualidad hay todavía muchas cosas por mejorar, con el fin de dar respuestas a todas aquellas dificultades, que se presentan al intentar orientar la praxis cotidiana desde las ideas fundamentales, que tienen que ver con la ética empresarial y económica, en base a esto, se establecen estrategias de responsabilidad social corporativa que permitan que las organizaciones se desarrollen social ecológica y económicamente sin olvidar claro está todas las responsabilidades que las hacen solidificarse con el pasar del tiempo es importante entender que una metodología de gestión empresarial muy importante es la teoría de los Stakeholders ya que es considerada un puente para que la ética empresarial dialógica pueda ser de la teoría a la práctica

En cuanto a los beneficios económicos que tiene la aplicación de la RSE, en las empresas (Valdez et al., 2021), y (Romero et al., 2020) concuerdan en que el gobierno colombiano entrega incentivos fiscales a las empresas que se motiven y se concienticen en aras de implementar actividades que beneficien a la sociedad y también brinda, beneficios tributarios por parte del estado para que implementen los programas de responsabilidad social empresarial.

Estrategias de RSE

La responsabilidad social actúa aquí de manera singular y es que una postura responsable socialmente a causa de la organización no recurre a la implementación del ser humano como una máquina, donde la acción organizacional busca la dignificación del trabajador, permite el desarrollo de sus facultades y su entendimiento y da cada una de los instrumentos primordiales para que se dé la paz gremial. La responsabilidad social a partir del entorno de la administración humana es un eje transversal en la utilización de cualquier tendencia, puesto que el término mismo de responsabilidad social implica a los individuos, tanto en sus actividades en procura de la producción, como de su historia en la organización

La responsabilidad social como táctica de administración humana establece ocupaciones en la organización que se relacionan de forma directa con el individuo humano, las cuales dejan de lado las afirmaciones de Braverman (1980), citado por (Valdez et al., 2021) y (Gallardo & Galarza, 2019), que subraya que la transformación de la raza humana trabajadora en instrumento de producción al servicio del capital fue un proceso incesante y sin fin, entonces, de acuerdo con el creador, transgrede las condiciones humanas del trabajo ya que los obreros son usados en maneras inhumanas y no importa cuán agonizantes o disminuidas se encuentren sus facultades críticas y conceptuales, puesto que constantemente van a ser vistas como una amenaza para el capital.

Impacto de la RSE en los restaurantes

La globalización de las economías intenta evolucionar constantemente en el último tiempo dentro, de esta evolución, se involucran cierto tipo de actividades productivas que puedan contribuir a un equilibrio financiero, de las empresas a nivel mundial, estas organizaciones surgen en base a las metas y expectativas que se proponen con el fin de sostenerse, de la mejor manera en competencia con otras empresas, ganando solidez.

Stakeholders o grupos de interés

La responsabilidad social empresarial, establece la adhesión valores corporativos que puedan generar confianza a sus clientes, y son esos clientes los que, no solo se interesan en la

calidad de los productos sino, además, son los que se encargan de difundir esta calidad por medio de diversas plataformas como lo son las redes sociales dando a conocer sus experiencias.

En primer lugar, (Rodríguez, 2017), señala que la difusión de la calidad de los productos se evidencia, por uno de los integrantes de los grupos de interés llamados clientes, quiénes le dan una gran importancia a la solidez de la empresa, y a su manera de reflejar su responsabilidad social corporativa. Estos grupos de interés llamados Stakeholders está constituido por empleados inversionistas, proveedores y consumidores, y a su vez son los más propensos a poder recompensar acciones de responsabilidad social, pero también a sancionar el proceder irresponsable de las empresas.

En segundo lugar, Thomas Clarke (1997), citado por (Marulanda et al., 2019), señala que Stakeholders, el grupo de personas que se relacionan entre sí en algún tipo de interés sobre temas organizacionales y que se pueden o no llevar a cabo, sin embargo Freeman (1993), citado por (Leonidou et al., 2020), define el concepto de una manera distinta al que estableció Clarke, ya que considera el Stakeholders como el grupo de personas que tienen efectos sobre una empresa o que se pueden ver de una u otra manera afectados por ella., y por otro lado Bourne (2009), citado por (Piñar-Alvarez, 2022), señala que la conceptualización de los Stakeholders, se refiere a los individuos o los grupos de personas que pueden ser impactados por el éxito o el fracaso de las actividades y proyectos en las empresas.

Experiencias de algunos reconocidos restaurantes en RSE y empresas productoras de alimentos.

Las experiencias en cuanto a RSE, son un eje fundamental en la implementación de las políticas sociales y ambientales que tienen algunas empresas en pro del beneficio de la sociedad en general, y en cuanto algunas experiencias de responsabilidad social que tienen empresas de alimentos como el restaurante Toks se establece, que la empresa de restaurantes **TOKS** México, de acuerdo al estudio realizado por (Marín & Cano, 2018), se encuentra alineada de forma positiva de en concordancia con la RSE, esta es una empresa que lleva más de 15 años implementando acciones socialmente responsables y sustentables, que se orientan a el desarrollo

comunitario, progreso económico y sostenibilidad ambiental; se encuentra focalizada, hacia los 17 objetivos del desarrollo sostenible, y su población objetivo son sus trabajadores, personas de bajos recursos, instituciones educativas, organizaciones sin ánimo de lucro, autoridades, clientes, proveedores y comunidad en general.

En concordancia con lo anterior, el objetivo principal de esta empresa, es poder entregar a sus clientes una mejor experiencia en alimentos, contribuyendo al desarrollo de conductas de responsabilidad social y sustentabilidad, en todos los grupos de interés, participando de forma activa desde el año 2009 aproximadamente, en el equipo sostenible de cadena de suministros en base a la firma del compromiso llamado “negocios por la paz y la iniciativa de *ONU mujeres*”. También es integrante del comité de empresas de pacto mundial México, y son miembros de la junta directiva del pacto mundial en Nueva York, fomentando propuestas y estrategias en la agenda 2030 de los objetivos del desarrollo sostenible para un mundo mejor,

De otro modo la empresa Toks, contribuye además a planes de acción esenciales que se orientan al cumplimiento del mayor número de los objetivos del desarrollo sostenible ODS³, teniendo en cuenta que han ayudado a más de 8000 personas en un aproximado de 52 comunidades de personas en todo México, en este caso integró proveedores, brindándole a los clientes productos naturales artesanales y de buena calidad, siendo esto una gran ventaja competitiva.

En cuanto a la educación se encuentra aliado con más de 20 universidades en México, en dónde se desarrollan capacitaciones y talleres de responsabilidad social corporativa para alumnos y docentes, talleres en los que se encuentran temas de proyectos productivos, gastronomía y arquitectura. En cuanto a la prevención del delito, contribuyen con jóvenes en conflicto apoyándolos en el desarrollo de sus competencias, para que tengan un mejor futuro y, en la sostenibilidad con el medio ambiente esta empresa recicla residuos inorgánicos cartuchos de tóner, aceite vegetal usado y sistemas de calentamiento de agua.

³ Objetivos del desarrollo sostenible

De acuerdo a lo anterior, su autor (Marín & Cano, 2018), argumenta que esta empresa apoya en gran manera, en conflictos de interés social, económico, ambiental, al gobierno y a la sociedad en cumplimiento con aspectos esenciales de gran beneficio en materia de RSE.

Así mismo la empresa Frisby, que lleva 40 años en el mercado, adquiere como propósito de su plan de responsabilidad social empresarial el generar un crecimiento económico en Colombia, enfocado crear valor para todos sus Stakeholders (grupos de interés), esta empresa en lo que apunta (Marín & Cano, 2018), es una organización innovadora y entrega a sus clientes un buen sabor en sus alimentos, por lo que se ha esforzado durante muchos años, a orientar dentro de su entorno organizacional un vínculo equilibrado con los proveedores, meta que se ha logrado con un gran sentido de responsabilidad social y ambiental. En estos 40 años, Frisby, se ha solidificado como una de las empresas favoritas de los colombianos y para el 2017, se encontraba, en 54 municipios y con más de 243 puntos de venta se puede evidenciar qué es una de las cadenas alimenticias que tiene mayor cobertura a nivel nacional, generando 2585 empleos de forma directa, en donde el plan de responsabilidad social empresarial, es interdependiente a los principios del pacto global de las Naciones Unidas, en corresponsabilidad basado en los 10 principios en materia de derechos humanos derechos laborales medio ambiental y anticorrupción.

No obstante, el compromiso de Frisby ante las Naciones Unidas con los objetivos del desarrollo sostenible, se liga de forma directa con la educación de calidad garantizando así una educación equitativa, promocionada, inclusiva y que se orienta a que las personas tengan buenas oportunidades para adquirir conocimiento, el otro objetivo es hambre cero, que se orienta a poder lograr una seguridad alimentaria en mejora de la nutrición y reduciendo el hambre, también promover una agricultura sostenible. De igual manera (Marín & Cano, 2018)., expone que esta gestión de sostenibilidad, se basa en la metodología de los GRI, considerada como una guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad y es la iniciativa principal de la Institución Reporte Global Iniciativa determinada como el organismo que está conformado por distintos grupos de interés, difundiendo memorias de sostenibilidad focalizadas en principios éticos de tipo económico ambiental y social.

En estas experiencias de RSE, se refleja el compromiso que han adquirido las empresas del sector alimentos, TOKS y Frisby, con el pacto global y como han establecido la RSE en su entorno como parte de su cultura, adaptándola a una estrategia de tipo ocupacional, en que suman gran importancia todos sus grupos de interés, generando así una contribución al desarrollo económico de sus países, y también la responsabilidad adquirida con el medio ambiente, aplicando conductas éticas en la toma de decisiones, lo que las ha posicionado como empresas sólidas con más de 40 años en el mercado.

Experiencias en empresas de Ecuador

Las experiencias en 10 empresas Ecuatorianas, se efectúa de acuerdo a (Gallardo & Galarza, 2019), la relación del desempeño financiero con la responsabilidad social empresarial, lo cual establece que de las empresas investigadas, los resultados más altos en cuanto a la responsabilidad social empresarial indican que en dimensión a los derechos humanos estructurada por los principios 1 y 2 del pacto mundial se establece un alto nivel de cumplimiento con un 83% en dónde se establece que las capacitaciones y beneficios anuales a los colaboradores y el nivel del compromiso de las organizaciones con la comunidad generar un impacto positivo sin embargo es necesario mejorar la RSE en la selección de proveedores y el resguardo de datos de los clientes.

De igual manera, se determina que la dimensión del medio ambiente adquiere un cumplimiento del 75% en cuanto al establecimiento de los principios 7, 8 y 9, en los cuales las organizaciones se enfatizan en el ahorro de energía y agua, sin embargo, en contraposición se puede evidenciar que, en el uso de los productos reciclados, y el destino de los derrames que se ocasionaron por su producción o servicio hay un descuido notable. También, la anticorrupción adquirió un cumplimiento de un 67%, la cual se constituye del principio 10 del pacto mundial, en esta se refleja que las organizaciones, se interesan en comunicar las políticas anticorrupción y los códigos de ética a todas las áreas que hace parte de ella sin embargo es notable que haya una reducción en la comunicación para evitar la competencia desleal y el conocimiento acerca de los casos de corrupción en las organizaciones.

De otro modo, en lo que establecen (Gallardo & Galarza, 2019), la dimensión del ámbito laboral tiene un cumplimiento del 64% en esta se miden los principios 3, 4, 5, y 6 y el resultado notable es que las organizaciones se inclinan para reducir y evitar a toda costa la explotación infantil sin embargo existe menor importancia hacia criterios como lo son el respeto a los derechos de los indígenas los salarios entre hombres y mujeres y la comunicación de modificaciones operacionales.

En este estudio se puede concluir que los índices de desempeño financiero no se asocian de forma directa con las dimensiones de la responsabilidad social empresarial sin embargo se puede señalar que existe un margen de relación positiva que contribuye la aplicación de criterios y políticas que son socialmente responsables en algunos indicadores como lo son los más relevantes para la toma de decisiones.

Responsabilidad social corporativa en pequeñas empresas arroceras de Colombia

En una evaluación realizada acerca de los elementos de responsabilidad social asumidas por las empresas arroceras del sector agroindustrial en Villavicencio, por (Bohórquez Barbosa et al., 2019), se encontró que, en cuanto factores relacionados con la contaminación ambiental, la salud, la educación y vivienda para los diferentes autores comprometidos en este contexto laboral, se realizaron 700 encuestas tipo Likert, a los pobladores de la sociedad aledaña y a los trabajadores de estas organizaciones. Usando el procedimiento estadístico multivariante del estudio de correspondencia se vio, bajo compromiso social en todos los puntos en la sociedad y un leve compromiso para los trabajadores. El medio ambiente es uno de los puntos de menor apoyo, evidenciado a partir de la sociedad y a partir de los trabajadores.

Entonces, los resultados encontrados evidencian un paralelo, en donde la sociedad responde con proposiciones que realizan ver el poco nivel de responsabilidad social en los puntos involucrados con la enseñanza, la casa, la salud y el poco compromiso de estas organizaciones con el medio ambiente. A partir de la perspectiva de los trabajadores existe un compromiso leve en los procesos de enseñanza, es bueno que dichos tengan horarios apropiados para que asistan a colegios y universidades. El problema se presenta una vez que no se observan el mismo compromiso con sus familias. A partir de la perspectiva de los trabajadores las organizaciones

producen además inicios de RSE, una vez que hay una valoración significativa a los procesos de mantenimiento a sus instrumentos generadores de ruidos y la utilización de maquinaria adecuada para eludir la contaminación ambiental en su procesamiento.

Frente a la defensa ambiental la sociedad refleja serios problemas, más que nada ya que en la zona en donde se realiza la indagación las inundaciones en los barrios en épocas de lluvias son ordinarios y las organizaciones no limpian los accesos por donde corren los residuos de la cascarilla del arroz. Puntos como el sonido, la descontaminación del agua, el humo recurrente de dichos molinos, son recursos que a la concepción de los encuestados las empresas salen poco favorecidas. Generalizando, en todos los puntos a partir de la sociedad, los procesos de responsabilidad social (educación, casa, medio ambiente, salud y recreación) por parte de estas organizaciones muestran serios problemas, no se nota el compromiso de estas para la sociedad, a partir de la perspectiva de los trabajadores se observan indicios en donde la existencia de la compañía hace percibir armonía con sus trabajadores.

Experiencia de empresa Freskaleche

En el estudio realizado por (Ortiz et al., 2019), se puede observar que un aspecto altamente positivo en esta empresa, es la generación de empleo a la comunidad, además de apoyar en aspectos de nutrición de familias colombianas entregando productos de primera necesidad de la canasta familiar. El impacto económico que genera es contribución y apoyo a pequeños y grandes productores de leche de la región que actualmente han optimizado su calidad de vida y entorno familiar gracias a la obtención no solo de ingresos sino de beneficios en cuanto a crecimiento en el mercado. En el impacto social, se destaca por ser patrocinador de clubes de fútbol de niños en Colombia, incentivando mucho más aún el deporte por medio de esta labor. El impacto ambiental que genera esta empresa es la difusión de la conciencia de acuerdo a lo esencial de proteger el medio ambiente y también de reciclar es empresa apoya en su participación a salidas ecológicas ayudando en actividades como la reforestación.

Experiencia de empresa Macpollo

La empresa Macpollo, se encuentra hace aproximadamente 50 años en el mercado, enmarcando sus valores corporativos en el respeto la confianza y la responsabilidad. De acuerdo a lo que exponen (Castro et al., 2019), uno de los impactos negativos que se pueden señalar con esta empresa es básicamente algunas pérdidas en la parte económica, puesto que la manera de desechar la merma que produce el pollo cuando se deshidrata no es la correcta. Otro impacto negativo al no establecer un sistema de responsabilidad social empresarial en esta empresa es ambientalmente contaminar la atmósfera ya que si no hay una buena práctica de manejo de desechos se pueden ocasionar presencia de plagas como lo son cucarachas hormigas zancudos ratones. Entonces al establecer el concepto de inversión en un plan de responsabilidad social empresarial en el aspecto ambiental se genera un impacto que contribuye a la sostenibilidad del medio ambiente y también a la comunidad, por medio inicialmente de capacitaciones como recursos técnicos utilizados primeramente y como criterio final el establecimiento de un plan de residuos sólidos amigable con el medio ambiente.

Experiencia en el sector cárnico

En una empresa Colombiana del sector cárnicos, se enfatiza la responsabilidad social que tiene una empresa de productos cárnicos en pro de disminuir el impacto negativo en contra del medio ambiente y la principal propuesta que plantean es el uso de algún tipo de plástico biodegradable, que de acuerdo a (Amaya & Cruz, 2020), disminuye en gran manera el daño ambiental que provocan algunos empaques tradicionales que se usan normalmente en las industrias alimenticias, que a su vez son un poco más económicos, así que los empaques biodegradables reducen de forma notable el impacto ambiental que produce el sector cárnico en Colombia, y en este caso proponen en primer lugar los biopolímeros biodegradables con el propósito de conservar las carnes crudas, y reduciendo el impacto negativo el ecosistema ya que este tipo de empaques se descomponen en poco tiempo y además tienen estructuras químicas aceites esenciales naturales.

Se propone también un envase biodegradable para carnes a base de aceite colágeno proteína de huevo y otros componentes que no generan ningún tipo de toxicidad ni a las personas

ni al medio ambiente y además tienen un tipo de descomposición a corto plazo. El último producto biodegradable serían los envases activos que se utilizarían para productos como la carne de cerdo, pero teniendo en cuenta que se debe tener a una temperatura fría degradándose con mayor facilidad y más rapidez.

La anterior experiencia es un claro ejemplo de cómo las empresas que venden alimentos, de una u otra manera, contribuyen a la sostenibilidad ambiental, y se encuentran al tanto de la importancia que tiene este tipo de responsabilidad para mejora de procesos de trabajo, generando así una calidad de vida óptima para las familias, por medio de estas estrategias.

Experiencia de consumo socialmente responsable

Este es un estudio que se realiza en las principales ciudades de Colombia, con el propósito de saber qué tipo de personas compran productos que son socialmente responsables, de acuerdo a (López & Peñalosa, 2018), el estudio evidenció, que las personas de la ciudad que consumen este tipo de productos con mayor frecuencia son las personas de Medellín, ya que se fijan altamente en las características del producto y verifican que sea socialmente responsable y amigable con el medio ambiente el mayor porcentaje de productos socialmente responsables que consumen estas personas son los alimentos con un porcentaje del 52%, de igual forma, los hombres jóvenes son quienes presentan mayor disposición para la compra de este tipo de productos.

De acuerdo a la anterior experiencia se puede señalar que la significancia de que las empresas tengan, responsabilidad social empresarial, establece la inserción, de criterios de dirección y de gestión que se encuentran enfocados a la innovación y optimización del impacto en las empresas, de manera que esta innovación contribuya y genere de forma frecuente externalidades sociales responsables, a todos los grupos de interés, ya que actuar socialmente responsable, adquiere un futuro devenir positivo para las organizaciones, en pro del cumplimiento de la norma. Es necesario que todas las empresas, pequeñas, medianas y grandes establezcan su gestión socialmente responsable con acciones sanas hacia el medio ambiente, y todas las personas que hacen parte de ellas, sin olvidar la sociedad en general, haciendo partícipe

el ejercicio profesional en base a la ética y la moral, que no haya lugar a dilemas, a los que se tengan que enfrentar las diferentes empresas para tomar decisiones

Experiencia de los objetivos de desarrollo sostenible ODS

En este artículo de revisión se establece la gran importancia que tienen los objetivos de desarrollo sostenible, y también se evidencia como un reto para todos los países de forma general, ya que este tipo de objetivos, pueden generar soluciones globales, con el problema que se vive actualmente, con la desigualdad y el intentar estabilizar el cambio climático mejorando los recursos naturales ha sido un gran obstáculo para el mundo se habla también de que en el caso de países como Colombia es altamente necesario incorporar no solamente el sector privado sino también las empresas públicas a que participen de forma habitual en el alcance de estos objetivos.

Se establece mediante este artículo realizado por (Velásquez, 2022), la elaboración de una encuesta realizada a 986 empresas a nivel mundial, y se estableció como resultado que el 71% de ellas están incorporándose en los objetivos de desarrollo sostenible y el restante indicaron que en los próximos años se incorporarán, esto concluye que muchas empresas, en base a la preocupación que existe de forma global con la sostenibilidad intentan incorporar planes de acción basados en la responsabilidad social empresarial.

En conclusión a lo anterior, se puede manifestar que son altamente necesarios todos los aspectos que contribuyan a mejorar la responsabilidad social corporativa en las empresas y es importante formular más estrategias que cada día con lleven a esto aspectos como adoptar valores trabajando con transparencia valorará los empleados ya todos colaboradores de las empresas aportar al medio ambiente haciéndolo seguro para los demás la inmersión de los socios y dos de los proveedores en acciones socialmente responsables y la protección de los clientes y los consumidores son necesarios para la determinación de procesos sociales que sean responsables la promoción de la comunidad también establece un aspecto principal que vincula a las empresas con la sociedad y el compromiso con el bien común son fundamentales las empresas deben de tener empatía y de ponerse no zapatos de la sociedad.

Experiencia de Alimentos Gamar

Como el concepto de responsabilidad social empresarial es tan importante, esta empresa de alimentos se enfoca hacia el impacto social con el propósito de ser un agente socialmente responsable brindándole es un mejor entorno laboral a los colaboradores, para que estos tengan un mejor desempeño.

Esta es una empresa que elabora alimentos a base de lácteos nutritivos saludables y seguros, y de acuerdo a (Palacios et al., 2019), sus productos cumplen las expectativas de los clientes y consumidores, a través de la excelencia se encuentra ubicada en San Vicente del Caguán en Colombia y está conformada por personas naturales y jurídicas. Esta empresa de alimentos, además se preocupa por sus consumidores, y comunidad en general, ya que continuamente mejora la seguridad y la calidad de los alimentos realizando así buenas acciones con los productores de leche,

Sin embargo, la evaluación de impacto que realizó esta empresa en el problema interno económico, es que aún hacen falta objetivos estratégicos que contribuyan a poder tener una rentabilidad a corto mediano y largo plazo para poder asegurar una estabilidad en el tiempo de la empresa. En cuanto al impacto social interno no existen eventos solidarios o algún proyecto social que la empresa patrocina de forma directa y en dónde los colaboradores sean integrantes de alguna participación es necesario entender también qué la promoción de la salud y medidas de seguridad industrial se han tornado deficientes lo que ha generado accidentalidad laboral en los empleados

Así mismo (Palacios et al., 2019), señaló que hay una ausencia de un plan de sostenibilidad para poder reducir residuos vertidos y emisiones. Otro impacto ambiental deficiente es el humo que emite la empresa en sus procesos de producción de alimentos derivados de los lácteos, ya que la comunidad que habita alrededor se ha quejado de forma negativa frente a esta situación qué es visible y qué causa problemas a la salud. Entonces gracias a lo anterior, se desarrolló en esta empresa un código de conducta que estaba dirigido a poder fortalecer la cultura corporativa en donde la toma de decisiones de empleados y directivos es fundamental acá se fomenta un comportamiento que se encuentre ajustado legalmente pero también en virtud de la ética y la moral se estableció también el mapa de Stakeholders en donde se involucraron a todos los actores del proceso, y como aspecto final se presenta un plan de

responsabilidad social empresarial para la empresa alimentos Gamar que constituye un gran importancia y un compromiso de responsabilidad social amigable con el medio ambiente,

Se puede concluir que esta empresa pese a que intenta brindar una calidad de vida a sus colaboradores, y entrega productos de calidad a sus clientes finales, genera en la sostenibilidad ambiental, impactos altamente negativos que puede ocasionar efectos adversos para la sociedad.

Análisis de empresas Bogotanas que reconocen la RSE

Este es un estudio que se realizó en Bogotá, por (Ramos & Duque, 2020), en la que se considerada la capital del país como la ciudad que refleja la mayor proporción en la creación de empresas en Colombia, y de acuerdo las cifras de la cámara de comercio del 2018 el 22.5%, del total de las empresas en Colombia los representa Bogotá con un total de 728.784 empresas comerciales para el año 2017, creciendo de forma anual. De acuerdo a su estudio se intentó establecer si las empresas pequeñas y medianas en Bogotá reconocen o no la responsabilidad social empresarial y el impacto ambiental que generan la manufactura de sus productos en diferentes sectores entre ellos el de alimentos.

En este caso se logró analizar qué el 79.84% de las empresas que se encuestaron en la ciudad de Bogotá no conocen de forma precisa cuáles son los impactos ambientales que se generan a través de la elaboración y comercialización de sus productos teniendo en cuenta que aun cuando la mitad de las empresas, saben que generan algún tipo de impacto ambiental no tienen índices de indicadores que los puedan medir, y el impacto social aproximadamente adquiere un 60.90% de las empresas, aunque estas saben que generan un impacto social tampoco lo han medido.

Los criterios esenciales de Responsabilidad Social Empresarial

Dentro de los criterios que se establecen en la responsabilidad social corporativa, de acuerdo a lo señalado por (Benencia, 2019), existen, 7 ejes, que contribuirían en gran manera el

desarrollo de la responsabilidad en las empresas con los diversos grupos de interés que existen, estos son:

- **Adoptar valores y trabajar con transparencia**

Dentro de este criterio se establecen la visión la misión la ética la resolución de conflictos entre otros aspectos necesarios para la toma de decisiones y adoptar conductas y valores apropiados con transparencia.

- **Valorar a empleados y colaboradores**

Este criterio se enfoca en acciones, que promuevan la motivación laboral aspectos en el lugar de trabajo en donde haya un compromiso con las prestaciones sociales y asistenciales de los colaboradores además que el ambiente de trabajo sea motivo del aporte de creativas ideas que puedan mejorar el desempeño de la empresa. También se establecen aspectos de incorporación de la diversidad considerada está fundamentalmente como un valor esencial que promueva experiencias desde diferentes puntos de vista y que se enfoque en la no discriminación de las personas independientemente de su condición sexual nacionalidad creencia religiosa género dialecto entre otros aspectos sociales y demográficos.

Se tiene en cuenta también el libre desarrollo profesional de las personas y que no exista el acoso sexual en donde se implementen políticas que regulan estos elementos y se promueva la gestión participativa que incluya la familia de los colaboradores otorgándole así un bienestar y una seguridad constante. En este aspecto también se debe tener en cuenta el cuidado del medio ambiente la promoción de los hábitos de vida saludable y un programa de seguridad y salud en el trabajo Que se cumpla segundo regido por la norma. En el área de gestión de personal establecer la remuneración los incentivos tratar de reducir en lo que más se pueda los despidos del personal y que se puedan delegar los poderes denominando las metas y los objetivos a alcanzar en equipo.

- **Aporte al medio ambiente**

Este aspecto es esencial ya que la responsabilidad social empresarial no se basa únicamente en la gestión del personal ni en la alta dirección es necesario el hecho de reducir la agresividad hacia el medio ambiente promoviendo siempre unas óptimas condiciones

ambientales basada en la gestión de residuos ya que todas las empresas y la sociedad en general dependemos del medio ambiente para poder ejecutar cualquier tipo de actividad y si no hay un ambiente sano no habrá una salud y un bienestar para las personas.

En este caso se debe establecer una política ambiental y ecológica que tenga como prioridad el uso de insumos ambientalmente correctos para su uso y que reduzcan en gran manera el daño al medio ambiente se debe también de reducir los residuos que se generan en las empresas y también prevenir la contaminación al máximo reduciendo el uso de tóxicos y usando de forma específica y eficiente la energía y el agua, trabajando en equipo con todos los grupos de interés.

- **Involucrar a socios y proveedores**

Es importante entender que toda empresa que es socialmente responsable debe de estar en constante contacto con socios y proveedores con el fin de fomentar la transparencia en los contratos que se establecen en sus acciones diarias y también en el rol que cumple cada uno en base a su responsabilidad. Es importante tener en cuenta que la promoción de las asociaciones en cuanto a la comunicación de los objetivos metas y expectativas puedan tener todo el esfuerzo de los grupos de interés con el fin de alcanzar todas aquellas metas propuestas desde un inicio además favoreciendo un clima de colaboración al pasar el tiempo cuando haya cambios en la empresa y establecer así una confianza organizacional para todos.

- **Proteger a los clientes y consumidores**

Cuando hablamos de la protección al cliente y de los consumidores, se determinan todos aquellos procedimientos responsablemente sociales, que conllevan a un buen trato a los clientes y también a los consumidores; se considera este aspecto esencial, ya que así mismo se deben de elaborar productos de calidad al igual que servicios válidos y confiables, en donde exista una garantía que elimine los daños potenciales en la salud de los usuarios considerándose este aspecto sumamente importante, en cuanto a los productos y los servicios. Es importante que esto no sea perjudicial, ni para el medio ambiente, ni para la salud de las personas durante todo el proceso, adoptando siempre la responsabilidad social corporativa, en todo momento, en todo lugar, en todas las áreas, y en diversos aspectos.

- **Promover a la comunidad**

Cuando hablamos de la promoción de la comunidad se establece una relación cercana que tiene la organización con la sociedad en general, lo que debe conllevar, a poner en práctica todos aquellos valores corporativos con los que se está comprometido desde un inicio es necesario que las empresas apoyen socialmente organizaciones no gubernamentales así mismo como proyectos educativos e instituciones de cualquier tipo social demostrando así que tienen un valor importante para la empresa y resaltando el beneficio que trae esto a la comunidad en general.

En ese caso las empresas deben de identificar todos aquellos conflictos y buscar su resolución de forma conjunta además deben de realizar inversiones en la comunidad considerando así, probabilidades de contrataciones de algunos servicios ofrecidos por organizaciones comunitarias o proveedores locales asimismo la empresa contribuirá a la revitalización de la comunidad deben además de estar al tanto con las comunidades de bajos recursos con el fin de establecer oficinas producción y venta en donde todas aquellas personas tengan accesibilidad.

Las organizaciones deben de realizar donaciones tangibles o intangibles contribuyendo así de forma directa a la comunidad y que ésta pueda hacer un excelente uso de estos productos ofrecidos por las empresas en cuanto a la educación deben también de ofrecer apoyo a las escuelas locales en donde haya la posibilidad y el compromiso de mejorar la educación en esta área.

- **Comprometerse con el bien común**

Cuando una empresa decide cumplir con el bien común se establece un aspecto entre la ética y la moral con el poder público sin lugar a dilemas morales que puedan hacer fuente de corrupción se establecen acciones que perfección en todas aquellas políticas públicas en áreas de tipo social educativa y cultural participando en la toma de decisiones en cuanto al desarrollo del país.

Tipos de Grupo de interés

<u>Organización</u>	<u>Trabajadores</u>	<u>Accionistas</u>	<u>Grupos financieros</u>	<u>Clientes</u>	<u>Proveedores</u>	<u>Gobierno</u>	<u>Comunidad</u>
<p>Historia de la organización</p> <p>Bases de la industria</p> <p>Estructura de la organización</p> <p>Realización económica</p> <p>Entorno competitivo</p> <p>Misión o propósito</p> <p>Reglas de la organización</p> <p>Sistemas de dirección de los</p>	<p>Política general, beneficios, remuneraciones y seguridad en el trabajo, formación, desarrollo y planes de carrera, Programas de ayuda/subsidio a los trabajadores, Fomento de la salud</p> <p>Absentismo y rotación en el trabajo, permisos de ausencia, Relaciones con los sindicatos, despidos y desempleo, jubilaciones, equidad en el</p>	<p>Políticas generales</p> <p>Comunicación con los accionistas y reclamaciones</p> <p>Dividendos y revalorización de las acciones</p> <p>Defensa de los accionistas</p> <p>Derechos de los accionistas</p> <p>Otros asuntos de los accionistas</p>	<p>Liquidez y solvencia de la empresa</p> <p>Rentabilidad a corto y largo plazo</p> <p>Grado de seguridad</p> <p>Generación de tesorería</p>	<p>Política general</p> <p>Calidad</p> <p>Comunicación con los clientes</p> <p>Seguridad en los productos</p> <p>Reclamaciones de los clientes</p> <p>Servicios a clientes especiales</p> <p>Otros asuntos de los clientes</p>	<p>Relaciones estables y duraderas</p> <p>Política general</p> <p>Poder relativo</p> <p>Otros asuntos de los proveedores</p>	<p>Cumplimiento con la ley</p> <p>Cumplimiento con el trabajo</p> <p>Cumplimiento con la competencia</p> <p>Exactitud en los datos</p> <p>Implicación en políticas públicas</p>	<p>Seguridad en las operaciones</p> <p>Generación de oportunidades de empleo</p> <p>Contribución a la comunidad</p> <p>Actuaciones favorables</p> <p>Sustitución de recursos renovables</p> <p>Inversiones sociales y donaciones</p> <p>Relaciones con la comunidad</p> <p>Salud pública, seguridad y protección</p> <p>Conservación de los materiales y de la energía</p>

asuntos sociales y de los grupos de interés	trabajo y discriminación Preocupaciones diarias y adaptación a la familia Comunicación con los trabajadores.						Valoración medioambiental en los proyectos Otros asuntos medioambientales
---	--	--	--	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia

2.2 Marco teórico

2.2.1 Modelos para implementar una eficiente RSE

2.2.1.1 Modelo Pacto Mundial

En estos últimos 10 años, ha habido grandes avances en aspectos de una fundamentación sólida de una ética empresarial, y económica, pero aún con lo que se vive en la actualidad hay todavía muchas cosas por mejorar, con el fin de dar respuestas a todas aquellas dificultades, que se presentan al intentar orientar la praxis cotidiana desde las ideas fundamentales, que tienen que ver con la ética empresarial y económica, en base a esto, se establecen estrategias de responsabilidad social corporativa que permitan que las organizaciones se desarrollen social ecológica y económicamente sin olvidar claro está todas las responsabilidades que las hacen solidificarse con el pasar del tiempo es importante entender que una metodología de gestión empresarial muy importante es la teoría de los Stakeholders ya que es considerada un puente para que la ética empresarial dialógica pueda ser de la teoría a la práctica, uno de los modelos que cumplen con los criterios de RSE, es el modelo del pacto mundial, que se describe a continuación.

Este modelo, según Gallardo y Galarza, (2019), se basa en 10 principios que se encuentran unidos en 4 dimensiones, y las organizaciones deben de informar acerca de las actividades que efectúan para poder cumplir cada uno de estos principios. El principio 1, establece que las organizaciones deben de no solo apoyar sino resguardar, y brindar respeto hacia la protección de los derechos humanos fundamentales. El principio 2 establece, que las organizaciones deben de garantizar que sus colaboradores ni sus demás sedes sean cómplices de dicha vulneración a los derechos humanos. La segunda dimensión es la del ámbito laboral, que agrupa tres principios, el principio 3 que apoya la libertad de asociación, y el derecho a la negociación colectiva, el principio 4 que apoya la eliminación de explotación o trabajo forzoso, y el principio 5 que establece la contribución a la erradicación del trabajo infantil.

La tercera dimensión también en lo establecido por (Gallardo & Galarza, 2019), es la dimensión del medio ambiente que se compone los principios 7,8 y 9 en dónde se adopta el enfoque preventivo que deben de tener las organizaciones para poder favorecer el medio

ambiente también fomentando las iniciativas como principio 8 de una responsabilidad amigable con el medio ambiente y el principio 9 regula que las organizaciones deben de favorecer las nuevas tecnologías de la información y la comunicación pero que sean respetuosas con el ecosistema. Por último, lugar se encuentra la cuarta dimensión que es la dimensión anticorrupción en donde está compuesta por el principio 10 que es donde las organizaciones deben de velar y trabajar en contra de todas las formas de corrupción que haya constituidas incluidas el soborno y la extorsión se establece por el pacto mundial que la adherencia a este modelo es voluntaria.

Las empresas del hoy, adquieren una necesidad de obtener cualidades competitivas sostenibles y desarrollo sustentable, estas, tienen que concentrarse en el respeto como eje estructural, en sus operaciones diarias, con sus participantes y básicamente con sus recursos humanos, logrando instituir relaciones, más cercanas, en medio de éstos y la compañía, proceso que ayuda a incrementar, su rendimiento y efectividad en los procesos. Se señala, el hecho de implantar, una asociación e interdependencia, entre empleador y empleado, proporcionándole lo cual requiere, y éste mutuamente tendrá que dar todo el costo viable a la organización. Con base a esto último se puede deducir que las organizaciones, se permanecen dando cuenta que solo perdurarán esas en la que su nivel de responsabilidad con el bien común sea el más factible

2.2.2 Modelo gerencial

Este es un modelo basado en la ética kantiana que permite diseñar en las empresas los códigos de ética empresarial y con él se puede establecer específicamente El deber ser de la organización mediante una misión y una visión con una perspectiva coherente obedeciendo siempre la ley moral, (Castro et al., 2019).

Modelo Hoshin Kanry: Este modelo citado por (Palacios et al., 2019), se enfoca en que los objetivos estratégicos de las compañías, orienten decisiones y acciones a tomar esto se realiza mediante la planificación estratégica que tiene como metodología el proceso sistemático para la resolución de conflictos el ordenamiento y la identificación de dificultades que estén por mejorar, por este motivo las organizaciones usan este modelo para poder orientarse de la mejor manera posible optimizando así conocimientos estrategias competencias y que se expanda en

todos los niveles de la empresa para que cada persona contribuye de acuerdo a el nivel cognitivo que haya adquirido este modelo aparte de una efectiva planeación fomentan la mejora continua de los procesos en ccuanto a aspectos de productividad.

Modelo GRI

Establece de acuerdo a (Gallardo & Galarza, 2019), indicadores sociales económicos y ambientales sumado a lo anterior determina dimensiones agrupadas en la dimensión económica ambiental y social adquiriendo una gran acogida a nivel mundial que implementa buenas prácticas en responsabilidad social corporativo.

2.3 Marco Conceptual

Código de conducta:

Conceptos de RSE

La responsabilidad social corporativa, de acuerdo a lo expuesto por (Marín & Cano, 2018), es el oriente de las organizaciones para poder alcanzar el equilibrio económico ambiental y social que permita al mismo tiempo beneficiar a todos los grupos de interés que hacen parte de la empresa.

Otro concepto de responsabilidad social empresarial es la contribución que tiene está al desarrollo humano sostenible por medio de la responsabilidad la confianza y el compromiso hacia sus colaboradores y sus familias, pero también hacia la sociedad en general en pro de la optimización de un capital social y un entorno de vida armonioso y de calidad para todas las partes interesadas.

Desarrollo sostenible: Formas de progreso que satisfacen las necesidades del presente sin comprometer la posibilidad de las generaciones futuras para alcanzar sus necesidades.

Desperdicio de alimentos: El desperdicio según la FAO se refiere a la reducción de alimentos en su fase de distribución venta y consumo se relaciona normalmente con las conductas y comportamientos de compra consumo y manipulación de alimentos.

Estrategia empresarial: Conjunto de criterios y reglas de decisión que tratan de hacer corresponder los recursos de la organización con su contorno y, en particular, con las expectativas de sus grupos de interés.

Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial: Se determina como el reconocimiento en gestiones sociales, laborales, ambientales, y aspectos referentes a los derechos de las personas, esta gestión, genera, estrategias y políticas, que de una u otra manera, satisfacen la sostenibilidad, (Catacora & Quispe, 2019).

Gestión Responsable de la cadena de proveedores: Este es un tipo de gestión, que se encarga de vigilar, y controlar, el impacto económico, social y ambiental, de las labores de abastecimiento en la organización, (Catacora & Quispe, 2019).

Gestión responsable de la relación con los clientes: Es el control y gestión del impacto económico, social y ambiental en labores de comercio, atención al cliente, y seguridad y salud de los productos, (Rojas & Madero, 2018).

Gobierno corporativo: Es la estructura que ejecuta la alta dirección, se encarga de asignar deberes, derechos y responsabilidades, a todos los grupos de interés, estableciendo, requisitos y reglas en la toma de decisiones organizacionales, (Catacora & Quispe, 2019).

Grupos de interés (Stakeholders): Son todas las personas que hacen parte interna y externamente de la organización, que puedan causar algún conflicto en la empresa, (Rojas & Madero, 2018).

Imagen corporativa: Es el logo que se refleja por medios documentales y sociales, son los valores, la misión y la visión en las empresas, (Rojas & Madero, 2018).

Inversión socialmente responsable, inversión RSE: Se define mediante los recursos que las empresas, utilizan en pro de la sostenibilidad ambiental y social, el acreditar buenas prácticas en materia de RSE, (Rojas & Madero, 2018).

Inversiones en la comunidad: Esta se encarga de realizar inversiones de tipo social en las comunidades, contribuyendo a una mejor calidad de vida a las personas de bajos recursos. A

diferencia de las donaciones, las personas y entidades inversoras reclaman un pago al menos igual a la inversión desembolsada, (Catacora & Quispe, 2019).

Licencia social para operar: Es la documentación legal de las empresas constituidas, refiere al respaldo de estos grupos a una empresa para el desarrollo de su actividad, (Rojas & Madero, 2018).

Pérdida de alimentos: Es la reducción de la masa de alimentos, que se encuentran disponibles para el posterior consumo del individuo esta pérdida, se deben a la ineficiencia en sus cadenas productivas, (Catacora & Quispe, 2019).

2.4 Marco Legal

La Constitución política de Colombia

La Constitución política de Colombia (1991), establece diversas consagraciones En referencia al cuidado del medio ambiente existen aproximadamente 50 artículos que se refieren a este tema tan importante.

Se establece mediante la Constitución algunos criterios en defensa de la flora y la fauna en donde los colombianos pueden vivir en un medio ambiente saludable, un buen manejo de los recursos naturales y una sana conservación de la naturaleza.

La ley 23 de 1973

La ley 23 de (1973), creada por el congreso de la república, s una ley que apoya la normatividad de carácter ambiental en dicha ley se establecen algunos criterios en cuanto a la política ambiental en Colombia.

El decreto ley 2811 de 1974

Este decreto creado por la presidencia de Colombia en (1974) que establece el código Nacional de los recursos naturales renovables y no renovables y de protección al medio ambiente, señala dentro del que el medio ambiente es un patrimonio común Por lo cual tanto el gobierno como la sociedad en general deben de preservarlo y manejarlo de la mejor manera.

La ley novena del 79 o el código nacional sanitario

Esta es una ley creada en el año (1979) que establece todo lo referente al saneamiento básico y la protección ambiental en todas y cada una de las actividades económicas que se ejecutan en Colombia comprendiendo así una observación y vigilancia a personas y empresas en cuanto a la inspección sanitaria.

La ley 99 de 1993

En esta ley se establece el respeto por el medio ambiente y el vínculo del hombre con la naturaleza, adquiere el propósito fundamental de que se pueda asegurar un desarrollo sostenible.

Decreto 2150 de 1995

Secretos establecen todas las reglamentaciones y permisos que se deben de tener por parte de personas naturales y jurídicas en cuanto a la reglamentación de permisos y la licencia ambiental.

La ISO 26000 (2010)

Establece que la Responsabilidad Social es un concepto holístico que aplicado a la empresa busca la convergencia de todas las agrupaciones, que desde el centro de la organización o la periferia estén relacionados directa o indirectamente con la función socioeconómica de la organización. Se amplía el concepto de la norma ISO 26000 ya que las empresas estudiadas se acogen a esta norma de forma voluntaria ya que como se dijo no es certificable, lo cual es plenamente aplicado por López, García, Ciro y Forero (2015), en su trabajo "Responsabilidad social en pequeñas empresas del sector de Alimentos y Bebidas de Caldas", donde se afirma que la guía ISO 26000 constituye un referente internacional de gestión empresarial con criterios de responsabilidad social, y mediante una investigación de tipo descriptivo que buscó evaluar la correspondencia entre las políticas, prácticas y valores corporativos con los principios de responsabilidad social identificando los mecanismos de relación con los Stakeholders; caracterizando las acciones y prácticas empresariales sobre las materias fundamentales de responsabilidad social y analizando las acciones para su integración en toda la organización.

Organismos internacionales como lo son la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), el Instituto Ethos de Responsabilidad Social, el European Baháí Business Forum, el Business in the Community, la International Organization for Standardization (ISO), desarrollan propuestas para orientar, fomentar, regular y promover la responsabilidad social empresarial. Entonces, la ISO en lo expuesto por (Remache Rubio et al., 2018), propone un documento denominado norma ISO 26000, en el cual establece una guía para apoyar a las empresas a demostrar de forma transparente su compromiso con los grupos de interés e incrementar la credibilidad de sus informes en materia de RSE. Se establecen 7 materias fundamentales en su guía para la operacionalización de la RSE: derechos humanos, prácticas laborales, gobernabilidad, medio ambiente, prácticas justas de operación, asuntos de consumidores, participación activa y desarrollo de la comunidad. La norma es aplicable a cualquier tipo de empresa, independientemente de su tamaño, y otorga una particular importancia al capital humano que labora en la empresa.

CAPITULO III

3 DISEÑO METODOLOGICO

Se le denomina al diseño metodológico, de acuerdo (Supo & Cavero, 2014), como los procedimientos que se van a ejecutar para poder dar respuesta a la pregunta de investigación planteada inicialmente. Otro concepto es que es una estrategia o estructura esquematizada que elabora la persona que investiga para vincular las variables de estudio.

3.1 Enfoque

Esta monografía, se encuentra establecida en el enfoque cualitativo, en cuanto a lo que refieren Hernández & Mendoza (2018), los estudios cualitativos presentan algunas bondades mediante el proceso inductivo, recurrente y analizando numerosas realidades subjetivas, este tipo de estudios no tiene secuencia lineal, y adquiere bondades vinculadas a la amplitud, la riqueza interpretativa y además la contextualización del fenómeno analizado. Este enfoque cualitativo de acuerdo a lo que señala Hernández (2018), se encuentra orientado por temas importantes de investigación, asimismo, este tipo de estudios podrían desarrollar preguntas e hipótesis antes durante o después de la recopilación y el análisis de los datos se puede señalar que de forma virtual estas actividades son beneficiosas en primer lugar con el propósito de saber cuáles preguntas de investigación son relevantes y posterior a esto el responderlas. El análisis en este tipo de enfoque es dinámico teniendo en cuenta que los hechos y la interpretación no siempre tienen la misma secuencia.

3.1.1 Descriptivo

De acuerdo a Hernández y Mendoza, (2018), señalan que los alcances descriptivos, son los que se encargan de describir cómo se manifiesta un fenómeno determinado en relación con la especificidad de las propiedades o características esenciales, en personas, grupos o comunidades este tipo de estudios evalúan diferentes criterios dimensiones del fenómeno que se investiga.

3.1.2 Población

La población es la comunidad a investigar, las personas o procedimientos que hacen parte de la investigación, esto es de acuerdo a Hernández Sampieri & Mendoza Torres (2018)

3.1.3 Muestra

La muestra es el personal de la población con la que va trabajar, la muestra tentativa, de acuerdo a lo sugerido por Hernández Sampieri & Mendoza Torres (2018), es la que está vinculada en el desarrollo del proceso de investigación inductiva se puede establecer que la muestra cualitativa es propositiva y que algunos de los aspectos para poder elegir la muestra suceden desde el planteamiento del problema.

3.1.4 Muestra por conveniencia

En la investigación cualitativa, se establecen ciertos tipos de muestra de acuerdo a Hernández Sampieri & Mendoza Torres (2018), como la muestra diversa, la muestra homogénea, la muestra en cadena, la muestra de casos extremos, las muestras por oportunidad, las muestras conceptuales, las muestras confirmativas, las muestras de casos, importantes o las muestras por *conveniencia*, en el último caso este tipo de muestra se constituye de las personas que se encuentran disponibles es decir los individuos hacia los cuales se tiene el acceso de forma sencilla para poder indagar o entrevistar.

Muestra elegida

Empleador 1	Restaurante 1
Empleador 2	Restaurante 2
Empleador 3	Restaurante 3

Empleador 4	Restaurante 4
--------------------	---------------

3.2 Técnicas de recolección de datos

Actualmente, uno de los instrumentos para recopilar datos es la matriz de técnicas para recolección y análisis de la información cualitativa, este tipo de matriz señala la información documental extraída de fuentes válidas y confiables, que permiten recoger nociones, conceptos teorías y otros aspectos útiles en la construcción de parte del trabajo investigativo haciendo parte de fuentes documentales que adquieren gran sentido en el desarrollo de esta monografía.

3.2.1 Entrevista

La entrevista es un instrumento de recolección cualitativo con el que se recogen datos útiles en las investigaciones.

3.2.2 Entrevista semi estructurada

Preguntas:

- ¿Reconoce el concepto de Responsabilidad social corporativa? Explique su respuesta
- ¿Conoce usted los principios de responsabilidad social corporativa? Explique su respuesta
- ¿Ejecuta actividades que considere sean socialmente responsables?
- ¿Cómo ayuda a reducir el impacto con los residuos sólidos?
- ¿Conoce usted los beneficios de aplicar en su restaurante aspectos de RSE?

3.2.3 Lista de chequeo

Según Bichachi, D “se entiende por lista de chequeo (cheks-list) a un listado de preguntas, en forma de cuestionario que sirve para verificar el grado de cumplimiento de determinadas reglas establecidas a priori con un fin determinado”. De manera que, en el caso de la investigación sobre el comportamiento de la responsabilidad social ambiental en el sector restaurantes en el municipio de Carepa en los años 2020 y 2021, se hicieron 9 preguntas a 4 dueños de restaurantes, con la finalidad de saber si cumplían o no con los ítems plasmados, (Bichachi, 2001).

Debido a que las listas de chequeo que se hacen con la finalidad de mostrar si cumplen o no, con las normas, esta se hizo, basándose en la Resolución 2674, expedida por el Ministerio de Salud y la Protección social, en el año (2013), puntualmente en el capítulo 1, ítem 5, el cual, muestra la deposición correcta de los residuos sólidos.

Hay que tener en cuenta, que, a la hora de leer, el ítem 5, se puede observar que sus incisos son pocos. Sin embargo, si cobija a grandes rasgos, la ubicación, remoción frecuente, el sistema de recolección y almacenamiento y, la evacuación periódica de los residuos sólidos. Los resultados que arrojaron la lista de chequeo mostraran que tan enterados de la norma y que tanto cumplen con ella, los diferentes establecimientos, aportando así, al enriquecimiento de la investigación y a arrojar hallazgos que contribuyan a la investigación del comportamiento de la responsabilidad social ambiental en estos restaurantes.

3.3 Instrumentos de recolección de información

Las Técnicas e instrumentos de recolección de información son:

Todas aquellas fuentes válidas y confiables que hacen posible la construcción de la investigación.

3.3.1 Fuentes de datos:

Fuentes documentales de bibliotecas válidas y entrevistas semiestructuradas a algunos empresarios y dueños de restaurantes y cadenas de restaurantes.

3.3.2 Material de apoyo

Todos las fuentes e instrumentos que sirven de material para ejecutar la investigación.

3.4 Tabla de operacionalización de variables

Variables	Definición	Dimensión	Objetivos específicos
Prácticas de la RSE ambiental	Son las conductas en RSE, que efectúan algunos restaurantes.	Describir	Describir las prácticas de la responsabilidad social corporativa ambiental en el sector restaurantes en el municipio de Carepa en los años 2020 y 2021

Impacto positivo que generan las acciones de la RSE ambiental	Es el efecto positivo que generan las conductas vinculadas a la RSE ambiental.	Medir	Medir el impacto positivo que generan las acciones de responsabilidad social corporativa del sector restaurantes en el municipio de Carepa en los años 2020 y 2021.
Beneficios económicos de la RSE ambiental	Son los incentivos que les da el gobierno a las empresas que ejecutan acciones en RSE ambiental.	Identificar	Identificar cuáles son los beneficios económicos para las empresas que implementen políticas adecuadas en función de la norma, el manejo de residuos sólidos, reduciendo el impacto en el medio ambiente, en el sector restaurantes en el municipio de Carepa en los años 2020 y 2021.

3.4.1 Tabulación de datos

Análisis cualitativo de los resultados de las entrevistas

Entrevista # 1

a. ¿Reconoce el concepto de Responsabilidad social corporativa? Explique su respuesta

Si, lo reconozco

“Promover prácticas responsables, en toda la cadena de valor”

“Procesos de cuidado” “amigables con el medio ambiente”

“Buena manipulación de los alimentos”

b. ¿Conoce usted los principios de responsabilidad social corporativa? Explique su respuesta

Respeto a los principios

- Legalidad
- Normatividad
- Ventajas de la norma ISO 26000
- Derechos humanos
- Rendición de cuentas
- Transparencia

c. ¿Ejecuta actividades que considere sean socialmente responsables?

Si claro

Uso eficiente de los recursos

Evitar desperdicio de alimentos y energía

d. ¿Cómo ayuda a reducir el impacto con los residuos sólidos?

Separación de residuos, papel, cartón, restos de alimentos

e. ¿Conoce usted los beneficios de aplicar en su restaurante aspectos de RSE?

Si los sé, disminuir costos de producción, uso razonable eficiente de la energía

Mejorar en gran medida el producto final

Entrevista # 2

a. ¿Reconoce el concepto de Responsabilidad social en el sector de alimentos? Explique su respuesta

Si, contribuyo a cuidar al medio ambiente

b. ¿Conoce usted los principios de responsabilidad social corporativa? Explique su respuesta

Cuido todo lo que más pueda, con los sobraditos que me quedan

Reduzco al máximo los restos de alimentos.

c. ¿Ejecuta actividades que considere sean socialmente responsables?

Separación y clasificación de papel

Reducir el desperdicio

Donamos alimentos

d. ¿Cómo ayuda a reducir el impacto con los residuos sólidos?

Separo y corto las servilletas

No manejamos plásticos

Usamos vasos reutilizables

Los sobrados los clasificamos y los regalamos a cerdos

Controlo el uso del agua

e. ¿Conoce usted los beneficios de aplicar en su restaurante aspectos de RSE y como le aporta al medio ambiente?

Si, se ayuda a mejorar la calidad de vida con otras personas.

Apoyo el mercado campesino

Empaco en la misma bolsa mía que es reutilizable

Entrevista # 3

a. ¿Reconoce el concepto de Responsabilidad social en el sector de alimentos? Explique su respuesta

Es saber manejar los residuos y poder separarlos de forma que no contaminen

b. ¿Conoce usted los principios de responsabilidad social corporativa y lo aplica en su negocio? Explique su respuesta

Conozco la rendición de cuentas y el principio de legalidad

c. ¿Ejecuta actividades que considere sean socialmente responsables?

Separación y clasificación los residuos, y se les dan a otras personas que los usan y los comercializan.

d. ¿Cómo ayudo a reducir el impacto con los residuos sólidos?

Por medio de la debida separación

Uso de productos desechables

e. ¿Conoce usted los beneficios de aplicar en su restaurante aspectos de RSE y como le aporta al medio ambiente?

Yo digo que los beneficios que, al hacer la separación, se aporta para el medio ambiente y las demás generaciones.

No generando basuras, separando residuos y fomentando la información a otros.

Entrevista # 4

- a. **¿Reconoce el concepto de Responsabilidad social en el sector de alimentos? Explique su respuesta**

Si lo conozco ya que acá se implementan estas medidas

También se les aplica a los empleados en cuanto a motivación y satisfacción laboral

- b. **¿Conoce usted los principios de responsabilidad social corporativa y lo aplica en su negocio? Explique su respuesta**

Si los conozco ya que esto ayuda a mejorar el medio ambiente y para el buen nombre de mi negocio.

- c. **¿Ejecuta actividades que considere sean socialmente responsables?**

Utilizamos jabones orgánicos, que nos ayudan a controlar la grasa.

- d. **¿Cómo ayuda a reducir el impacto con los residuos sólidos?**

Los aceites los empacamos y los entregamos a una señora que los recoge para hacer jabones.

- e. **¿Sabe usted los beneficios de aplicar en su restaurante aspectos de RSE y como le aporta al medio ambiente?**

El cuidado debe ser de todos

Cuidar el planeta, reciclando, reduciendo, reutilizando.

Se trata de utilizar en el restaurante solamente los utensilios propios del restaurante.

CAPÍTULO IV

4 HALLAZGOS Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

4.1 Resultados lista de chequeo

Los 4 restaurantes escogidos, se seleccionaron por tener ciertas características en común tales como:

- Tener más de 3 años de estar prestando su servicio en el municipio de Carepa
- Estar ubicados en la zona más comercial del Municipio
- Tener gran afluencia de visitantes en sus establecimientos

Preguntas

1. ¿Cree que en su restaurante se aplica la responsabilidad social ambiental?
2. ¿Ha recibido capacitación acerca del manejo adecuado de los residuos sólidos producidos en su restaurante?
3. En su restaurante, ¿se realiza la separación y clasificación de los residuos sólidos?
4. ¿Están los residuos sólidos que se generan en su restaurante, ubicados de tal manera que no generen contaminación al ambiente?
5. ¿Tiene su restaurante un sistema de recolección y almacenamiento de residuos sólidos, que cumpla con las normas sanitarias vigentes?
6. En caso tal, que no se disponga de un mecanismo adecuado de evacuación periódica, de residuos sólidos, ¿tiene su restaurante un cuarto refrigerador para el manejo previo a su disposición final?
7. ¿Conoce usted cual es el destino final de los residuos sólidos producidos en su establecimiento?
8. ¿Obtiene beneficios económicos por los residuos sólidos producidos en su restaurante?
9. ¿Ha obtenido algún impacto positivo por tener responsabilidad social ambiental en su restaurante?

Resultados

Restaurante 1	Restaurante 2	Restaurante 3	Restaurante 4
Sí	Sí	No	Sí
No	No	No	No
Sí	Sí	Sí	Sí
Sí	Sí	Sí	Sí
Sí	Sí	No	Sí
No	No	No	No
Sí	Sí	No	Sí
Sí	Sí	No	Sí
Sí	Sí	No	Sí

4.1.1 Resultados e interpretación

Al analizar los datos, se muestran aspectos interesantes, tal es el caso de que 3 de 4 de los establecimientos, creen que aplican la responsabilidad social ambiental, esto se da, debido a que la gran mayoría de personas han escuchado estos términos. Sin embargo, esto no quiere decir que conozcan bien lo que implica; en el caso de la pregunta número dos (2), todos concuerdan en que nunca han recibido capacitación acerca del manejo correcto de los residuos sólidos, resultado que se puede catalogar como grave puesto que, todos los restaurantes tienen como deber asistir a programas de capacitación que los ayuden a minimizar el impacto que ellos producen en el medio ambiente.

En los puntos 3 y 4, todos coinciden en que realizan la separación y clasificación de los residuos sólidos, además de que dichos residuos están ubicados de manera que no generan contaminación al ambiente, lo que quiere decir, de que a pesar de que no tiene claro todo lo que engloba la RSE, si están dándole un buen manejo a esos desechos, pues no los están mezclando

con otros residuos o simplemente pasando por alto la norma que exige a los restaurantes realizar una correcta deposición.

En el punto 5 es necesario destacar que tres de los cuatro establecimientos, cumplen con la norma de tener un sistema de recolección y almacenamiento que cumple con las normas sanitarias vigentes, lo que arroja un resultado positivo, pues da fe de que estos restaurantes están conscientes que hay una norma que regula los residuos sólidos que estos generan, hecho importante para que los residuos, tengan un mejor aprovechamiento o un destino final adecuado. Sin embargo, el mismo establecimiento número 3, es consciente que no está cumpliendo con la norma, algo de carácter grave, puesto que, al final de día, están prestando un servicio sin las medidas básicas necesarias, poniendo en peligro, no solo al medio ambiente, sino a todos sus colaboradores y clientes.

El punto 6, es interesante debido a que, en los cuatro establecimientos, ninguno cumple con dicha norma, por lo que es muy difícil de cumplir, ya que los administradores y dueños de los restaurantes luchan cada día por sacar sus negocios adelante, que el tener un cuarto refrigerante para los residuos sólidos, conllevaría enormes gastos que no están en condiciones, ni dispuestos a pagar. Por ello, los restaurantes se esfuerzan por evacuar rápida y periódicamente los residuos sólidos generados.

En los puntos del 7 al 8, tres de cuatro restaurantes, coinciden en que son conscientes del destino final de sus residuos, obtienen beneficios económicos por ellos. Además, han obtenido impactos positivos por tener responsabilidad social ambiental en sus negocios. Ítems cumplidos que hablan muy bien del comportamiento que ellos están teniendo, en lo que respecta a la responsabilidad social ambiental. En el caso del establecimiento número 3, sigue siendo enormemente preocupante que no esté cumpliendo con ninguno de estos 3 ítems tan importantes.

Hallazgos

- En la actualidad, todavía hay restaurantes que, aun prestando su servicio, desde hace un tiempo prolongado, tienen un desconocimiento total de lo que es responsabilidad social ambiental y mucho menos de como cumplirla, la falta de información arroja que si ni siquiera se cumplen con las normas vigentes que estipula el ministerio de Salud y

Protección Social en lo que respecta a los residuos sólidos, mucho menos se cumplen los 7 pilares de la ISO 26000, lo que deja claro, que estos restaurantes quedan por fuera de cualquier beneficio que traiga consigo la aplicación de la ISO 26000.

- Es necesario que los restaurantes empiecen a capacitarse e incorporen programas que los ayuden a tener una visión clara del manejo correcto de los residuos sólidos producidos, si bien es cierto de que mucho han hecho bien su tarea empíricamente, el que adquieran más conocimiento acerca de este tema, los ayudara a saber aprovechar de la mejor forma esos residuos, a convertir eso que a simple vista no sirve, en algo beneficioso inclusive económicamente, lo que lo hará más competitivos como empresa.
- Es grave el hecho de que un restaurante preste su servicio aun cuando ni conoce las normas vigentes, ni las cumpla, un establecimiento que no cumpla con dicho ítem supone un riesgo para todos los grupos de interés a su alrededor, por lo que es de carácter urgente, empezar a regular dichos restaurantes y hacerlos cumplir la norma, tal como lo están haciendo muchos otros restaurantes.
- Es necesario un programa de concientización en el municipio de Carepa, tener un negocio implica mucho más que solo prestar un servicio, los propietarios y administradores, deben velar por que tal como menciona (Marín & Cano, 2018), los establecimientos regulen sus labores mediante procedimientos, en los cuales, se genere un compromiso social, que beneficie al medio ambiente, mediante acciones socialmente responsables.

4.1.2 Resultados e interpretación entrevistas

En cuanto a las entrevistas realizadas se analiza de forma general qué al ser la responsabilidad social corporativa un tema importante en estos últimos años para los propietarios de los restaurantes significa no solo un rubro representativo en su economía sino además la satisfacción de sus empleados mediante acciones socialmente responsables que fomentan un buen clima laboral y la motivación constante.

En la entrevista número 1 se evidencia el conocimiento con el que cuenta, la propietaria en las prácticas de responsabilidad social y su perspectiva frente a los principios que establece la norma y, además, propone estrategias eficaces para vigorizar las operaciones y su competitividad.

En la entrevista número 2 se evidencia la contribución que se tiene en cuanto a las iniciativas de responsabilidad social corporativa que además incluye en la necesidad de tomar conciencia acerca de la importancia que tiene el desperdicio alimentario, por lo cual tienen estrategias de transformación de residuos en materia prima para terceras personas que hacen uso de ellos para la alimentación de algunos animales.

En la entrevista número 3 se analiza las respuestas que da la propietaria y aunque el conocimiento de los principios de ella es poco su nivel de práctica de responsabilidad social corporativa se justifica en la manera en que contribuye significativamente en la separación y la clasificación de residuos y además utiliza productos desechables aportando así al medio ambiente.

En la entrevista número 4, se evidencia la implementación que tienen el propietario acerca de las actividades que son socialmente responsables sumado a el conocimiento que tiene acerca del concepto de responsabilidad social evidenciando una clara comprensión acerca del tema, sin dejar de lado el compromiso con la gestión adecuada de los residuos.

Segura (2020), afirma que las organizaciones en algunas oportunidades por generar avances y progreso en sus finanzas trabajan con la necesidad de emplear todos los criterios y principios de responsabilidad social corporativa, que mantienen una buena relación con todos los grupos de interés y con el rendimiento financiero sostenible.

Afirma, además, que las prácticas de responsabilidad social empresarial son altamente necesarias en las empresas y contribuyen a solidificar la participación de las empresas en un beneficio para la sociedad.

Entonces, en referencia a la responsabilidad social, se concluye que en la actualidad, las organizaciones han adquirido efectos y condiciones adversas, que se caracterizan a diario por factores organizacionales y de marketing, en cuanto a sobreoferta de productos y servicios muy altos, que las llevan muchas veces a la quiebra, en el sector de los alimentos y con lo que se vive actualmente, no hay excepción, lo que se vive en la actualidad, hace que esta pandemia, toques de queda, y restricciones en compras y ventas de productos, reducen los ingresos en las empresas, y es necesario en la agroindustria alimentaria, no solamente actuar con

responsabilidad, sino además, establecer programas socialmente responsables que contribuyan, a los buenos hábitos, y el cuidado del medio ambiente.

En este panorama, las organizaciones tratan de desarrollar y llevar a cabo políticas y tácticas que les permitan perseverar, y así mismo consolidarse como las mejores en su actividad. Las tácticas que implican la responsabilidad social permanecen al orden del día y emergen, entonces, como una expresión clara de las novedosas exigencias de los stakeholders, estos grupos de interés deben ser cuidados, de forma frecuente, ya que de esto hacen parte diversos actores.

Dejando en claro el panorama competitivo, la responsabilidad social empresarial da una totalmente nueva opción de contender, que se concibe, como la transferencia de costo añadido a la sociedad; siendo este costo el más esperado a mediano y largo plazo se convierta en fuente de virtud competitiva, claramente, si de esta forma lo requiere oportunamente la organización.

De acuerdo a las responsabilidades de las empresas, externa e internamente, se deben de reconocer los aspectos basados en el sistema de gestión de calidad, y de seguridad social integral, que garantice a todas las áreas y los recursos humanos, que el cuidado de la salud, prima en los recursos humanos, ya que al cuidarlos, cuidan recursos suficientemente garantados en pro de prestar un excelente servicio a los clientes, este tipo de responsabilidad, ni es cuestionable ni es inexcusable, es de total obligatoriedad para todas las empresas, comerciales, industriales, y de servicios.

Por lo anterior, en cuanto a los estudios de caso y a las estrategias de responsabilidad, establecidas en las empresas, de acuerdo a su impacto, se podría concluir que en las empresas, la responsabilidad social se adopta en distintas modalidades; eso sí, todas, perspectivas más frecuentes siendo la primera, el hecho de que la responsabilidad social puede partir de una reacción consciente y responsable que asumen las empresas hacia la paz común; y en segundo lugar que la responsabilidad social parte de un suceso planeado, o sea, las empresas se comportan de forma especulativa intentando encontrar beneficios puramente económicos y adaptando la toma de decisiones en aras de saciar las metas particulares de los propietarios o de los directivos empresariales, hasta el punto de admitir que el aumento empresarial es producto de un entendimiento intensivo del ámbito en el cual opera la compañía y de las oportunidades de comercio que éste da en cuanto al desempeño y conservación ambiental y el conveniente uso de

los recursos naturales no renovables. De todas maneras, la predominación de la Responsabilidad Social Empresarial en el aumento de la compañía es notable en el planeta empresarial de hoy.

CAPITULO V

5 CONCLUSIONES

Se puede concluir, bajo el concepto de la responsabilidad social corporativa, que se idealiza, en una perspectiva actualizada frecuentemente, donde este tipo de responsabilidad, debe preocuparse, a diario, por la vida y el mundo contribuyendo a la construcción de una perspectiva futura, de tal manera, que por el momento no únicamente se tiene presente al sujeto sino a la estructura organizacional, en general, en lo que es de esencial trascendencia que esta clase de empresas efectivice, e implemente, sus políticas normativas, y del medio ambiente que salvaguarden no solo el ámbito en el cual se desenvuelven, sino que apoyen a generar consciencia en los otros ámbitos, inclusive en otras empresas que la rodeen, trabajando en conjunto, por un mundo mejor.

Una de las conclusiones principales en esta investigación es que la responsabilidad social empresarial es una noción que se relaciona de manera directa entre organizaciones y sociedad en dónde se utilizan como una estrategia para el aumento de ingresos en las empresas sin embargo hay organizaciones que en realidad se enfocan en adoptar estrategias de responsabilidad social empresarial que son amigables con el medio ambiente y que también contribuyen a la comunidad en general.

Uno de los puntos clave en esta investigación genera un resultado positivo en las dimensiones económicas ambiental y social esto ya que los propietarios de los restaurantes incluyen no solamente en su contribución de responsabilidad los salarios cómo aspecto de motivación para sus empleados sino también el brindar productos y servicios de calidad sumado a el aporte ambiental que realizan en la reducción de residuos.

Otro aspecto que cabe resaltar es que todos los propietarios de los restaurantes entrevistados tienen conocimiento parcial y profundo acerca de lo que es el concepto de responsabilidad social corporativa haciéndolos participes de un aporte a las dimensiones social, ambiental y financiera a los grupos de interés.

Se puede concluir que los Stakeholders de una Pyme, se determinan a partir de los accionistas, proveedores, y hasta los mismos trabajadores y, por tal motivo, la compañía debería

anticiparse a los inconvenientes que encara la sociedad, aun cuando las labores, no los hayan perjudicado de forma negativa, por lo cual, siempre deben pretender, reforzar las interacciones que tienen con sus grupos de interés, a los que se les puede clasificar como integrantes primarios y secundarios en las empresas, por lo anterior, se determina que, es de esencial trascendencia en el momento que se desee aumentar la productividad de la compañía y conseguir una imagen socialmente responsable.

De acuerdo con la relación de hay entre la responsabilidad social corporativa y los Stakeholders o grupos de interés, se podría decir que ambos aspectos son imprescindibles, para llevar a cabo acciones y estrategias, que optimicen el funcionamiento de las empresas, puesto que, al ser llamados grupos de interés, es porque todos están inmersos, en lo que son hoy las organizaciones.

Por otro lado, en la utilización de la responsabilidad social corporativa, en las Pymes debería tenerse presente que la sostenibilidad de una organización es dependiente de las elecciones y las propiedades que estas posean y que dichas elecciones son tomadas por la alta dirección, se establezca mediante, la teoría de la votación estratégica y la teoría del escalafón preeminente, debido a que, con estas se procura describir cómo el reflejo de las particularidades y propiedades de los miembros de las directivas intervienen en la toma de elecciones.

Cabe mencionar, que la utilización de la responsabilidad social corporativa, implica beneficios para cada una de las corporaciones, bien sean grandes, medianas o pequeñas, como por ejemplo: el mejoramiento de imagen, su marca y su reconocimiento, debido a que una organización al ser reconocida como entidad responsable socialmente tiene una gran ventaja competitiva y social, frente a las organizaciones que no lo son, ahora bien, es imprescindible que esas organizaciones que ya son solidificadas, socialmente sigan en este proceso de optimización continua no solo para beneficio de la organización sino de la sociedad generalmente a la que se dirigen, del mismo modo, otra virtud que otorga la responsabilidad social corporativa, es la facilidad de introducción en nuevos mercados, bien sean clásicos o de financiación, siendo esto un pretexto de usar eficientemente los recursos, así sea en la misma actividad que se encuentre llevando a cabo o en la incursión de un nuevo comercio, sin dejar de lado la administración humana que fue un apoyo para la competitividad de las empresas debido a que parte a partir de una visión

administrativa preocupada por el aumento de inconvenientes en las empresas siendo la globalización uno de ellos gracias a la gran demanda de productividad, competitividad, flexibilidad y diseño organizacional.

Se podría concluir que de acuerdo a la relación que se tiene del conocimiento de responsabilidad social corporativa, en la actualidad, el razonamiento se refleja como una fuente de poder en todos los tipos de comunidades. Ya que se expresa que sí, anteriormente el capital y la tierra eran sinónimo de riqueza, hoy lo es el razonamiento, y las organizaciones y empresas no son ajenas a esta tendencia.

Entonces de acuerdo a lo anterior, el aprendizaje organizacional y la administración del intelecto adquieren, una notoria y particular importancia, no solo como fuentes de riqueza, la logran por ser intermediarios en la etapa, de aumento del rendimiento y la competencia empresarial.

De acuerdo a lo anterior, hay quienes afirman, que la dirección del entendimiento, de la empresa, demanda modelos integradores que van más allá de proveer información a los individuos, lo cual menciona que es fundamental el aprendizaje y no solo la comprensión de información.

Este aprendizaje, que se adquiere en responsabilidad social para todos, y que se basa en estrategias de continuidad de la mejora, debería estar de forma directa referente, con los modelos tanto pedagógicos, como de administración que se acomoden a las necesidades y realidades de la organización, y que idealmente estén anclados al proceso de administración humana. Entonces, así como se necesita que el aprendizaje se encuentre vinculado a la administración humana, además es necesario integrar las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de derechos humanos, como parte de su táctica de comercio y ello tiene la doble funcionalidad de servir como tranquilizante a los requerimientos de la comunidad, y contribuir a hacer los procedimientos de dirección integral en las corporaciones, para un mejor avance en sus procesos de trabajo.

Se podría concluir que el marketing ecológico, sería una buena estrategia de responsabilidad social corporativa, ya que este se relaciona directamente con el hecho de crear y

brindar al cliente productos o servicios ecológicos encaminados a la conservación de los recursos naturales y la conservación del medio ambiente, el marketing ecológico es un tema que cada día toma más importancia en el mercado y en las empresas, los clientes actuales despiertan cierto interés por la adquisición de productos que además de dar respuesta a una necesidad aporten al cuidado medioambiental.

Es imprescindible que las empresas conozcan sus productos y creen las estrategias necesarias para dar respuesta a las exigencias del cliente, esto le brindara ventajas competitivas y una mayor aceptación en el mercado, pero no basta con conocer sus productos se deben implementar acciones para desarrollar un trabajo conjunto con el cliente en pro del bienestar social y ecológico.

6 Recomendaciones

Es imprescindible, que las empresas conozcan sus productos y creen las estrategias necesarias para dar respuesta a las exigencias del cliente, esto le brindara ventajas competitivas y una mayor aceptación en el mercado, pero no basta con conocer sus productos se deben implementar acciones para desarrollar un trabajo conjunto con el cliente en pro del bienestar social y ecológico.

Teniendo en cuenta todos los acontecimientos que han ocurrido, en cuanto al daño climático en el medio ambiente, es necesario el poder recomendarles a las empresas que elaboran, producen y distribuyen alimentos, que siguen en la mejora continua en cuanto a las estrategias de la responsabilidad social ambiental corporativa, con el propósito de que vayan creando sus propias experiencias. para poder implementar de manera más específica, políticas dentro de su ambiente organizacional, en pro, del beneficio de la sociedad, pero también en la dignificación de sus trabajadores, focalizados en la motivación por una buena sostenibilidad ambiental.

Es importante también, que las organizaciones establezcan modelos en sus restaurantes en el que se promueva el código deontológico de la ética empresarial basada en la responsabilidad social ambiental, y que esta pueda contribuir a reducir el daño que se le ha causado al ecosistema.

Lo anterior, es con el propósito de que los mismos trabajadores desde el menor rango hasta quiénes supervisan, puedan enfocarse en los objetivos estratégicos de las empresas y que puedan contribuir a tomar acciones y decisiones dentro de un orden orientado hacia el mismo objetivo, el de reducir en gran manera la producción de los residuos orgánicos e inorgánicos, que se generan en el sector de alimentos, y que aquellos que se generen puedan ser utilizados de otra manera.

Es importante, además, que se establezca un plan de capacitación anual dentro de los sistemas de gestión establecidos en el sector de los restaurantes, con el propósito de que se implementen programas internos de responsabilidad social ambiental, para que exista una mayor

conciencia en los trabajadores supervisores y dueños y, asimismo se fortalezcan las debilidades que se tienen en materia normativa de sostenibilidad ambiental.

7 Referencias

- Amaya, J. A., & Cruz, B. N. (2020). Responsabilidad social y sostenibilidad ambiental en el sector cárnico en las empresas colombianas, implementando empaques biodegradables. <https://digitk.areandina.edu.co/handle/areandina/3938>
- Andrade, J. E. O., Crespo, J. D. O., Valarezo, F. R., & Vázquez, J. O. Q. (2020). Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030. *Revista de ciencias sociales*, 26(3), 175-193. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7565475>
- Barrio, E. (2019). Responsabilidad social corporativa: De la noción a la gestión. *Responsabilidad Social Corporativa*, 1-112. <https://www.torrossa.com/en/resources/an/4452970>
- Bellido, G., & Nima, J. (2019). Responsabilidad social empresarial en restaurantes de Latinoamérica: Una revisión de la literatura científica de los últimos 3 años. https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/24820/Nima%20Laura_Bellido%20Mendiola.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Benencia, L. M. (2019). Responsabilidad Social Empresarial en las empresas agroindustriales del partido de Rauch, Provincia de Buenos Aires. <https://www.ridaa.unicen.edu.ar/xmlui/handle/123456789/2193>
- Bichachi, D. S. (2001). El uso de las listas de chequeo (chek-list) como herramienta para controlar la calidad de las leyes. 11.
- Bohórquez Barbosa, T. M., Figueroa Enciso, S. M., Franco Montenegro, A., & Obando, J. (2019). Responsabilidad social de las empresas agroindustriales del sector arrocero en la ciudad de Villavicencio. Aguilera, C. A., & Puerto, B. D. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento & Gestión*. No. 32.

Barranquilla, Colombia Pp. 1-26.

<https://repository.ucc.edu.co/handle/20.500.12494/12009>

Buitrago, L. Y., Hernández Herrera, L. F., Pérez Tangarife, A. L., Suárez Valencia, V., &

Espinosa Marmolejo, J. (2021). Inmersión a la responsabilidad social empresarial de la empresa Superioriente S.A. <http://repository.unad.edu.co/handle/10596/43860>

Cano Solano, Ó. M. (2021). Identificación de experiencias de empresas del sector agroindustrial de alimentos que hayan implementado programas de responsabilidad social a nivel internacional, nacional y regional.

Castro, C. A., Barragán, C. P., Gil, D. V., Calvo, F. M., & Ortega, L. C. (2019). Plan de responsabilidad social empresarial AVIDESA Mac Pollo.

<http://repository.unad.edu.co/handle/10596/25952>

Catacora, M. M., & Quispe, R. (2019). Responsabilidad social empresarial como estrategia de gestión competitiva. Universidad Peruana Unión.

<https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/2856>

Comisión de las comunidades europeas. (2001). Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Libro verde.

[https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com\(2001\)366_es.pdf](https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com(2001)366_es.pdf)

Constitucion Politica Colombia. (1991). Constitucion Politica Colombia.

<http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Documents/Constitucion-Politica-Colombia.pdf>

Departamento Nacional de Planeación DNP. (2013). Estudio de pérdida y desperdicio de alimentos en Colombia.

https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Sinergia/Documentos/Estudio_Perdidas_desperdicios_alimentos_Ficha.pdf

Departamento Nacional de Planeación DNP. (2022). Pérdida y desperdicio de alimentos en Colombia.

https://mrv.dnp.gov.co/Documentos%20de%20Interes/Perdida_y_Desperdicio_de_Alimentos_en_colombia.pdf

El Congreso de Colombia. (1973). Ley 23 de 1973. <https://www.minambiente.gov.co/wp-content/uploads/2021/08/ley-23-1973.pdf>

Gallardo, M., & Galarza, S. (2019). Relación entre la Responsabilidad social empresarial y el desempeño financiero en las empresas Ecuatorianas que cuentan con Informes de sostenibilidad desde el periodo 2014 al 2018. *X-pedientes Económicos*, 3(7), Art. 7.

https://ojs.supercias.gob.ec/index.php/X-pedientes_Economicos/article/view/40

Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la Investigación*. McGraw Hill.

ISO 26000:2010. (2010). ISO 26000:2010 Guía de responsabilidad social.

<https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>

Leonidou, E., Christofi, M., Vrontis, D., & Thrassou, A. (2020). An integrative framework of stakeholder engagement for innovation management and entrepreneurship development. *Journal of Business Research*, 119, 245-258.

<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.11.054>

Licandro, D. (2019). Responsabilidad Social Empresarial: Hacia la conformación de una tipología de definiciones. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24, 14.

- López, D. M., & Peñalosa, M. E. (2018). La segmentación en la compra de productos socialmente responsables en Colombia y su impacto en el marketing.
<https://doi.org/10/8706>
- Marín, L. A., & Cano, A. (2018). Responsabilidad Social Empresarial y el compromiso con el Pacto Global: Estudio de caso empresas TOKS y Frisby. *Dictamen Libre*, 23, Art. 23.
<https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.23.5144>
- Marulanda, N., Rojas, M. D., Marulanda, N., & Rojas, M. D. (2019). Ética en Instituciones de Educación Superior para la Construcción de Relaciones de Confianza con Grupos de Interés (Stakeholders). *Información tecnológica*, 30(3), 269-276.
<https://doi.org/10.4067/S0718-07642019000300269>
- Ministerio de Salud y protección social. (1979). Ley 9 de 1979.
https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/LEY%200009%20DE%201979.pdf
- Minsalud. (2013). Resolución 2674 de 2013.
<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/resolucion-2674-de-2013.pdf>
- Ortiz, L. E., Buritica, D. P., Leal, J. M., Cuadros, M., & Cordero, V. M. (2019). Plan de responsabilidad social empresarial empresa Freskaleche S.A.
<http://repository.unad.edu.co/handle/10596/27244>
- Palacios, A. L., Tafur, D. P., Rojas, E. R., Marin, J. C., & Andrade, T. M. (2019). Plan de Responsabilidad Social Empresarial. Alimentos Gamar S.A.S.
<http://repository.unad.edu.co/handle/10596/30524>

- Piñar-Alvarez, M. A. (2022). Gastronomía sustentable en restaurantes y eventos turísticos de México en el contexto internacional. *El Periplo Sustentable*, 43, Art. 43.
<https://doi.org/10.36677/elperiplo.v0i43.15272>
- PNUMA-DTU. (2021). Reducción del desperdicio de alimentos por parte de los consumidores mediante tecnologías ecológicas y digitales (p. 128). <https://unepccc.org/wp-content/uploads/2022/04/spanish-version-unep-food-waste-report-2021-final.pdf>
- Presidencia de la República. (1974). Decreto 2811 de 1974 Por el cual se dicta el Código Nacional de Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente.
instname:Unidad Nacional para la Gestión del Riesgo de Desastres.
<http://repositorio.gestiondelriesgo.gov.co/handle/20.500.11762/20167>
- Ramos, M. S., & Duque, E. A. (2020). Responsabilidad social y ambiental en las pequeñas y medianas empresas (PYMES). *Panorama Económico*, 28(1), Art. 1.
<https://doi.org/10.32997/pe-2020-2666>
- Remache Rubio, M. M., Torres, V. S., & Guayta Toapanta, N. A. (2018). La responsabilidad social empresarial vista desde un enfoque teórico. *Dominio de las Ciencias*, 4(1), 550-568.
- Rodríguez, C. (2017). Responsabilidad Social Empresarial de Restaurantes: Influencia en Intención de Compra. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.13691.62242>
- Rodríguez, L., Cuevas, V., & Aguirre, V. (2019). Responsabilidad social Empresarial a las Responsabilidades en Derechos Humanos. 19.
<https://www.redalyc.org/journal/6558/655868416004/655868416004.pdf>
- Rodríguez-Fonseca, F., Castro-Silva, H. F., & Cordero-Díaz, M. C. (2021). Responsabilidad social corporativa: Un análisis de caso en asociaciones del sector de restaurantes en

- Colombia. Mundo FESC, 11(s4), Art. s4.
<https://www.fesc.edu.co/Revistas/OJS/index.php/mundofesc/article/view/968>
- Rojas, N. P., & Madero, S. M. M. (2018). La responsabilidad social corporativa: Contexto histórico y relación con las teorías administrativas. *ConCiencia Tecnológica*, 55 (enero-Junio), 29-38. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6839145>
- Romero, C. A. V., Botache, L. P. C., & Restrepo, M. R. (2020). Beneficios tributarios por la adopción de políticas de responsabilidad social empresarial (RSE). *Dictamen Libre*, 26, Art. 26. <https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.26.6168>
- Segura, C. M. (2020). Responsabilidad social empresarial en los restaurantes formales del casco urbano de Chiclayo. <http://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/3469>
- Supo, F., & Cavero, H. (2014). Fundamentos teóricos y procedimentales de la investigación científica en ciencias sociales. <https://www.felipesupo.com/wp-content/uploads/2020/02/Fundamentos-de-la-Investigaci%C3%B3n-Cient%C3%ADfica.pdf>
- Valdez, M. Á. J., Hernández, C. A. J., & Jiménez, S. O. (2021). Los beneficios de la responsabilidad social empresarial: Una revisión literaria. *Tiempo y economía*, 8(2), Art. 2. <https://doi.org/10.21789/24222704.1720>
- Velásquez, R. de J. (2022). Los ODS en la innovación social empresarial en Colombia y su impacto en las empresas BIC. <https://digitk.areandina.edu.co/handle/areandina/4448>