



**UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
PROGRAMA DE TURISMO**

**MODALIDAD INVESTIGACIÓN**

**Autores:  
Lady Marcela Neira Espinosa  
Mónica Santamaría López  
Walter Vásquez Barrientos**

**Último tutor de este semestre de su trabajo de grado (2021-1):  
María José Sanabria Rivas**

**Título del trabajo de grado:  
Responsabilidad Social Empresarial en los establecimientos gastronómicos de La Macarena en Bogotá  
Bogotá D.C.  
Fecha: 07/06/2022**

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LOS ESTABLECIMIENTOS  
GASTRONÓMICOS DE LA MACARENA EN BOGOTÁ**

**Lady Marcela Neira Espinosa  
Mónica Santamaría López  
Walter Vásquez Barrientos**

**UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
PROGRAMA DE TURISMO**

**BOGOTÁ, D.C., 07 de JUNIO DE 2022**

**TRABAJO DE GRADO PRESENTADO PARA OPTAR AL TITULO DE:  
PROFESIONAL EN TURISMO**

**MODALIDAD:  
INVESTIGACIÓN**

**TUTOR EN ESTE SEMESTRE (2021-1):**

**María José Sanabria Rivas**

**UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
PROGRAMA DE TURISMO**

**BOGOTÁ, D.C., 07 de JUNIO de 2022**

## Resumen

En el presente trabajo de investigación, se fomenta la implementación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en los establecimientos gastronómicos del sector La Macarena en Bogotá (Colombia). A su vez se cuestiona la forma como algunos directivos empresariales, ni siquiera cumplen con las disposiciones legales de contratos de trabajo dignos o de sistemas de gestión, salud y seguridad en el trabajo (SG-SST); dado que el objetivo principal de la Responsabilidad Social Empresarial es generar un impacto positivo mediante prácticas responsables, traducidas en una mayor competitividad y sostenibilidad. Ser responsable y brindar apoyo social, generará automáticamente más productividad, puesto que se mejorarían las condiciones de los trabajadores y se optimizaría también su labor.

Por tal razón, los autores de este trabajo se ocupan en conocer las prácticas de RSE implementadas por los establecimientos gastronómicos del sector de La Macarena en Bogotá y la percepción de sus empleados, utilizando encuestas que buscan valorar las dimensiones legal, económica, ambiental y ética de estas prácticas, para proponer una guía con las recomendaciones que podrían seguir los establecimientos gastronómicos del sector.

**Palabras claves:** Responsabilidad Social Empresarial, ética, medio ambiente, colaboradores, grupos de interés.

## Abstract

This document promotes the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) practices in gastronomic establishments in the La Macarena sector of Bogotá. The way in which some business managers do not even comply with the legal provisions of decent work contracts is questioned. or management systems, health and safety at work, given that the main objective of corporate social responsibility is to generate a positive impact through responsible practices, translated into greater competitiveness and sustainability. Being responsible and providing social support will automatically generate more productivity, since an improvement in the conditions for workers will also optimize their work.

For this reason, it deals with knowing the CSR practices implemented by the gastronomic establishments of the La Macarena sector in Bogotá and the perception of its employees, using surveys that seek to assess the legal, economic, environmental and ethical dimensions of these practices, to propose a guide with recommendations that gastronomic establishments in the sector should have.

**Keywords:** Corporate social responsibility, ethics, environment, collaborators, interest groups

**Dedicatoria**

Dedicado a mis padres por haberme dado la oportunidad de crecer profesionalmente y por darme siempre su apoyo.

- Lady Marcela Neira Espinosa.

Este hermoso trabajo se lo dedico a aquellos que aportaron un granito de arena en mi formación personal y profesional, gracias por entregarme su amor y esperanza; llenaron mi vida de herramientas con las que logré construir cosas maravillosas con las que puedo transformar la realidad y mejorar la sociedad que me vió nacer.

- Mónica Santamaría López.

Dedico este trabajo a mis padres Heriberto y Amalia, a mis hermanos Humberto, Rolando y Judy y a mi esposa Lorena. Gracias a ellos pude lograr el sueño de ser profesional; siempre han sido y serán el motor de mi vida para seguir sin desfallecer hacia el éxito.

- Walter Vásquez Barrientos.

## **Agradecimientos**

Agradecemos al ser supremo que siempre ha estado con nosotros en este camino dándonos fortaleza para seguir adelante.

A la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca por el apoyo durante todo nuestro proceso de formación como Profesionales en Turismo.

A los profesores, que más que docentes hicieron parte de nuestra formación como estudiantes y como personas.

CC.52.114.578

Celular 3108063089

## Tabla de Contenido

	Pág.
Resumen	4
Introducción	13
1. Problema de la investigación	16
1.1 Planteamiento del problema	16
1.2 Objetivos	20
1.2.1 Objetivo General	20
1.2.2 Objetivos Específicos	20
1.3 Justificación	21
2. Antecedentes	22
2.1 Antecedentes documentales	22
2.1.1 Investigaciones internacionales en Europa	22
2.1.2 Investigaciones internacionales en Latinoamérica	23
2.1.3 Investigaciones nacionales	26
2.1.4 Investigaciones a nivel local (Bogotá)	27
2.2. Bases teóricas	29
2.2.1 ¿Qué es la Responsabilidad Social Empresarial? RSE	29
2.2.2 Características de la empresa que cumple con la RSE	32
2.2.3 Aspectos generales de la RSE en Colombia	34
2.2.4 La RSE, la ética y el clima organizacional	35
3. Metodología aplicada	40
3.1 Tipo de investigación	40
3.2 Población y muestra	41
3.3 Instrumentos de recolección de datos	46
4. Resultados	47
4.1 Dimensión legal	48
4.2 Dimensión económica	52
4.3 Dimensión ambiental	55
4.4 Dimensión ética	58
4.5 Conclusiones	60
4.6 Recomendaciones	66
Referencias Bibliográficas	68
ANEXOS	1

### **Lista de figuras**

Figura 1. Incremento de turistas en Bogotá en el periodo 2010- 2019	17
Figura 2. Distribución de gastos de los turistas en Bogotá	18
Figura 3. Valores fundamentales de la RSE según el Centro Empresarial de Inversión Social	33
Figura 4. Ubicación de La Macarena en Bogotá D.C.	42
Figura 5. Vista satelital del barrio La Macarena	43
Figura 6. Porcentaje de cumplimiento del marco legal en el contexto de la RSE	50
Figura 7. Porcentaje de valoración de aspectos económicos dentro de la RSE	53
Figura 8. Porcentaje de valoración de aspectos ambientales dentro de la RSE.	56
Figura 9. Porcentaje de valoración de aspectos éticos dentro de la RSE.	59

### **Lista de tablas**

Tabla 1. Establecimientos gastronómicos localizados en el sector de La Macarena	44
Tabla 2. Respuestas de colaboradores sobre aspectos legales	49
Tabla 3. Respuestas de colaboradores sobre aspectos económicos de la RSE	52
Tabla 4. Respuestas de colaboradores sobre aspectos ambiental de la RSE	55
Tabla 5. Respuestas de colaboradores sobre aspectos éticos	58



## **Introducción**

El presente trabajo se centra en identificar los establecimientos gastronómicos del sector de La Macarena en Bogotá y cómo llevan a cabo prácticas vinculadas con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), considerando los aspectos positivos y los aspectos a mejorar, basados en una serie de recomendaciones. En este trabajo se traza como objetivo principal, Fomentar la implementación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en los establecimientos gastronómicos del sector de La Macarena en Bogotá.

El concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), ha adquirido gran importancia dentro del mercado en los últimos años, en medio de una sociedad cada vez más interesada por el cuidado del medio ambiente, el bienestar para los trabajadores, la protección a los derechos humanos, entre otros aspectos. Las prácticas de RSE en un negocio, inciden cada vez más en la percepción de los clientes y se convierten en elementos a considerar a la hora de la toma de decisiones, al seleccionar los establecimientos en los cuales ingresan.

En la ciudad de Bogotá cada vez son más las exigencias gubernamentales y colectivas en materia de RSE, generando la necesidad de tomar acciones en todas las organizaciones. Los establecimientos gastronómicos no son la excepción, también en ellos recae el hecho de que deben tener la convicción de ser socialmente responsables.

En torno al concepto de Responsabilidad Social Empresarial, existe una gran diversidad de definiciones y enfoques. Se aprecia desde cuatro ámbitos bien definidos: el laboral, el económico, el ambiental y el social, contemplados en la mayor parte de los regímenes jurídicos modernos de manera individual. No obstante, una hipótesis eventual podría plantear que las leyes que proclaman y desarrollan las variadas generaciones de los derechos humanos y aquellas que regulan la actividad económica comprenden el abanico normativo de la RSE (Acevedo, Zárate y Garzón, 2013).

La RSE ha venido tomando fuerza en los últimos años: El deterioro constante de nuestro planeta, sumado al acceso masivo de las personas a la información, ha creado un nuevo tipo de consumidor, más preocupado por su entorno, mejor informado y más consciente del impacto que las compañías generan sobre su vida. Las oportunidades brindadas con su práctica, las empresas generan algo que va más allá del producto o servicio que ofrecen: es la oportunidad de vender bienestar. A partir de la RSE, las organizaciones se acercan a sus clientes, escuchan sus necesidades y proyectan una nueva imagen que esencialmente va a beneficiar en la manera en la que los consumidores reciben un servicio diferente. Todo esto, sin dejar a un lado los entornos asociados a la organización, como la comunidad beneficiada por medio de agentes de cambio, mediante programas de integración que aportan al contexto educativo y de emprendimiento, así mismo, contribuyen a la protección del medio ambiente, mediante de la reducción de residuos y la intensificación del uso de productos ecológicos (Segura, 2020).

El pronunciamiento de la Corte Constitucional, mediante de la sentencia T-247 de 2010, donde se afirmó: “La responsabilidad social como principio de acción empresarial viene a complementar y a enriquecer, el que hasta ahora había sido el núcleo teleológico de su actividad: el ánimo de lucro”. Por otra parte, la Constitución Política de Colombia, no la tiene instaurada literalmente en su contenido, pero sí declara: Colombia es un Estado Social de Derecho, lo cual incluye las nociones de solidaridad y de justicia social que deben regir tanto las actuaciones del Estado como la de los ciudadanos o particulares: Además, establece responsabilidades sociales para la empresa y la propiedad, determinando la prevalencia del interés general o social.

La noción de Estado Social de Derecho implica una revisión al punto liberal del individualismo a través de una afirmación de los derechos sociales, convertidos en derecho positivo y elevados a la categoría de principios constitucionales (...).

Representa el propósito de compaginar dos elementos en un mismo sistema: el modo de producción capitalista y el logro del bienestar social general (Ramírez, 1996, p. 45).

Por otra parte, la gastronomía, como disciplina asociada al fenómeno del turismo, no es ajena a desarrollar prácticas asociadas a la Responsabilidad Social Empresarial, puesto que dinamiza la economía de las regiones, genera empleo e incita a turistas de distintas latitudes del mundo a ser parte de nuevas experiencias.

En ese sentido, el turismo gastronómico también está llamado a ser garante y propulsor de procesos encaminados a promover la RSE como una forma de retribuir a la sociedad y al medio ambiente por todos los beneficios económicos, sociales y ambientales que han logrado obtener con la ejecución y materialización de sus actividades productivas, de tal modo que los establecimientos y las empresas del sector gastronómico tengan, adquieran y cumplan compromisos dirigidos a desarrollar responsabilidades que permitan el mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos, debido a que si los establecimientos gastronómicos hacen inversiones dentro de su organización, y estas inversiones les origina utilidades, lo más sensato es que generen un bienestar integral a la comunidad que les rodea.

En la presente investigación, se utilizó un enfoque descriptivo cuantitativo, para fomentar la implementación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en los establecimientos gastronómicos del sector La Macarena en Bogotá. En el primer capítulo se contextualiza al lector sobre la problemática, los objetivos y la justificación asociados a la RSE como base fundamental a tener en cuenta para mejorar e innovar por medio de prácticas benéficas para todos los grupos de interés involucrados directa e indirectamente en un negocio. En el segundo capítulo se presentan los antecedentes y las bases teóricas necesarias para entender los conceptos

relacionados con la RSE en el entorno de establecimientos gastronómicos, tratando de abarcar desde las dimensiones internacionales, hasta las más cercanas al sector de La Macarena.

Luego, en el tercer capítulo se explica la metodología consistente en encuestas efectuadas a los colaboradores de los establecimientos gastronómicos del sector para conocer su percepción sobre la Responsabilidad Social Empresarial y la forma como se maneja dentro del negocio donde trabajan. Cabe afirmar que la principal limitación radica en el desconocimiento de algunos empleados sobre las políticas de RSE implementadas por los dueños y administradores de los negocios, así como en su inexperiencia para responder “libremente” de cualquier imposición, coacción u obligación a preguntas relacionadas con sus prácticas asociadas a la RSE.

Finalmente, en el cuarto capítulo se presentan los resultados de las encuestas mediante gráficos de barras que agrupan los porcentajes de las respuestas obtenidas en las dimensiones legal, económica, ambiental y ética con el fin de facilitar su análisis. Se finaliza el capítulo con las conclusiones y recomendaciones, producto de la ejecución e interpretación de los acápites anteriores.

## **1. Problema de la investigación**

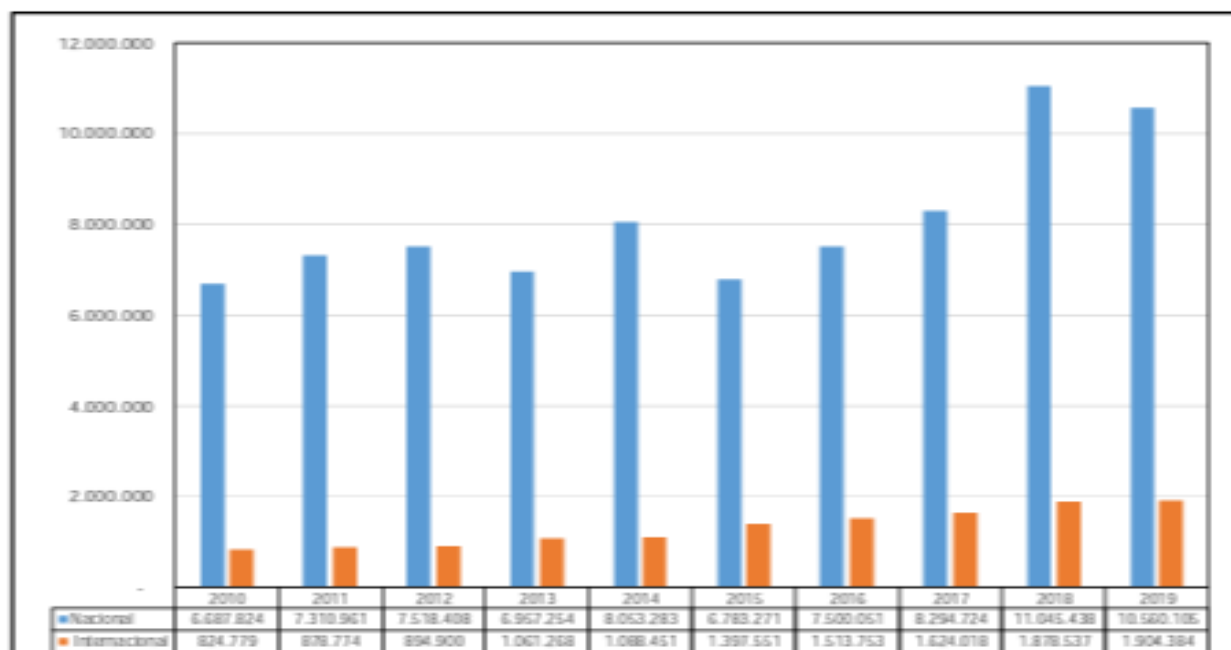
### **1.1 Planteamiento del problema**

En primera instancia, el sector de la gastronomía del centro de Bogotá es un claro ejemplo de la necesidad de innovar continuamente para sobrevivir en un mercado cada vez más globalizado y competitivo. La mayoría de los negocios presentan altos índices de crecimiento en el uso de tecnología, como lo especifica el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). Esta entidad, desde hace algunos años, indica que Bogotá D.C ha sido la ciudad con mayor número

de visitantes por motivos de negocios, estudios, visitas familiares, etc. En este sentido, Bogotá tiene un crecimiento del 47.1%, seguido de Cali - Valle del Cauca con un incremento del 15.7% y en tercer lugar Medellín con un incremento del 12.1%. Los anteriores resultados muestran a la capital como el epicentro de visitas, haciendo que se demanden diversidad de servicios, entre ellos la gastronomía (DANE, 2013).

Esta información se complementa con el informe más reciente de la Contraloría de Bogotá, Dirección de estudios económicos y política pública (2020), que muestra cómo en la última década, a nivel nacional, Bogotá ha sido el principal destino de los viajeros, pasando de 51,4 millones de viajeros en el año 2010 a 113,8 millones en el año 2019. Los turistas nacionales e internacionales conforman un porcentaje significativo, puesto que se pasa de 6,6 millones de turistas en el año 2010 a 10,5 millones en el año 2019. En la siguiente figura se puede observar el incremento de turistas en Bogotá durante el periodo 2010-2019.

Figura 1. Incremento de turistas en Bogotá en el periodo 2010- 2019

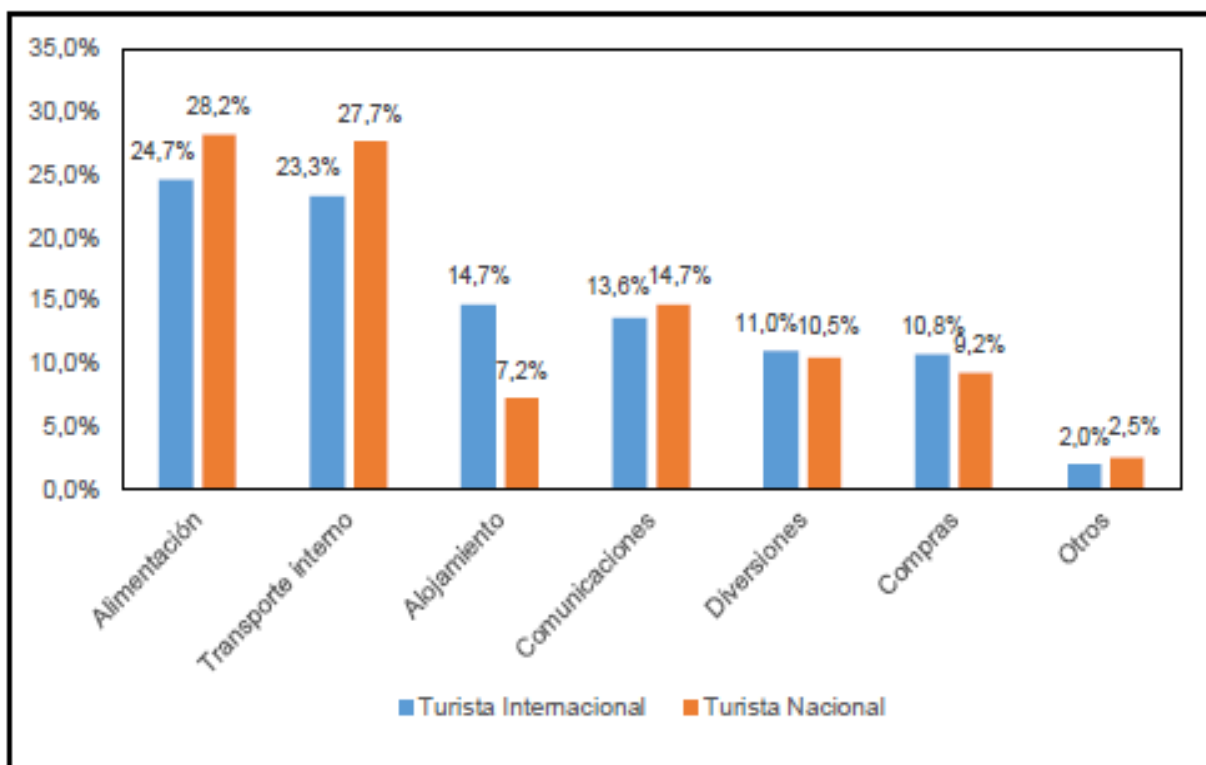


Fuente: Dirección de estudios económicos y política pública (2020, p. 40)

Esta llegada masiva de visitantes ha generado una gran variedad de necesidades en cuanto a los gustos y exigencias de los comensales, ocasionando que el sector gastronómico se torne altamente competitivo y que cada vez sea más prioritario adoptar políticas sostenibles para cumplir con la demanda.

Entonces, las políticas de sostenibilidad en la oferta deben tener en cuenta, entre otras cosas, que la alimentación constituye un gasto muy significativo entre los visitantes de una región. Por ejemplo, como se observa en la figura 2, los turistas internacionales que llegan a Bogotá destinan el 24.7% de sus gastos en alimentación, mientras que los turistas nacionales destinan el 28.2% de sus gastos a este aspecto (Dirección de estudios económicos y política pública, 2020).

Figura 2. Distribución de gastos de los turistas en Bogotá



Fuente: Dirección de estudios económicos y política pública (2020, p. 46)

Colombia se ha caracterizado por la diversidad gastronómica y Bogotá, como su capital, ha sido el receptor de miles de comensales de todas sus regiones. Para abastecer este sector, los encargados de negocios que se dedican a la oferta gastronómica han convertido sus locales de comidas en fuente de nuevos atractivos turísticos. De tal forma, se reafirma la identidad cultural de las comunidades y se ofrecen múltiples variedades de platos tradicionales y ancestrales. En este contexto, la industria de comidas ha sido una gran fuente de ingresos para los colombianos y en 2019 constituyó el 2,83% del PIB nacional (Robayo, 2019).

Los dueños, gerentes o administradores de negocios parecen no ser conscientes de que adoptar políticas de Responsabilidad Social Empresarial, con el tiempo, mejora su capacidad para atraer clientes. Esta problemática afecta a la mayoría de zonas en Bogotá, principalmente a los sitios de concentración de turistas, estudiantes y trabajadores, teniendo en cuenta que la mayoría de universidades, locales comerciales y los atractivos turísticos y culturales muestran una clara concentración geográfica en el centro de la ciudad. Es de anotar que el 70% de los atractivos turísticos se encuentran localizados en esta zona (Sandoval, 2015).

La Macarena, como sector característico del centro de Bogotá, se ha destacado por su diversidad arquitectónica, gastronómica y cultural; a su vez, ha alcanzado un importante posicionamiento en el sector gastronómico. Alternamente, funcionan diferentes tipologías y nichos de mercados tendenciales dentro de la industria gastronómica, donde parece que existe una falta de concientización asociada a las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.

La globalización, los tratados de libre comercio, la tecnología y la era de la información, han hecho que las empresas tengan, tanto obligaciones globales, como responsabilidades propias que generan ventajas y desventajas para los individuos. En ese sentido, la RSE se percibe como fuente que busca promover el bienestar colectivo desde distintas dimensiones, entre ellas las

tratadas en el presente trabajo de investigación (legal, económica, ambiental y ética). Más que un tema de moda, la RSE se expone como un requisito de las organizaciones del futuro para el direccionamiento de las conductas esenciales de las empresas y la responsabilidad por su impacto en las sociedades en las cuales operan.

Para los responsables de los negocios gastronómicos del sector, parece no ser claro que la RSE no se trata únicamente del bienestar laboral de los trabajadores o de la posible reducción de tributos por buenas prácticas sostenibles. Presuntamente, las directrices no han abordado otros aspectos concernientes al cumplimiento de políticas socialmente responsables que las empresas tienen dentro de las cuatro dimensiones que se trataron en el trabajo de investigación.

Es por ello que se plantea la siguiente pregunta:

¿Cómo se pueden mejorar las prácticas vinculadas con la Responsabilidad Social Empresarial RSE en los establecimientos gastronómicos del sector de La Macarena en Bogotá?

## **1.2. Objetivos**

### ***1.2.1 Objetivo General***

Fomentar la implementación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en los establecimientos gastronómicos del sector La Macarena en Bogotá.

### ***1.2.2 Objetivos Específicos***

- 1) Conocer las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial que deberían implementar los establecimientos gastronómicos.
- 2) Conocer la percepción de los empleados sobre Responsabilidad Social Empresarial en los establecimientos gastronómicos del sector de La Macarena en Bogotá.



- 3) Crear una guía con recomendaciones frente a las prácticas de RSE que deberían tener los establecimientos gastronómicos.

### **1.3 Justificación**

Esta investigación se realiza con el propósito de fomentar las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial que se deberían implementar, especialmente en los establecimientos gastronómicos del sector de La Macarena en Bogotá. Es importante promover estas prácticas, a partir de una serie de recomendaciones que beneficien a todos los grupos de interés y los lleve a mejorar su desempeño legal, económico y ambiental y ético. Al tiempo, se puede fortalecer su competitividad frente a un mercado cada vez más exigente y su grado de conciencia sobre su forma de afectar, beneficiar o perjudicar el entorno.

Otro aspecto importante es mejorar la lealtad de los clientes, dando cada vez más trascendencia al cumplimiento de los compromisos con los stakeholders, mediante colaboradores más comprometidos con el establecimiento para el cual laboran.

También es importante interpretar la forma cómo se ve beneficiada la comunidad con el desarrollo de las actividades de RSE, y como resultado de la investigación realizar recomendaciones para mejorar las prácticas y las percepciones actuales concernientes a la Responsabilidad Social Empresarial.

Las acciones positivas que implementen los establecimientos gastronómicos situados en La Macarena en materia de RSE pueden, sin duda alguna, definir una serie de ventajas competitivas sostenibles, las cuales permitirán al turismo gastronómico del sector un posicionamiento y un reconocimiento importante frente a la Responsabilidad Social Empresarial en el país. Al asumir la RSE, estos restaurantes podrán beneficiar directamente a sus stakeholders externos e internos

como: los consumidores, los clientes, los proveedores, los empleados, los inversionistas, los accionistas y la comunidad.

Investigar sobre las prácticas de la RSE que estén desarrollando los establecimientos gastronómicos del sector de La Macarena permitió analizar cómo se están produciendo las acciones sociales. Por ende, esta investigación conforma un aporte social en la medida que se pueda constituir como una herramienta para identificar qué está pasando con relación a la RSE, su realidad y sus dinámicas. La comunidad se puede ver beneficiada en su entorno, debido a que se puede mejorar los procesos inadecuados que se realizan en estos establecimientos y en la respuesta a las condiciones que afectan a todos los stakeholders.

## **2. Antecedentes**

### **2.1 Antecedentes documentales**

#### ***2.1.1 Investigaciones internacionales en Europa***

La tesis doctoral denominada *La dimensión internacional de la responsabilidad social empresarial: un campo de negociaciones y luchas entre distintas instituciones y actores* de Vidal (2012), tuvo como objetivo dimensionar la práctica y los logros en materia de la RSE en organizaciones a nivel internacional comparándolas con las organizaciones de la ciudad de Madrid, España. El aporte de la investigación es muy apropiado para fomentar prácticas de RSE, ya que hace hincapié en la dimensión internacional de su ámbito laboral, al considerar el bienestar de los trabajadores como de máximo interés y relevancia en el contexto global en la actualidad.

Fue un estudio de la bibliografía existente sobre el objeto de estudio. Los resultados que arrojó esta investigación, resaltan que el campo de la RSE está siendo tremendamente útil para las

empresas en aras de liderar el debate sobre la necesidad de establecer o no regulaciones en el contexto de la globalización económica.

En las conclusiones se determinó a las políticas de RSE como puntos de referencia para la resolución de conflictos y toma de acciones que han puesto en evidencia la reestructuración del modelo social, económico, político y jurídico que está teniendo lugar en estos días en la capital española.

### **2.1.2 Investigaciones internacionales en Latinoamérica**

Las investigaciones sobre RSE en América latina son escasas. Bellido y Nima (2019), en su trabajo *Responsabilidad Social Empresarial en restaurantes de Latinoamérica: Una revisión de la literatura científica de los últimos 3 años*, plantearon el objetivo de describir el desarrollo de la Responsabilidad Social de las empresas en restaurantes, con base en la revisión literaria. La metodología es cuantitativa. En ella se llegó a la conclusión de que la RSE es muy importante debido a que ayuda a mejorar la imagen corporativa, favorece el desarrollo sostenible, la competitividad, la reputación y la ética de los restaurantes.

Por otra parte, la tesis de grado sobre *Responsabilidad Social Empresarial en los restaurantes formales del casco urbano, de Chiclayo* del autor Segura (2020), tuvo como objetivo determinar las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en los restaurantes formales del casco urbano de Chiclayo.

Resulta útil por su similitud con el segundo objetivo y parte de la pregunta que sistematiza la problemática de la presente investigación. La pregunta de los autores peruanos fue la siguiente: ¿Cuál es el nivel de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en los restaurantes del casco urbano de Chiclayo? (Segura, 2020, p 10).

La metodología utilizada con un enfoque cuantitativo permitió que los resultados mostrarán la problemática en dimensiones como: La relación de los meseros con sus clientes, la relación de los cocineros con proveedores y con la inocuidad alimentaria, donde se observa que el nivel está entre poco aceptable e inaceptable. En conclusión, el nivel general de RSE de los restaurantes formales de la ciudad de Chiclayo se consideró “poco aceptable” (Segura, 2020, p 182).

Dentro de las tesis de grado revisadas, se encuentra una sobre la *Responsabilidad Social Empresarial en los restaurantes campestres de Huaral*, realizada por García (2017). El objetivo del trabajo de investigación fue evaluar la implementación de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en los restaurantes campestres de Huaral. La pregunta problema del trabajo de investigación fue: ¿Los restaurantes campestres de Huaral implementaron prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en el año 2017? (p.14).

Para el proyecto se aplicó una metodología cuantitativa, consistente en efectuar 136 encuestas a los empleados de siete restaurantes campestres. Consistió en una investigación descriptiva con diseño experimental, con el objetivo de analizar la aplicación de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en los grupos de empleados de los restaurantes de la ciudad.

Al igual que la investigación expuesta en este documento, sus resultados se agruparon en cuatro dimensiones: Legal, Económico, Ambiental y Ético. La investigación evidenció principalmente que algunos empleados (un 33.9%) son indiferentes a la implementación de las prácticas relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial debido a que hay desconocimiento de algunas normas legales del Estado que protegen al empleado (García, 2017).

En la tesis de grado sobre el *Diseño de un modelo de responsabilidad social empresarial aplicable a MiPymes sector restauración en Samborondón*, realizada por Salazar (2017), se planteó el objetivo de “diseñar un modelo de responsabilidad social empresarial que sirva como prototipo de aplicación en pymes del sector restauración en Samborondón” (p. 19).

La pregunta problema de este trabajo fue ¿Qué efectos ocasiona la aplicación de un Modelo de Responsabilidad Social Empresarial en las MiPymes del sector Restauración en Samborondón? (Salazar, 2017, p. 20). La metodología que se aplicó fue mixta. Los resultados consistieron en una propuesta de modelo de RSE aplicable a MiPymes, elaborado con referencia en otras guías.

Se concluyó que las falencias en la materia recaen principalmente en los dueños de los negocios, pues contribuyen con la colectividad, pero de manera superficial, con acciones asociadas sólo con la filantropía y desarrolladas esporádicamente, sin una planificación previa.

Su importancia para la presente investigación radica en la demostración y análisis de los estudios de casos que se elaboraron sobre los factores que influyen en el desconocimiento de algunos gerentes de compañías sobre el compromiso al ejecutar políticas de RSE y establecer acciones para su debido cumplimiento.

*La investigación titulada Responsabilidad Social Empresarial en México: un Análisis de su Implementación en el Sector Turístico en la Playa del Carmen, Quintana Roo, México*, realizada por Sansores y Granados (2017), planteó como objetivo estimar la probabilidad de que un restaurante, establecido en la ciudad de Playa del Carmen, Quintana Roo, México, que implementa programas de Responsabilidad Social Empresarial RSE, se sustenta en el grado de conocimiento e impacto (beneficios) de los mismos.

La metodología utilizada es de tipo cuantitativa, puesto que se centra en valorar los resultados de la implementación de políticas consecuentes con la RSE. A su vez, determinar la relación directa con el impacto positivo en los indicadores de los procesos del restaurante. Se demostraron los efectos positivos de estas prácticas en la percepción y en el comportamiento de los consumidores identificando las causas de los problemas y fijando estrategias para involucrar positivamente a los grupos de interés en beneficio de las políticas sostenibles del negocio.

La importancia de este documento radica en que es un claro ejemplo de la forma en la que el proceso de concientización de los empresarios genera beneficios a la hora de adoptar prácticas de RSE cuando se logra un conocimiento real del tema y la apropiación del mismo para ejercerlo dentro de las organizaciones. También se muestra como fueron los propietarios los promotores de políticas de compromiso social consecuentes con la RSE.

### **2.1.3 Investigaciones nacionales**

En el contexto nacional se presenta la investigación *Identificación de las políticas sobre la RSE en el municipio de Florencia*, elaborada por Pastrana (2017), con el objetivo de identificar el impacto de las políticas de la RSE en el municipio de Florencia Caquetá en el periodo comprendido entre 2016-2017. El planteamiento de la pregunta fue: “¿Cuál es la situación actual de la RSE en la ejecución de programas de inclusión y reconciliación social abanderados por el municipio de Florencia Caquetá?” (p.52).

Se realizó utilizando una metodología cuantitativa calculando la composición de los grupos de interés participantes en el proyecto y determinando su importancia en el cumplimiento de políticas de RSE y cómo influyen en el desarrollo de las empresas de carácter privado y público.

En relación con la implementación en las entidades públicas se evidencia la falta de articulación de los recursos de cada entidad para la implementación de este modelo.

Se destacó la labor que cumple la gestora social dentro del desarrollo de actividades que buscan beneficiar a grupos en condiciones de vulnerabilidad. Así es como desde el punto de vista social, la administración de Florencia, impactó con programas sociales a niños en condición de vulnerabilidad mediante la implementación de campañas públicas donde la empresa privada participó ayudando a conseguir recursos para causas de tipo social.

El trabajo permitió ver que las políticas de RSE no son elementos de implementación exclusiva del sector privado. El conocimiento y la conciencia de involucrar beneficios y prácticas convenientes a todos los Stakeholders parte desde la autoridad organizacional, independientemente de su razón social. La responsabilidad de la sociedad, del estado y de empresas, debe ser compartida y basada en una relación en la que todos ganan, puesto que las buenas prácticas de RSE generan la confianza del empresario, no solamente ante la sociedad, sino ante las corporaciones estatales.

#### ***2.1.4 Investigaciones a nivel local (Bogotá)***

En Bogotá se presenta una investigación titulada *Responsabilidad Social Empresarial Crepes & Waffles*, efectuada en la Universidad del Rosario por Piñeros (2016). Esta tesis tuvo el objetivo de documentar las actividades relacionadas con las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial que implementa la cadena de restaurantes Crepes & Waffles, planteando la siguiente interrogación que sintetiza el problema de falta de claridad en capacidades de RSE: ¿Cuáles son las actividades relacionadas con la RSE implementadas en la cadena de restaurantes de Crepes & Waffles? (Piñeros, 2016, p. 17).

La metodología del trabajo se basó en una visión temporal de lo que a través de los años había pasado en la compañía. El trabajo de investigación incluyó un gran panorama que se sintetizó mediante los resultados, evidenciando que Crepes & Waffles es una multinacional colombiana que indiscutiblemente se ha caracterizado por su valor humano e innovación en términos de sostenibilidad.

Sus políticas están encaminadas a ser socialmente responsables en prácticas laborales que dan oportunidades a los sectores menos favorecidos y generan bienestar a sus empleados. La reputación de la empresa se fortalece cada día y le permite crecer en el mercado internacional gracias a sus conocidas prácticas de RSE, ubicándola por encima de sus competidores directos e indirectos. Se concluye que la situación de la RSE en esta organización, está motivada por el interés de aportar a la sociedad o por exigencias comerciales y legales.

Otro trabajo de investigación realizado recientemente en Bogotá, y que aporta al turismo y a los establecimientos gastronómicos es el realizado por los autores Bogotá y Castillo (2020). Esta tesis buscó determinar el nivel de apropiación de la planeación estratégica en los restaurantes del grupo de Pymes con atención al turismo en la capital colombiana.

Los autores presentaron su proyecto con un alcance descriptivo. Como resultado, se logró poner en evidencia el impacto de la planeación estratégica en el sector gastronómico de Bogotá, como herramienta clave para el posicionamiento de distintos restaurantes. Como conclusión los autores mostraron como establecimientos pertenecientes al grupo Pymes en la capital colombiana, tienen un nivel medio de aplicación en la planeación estratégica, debiéndose enfocar la RSE en ciertos aspectos, con el objetivo de mejorar de manera constante y posicionar la RSE dentro del sector gastronómico.



La lectura y el análisis de los anteriores documentos dejan ver cómo la RSE juega un papel destacado dentro del direccionamiento sostenible de las empresas, porque, aunque en las últimas décadas se ha representado una apuesta de algunas empresas por asumir compromisos relacionados con su entorno social, desafortunadamente, la sociedad de consumo está compuesta por un sector empresarial y comercial encaminados principalmente en buscar y encontrar estrategias que garanticen una adecuada productividad. Estas políticas sobrepasan el bien común hasta el punto de tomar medidas y acciones reales que lesionan los intereses de los trabajadores y no les garantizan condiciones laborales dignas.

## **2.2. Bases teóricas**

### ***2.2.1 ¿Qué es la Responsabilidad Social Empresarial? RSE***

Los autores especializados en el tema RSE tienden a conceptualizarla como el conjunto conformado por aspectos sociales del entorno de los negocios, la cualidad ambiental que los rodea y los compromisos organizacionales sujetos a la validación de sus grupos de interés, convertidos en símbolos de la calidad, y de la responsabilidad social y ambiental de los productos y servicios. Los productos y servicios se constituyen de esta forma en ventajas competitivas empresariales que garantizan productos y servicios mejorados con base en el cumplimiento de compromisos sociales y el respeto por los recursos naturales (Berthoin & Sobczak, 2007).

Otros eruditos, incluyendo a Bory y Lochard, (2008) tienden a definirla como el conjunto de procesos en torno a la edificación políticas sociales y ambientales responsables sobresalientes con respecto a la normatividad convencional de los mercados. En este contexto es visualizada dentro de las directrices organizacionales respetuosas de la normatividad social y ambiental generadoras de valor institucional, alineadas con valores individuales para buscar el bien común.

Especialistas en finanzas y su relación con la RSE, mediante estudios de índole cuantitativo, aseguran que el modelo econométrico de empresas socialmente responsables, identifica una relación directa positiva entre la rentabilidad y el cumplimiento de políticas de RSE, por lo cual, indican la conveniencia de gestionar, controlar y monitorear indicadores financieros relacionados con la práctica de políticas de RSE para dejar evidencias prácticas de los beneficios monetarios (Bhardwaj, Chatterjee, & Demir, 2018). En esta misma línea Coello y Cabello (2016), muestran que los gastos hechos en el cumplimiento de políticas de RSE no interfieren con la rentabilidad, puesto que en realidad son inversiones generadoras de beneficios a largo plazo, materializados en reputación, imagen y confiabilidad de las empresas socialmente responsables.

De acuerdo con lo expresado por Piñeros (2016), la Responsabilidad Social Empresarial supera la concepción de los sistemas diseñados para cumplir con exigencias organizacionales de calidad y se debe concebir como una necesidad de las empresas para servir a la sociedad en un mundo cada vez más globalizado, capitalizado y guiado por los avances tecnológicos. En este contexto inicial, a continuación, se mencionan algunas definiciones interesantes de RSE.

De acuerdo con la Organización Internacional del trabajo (2007), la RSE es el grupo de actividades e iniciativas voluntarias que las organizaciones tienen en cuenta para que sus operaciones repercutan positivamente en su entorno.

El enfoque dado por la Unión Europea mediante la Corporate Social Responsibility, (CSR) indica:

La responsabilidad social gira en torno a conductas esenciales de las empresas y la responsabilidad por su impacto total en las sociedades en las cuales operan. La Responsabilidad Social no constituye una opción adicional ni un acto de filantropía.

Una empresa socialmente responsable es aquella que lleva adelante un negocio rentable, teniendo en cuenta todos los efectos ambientales, sociales y económicos positivos y negativos que generan en la sociedad (Silva, 2018, p 21).

Por su parte, el Instituto colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC), define la RSE como los compromisos voluntarios asumidos por las empresas para cumplir con la expectativa de las partes interesadas de desarrollarse humana e integralmente, cumpliendo los mandatos de ley, al tiempo que logran un crecimiento en materia económica, social y ecológica (ICONTEC, 2006).

En realidad, se pueden encontrar muchas más definiciones de RSE; pero, en síntesis, RSE es una forma en la que deberían actuar por convicción moral las empresas u organizaciones direccionadas por sus ejecutivos y propietarios, pero también por todos los miembros o stakeholders de las mismas. Su objetivo no es solamente dejar la compañía económicamente estable, sino lograr un bienestar y desarrollo pleno de todos sus trabajadores y personas relacionadas indirectamente con la misma, como los consumidores, los clientes, los proveedores, el gobierno, las comunidades y la sociedad en general, lo mismo que el medio ambiente.

Aunque la Responsabilidad Social Empresarial es inherente a la empresa, recientemente, según el autor Calderón (2010), se ha convertido en una nueva forma de gestión y de hacer negocios, en la cual la empresa se ocupa de que sus operaciones sean sustentables en lo económico, lo social y lo ambiental, reconociendo los intereses de los distintos grupos con los que se relaciona, buscando la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras. De igual manera, es una visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medioambiente con la gestión misma de la empresa, independientemente de los productos o servicios que ésta ofrece, del sector al que pertenece, de su tamaño o nacionalidad.

### 2.2.2 *Características de la empresa que cumple con la RSE*

De acuerdo con Solarte (2018), la empresa que cumple con una excelente Responsabilidad Social Empresarial se identifica porque:

- Sus directivos tienen un compromiso ético.
- Las actividades se dirigen a los más necesitados, sin importar el sector donde operan.
- Por lo general tienen planes para el sector donde se encuentra en funcionamiento.
- Tanto los productos como los servicios ayudan.
- El desarrollo de las actividades es muy respetuoso con el medio ambiente. (p.10)

En lo referente a los negocios sostenibles, y de acuerdo a lo expuesto por el Centro Empresarial de Inversión Social CEDIS (2006), en la RSE, confluyen numerosas ideas sobre las formas de conservar medio ambiente, transformación social, mejoramiento de los puestos de trabajo, logros en el trato justo de los trabajadores, compensaciones a la comunidad y aspectos afines con la moral o la ética. El conjunto de estas, conforma perspectivas amplias sobre la forma de mejorar lo externo y lo interno de las empresas.

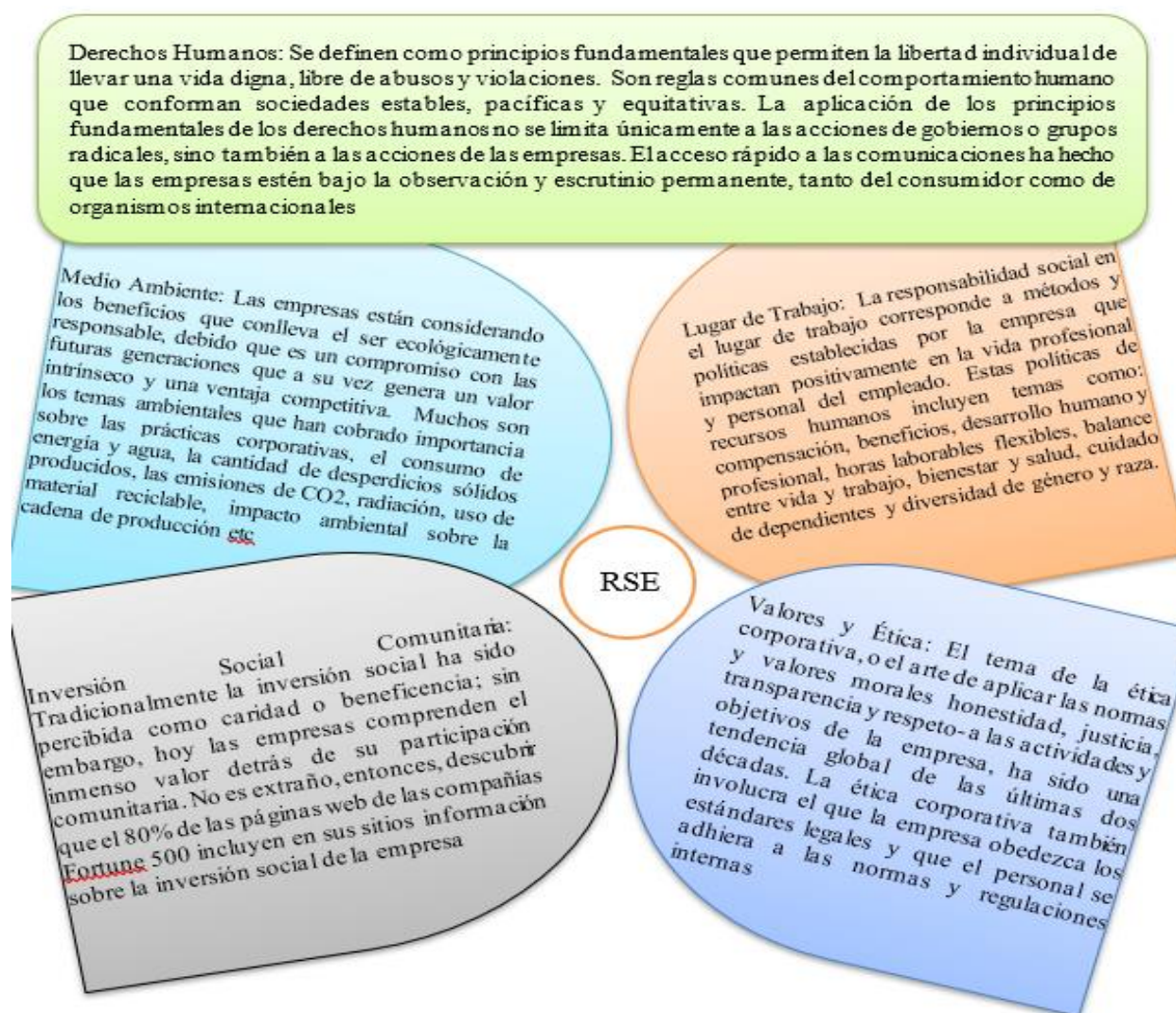
Chagas (2005), explica como las conducciones de gestión apoyadas en decisiones éticas, contribuyen para que las organizaciones se relacionen con sus grupos de interés positivamente. Las responsabilidades éticas se refuerzan cuando las empresas comunican y rinden cuentas transparentes sobre su forma de gestionar su misión social.

Lo que sugieren organizaciones especializadas en el tema, como el Centro Empresarial de Inversión Social CEDIS (2006), es desarrollar espacios de trabajo proactivos y adecuados, donde se puedan solucionar las dificultades internas y externas, encaminadas al establecimiento de políticas sobre RSE, que beneficien a todos los grupos de interés a mediano y largo plazo. La

inversión social en estos espacios, debe considerarse importante; a su vez, debe tener el objetivo principal de lograr retribuir a la comunidad por medio de los beneficios económicos que una empresa ha extraído de la sociedad.

Algunos valores de la Responsabilidad Social Empresarial descritos por CEDIS (2006), se aprecian en la siguiente figura.

Figura 3. Valores fundamentales de la RSE según el Centro Empresarial de Inversión



Fuente: CEDIS, (2006)

Se resalta la importancia expresada por los autores de invertir en causas sociales como parte de esta gestión ética empresarial. Para tener organizaciones competitivas, no basta con direccionarlas exclusivamente hacia el logro de buenos precios y servicios de calidad. Además, una forma de fortalecer la imagen la organizacional consiste en la realización de programas sociales, puesto que estos generan ganancias, logros y beneficios para las empresas, motivando reconocimientos y generando lealtad por parte de los consumidores y los grupos de interés de las organizaciones.

### ***2.2.3 Aspectos generales de la RSE en Colombia***

El país tiene una gran variedad y cantidad de riqueza natural, por lo tanto, en el contexto de la RSE se hace prioritaria la toma de conciencia por parte de la comunidad y de las entidades gubernamentales. Es necesario que estas actúen responsablemente, para que las futuras generaciones puedan disfrutar de un territorio caracterizado por el buen uso de sus recursos naturales.

En materia de RSE y de sostenibilidad medio ambiental, Colombia está muy por debajo de las políticas y convicciones de otros países. Desgraciadamente, el objetivo principal de muchas organizaciones, tanto nacionales como extranjeras, que explotan los recursos existentes es la productividad, dejando de lado el bienestar del talento humano y el costo ambiental que implica su actividad empresarial.

Solarte (2012), indica que, en Colombia es el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC) la entidad encargada de la promoción de las prácticas de RSE dentro de las organizaciones. Esta entidad se ha caracterizado por su intención de no excluir a ninguna parte de la sociedad, por lo que convoca a los gremios, a los establecimientos privados, a las ONGs, y

las entidades de educación superior para trabajar en el desarrollo y ejecución de políticas consecuentes con una verdadera RSE.

Este autor explica el necesario establecimiento de indicadores de valor, en el cumplimiento de las prácticas de RSE. Para él, es preciso que las organizaciones públicas y privadas trabajen conjuntamente, promoviendo el interés por establecer objetivos direccionados al cumplimiento de las prácticas de RSE.

Esto involucra las particularidades y la potestad para debatir o confirmar disposiciones basadas en la comprensión, la priorización y el entendimiento de las expectativas de todos los grupos interesados, suponiendo el conocimiento de los preceptos éticos que las organizaciones eligen, teniendo en cuenta que su cumplimiento sobrepasa las responsabilidades normativas y se enfoca en el establecimiento de misiones, visiones, programas y políticas amigables y sostenibles (Solarte R., 2012).

#### ***2.2.4 La RSE, la ética y el clima organizacional.***

Uno de los aspectos fundamentales para el éxito o fracaso de una organización es el ambiente o clima laboral en el que se desempeñan sus trabajadores dentro de la organización. Anteriormente, este aspecto pasaba desapercibido y tanto dueños de organizaciones como dirigentes descargaban esta tarea en sus colaboradores o administradores, omitiendo principios éticos que les hicieran apropiarse de la RSE, en el aspecto de “desarrollar en cada individuo toda la perfección de que sea susceptible; pero con un alto sentido del deber” (Kant, 1981, pág. 42). Sin embargo, en los últimos tiempos la RSE, como agente de cumplimiento de compromisos con los empleados ha cobrado una importancia vital, porque del buen clima organizacional depende no sólo el buen desempeño de los

trabajadores sino el posicionamiento de las empresas o compañías dentro del sector comercial que cada día es más competitivo.

Varias personas se han preocupado por profundizar en los aspectos relacionados con el clima organizacional y sus implicaciones o repercusiones en las distintas organizaciones; (León, 2010, p 29) define el clima organizacional como “el conjunto de las percepciones de las personas que integran la organización”; (Goya, 2000) entiende el clima organizacional como la reunión de características propias de una organización y que las diferencia de otras por ser perdurables en el tiempo, de tal manera que influyen en la manera de actuar de los individuos que la integran; (Steven, Lawrence, Murphy, & Lennart, 1998) mencionan que el clima organizacional es una cualidad relativamente perdurable del ambiente interno de una organización constituida por un conjunto de estímulos que los trabajadores de una compañía perciben y que determinan la configuración de su contexto de trabajo.

También se ha estudiado el tema desde el punto de vista ético, tomando en cuenta los aportes Kantianos, es decir, haciendo énfasis en la RSE como aspecto intrínseco de los dueños y administradores para lograr un buen ambiente laboral mediante las prácticas y estrategias que debe utilizar la gerencia de una organización para desarrollar una visión ética de su entorno, incluyendo los factores determinan el comportamiento moral de los miembros de la organización.

En este aspecto se debe resaltar sobre la diferencia conceptual entre la moral vista como la forma en que el trabajador cumple con las normas y reglas presentadas por la empresa, es decir, si cumple con sus obligaciones, que muchas veces se exponen dentro de los manuales de funciones empresariales y la ética en la que el trabajador se cuestiona sobre el porqué sus acciones son consideradas buenas o malas y actúa de acuerdo a sus convicciones en procura del bien común.



Uno de estos estudios es el realizado por el “Ethic Resource Center” (ERC),<sup>1</sup> en el que se evalúa el ambiente ético de las agencias públicas y municipios de la Rama Ejecutiva Del Estado Libre Asociado de Puerto Rico, mediante una encuesta para conocer la percepción de los empleados en una gama de asuntos sobre ética. En términos generales se encontró que los empleados reconocieron la existencia y la necesidad de contar con valores y estándares de ética dentro de la RSE, aunque se siente presión para violar los estándares éticos puesto que a menudo la conducta impropia ocurre y no se denuncia.

Según Robbins & Coulter (2005), los gerentes pueden hacer varias cosas para reducir el comportamiento inmoral en las organizaciones como contratar individuos con valores morales elevados, establecer códigos de ética, (que de acuerdo con la conceptualización deberían ser códigos morales porque en realidad es parte de la normativa establecida por la organización que no permite un cuestionamiento por parte del trabajador), reglas de decisión, enseñar con el ejemplo, brindar capacitación ética, realizar auditorías sociales pero estas acciones tomadas aisladamente no tendrán impacto en el compromiso de RSE de los trabajadores. Pero implementando un programa completo de ética que abarque todas o casi todas estas acciones se crea un potencial de mejorar notablemente el ambiente de la organización y el compromiso de una verdadera RSE.

En lo que se refiere a la normatividad colombiana, la ley 10 de 2006 y la resolución 002646 de julio de 2008 obligan al contratante a velar por un óptimo clima organizacional para sus empleados, pero no hace referencia al compromiso moral de los individuos.

---

<sup>1</sup> El “Ethics Resource Center, (ERC)” es una organización que ha dedicado por 85 años a la investigación independiente y a la promoción de altos estándares y prácticas éticas en instituciones públicas y privadas. <http://www.ethics.org/about-erc>

En todo el dinamismo empresarial que hace parte de la globalización, el recurso humano es el eje para que toda organización empresarial se desarrolle, crezca y llegue a ser competitiva a nivel nacional e internacional. Sin embargo, los problemas de salud física y psicológica de sus trabajadores han ido en aumento (Chavarria, 2009).

Para contrarrestar esta situación se debe considerar que cada empresa es única, con realidades objetivos y problemas determinados por su línea de acción. Este carácter individual de toda institución, da lugar a culturas organizacionales específicas, que deben tenerse en cuenta cuando se quieren promover políticas de RSE. Cuando se habla de cultura organizacional se hace referencia a un conjunto de creencias y valores compartidos dentro de una empresa que definen cómo sus miembros deben comportarse en el entorno de trabajo. Esta representa la personalidad de la organización y da significado a la forma en que se hacen las cosas en la misma, pero según la teoría de Kant esta responsabilidad también es propia de cada individuo puesto que hay que considerar a la persona como un fin en sí misma.

Igualmente se debe observar que no todos los individuos resultan afectados por igual ante las situaciones críticas de una organización, debido al grado de vulnerabilidad de cada persona, sin embargo, este grado de vulnerabilidad va de la mano con los factores psicosociales que lo rodean siendo este aspecto un distintivo entre sus trabajadores, y la explicación en algunos casos el porcentaje de rotación de personal dentro de una organización. En este aspecto, la ética vista según Kant, como un compromiso individual no se limita a los trabajadores, sino a las organizaciones en cabeza de las directivas, que deben plantear políticas consecuentes con el compromiso de cuidar su recurso humano.

Pero la realidad muestra condiciones diferentes, evidenciados con el resultado de estudios como el de Corlett (2006), en el cual se encuestan a 16000 trabajadores de 15 países europeos y se

encuentra que “El 57% de los que respondieron la encuesta estimaron que su salud está influenciada negativamente por su trabajo y el 28% refirieron que su salud y seguridad están en riesgo. El estudio menciona que el dolor de espalda, las molestias y la fatiga general están relacionados con las condiciones de trabajo mediocres.

En el contexto colombiano, la evolución en el desarrollo del mundo industrial y empresarial no ha quedado relegada en relación con el resto del mundo, ello ha hecho que la exigencia a los trabajadores y en general a todas las personas que se desenvuelven en este mundo se haya aumentado, en términos de inversión, desarrollo industrial y mejora en la calidad. Esta exigencia es diferente a la de años atrás, porque ahora el país produce más, ha ampliado sus mercados internacionales y se enfoca de una manera diferente las estrategias comerciales y financieras.

Bajo esta perspectiva, se deben aportar conocimientos prácticos, examinando mecanismos a través de los cuales se puedan promover políticas de RSE dentro de un clima ético en las organizaciones.

Lo anterior bajo el convencimiento de que sin teoría no puede concebirse, ni alcanzarse una práctica efectiva, es indispensable empezar abordando la dimensión empírica, revisando la perspectiva teórica relacionada al tema de la ética en las empresas y en este sentido las consideraciones de Kant son una herramienta que ayudan a abordar el tema desde el compromiso individual para el logro de objetivos comunes.

### **3. Metodología aplicada**

#### **3.1. Tipo de investigación**

Esta investigación se inició examinando y analizando la temática mediante una revisión de fuentes bibliográficas, cuyo estudio sistemático permitió la síntesis de un buen número de documentos. De acuerdo con lo descrito por Kitchenham (2004), estos deben ser evaluados e interpretados por el investigador, siguiendo tres etapas fundamentales: la planificación de la revisión, el desarrollo de la revisión y la interpretación y redacción de ideas principales.

Dicho de otra forma, la información relacionada con Responsabilidad Social Empresarial en el sector de la gastronomía nacional e internacional, se concreta por medio de fichas de Resumen Analítico Especializado (RAE), con el fin de ordenar y sintetizar la información. Posterior a ello, se interpreta y se redacta en los capítulos de antecedentes y bases teóricas.

La investigación se realiza con un enfoque descriptivo, buscando conocer y caracterizar la percepción de los colaboradores del sector gastronómico de La Macarena en Bogotá, apoyados en la cuantificación de respuestas a una encuesta tipo Likert con la herramienta propuesta por García (2017), para valorar las dimensiones legal, económica, ambiental y ética. Esto es consecuente con lo descrito por Bernal (2016), para estudios de tipo cuantitativo descriptivo.

Los autores de este estudio, buscaron conocer la percepción de los colaboradores frente a su experiencia en los establecimientos donde laboran, con el fin de fomentar la implementación de prácticas de RSE, con el objetivo de crear una guía con recomendaciones basadas en las prácticas que deberían aplicar los establecimientos gastronómicos del sector de La Macarena.

La información describió la situación real, se comparó con lo que, según los autores consultados, se debe hacer para tener prácticas eficientes de RSE, buscando comprender y

profundizar en el tema a través de la exploración desde la perspectiva de los implicados, para luego confrontar la información con las condiciones determinantes de una verdadera RSE. De acuerdo con lo que dicen Hernández, Fernández, & Baptista (2010), el punto de partida de los estudios cuantitativos se da cuando existe una realidad que descubrir e interpretar. Esto concuerda con los propósitos de los autores para el presente estudio.

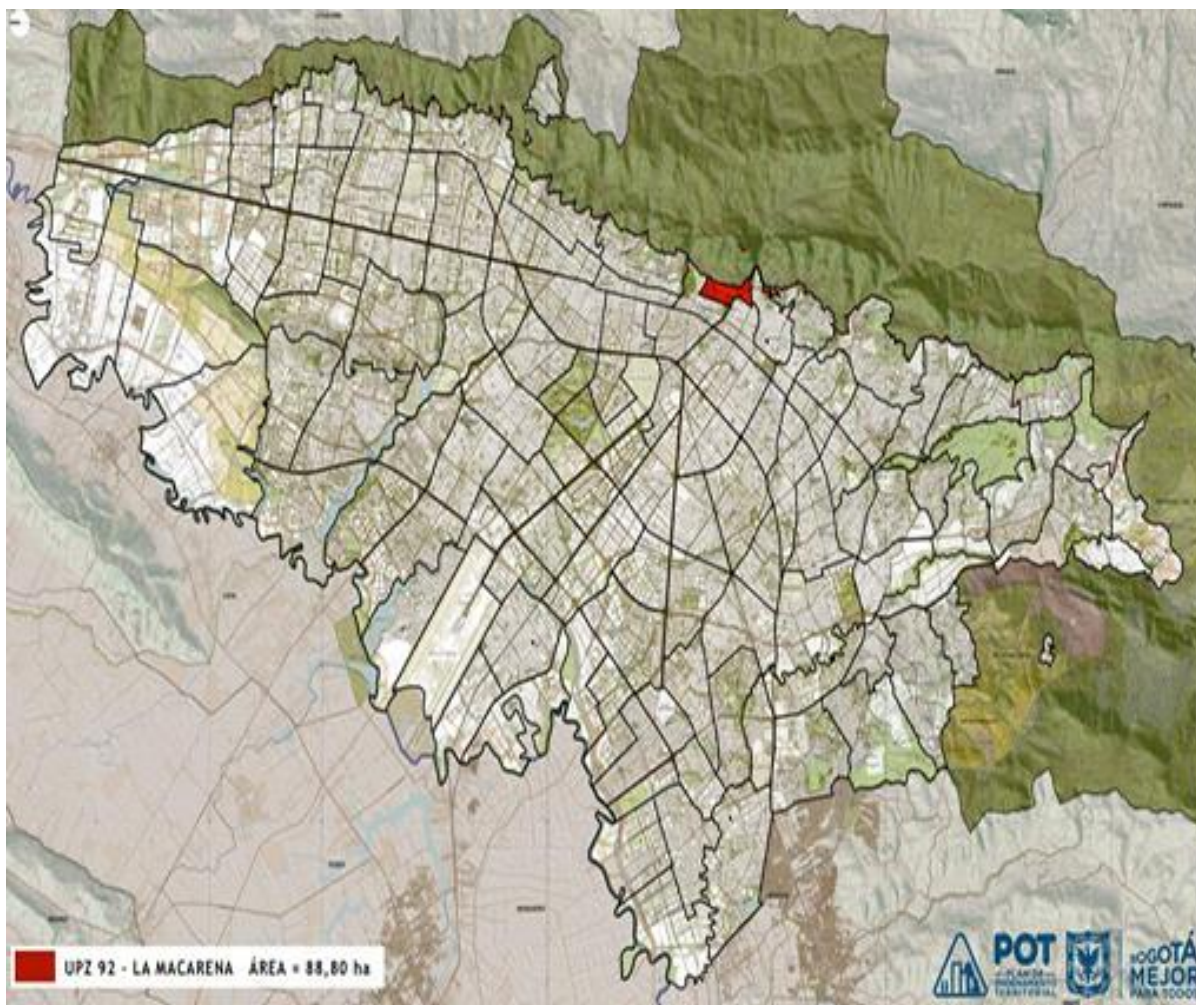
En resumen, y también consecuentemente con lo descrito por Hernández y Christian (2018), los autores de esta investigación la consideran como descriptiva, debido a que se inició explorando los distintos ángulos de la temática desde la perspectiva de otros autores, para luego describir la percepción de los trabajadores del sector gastronómico de La Macarena y así poder fomentar la implementación de prácticas de RSE, creando una guía con recomendaciones que se pueden tener en cuenta.

### **3.2 Población y muestra**

La población tenida en cuenta, estuvo conformada por los colaboradores de establecimientos gastronómicos del sector de La Macarena en Bogotá, ubicado entre las carreras tercera y quinta y las calles 26 y 30. Es considerado como un sector bohemio de Bogotá y pertenece a la localidad de Santa Fe. Cuenta con 14.479 habitantes, localizados en un área de 88,80 hectáreas. Su característica principal es la presencia de varios atractivos turísticos, como el Museo Nacional y el Museo del Oro, el Planetario Distrital, las Torres del Parque, la Plaza de Toros, el Parque Nacional y la vista desde el cerro de Monserrate (Barón, 2020).

En la figura 4. se observa su localización dentro del territorio bogotano.

Figura 4. Ubicación de La Macarena en Bogotá D.C.



Fuente: Barón (2020, p. 30)

La técnica de selección de la muestra consistió en una consulta efectuada a la base de datos de la Fundación Festival Macarenazo (2021). Los resultados determinaron que: en el sector existe gran variedad de sitios gastronómicos en donde se pueden encontrar platos característicos de varias regiones de Colombia y de otros países destacados por su gastronomía. Los negocios que son considerados como pymes son 46 y el número promedio de empleados con más de seis meses de antigüedad es nueve (Fundación Festival Macarenazo, 2021). En la figura 5. Se observa una vista satelital del sector.

Figura 5. Vista satelital del barrio La Macarena.



Fuente: Imagen de Google Earth

En la lista de los negocios que aportó la Fundación Festival Macarenazo se incluyen los establecimientos gastronómicos con marca registrada. Todos los trabajadores encuestados, constituyen la población para obtener información sobre la práctica e implementación de la RSE.

En la tabla 1. se observa la lista de restaurantes que son parte de la muestra.

Tabla 1. Establecimientos gastronómicos localizados en el sector de La Macarena.

1	Tapas Macarena y el mat	24	Manya bistro peruano
2	Peruvian food restaurant	25	Monferrina
3	Raad arabian	26	Café origami
4	Grosso	27	La casa de la abuela
5	El guapo	28	Tapas y paellas
6	Azimos	29	La cava c. ct
7	El patio	30	Macarena pub
8	La hamburgueseria Macarena	31	Parvus
9	La molina	32	Goldener hirsh
10	Restaurante mi viejo mi viejo	33	Madre mia arepas con café de origen
11	Chibchombia	34	Taquería oveja negra
12	Santafe	35	Hamgurbia
13	El agave azul	36	Sandwich taller
14	Anna & otto	37	Cerveceria irlandesa
15	Beograd-belgrado	38	Bruchetta
16	Sabila	39	Wilders pizza
17	La mona pizza	40	Brasas peruanas la chicha su mare
18	La mafia	41	Pasion peruana
19	Shoga yaky	42	Restaurante gaudi
20	Ilhe habana	43	El viejo bandoneon
21	Lima restaurante	44	La rotiseria
22	La jugueteria (grupo 5g)	45	Bangog
23	Bella italia	46	Chicken chef

Fuente: Fundación Festival Macarenazo (2021)

Cabe afirmar que se valida el tamaño de la muestra, a partir de la población total de trabajadores con más de seis meses de antigüedad en sus actuales puestos de trabajo. De acuerdo con Bernal



(2016), las tendencias obtenidas de tal forma, son representativas de una encuesta en la que se tuvo en cuenta el total de la población.

Según lo expuesto por este autor, interpretado para el presente caso, en el que la población es finita (46 negocios con 9 trabajadores en promedio = 414 empleados o colaboradores susceptibles de encuestar que constituyen la población de trabajadores con más de 6 meses de antigüedad); cuando se desea saber cuántos empleados del total de la población se deben estudiar para obtener una muestra representativa, se puede utilizar la siguiente fórmula: Bernal (2016, p. 235).

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{E^2 * (N - 1) * Z^2 * P * Q}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Total de la población

Z<sup>2</sup> = 2.58 para una seguridad del 99%

P = proporción esperada (en este caso 1% = 0.01)

Q = 1 – p (en este caso 1 – 0.01 = 0.99)

E = Error de estimación (en este se desea un 4%)

$$n = \frac{2.58^2 \times 414 \times 0.01 \times 0.99}{0.04^2 \times (414 - 1) + 2.58^2 \times 0.01 \times 0.99} = 37.54 \text{ que se puede aproximar a 38 empleados}$$

encuestados.

De esta forma, de los 414 empleados con más de seis meses de antigüedad se aplicó la encuesta a los 38 empleados que voluntariamente quisieron responder las preguntas realizadas, con la finalidad de obtener información sobre la práctica e implementación de la Responsabilidad Social Empresarial RSE en los establecimientos gastronómicos del sector de La Macarena en Bogotá.

### 3.3 Instrumentos de recolección de datos

Como se ha dicho, para la presente investigación se aplicó la herramienta propuesta por García, L. (2017), empleando el método de evaluaciones sumarias desarrollado por el Psicólogo Rensis Likert en 1932, donde se establecen los siguientes valores:

1 = Totalmente en desacuerdo

2 = En desacuerdo

3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo

4 = De acuerdo

5 = Totalmente de acuerdo

En el anexo A se presenta la encuesta en la que las preguntas se agrupan en cuatro dimensiones (legal, económica, ambiental y ética) para indagar sobre la práctica e implementación de la RSE.

Debido a la contingencia generada por la pandemia Covid 19, se dificultó la realización personalizada y presencial de la encuesta a los colaboradores de los establecimientos gastronómicos, pues estos en su mayoría, negaron el acceso, el contacto cercano y directo con el personal (colaboradores). Por tal razón, las encuestas se gestionaron mediante la aplicación Google Forms, a la que se ingresó mediante el siguiente link: <https://forms.gle/YRSDU6LEfD4xRgMi9>, esto con el fin de tener la opción de compartirlas en línea por medio de los correos electrónicos de los colaboradores, a quienes se les envió y luego las regresaron al Email de los autores una vez diligenciadas.

En el anexo A se incorporan los diagramas circulares generados por esta aplicación, donde se representaron esquemáticamente la cantidad y los porcentajes de encuestados que responden de una u otra forma la encuesta. La aplicación también permitió bajar las respuestas en hoja de cálculo, permitiendo agrupar y analizar cada una de las dimensiones mediante gráficos de barras o histogramas realizados por los autores del presente documento.

#### **4. Resultados**

El siguiente análisis de resultados se basa en la percepción de los trabajadores del sector gastronómico de La Macarena, expresada en los porcentajes de sus respuestas, en aspectos donde se contemplan en las prácticas comunes de la RSE, en las dimensiones legal, económica, ambiental y ética; de acuerdo con la herramienta propuesta por García (2017), donde para la valoración se utiliza la metodología propuesta por Likert. Así se identifican las oportunidades de mejora incorporadas en la guía de recomendaciones, evidenciando las deficiencias existentes en los establecimientos gastronómicos donde cada uno de ellos labora.

Para la presentación de resultados, fue necesaria la descripción y el análisis de los porcentajes de respuestas obtenidas a partir de las encuestas; estas a su vez dejaron en evidencia los aspectos considerados por los colaboradores en cuanto a su percepción en cada una de las dimensiones abarcadas en el instrumento de recolección de la información. En el anexo B se relacionan las gráficas circulares de cada una de las preguntas.

Los porcentajes de las respuestas de los colaboradores que se grafican en el anexo B, se exponen dentro de la presente sección sintetizados en forma de barras, donde estas respuestas obedecen a la percepción de los colaboradores sobre el comportamiento de los negocios donde laboran frente a temas relacionados a la RSE. Por ejemplo, la primera pregunta: (¿Realiza contratos

formales?), se interpreta para determinar el grado de acuerdo o desacuerdo de los colaboradores con la realización de contratos de trabajo en los negocios gastronómicos del sector de La Macarena.

Otra situación recurrente será tomar en cuenta el total de los colaboradores que se encuentran en algún grado de acuerdo como la suma de las dos condiciones (acuerdo + totalmente de acuerdo).

#### **4.1 Dimensión legal**

Como se ha dicho, la descripción de las percepciones de los colaboradores, se basa en sus respuestas. En la presente sección se enfatiza en los aportes de información contundente sobre el conocimiento y la práctica de las leyes existentes, en aspectos de clima laboral, Seguridad y Salud en el Trabajo (SST) y cumplimiento de obligaciones con los colaboradores. El acatamiento de esta normativa da una idea del grado de desempeño de los aspectos legales.

En la siguiente tabla se presenta el conteo de las respuestas, que se califican como: 1=Totalmente en desacuerdo, 2= En desacuerdo, 3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4=De acuerdo y 5=Totalmente de acuerdo con elementos relacionados con la normativa existente sobre estos aspectos que hacen parte de la RSE en lo que tiene que ver con el ámbito legal.

El análisis se basó en las respuestas de cada una de las preguntas que se presentan en el anexo A. Se calculan los porcentajes de respuestas de la siguiente forma: Por ejemplo, en la primera pregunta, cinco colaboradores de los 38 encuestados están en desacuerdo con la siguiente pregunta: ¿Realiza contratos formales? lo que en la gráfica corresponde a un 13%; por el contrario, para esta misma pregunta son 16 colaboradores (el 42%) de los 38 encuestados que responden “de acuerdo” con la realización de contratos formales en el negocio donde trabajan.

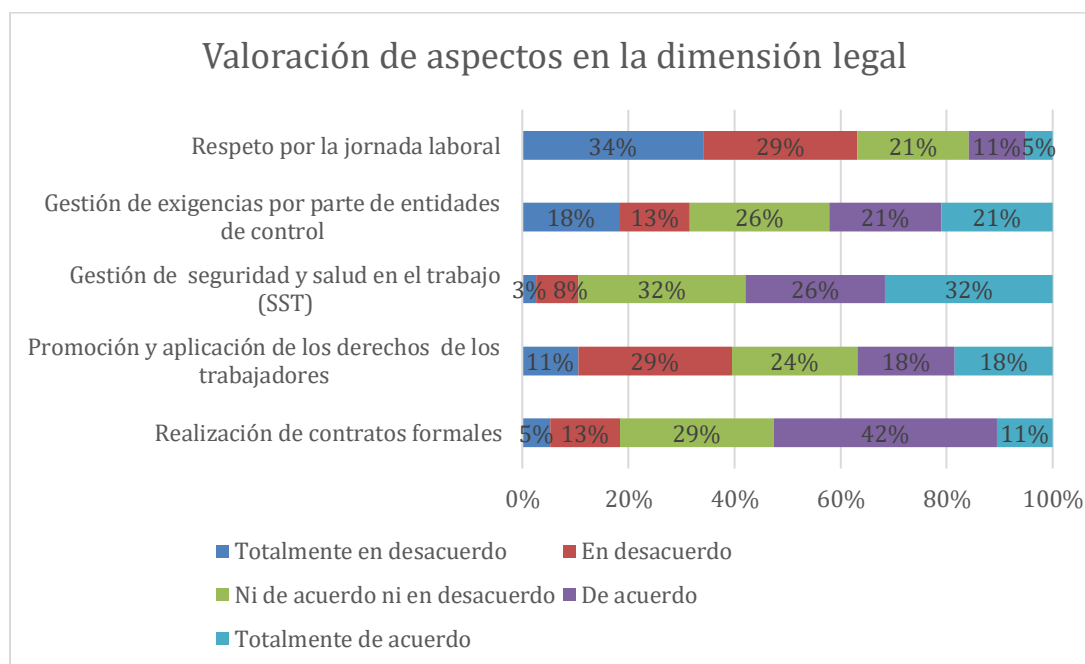
Tabla 2. Respuestas de colaboradores sobre aspectos legales

Encuesta sobre Responsabilidad Social Empresarial para los establecimientos gastronómicos de La Macarena en Bogotá.		CONTEO DE RESPUESTAS DE COLABORADORES ENCUESTADOS					TOTAL
		1	2	3	4	5	
Escala:		1	2	3	4	5	
No.	Valoración de aspectos en la dimensión legal	en Totalmente desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	de Totalmente acuerdo	
1	¿Realiza contratos formales?	2	5	11	16	4	38
2	¿Promueve la aplicación de los derechos laborales y derechos humanos de los trabajadores?	4	11	9	7	7	38
3	¿Cuenta con un manual de seguridad y salud en el trabajo (SST)?	1	3	12	10	12	38
4	¿El establecimiento cumple satisfactoriamente con las exigencias establecidas por parte de las diferentes entidades de control?	7	5	10	8	8	38
5	¿Respeto la jornada laboral?	13	11	8	4	2	38

Fuente: Neira, Santamaria y Vásquez (2022)

Cada pregunta se utiliza para inferir aspectos de la RSE que se practican en los establecimientos gastronómicos. En la siguiente figura, se presentan los porcentajes de la forma como los trabajadores perciben el cumplimiento del marco legal en el contexto de la RSE.

Figura 6. Porcentaje de cumplimiento del marco legal en el contexto de la RSE.



Fuente: Neira, Santamaria y Vásquez (2022)

En el gráfico anterior, se puede observar que: para los colaboradores, el 53%, (42% “de acuerdo” + 11% “totalmente de acuerdo”) de los negocios ejecutan contratos de trabajo formales; el 36% (18% de acuerdo y 18% totalmente de acuerdo); promocionan y aplican los derechos de los trabajadores; el 58% (26% de acuerdo y 32% totalmente de acuerdo); cumplen con sistemas de seguridad y salud en el trabajo, y el 42% (21% de Acuerdo y 21% totalmente de acuerdo) de los negocios gestionan las exigencias legales de las entidades de control.

El hecho de que un 18% (5% totalmente en desacuerdo y 13% en desacuerdo) no consideren a sus negocios como cumplidores de esta obligación legal de realizar contratos formales de trabajo, un 40% (11% totalmente en desacuerdo y 29% en desacuerdo) perciban a sus a sus jefes como no promotores ni cumplidores con los derechos de los trabajadores; un 11% (3% totalmente en desacuerdo y 8% en desacuerdo) respondan que no se gestiona la seguridad y salud en el trabajo y un 31% (18% totalmente en desacuerdo y 13% en desacuerdo) piensen en sus negocios como poco

gestores de las exigencias legales de las entidades de control da una idea de la carencia en el cumplimiento de prácticas de RSE por parte de los dueños y/o encargados de estos negocios.

Con estos porcentajes significativos, se evidencia una cultura de incumplimiento del aspecto legal, el cual es de obligatorio cumplimiento. Igualmente, lo descrito por entidades como la Corporate Social Responsibility (CSR), indica como la RSE debe girar alrededor de conductas esenciales de las empresas para disminuir impactos negativos en sus colaboradores, siendo parte esencial de los grupos en los cuales operan.

Con respecto al bienestar de los trabajadores como forma de cumplir con las obligaciones legales, en el marco de la RSE, varios profesionales se han preocupado por profundizar en los aspectos relacionados con el clima organizacional y sus implicaciones o repercusiones en las condiciones de trabajo de los colaboradores de distintas organizaciones. El conjunto de las percepciones positivas de las personas que integran la organización en el contexto de la RSE, debe ser una de las principales condiciones de negocios, por supuesto, los dedicados a la oferta gastronómica no pueden ser la excepción.

Una mala percepción del cumplimiento de la dimensión legal en el contexto de la RSE deja ver un conjunto de características negativas propias de las empresas que influyen negativamente en la manera de actuar de sus colaboradores, puesto que no se evidencia un compromiso de los dueños, los gerentes o administradores de negocios gastronómicos en torno a las expectativas concertadas con sus trabajadores en el aspecto normativo, como lo dice el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC, 2006).

## 4.2 Dimensión económica

De la misma forma que en la dimensión legal, los aspectos económicos están basados en las percepciones de los colaboradores de negocios dedicados a la oferta gastronómica del sector de La Macarena. Como se ha podido observar, el aspecto económico conduce a las actividades monetarias, generando un impacto hacia la sociedad las cuales se evidencian en aportaciones al empleo y la adquisición de riqueza. La valoración de cada una de las preguntas referentes a aspectos económicos, sale de tabular las respuestas adquiridas por medio de las encuestas realizadas a la población anteriormente nombrada; no obstante, se pueden observar de una forma detallada y precisa, en la siguiente tabla.

Tabla 3. Respuestas de colaboradores sobre aspectos económicos de la RSE

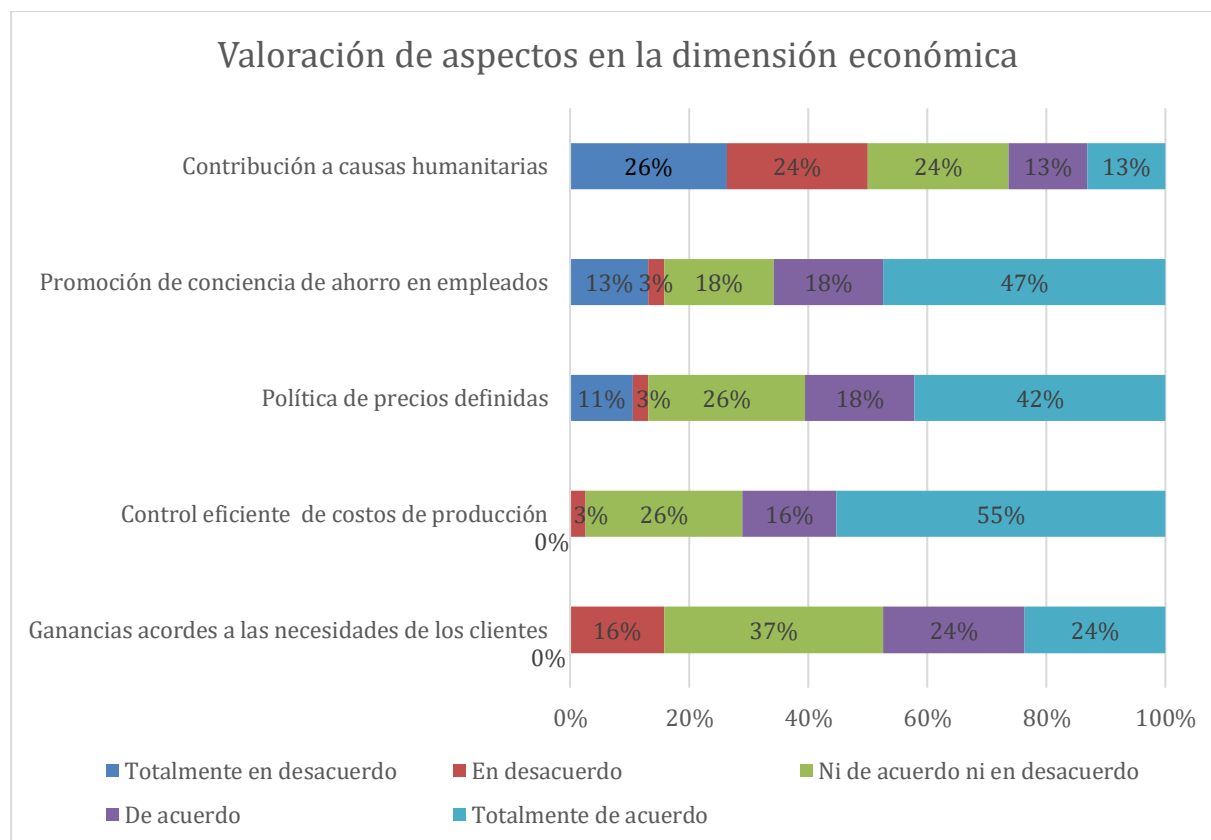
Encuesta sobre Responsabilidad Social Empresarial para los establecimientos gastronómicos de La Macarena en Bogotá.		CONTEO DE RESPUESTAS DE COLABORADORES ENCUESTADOS					
Escala:		1	2	3	4	5	
No.	Valoración de aspectos en la dimensión económica	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	TOTAL
6	¿Maximiza sus ganancias en pro de satisfacer las necesidades de sus clientes?	0	6	14	9	9	38
7	¿Controla estrictamente sus costos de producción?	0	1	10	6	21	38
8	¿Formula una política de precios basada en algún parámetro definido?	4	1	10	7	16	38
9	¿Inculca a sus empleados una cultura de economizar?	5	1	7	7	18	38
10	¿Contribuye económicamente a causas humanitarias en el sector?	10	9	9	5	5	38

Fuente: Neira, Santamaria y Vásquez (2022)



En la siguiente figura se representan y se sintetizan los porcentajes de las respuestas obtenidas, a su vez graficadas en el anexo B.

Figura 7. Porcentaje de valoración de aspectos económicos dentro de la RSE.



Fuente: Neira, Santamaria y Vásquez (2022)

En los porcentajes de respuestas a la pregunta seis, se observa: del 48% de colaboradores encuestados, 24% estuvieron de acuerdo y 24% totalmente de acuerdo, evidenciando una aprobación de los encuestados con la maximización de las ganancias que obtienen los establecimientos gastronómicos con el objetivo de contribuir a la satisfacción de las necesidades de los clientes. Este porcentaje, unido al 37% que no opina al respecto, se puede considerar lógico para un grupo de empleados que devenga su salario gracias a los dividendos de los platos vendidos.

La gran mayoría de los colaboradores encuestados piensa que sus patrones controlan eficientemente los costos de producción y que tienen una política definida de precios. Cabe afirmar que, el control de los costos directos repercute notoriamente en la productividad. Sí los administradores hacen las inversiones necesarias para el cumplimiento de las disposiciones sobre la RSE, estas a mediano y largo plazo, pueden influir positivamente en la rentabilidad de los negocios, haciendo factible considerar asignaciones periódicas de rubros para la implementación de prácticas relacionadas con la RSE.

En las respuestas a los interrogantes 9 y 10 se puede ver que no toda la cultura del ahorro concuerda con disposiciones de RSE. Según las respuestas a la pregunta 9, los establecimientos inculcan a los colaboradores una cultura de economizar, circunstancia que parece obedecer a razones de productividad y no a una conciencia ética de cumplir con aspectos de RSE. Lo anterior es corroborado con las respuestas a la pregunta 10 donde se observa que la mayoría de los empleados están en desacuerdo, esto significa que los colaboradores perciben en los establecimientos donde laboran una ausencia en la destinación de ayudas económicas a causas humanitarias en el sector de La Macarena.

En relación a las causas humanistas, con base en el análisis de la dimensión legal, si las condiciones contractuales ofrecidas no están relacionadas con un verdadero compromiso ético, la forma de contratación parece más consecuente con las necesidades de contratar talento humano no calificado para lograr los objetivos misionales de los negocios, sin los cuales no serían posibles buenos niveles de ventas, y no con políticas enfocadas hacia una verdadera Responsabilidad Social Empresarial.

Parece existir una incoherencia entre las políticas institucionales, con su bajo nivel de compromiso hacia sus colaboradores, y el verdadero propósito de la RSE enfocado hacia el fortalecimiento de las relaciones con todas las partes interesadas.

Se desconoce en qué grado los colaboradores de empresas que dicen adelantar acciones de RSE, optan por acogerse a las prácticas indebidas de sus empleadores a fin de preservar un empleo competido dentro de las condiciones de informalidad y falta de oportunidades propias de la nación. Por otra parte, el logro de dividendos parece ser la razón de que estas empresas realizan pagos injustificados o abucen, estableciendo exceso de obligaciones a sus trabajadores.

### 4.3 Dimensión ambiental

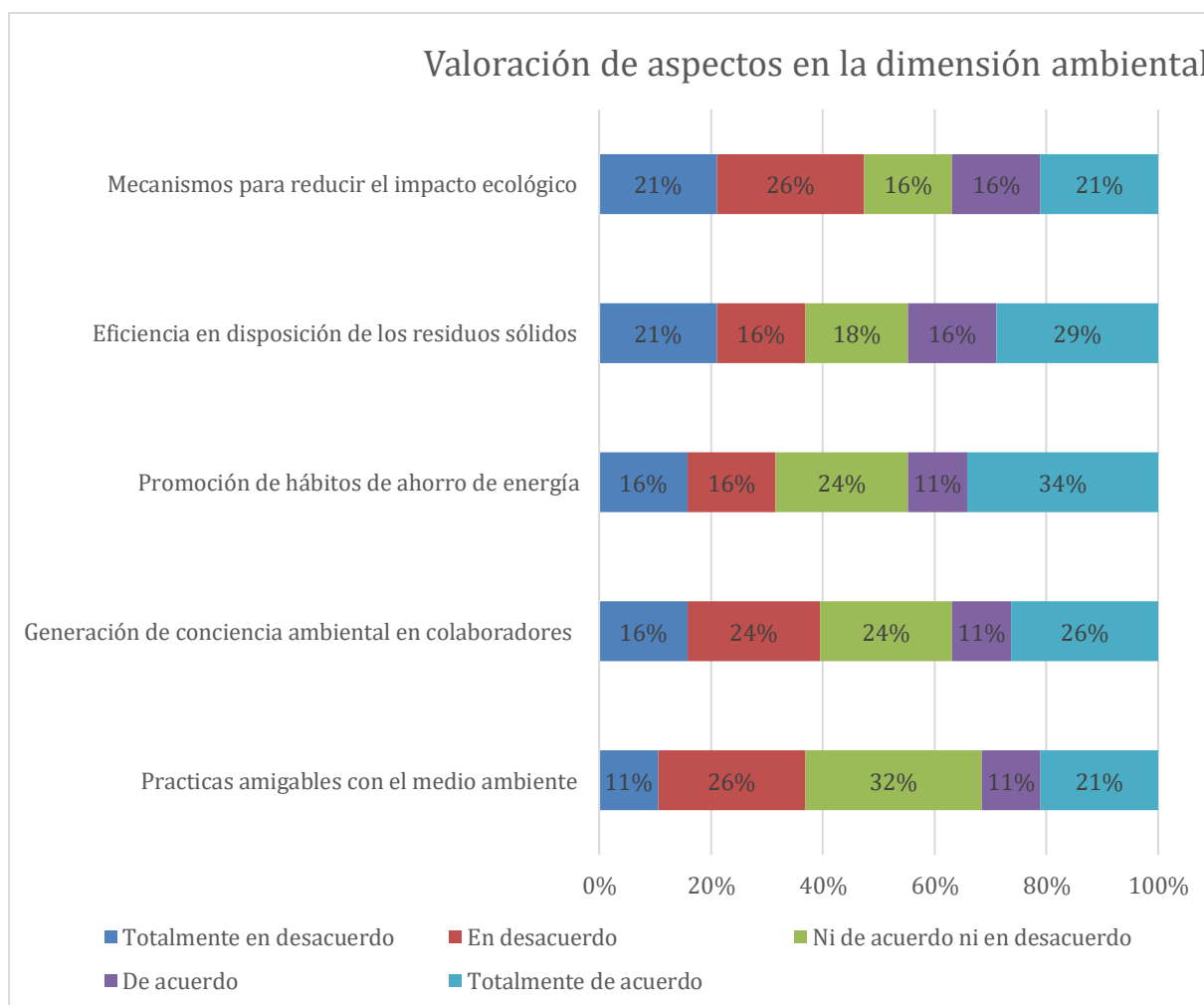
Tabla 4. Respuestas de colaboradores sobre aspectos ambiental de la RSE

Encuesta sobre Responsabilidad Social Empresarial para los establecimientos gastronómicos de La Macarena en Bogotá.		CONTEO DE RESPUESTAS DE COLABORADORES ENCUESTADOS					
Escala:		1	2	3	4	5	
No.	Valoración de aspectos en la dimensión ambiental	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	TOTAL
11	¿Implementa y utiliza elementos amigables con el medio ambiente?	4	10	12	4	8	38
12	¿Comunica al personal sobre el incremento de los servicios públicos con el fin de generar sensibilidad y conciencia ambiental?	6	9	9	4	10	38
13	¿Promueve en el personal el ahorro de energía, exigiendo desconectar los equipos y electrodomésticos cuando no están en uso?	6	6	9	4	13	38

14	¿Hace una correcta disposición de los residuos sólidos?	8	6	7	6	11	38
15	¿Implementa mecanismos para reducir la huella ecológica de su actividad económica?	8	10	6	6	8	38

Fuente: Neira, Santamaria y Vásquez (2022)

Figura 8. Porcentaje de valoración de aspectos ambientales dentro de la RSE.



Fuente: Neira, Santamaria y Vásquez (2022)

En las respuestas a la pregunta 11 se aprecian porcentajes más homogéneos en el grado de acuerdo o desacuerdo con las prácticas amigables de sus directivas con respecto al manejo y

preservación del medio ambiente. Una mayoría de colaboradores dejan ver que se requiere más capacitación para generar conciencia ambiental.

Por el contrario, ciertos encuestados manifiestan la existencia de hábitos regulares encaminados al ahorro de energía. Muchas veces se hace indispensable por la necesidad de minimizar costos de producción más que por una cultura real de amistad con el planeta.

En lo que se refiere a las formas y hábitos de disposición de residuos sólidos, un alto porcentaje de encuestados se muestra “de acuerdo” o “totalmente de acuerdo” con el comportamiento de sus empleadores, pero esto no necesariamente implica una cultura de RSE. Muchas veces la disposición adecuada de residuos sólidos la hacen simplemente por un protocolo, es decir, los hábitos de disposición de desperdicios se ejecutan por motivos de productividad o por cumplir con las disposiciones de las entidades regulatorias y no por una verdadera conducta ecológica o de RSE.

Por su parte, la tendencia hacia el establecimiento de mecanismos para reducir el impacto ecológico se puede tener en cuenta como un indicador de la conciencia ecológica considerada dentro de los requerimientos de RSE. Un 47% (21% totalmente de acuerdo y 26% de acuerdo), evidencian la disposición de los administradores y dueños por acogerse a ideas innovadoras que mejoren el comportamiento del medio ambiente mediante prácticas amigables y sostenibles sin alterar su productividad.

Una empresa que opera bajo los lineamientos de la RSE, es aquella que adelanta un negocio rentable, considerando los efectos, legales, económicos, ambientales y éticos positivos y negativos que pueden generar en la sociedad y en sus colaboradores. De acuerdo con Silva (2018), en Colombia existen empresarios comprometidos con generar mecanismos para reducir el impacto al

medio ambiente, entre ellas Bavaria, El Cerrejón y el Grupo Aval. Sin embargo, de acuerdo con Toca (2013), actualmente las compañías del país no gestionan políticas ambientalmente responsables y sostenibles por convicción de sus dirigentes, sino por los dividendos que se puedan lograr con exenciones de impuestos.

#### 4.4 Dimensión ética

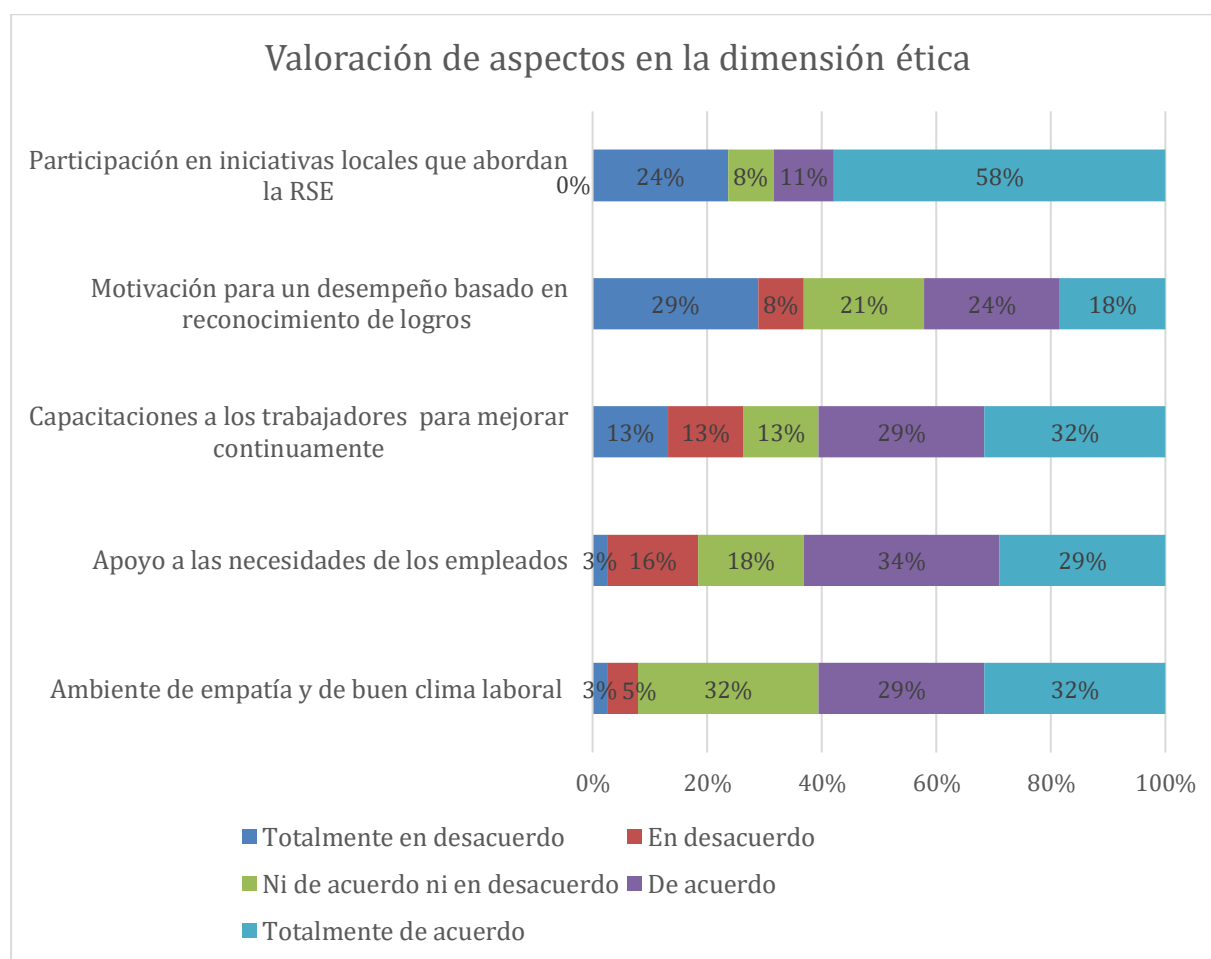
Tabla 5. Respuestas de colaboradores sobre aspectos éticos

Encuesta sobre Responsabilidad Social Empresarial para los establecimientos gastronómicos de La Macarena en Bogotá.							CONTEO DE RESPUESTAS DE COLABORADORES ENCUESTADOS	
Escala:		1	2	3	4	5		
No.	Valoración de aspectos en la dimensión ética	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	TOTAL	
16	¿Existe un ambiente de empatía y de buen clima laboral en el establecimiento?	1	2	12	11	12	38	
17	¿Brinda apoyo a sus empleados de acuerdo a sus necesidades?	1	6	7	13	11	38	
18	¿Ofrece capacitaciones a los trabajadores sobre los procesos de operación para mejorar continuamente?	5	5	5	11	12	38	

19	¿Motiva al trabajador con el mejor desempeño por medio de un beneficio económico adicional y reconocimiento?	11	3	8	9	7	38
20	? Hace parte de iniciativas locales ¿Macarenazo?	9	0	3	4	22	38

Fuente: Neira, Santamaria y Vásquez (2022)

Figura 9. Porcentaje de valoración de aspectos éticos dentro de la RSE.



Fuente: Neira, Santamaria y Vásquez (2022)

Los porcentajes de las respuestas consignados en la figura anterior, muestran a la mayoría de los colaboradores encuestados (más del 58% en todas las preguntas) “de acuerdo” o “totalmente de acuerdo” sobre los aspectos éticos que hacen parte de la RSE. Desafortunadamente, en Colombia

los principios de RSE son concebidos por varias organizaciones, empresas o negocios principalmente como herramienta de mercadotecnia, en lugar de ser un medio de retribución voluntaria a los grupos de interés de las compañías.

La obligatoriedad o la implementación voluntaria de acciones de RSE en las empresas es un asunto muy discutido en el ámbito empresarial; sin embargo, le corresponde al gobierno facilitar las conversaciones entre los empresarios y el estado, a fin de facilitar la mencionada discusión y el desarrollo de información ante los actores involucrados.

González (2007), menciona que: según Kant (1981), el deber lo indican las leyes de la sociedad, pero lo importante es cumplirlos, sin importar las consecuencias o beneficios, que se tiene con la inclusión del concepto de ética profesional y que cobra valor cuando se alcanza el perfeccionamiento moral en el cumplimiento de las obligaciones morales. En tal sentido, Kant (1981), afirma que: cuando dentro de las organizaciones se enfatiza en el cumplimiento del deber, en el respeto a las instituciones o en la observación de los reglamentos, se está aplicando la ética Kantiana (González, 2007).

Como resultado final de la presente investigación, se presenta mediante del anexo C, la guía con las recomendaciones efectuadas a los establecimientos gastronómicos del sector de La Macarena.

#### **4.5. Conclusiones**

Las repuestas de los colaboradores a las encuestas realizadas en el sector gastronómico de La Macarena en Bogotá, dejan ver, al igual que en el resto del país, como se evidencio en el capítulo de antecedentes documentales que la RSE se encuentra en etapas muy primitivas de implementar en las organizaciones.



Se pudo observar que la mayoría de sitios gastronómicos de la zona, se encamina hacia la venta de comida de otras latitudes, principalmente gastronomía italiana, peruana, mexicana o comida de tipo mediterránea, árabe o rápida, con tendencia a estratos medios y medios altos, siendo este un factor que influencia la disposición de fuentes de empleo para los migrantes que llegan a la capital desde distintas zonas geográficas, buscando mejores oportunidades de trabajo y empleo formal. También es importante afirmar que, los establecimientos gastronómicos se convierten en factor motivante para el impulso del turismo, atrayendo visitantes que buscan conocer aspectos relativos y representativos a sus lugares de origen.

Igualmente, se identificó que hay una tendencia hacia la ubicación en callejones que no incitan la entrada sus clientes preferenciales, presentándose una dicotomía entre el servicio ofrecido y la ubicación de estos restaurantes, siendo este un factor que impacta positivamente la imagen del sector, pero algunas veces genera desconfianza a los clientes de los restaurantes del sector.

Cabe concluir que un impacto negativo lo genera el arreglo de las fachadas de los distintos establecimientos gastronómicos del sector, donde la tendencia es hacer referencia a la carta de alimentos que ofrece, dejando de lado elementos relevantes como el color y el diseño, los cuales deben coincidir con la marca que se quiere proyectar; puesto que los elementos primarios como las formas, los colores, los aromas y los materiales, son un sistema de atributos que pueden expresar un estilo estético, que embellece el urbanismo y mejora el entorno y, por tanto, en alguna medida, la calidad de vida de los habitantes del sector.

Un porcentaje de los empleados encuestados tienen una idea medianamente clara sobre la importancia de implementar políticas de Responsabilidad Social Empresarial, puesto que la gran mayoría solamente la perciben como “una herramienta” para prestar “un buen servicio” y atraer clientes, mas no como convicción o iniciativas propias que parten de nociones éticas del ser

humano. Aunque la mayoría acierta al incluir una imagen de espacio familiar y agradable, se observa que ninguno de los encuestados lo relaciona directamente con la responsabilidad del negocio en devolver a la comunidad los beneficios que obtienen de ella.

Sobre la influencia de la RSE en el posicionamiento de sus negocios, la gran mayoría no tienen claro que el principal objetivo de esta es lograr el beneficio de los distintos grupos de interés y que este puede ser un activo en la medida en que ayude a la sociedad, a los empleados, a los clientes y al medio ambiente.

También se afirma que el mercado objetivo no solo se define mediante estudios de mercadeo donde se identifiquen claramente las necesidades del cliente. En ese orden de ideas, el compromiso de RSE de los dueños tampoco corresponde a un estudio sistemático que pueda identificar aspectos relevantes sobre el lugar donde se debe invertir, focalizando la forma de retribuir con detalles donde puede ser más útil o influyente en la mentalidad de todos los colaboradores.

Tal vez por este motivo una gran parte de negocios gastronómicos del sector de La Macarena les hace falta mayor identidad con aspectos de RSE, puesto que no determinan claramente sus características.

La tendencia en las respuestas de los encuestados fue estar en desacuerdo con que la RSE hubiese sido determinante en la forma como las empresas mejoran continuamente en el cumplimiento de aspectos legales, productividad de los negocios, compromisos con el medio ambiente y conciencia sobre el comportamiento ético de este conjunto de negocios.

Los aspectos de RSE se deben caracterizar por importancia para lograr atraer la atención, tanto de los clientes, como de los empleados y de todos los grupos de interés, influyendo en la

forma como las organizaciones pueden construir una base para diferenciarse por su desarrollo responsable.

La RSE puede ser un medio determinante para expresar la identidad del negocio y mejorar su posicionamiento. Esto, en el sentido de lograr que las personas y mayormente los clientes sitúen al negocio en un lugar privilegiado frente a la competencia; la mayoría de los negocios creen que su influencia se debe a cuestiones internas como el servicio que se ofrece a los clientes.

En contraposición a lo anterior, algunos propietarios y administradores del sector no cumplen aspectos importantes, que serían el primer peldaño de actuar bajo políticas de RSE, como el cumplimiento de la ley para realizar contratos y jornadas de trabajo justas o respetar y promover los derechos de los trabajadores para que estén afiliados y cuenten con los requisitos de ley en: Sistemas de Gestión, Salud y Seguridad en el trabajo (SGSST), fondo de pensiones, cajas de compensación y Aseguradora de Riesgos Laborales (ARL).

En las últimas décadas, la RSE ha representado una apuesta de algunas empresas por asumir compromisos de actuación correcta con respecto a su entorno social; desafortunadamente en una sociedad de consumo, cuyo sector empresarial y comercial tiene que buscar estrategias de productividad muchas veces por encima del bien común; se observa frecuentemente que las acciones reales para generar condiciones dignas a los trabajadores son olvidadas, incluso por la sociedad en general.

Se debe entender que la Responsabilidad Social Empresarial contribuye al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y la confianza de las empresas con sus empleados, sus familias; la sociedad en general y la comunidad, en pro de mejorar el capital social y la calidad de vida de todos los grupos de interés. Una empresa socialmente responsable es aquella que lleva

adelante un negocio rentable, teniendo en cuenta todos los efectos ambientales, sociales y económicos positivos y negativos que generan en la sociedad (CSR and competitiveness European SMEs' Good Practice, 2007).

La RSE debe estar presente en la dirección estratégica de los negocios de gastronomía, como en el resto de sectores de la economía nacional, no solo desde el punto de vista normativo, sino desde una concepción ética fundamentada en las convicciones individuales, y reflejarse en acciones planteadas para el beneficio común, aunque impliquen gastos para los negocios. Los establecimientos de gastronomía deben estar dispuestos a asumir estos gastos, aunque no generen un beneficio tangible para la organización, pues ello es Responsabilidad Social.

En este sentido, mediante los aportes que concientizan a los lectores de los beneficios de la RSE, se ha comprobado la importancia de leer autores como Chagas (2005), Bellido y Nima (2019), García (2017), Piñeros (2016) o Salazar (2017), entre muchos otros teóricos expertos que presentan argumentos importantes, utilizados como guía para la conceptualización y divulgación del tema.

Desde el punto de vista práctico, la conveniencia de implementar políticas RSE, para impulsar un comportamiento coherente con la retribución justa a la sociedad, corresponde a los dueños de las empresas dar a sus directivos y empleados las herramientas y competencias que les permita tomar acciones en pro de la RSE, aunque en primera instancia pueden ocasionar gastos para el gremio de la gastronomía.

Los beneficios sociales se dan cuándo las directivas asumen su responsabilidad con una convicción ética, representada en oportunidades de progreso al ofrecer mejores condiciones laborales. Esta convicción, desde el punto de vista de la RSE, significa que, el empresario, en este

caso las directivas de establecimientos gastronómicos, empiecen a ver a sus trabajadores como eje integrante de la sociedad a la cual se debe devolver parte de las ganancias que ella misma le genera.

La mejor forma para ajustar correctamente las acciones de la gerencia de la organización, incluyendo el concepto de gobierno corporativo, es mediante la adopción de una ética que permita tomar medidas, sintiendo realmente la convicción de ejecutar acciones en bien de la sociedad o socialmente sostenibles y no como herramienta para lograr una buena imagen corporativa.

Estas acciones deben ir orientadas al reclutamiento o vinculación del personal siguiendo principios morales, sin permitir las injusticias, ofreciendo justas remuneraciones, comisiones e incentivos que motiven a la ejecución de un buen trabajo por parte de los colaboradores.

Los aportes que se dan al buen desarrollo del personal no deben estar soportados o sustentados con los logros de los colaboradores; estos deben estar solventados en un acto de voluntad de los dueños que por iniciativa propia contribuya al crecimiento humano de sus trabajadores, estableciendo una comunicación realmente incluyente que tenga en cuenta las opiniones de los colaboradores para un crecimiento integral.

Como aspecto positivo, se resalta que hay una coherencia entre el servicio y la comida que se ofrece, según la región y la marca que se quiere proyectar en cada uno de los establecimientos. En ese sentido, los compromisos de RSE pueden influir positivamente en el posicionamiento de los negocios gastronómicos del sector de La Macarena, al ser reconocidos por los clientes y visitantes, que a su vez pueden generar un aumento progresivo en la productividad de los negocios gastronómicos.

Después de un análisis consolidado de las dimensiones legal, económica, ambiental y ética, se puede percibir que el discernimiento de los empleados sobre RSE, gira en torno a ver como los

costos generados por estas políticas, en muchas ocasiones, parecen no ser bien retribuidas en la productividad empresarial.

Mediante el cumplimiento eficiente y consciente de la guía de RSE propuesta en los anexos, todas estas acciones generarán un clima laboral en el cual las personas se sientan trabajando para un sector gastronómico direccionado por administraciones justas y comprometidas con el bienestar de todos sus stakeholders o grupos de interés.

#### **4.6. Recomendaciones**

Es conveniente concientizar a los dueños, directivos y trabajadores del sector gastronómico de La Macarena en Bogotá sobre los verdaderos alcances de las políticas y normas en materia de RSE.

Se necesita conocer el grado en el cual los directivos han asumido el reto de adoptar políticas de RSE y si los trabajadores han comprendido la importancia de dar cumplimiento a estas políticas cuando sus organizaciones las divulgan internamente. Se debe indagar las causas por las que las empresas no asumen compromisos de RSE con sus distintos grupos.

Se puede, complementariamente recomendar a los establecimientos ejecutar acciones concretas por parte de los dueños, que den cumplimiento a normas como la SGE21:2005. (Sistema de la gestión ética y socialmente responsable) y la Accountability 1000 (AA-100), como instrumentos para que las organizaciones puedan comprender y mejorar su comportamiento ético.

La implementación supone adquirir voluntariamente un compromiso social para aplicar los valores éticos incorporados a las empresas, demostrando y manteniendo los mismos.

Los despidos injustificados, las jornadas extensas y los pagos por debajo de los establecidos legalmente, a todas luces van en contra de la RSE. Un sector gastronómico socialmente responsable debe dar prioridad a estos aspectos y a todas las disposiciones legales antes de considerar seguir con los otros lineamientos voluntarios y éticos que también hacen parte de la RSE tales como: los compromisos que giran en torno al consumo de productos saludables y la conservación de los recursos naturales.

Las directivas deben ser conscientes cuando los trabajadores prefieren acogerse a las disposiciones injustas para conservar su empleo porque muchas personas necesitadas estarían en disponibilidad de reemplazarlos y no utilizar esta circunstancia como soporte de productividad empresarial.

Las instituciones universitarias, como formadoras de los futuros dirigentes empresariales, deben ser pioneras en la exploración objetiva de temas como este. Estas pueden contribuir con acciones encaminadas a la justicia social y con trabajo digno para la población colombiana sin perjudicar la productividad tan necesaria dentro del ambiente de competencia y de globalización que se vive actualmente.

Es importante para el sector gastronómico de La Macarena que se valide una propuesta que permita la ejecución de políticas de RSE con el fin de implementarlas para mejorar las acciones en pro de la comunidad, los trabajadores, el medio ambiente y en general todas las partes interesadas y no solamente centrar la atención en la forma de atraer clientes sin generar retribuciones a todos los actores involucrados.

Es necesario implementar planes de acción que aboguen por la importancia de poner en marcha actos positivos que giren en torno a la Responsabilidad Social Empresarial, donde se lleve

a cabo por convicción e iniciativa propia de los establecimientos gastronómicos del sector de La Macarena.

Se recomienda hacer un seguimiento al cumplimiento de políticas de RSE por parte de los establecimientos gastronómicos, anotando y teniendo en cuenta los puntos débiles, en pro de una mejora continua y de motivar al sector turístico comprometido con estas mismas causas.

### Referencias Bibliográficas

- Barón, Y. (2020). El proceso de transformación urbana y el fenómeno de la gentrificación en Bogotá: Un estudio multitemporal en la UPZ 92 La Macarena, entre los años 2005-2020. Bogotá, Colombia: Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca Facultad de Administración y Economía.
- Bellido, M., & Nima, L. (2019). *Responsabilidad social empresarial en restaurantes de Latinoamérica: una revisión de la literatura científica de los últimos 3 años*. Lima, Perú: Universidad Privada del Norte.
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación, administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Bogotá D.C.: Pearson.
- Berthoin, A., & Sobczak, A. (2007). Corporate social responsibility in France: A mix of national traditions and international influences. *Business y Society.*, 46(1), 9-32.



- Bhardwaj, P., Chatterjee, P., & Demir, K. (2018). When and how is corporate social responsibility profitable? . *Journal of Business Research*, 84, 206-219.
- Bory, A., & Lochard, Y. (2008). La RSE, entre relations publiques et outillpolitique. *La Revue de l'Ires*.(2), 3-21.
- CEDIS. (2006). *Valores de la RSE*.
- Chagas, C. P. (2005). *Conceptos Básicos e indicadores de responsabilidad social empresarial, Instituto Ethos. Instituto Ethos y Centro de divulgación de conocimiento Económico. Caracas.*
- Chavarría, R. (2009). *Carga física y psicológica de trabajo.*
- Coello, N., & Cabello, M. (2016). *¿Es rentable el gasto en responsabilidad social empresarial? . Universidad de Laguna. Madrid, España: Grado en Administración y Dirección de Empresas.*
- Corlett, W. (2006). *The ergonomics of working postures. Mexico.*
- CSR and competitiveness European SMEs´Good Practice. (2007). *Ejemplos prácticos para fomentar la competitividad de las Pymes. Austria.*
- DANE. (24 de septiembre de 2013). *ENCUESTA DE GASTO EN TURISMO INTERNO EGIT 2012 -2013. Recuperado el 16 de febrero de 2015, de dane.gov.co: [http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/encuesta\\_gastos\\_turismo\\_Int\\_EGIT/bol\\_EGIT\\_12\\_13.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/encuesta_gastos_turismo_Int_EGIT/bol_EGIT_12_13.pdf)*
- Dirección de estudios económicos y política pública. (2020). *Sector turístico en el desarrollo económico de la ciudad plan anual de estudios –PAE. Bogotá, D.C.: Contraloría de Bogotá.*

hrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fw.  
eb.contraloriabogota.gov.co%2Fsites%2Fdefault%2Ffiles%2FContenido%2FInformes%2  
FEstructurales%2FDesarrollo%2520Econ%25C3%25B3mico%252C%2520Industria%25  
20y%2520Turismo%2FIn

Garcia, L. (2017). *Responsabilidad Social Empresarial en los restaurantes campestres de Huaral.*

Huaral. Perú: Facultad de Ciencias Empresariales.  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/39921/Garc%c3%ada\\_NLS.  
pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/39921/Garc%c3%ada_NLS.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Goya, N. (2000). EL APRENDIZAJE ORGANIZATIVO Y LA GESTIÓN EMPRESARIAL: ASPECTOS ESTRATÉGICOS Y ORGANIZATIVOS. En N. Goya, *Un Estudio del Aprendizaje Organizativo desde la Perspectiva del Cambio: Implicaciones Estratégicas y Organizativas*. San Sebastián: Universidad de Deusto.

Hernández, R., & Christian, M. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Ciudad de México D.F.: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A.

Hernandez, R., Fernández, C., & Batipsta, L. (2010.). *Metodología de la Investigación*. (5 Edición. ed.). México: Mc Graw Hill.

Hernández, S. (2003). *Metodología de la investigación*. México: McGraw - Hill.

ICONTEC. (2006). *Responsabilidad social un nuevo desafío*.

Kant, I. (1981). *Idea de una historia universal en sentido cosmopolita*. En *Filosofía de la historia*. Mexico: FCE.

- Kitchenham, B. (2004). *Procedures for Performing Systematic Reviews*, (Vols. TR/SE-0401). Keele University Technical Report.
- León, V. (2010). FACTORES DE RIESGOS PSICOSOCIALES, LABORALES Y SU RELACION CON EL ESTRES. Panamá: Congreso de Salud y Seguridad Laboral, Panamá.
- OIT. (2004). La Prevención del estrés en el trabajo. Condiciones de trabajo. Madrid.
- OIT, . (2007). *Panorama laboral*. Oficina Regional para América Latina y el Caribe.
- Pastrana, C., & Rivera, W. (2017). *Identificación De Las Políticas Sobre la RSE En El Municipio De Florencia*. Florencia Caquetá: Universidad Nacional Abierta y a Distancia Unad.
- Piñeros, R. (2016). *Responsabilidad social empresarial crepes & waffles*. Bogotá, Colombia.: Universidad del Rosario.  
<https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/12120/DassoukiMattos-Hussein-2016.pdf?sequence=9>
- Ries, A., & Trout, J. (2.000). *Posicionamiento*. España: Mc.Graw Hill.
- Robbins, S., & Coulter, M. (2005). *Administración, Pearson Prentice Hall* (8va ed.). México: Pearson Prentice Hall.
- Robayo, L. (27 de octubre de 2019). *Industria colombiana de alimentos 2019, de regreso al camino del crecimiento*. [www.mundopmmi.com](http://www.mundopmmi.com):  
<https://www.mundopmmi.com/procesamiento/article/21094248/industria-colombiana-de-alimentos-2019-de-regreso-al-camino-del-crecimiento>
- Salazar, E. (2017). *Diseño de un modelo de responsabilidad social empresarial aplicable a Mipymes sector restauración en Samborondón*. Guayaquil. Ecuador.: Universidad de

Guayaquil.

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/22092/1/TT%20SALAZAR%20C%20E%20P.pdf>

Sandoval, C. A. (2015). *Aglomeración turística y desarrollo económico local*. Universidad de los Andes, Centro Interdisciplinario de Estudios sobre Desarrollo (Cider), Bogotá: Ediciones Uniandes.

[https://cider.uniandes.edu.co/Documents/Publicaciones/34\\_Aglomeraci%C3%B3n%20tur%C3%ADstica.pdf](https://cider.uniandes.edu.co/Documents/Publicaciones/34_Aglomeraci%C3%B3n%20tur%C3%ADstica.pdf)

Sansores, E., & José, G. (2017). Responsabilidad Social Empresarial en México: un análisis de su implementación en el Sector Turístico. (U. P. Chacín, Ed.) *TELOS. Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 19(3), 431 – 449.

Segura, C. (2020). *Responsabilidad social empresarial en los restaurantes formales del casco urbano de Chiclayo. Tesis de grado*. Chiclayo, Perú.: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.

[https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/3469/1/TL\\_SeguraAliagaCesar.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/3469/1/TL_SeguraAliagaCesar.pdf)

Silva Pesca, Flor Josefa (2018). Bases teóricas y administrativas que apoyan la gestión de proyectos sociales sostenibles a largo plazo, trabajo de Grado para optar al título de Especialista en gestión de proyectos, Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD, especialización en gestión de proyectos, Bogotá D.C.

Solarte, R. (2010). *Responsabilidad social empresarial*. Bogotá. Recuperado el 16 de 6 de 2012, de Responsabilidad social en Colombia. Retos desde la complejidad y la búsqueda de no

exclusión. Equipo Retos Pontificia Universidad Javeriana Colombia.: [http://www.eben-spain.org/docs/Papeles/XII/Roberto\\_Solarte\\_Rodriguez.pdf](http://www.eben-spain.org/docs/Papeles/XII/Roberto_Solarte_Rodriguez.pdf)

Solarte, R. (2012). *La Responsabilidad Social Empresarial*. Buenos Aires.

Steven, L., Lawrence, R., Murphy, J., & Lennart, L. (1998). FACTORES PSICOSOCIALES Y DE ORGANIZACION. En L. Steven, & R. M. Lawrence, *El estrés laboral*. México.

Vidal, M. (2012). *La dimensión internacional de la responsabilidad social empresarial, un campo de negociaciones y luchas entre distintas instituciones y actores*. Universidad Complutense de Madrid, Departamento de Sociología III (Estructura Social) (Sociología de la Educación). Madrid España: Facultad De Ciencias Políticas Y Sociología. <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Feprints.ucm.es%2Fid%2Feprint%2F16364%2F1%2FT33923.pdf&clen=1165075&chun>

Werbin, E. (2013). Simbología De La Marca, ; Juan José Larrea . En J. Larrea, & D. Ontiveros, en *La comunicación de Las marcas BRANDING*. Bogotá: José Larrea.

## **ANEXOS**

### **ANEXO A.**

#### **FORMATO DE ENCUESTA SOBRE RSE PARA LOS ESTABLECIMIENTOS**

#### **GASTRONÓMICOS DE LA MACARENA EN BOGOTÁ**

#### **Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca**

#### **Facultad de Ciencias Sociales Programa de Turismo.**

El siguiente cuestionario tiene por finalidad obtener información sobre la práctica e implementación de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en los establecimientos gastronómicos del sector de La Macarena en Bogotá. Este cuestionario está dirigido al personal que labora en los establecimientos. Amablemente, se solicita responder con la mayor sinceridad posible. No es importante su identificación. La información será utilizada para fines exclusivamente académicos y se le agradece su apoyo en el diligenciamiento.

1. Correo electrónico

---

Se le pide amablemente que nos proporcione los siguientes datos:

2. Nombre del establecimiento gastronómico para el cual usted labora

---

3. ¿Qué cargo ocupa?

---

4. Edad:

<input type="checkbox"/>	Menos de 19 años
<input type="checkbox"/>	Entre 20 y 30 años
<input type="checkbox"/>	Entre 31 y 40 años
<input type="checkbox"/>	Entre 41 y 50 años
<input type="checkbox"/>	Entre 51 o más años

5. Género:

<input type="checkbox"/>	Femenino
<input type="checkbox"/>	Masculino

6. ¿Ha recibido información sobre la Responsabilidad Social empresarial?

<input type="checkbox"/>	SI
<input type="checkbox"/>	NO
<input type="checkbox"/>	NS/NR

A continuación, se le pide que seleccione el número que usted considere, para cada una de las preguntas, señalando su respuesta a partir de la siguiente escala:

1: Totalmente en desacuerdo

2: En desacuerdo

3: Ni de acuerdo ni en desacuerdo

4: De acuerdo

5: Totalmente de acuerdo

7. Dimensión Legal

Marca solo una casilla en cada columna	1	2	3	4	5
1) Realiza contratos formales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2) Promueve la aplicación de los derechos laborales y derechos humanos de los trabajadores					
3) Cuenta con un manual seguridad y salud en el trabajo (SST)					
4) El establecimiento cumple satisfactoriamente con las exigencias establecidas por parte de las diferentes entidades de control					
5) Respeto la jornada laboral					

#### 8. Dimensión Económica

Marca solo una casilla en cada columna	1	2	3	4	5
1) Maximiza sus ganancias en pro de satisfacer las necesidades de sus clientes					
2) Controla estrictamente sus costos de producción					
3) Formula una política de precios basada en algún parámetro definido					
4) Inculca a sus empleados una cultura de economizar					
5) Contribuye económicamente a causas humanitarias en el sector					

#### 9. Dimensión Ambiental

Marca solo una casilla en cada columna	1	2	3	4	5
1) Implementa y utiliza elementos amigables con el medio ambiente					
2) Comunica al personal sobre el incremento de los servicios públicos con el fin de generar sensibilidad y conciencia ambiental.					
3) Promueve en el personal el ahorro de energía, exigiendo desconectar los equipos y electrodomésticos cuando no están en uso					
4) Hace una correcta disposición de los residuos sólidos.					



5) Implementa mecanismos para reducir la huella ecológica de su actividad económica					
---	--	--	--	--	--

10. Dimensión Ética

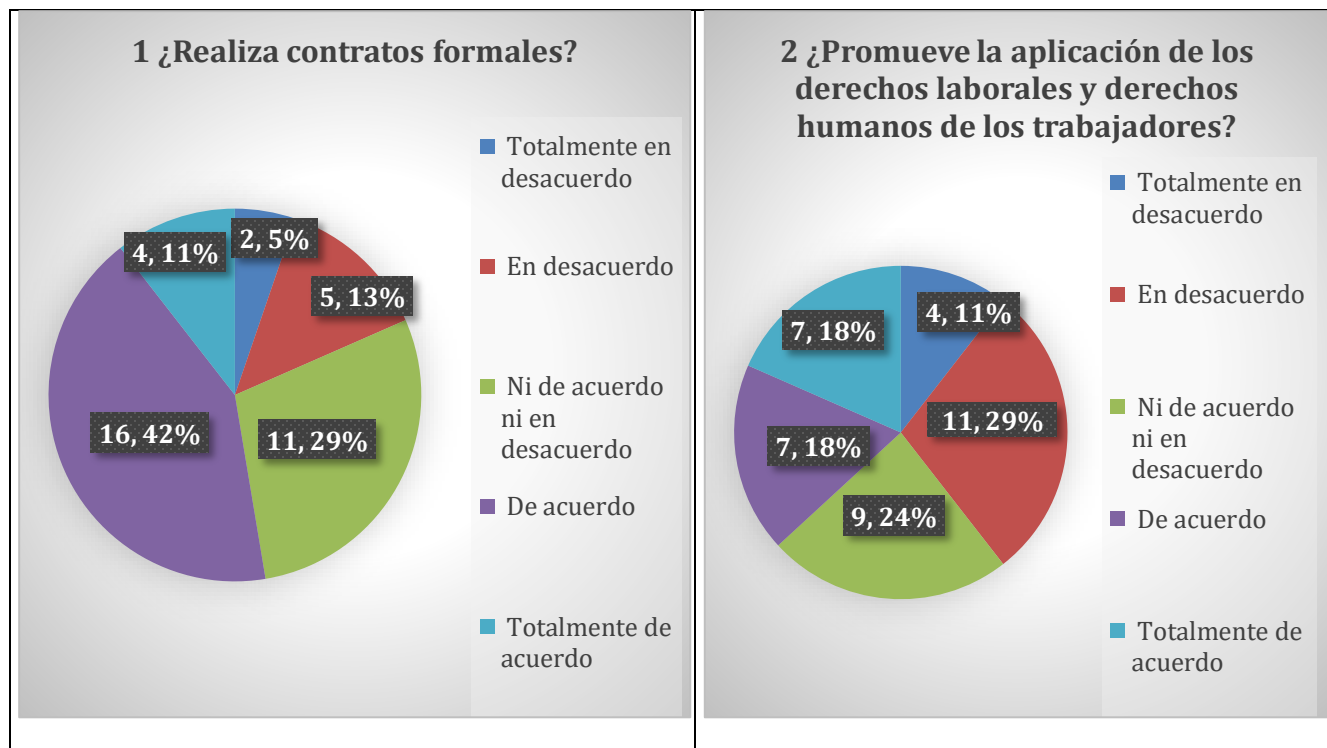
Marca solo una casilla en cada columna	1	2	3	4	5
1) Existe un ambiente de empatía y de buen clima laboral en el establecimiento					
2) Brinda apoyo a sus empleados de acuerdo a sus necesidades					
3) Ofrece capacitaciones a los trabajadores sobre los procesos de operación para mejorar continuamente					
4) Motiva al trabajador con el mejor desempeño por medio de un beneficio económico adicional y reconocimiento					
5) Hace parte de iniciativas locales (Macarenazo)					

Muchas gracias por su tiempo y cooperación en el presente estudio.

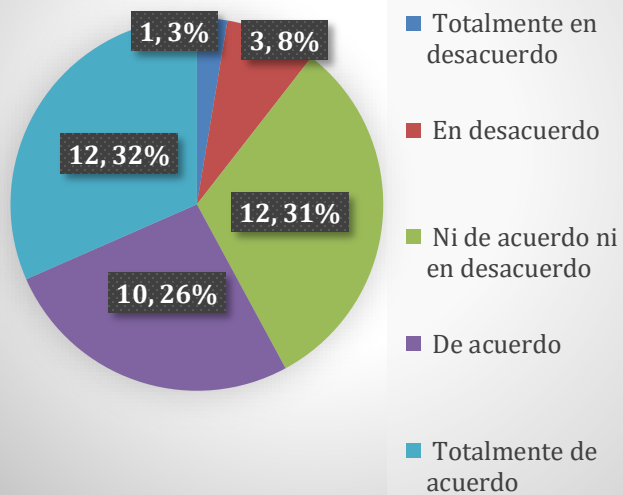
## ANEXO B

### RESPUESTAS DE LOS COLABORADORES POR PREGUNTA A ENCUESTA SOBRE RSE

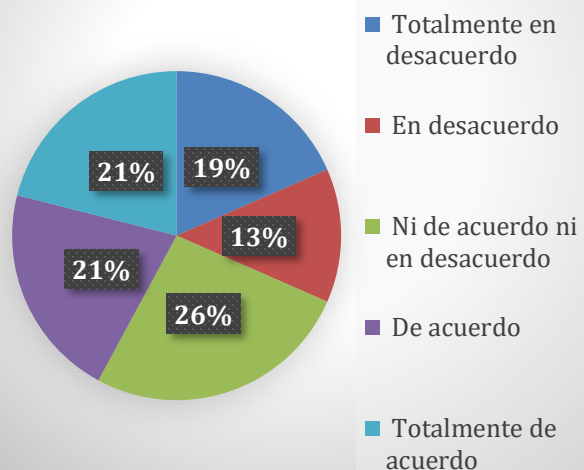
#### Valoración de aspectos en la dimensión legal



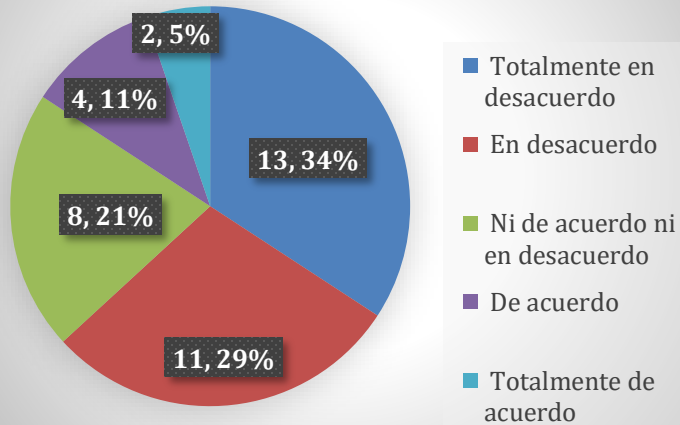
**3 ¿Cuenta con un manual seguridad y salud en el trabajo (SST)?**



**4 ¿El establecimiento cumple satisfactoriamente con las exigencias establecidas por parte de las diferentes entidades de control?**

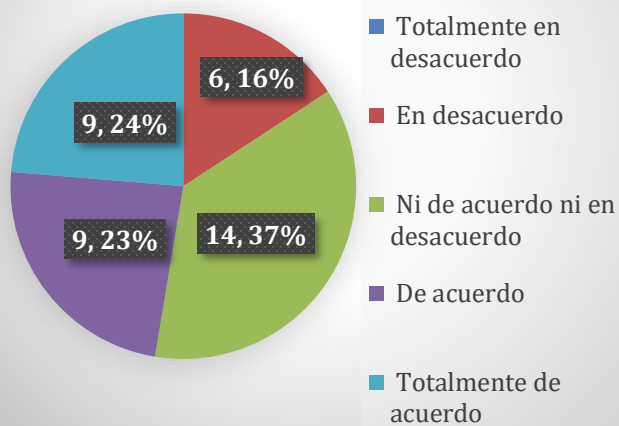


**5 ¿Respeto la jornada laboral?**

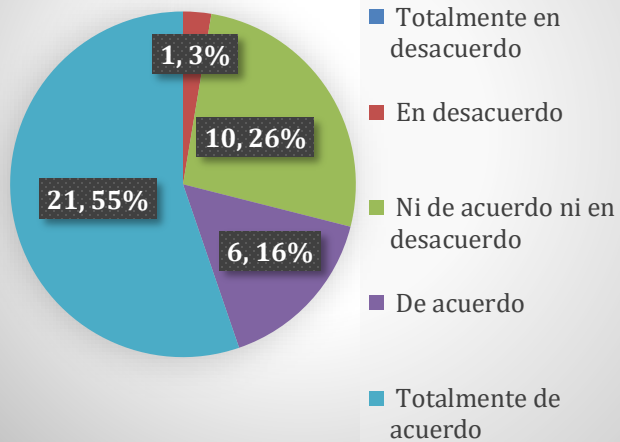


Valoración de aspectos en la dimensión económica

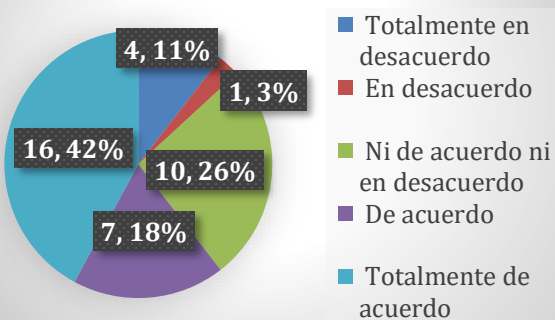
**6 ¿Maximiza sus ganancias en pro de satisfacer las necesidades de sus clientes?**



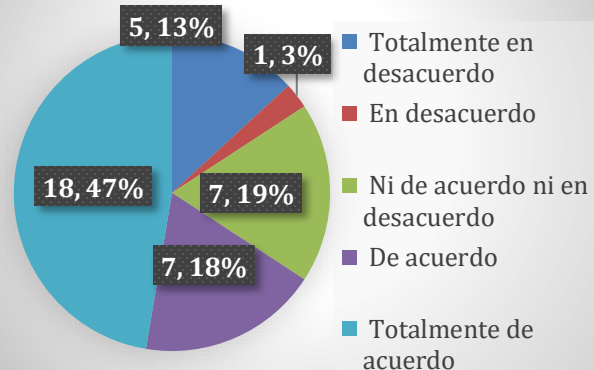
**7 ¿Controla estrictamente sus costos de producción?**



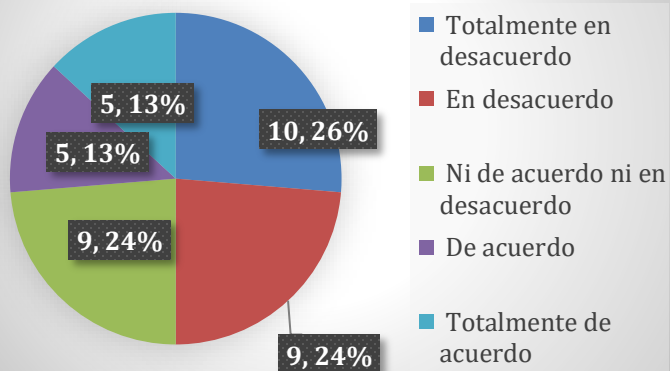
**8 ¿Formula una política de precios basada en algún parámetro definido?**



**9 ¿Inculca a sus empleados una cultura de economizar?**

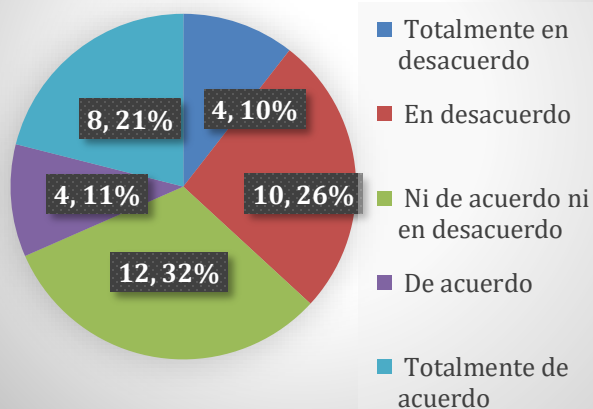


**10 ¿Contribuye económicamente a causas humanitarias en el sector?**

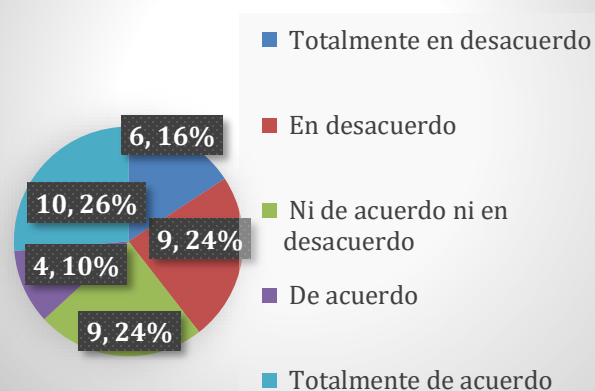


## Valoración de aspectos en la dimensión ambiental

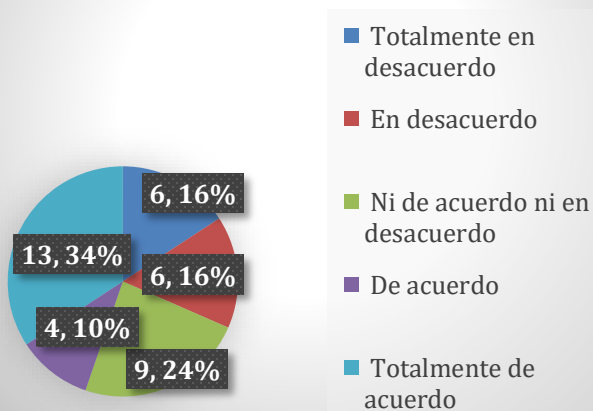
### 11 ¿Implementa y utiliza elementos amigables con el medio ambiente?



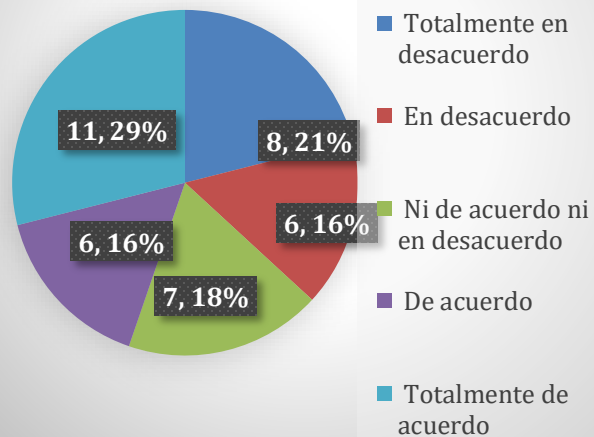
### 12 ¿Comunica al personal sobre el incremento de los servicios públicos con el fin de generar sensibilidad y conciencia ambiental?



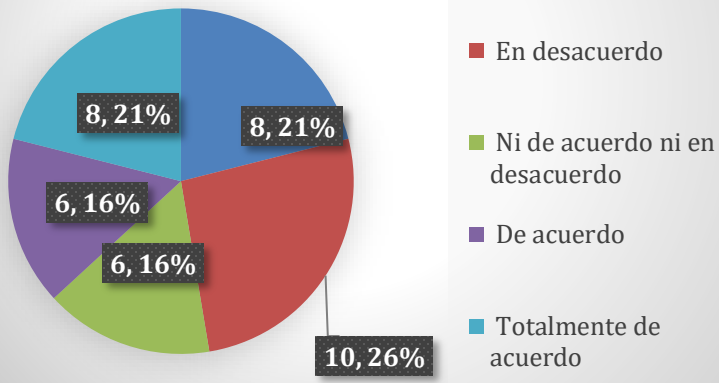
### 13 ¿Promueve en el personal el ahorro de energía, exigiendo desconectar los equipos y electrodomésticos cuando no están en uso?



### 14 ¿Hace una correcta disposición de los residuos sólidos?

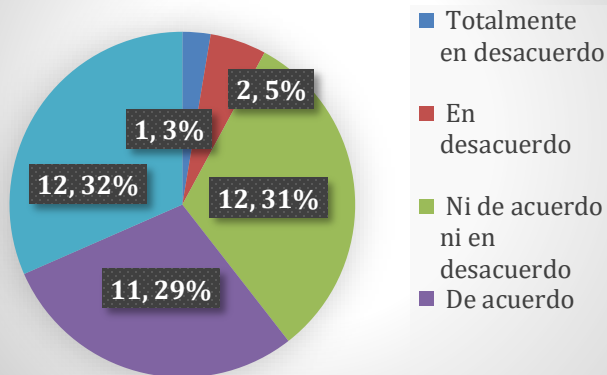


**15 ¿Implementa mecanismos para reducir la huella ecológica de su actividad económica?**

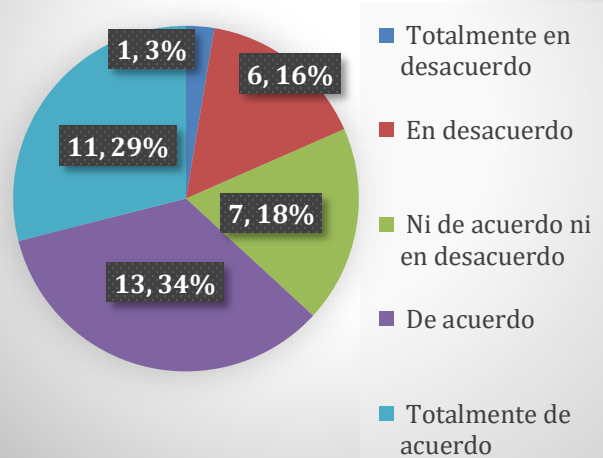


Valoración de aspectos en la dimensión ética

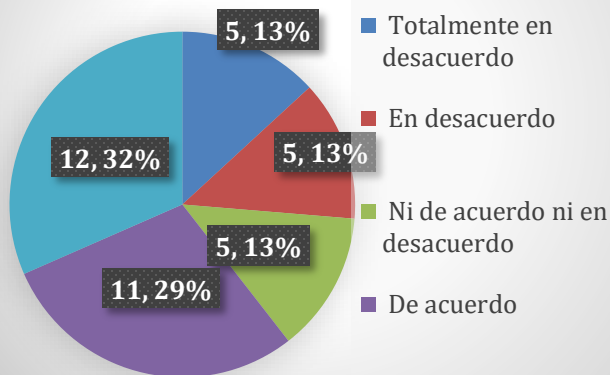
16 ¿Existe un ambiente de empatía y de buen clima laboral en el establecimiento?



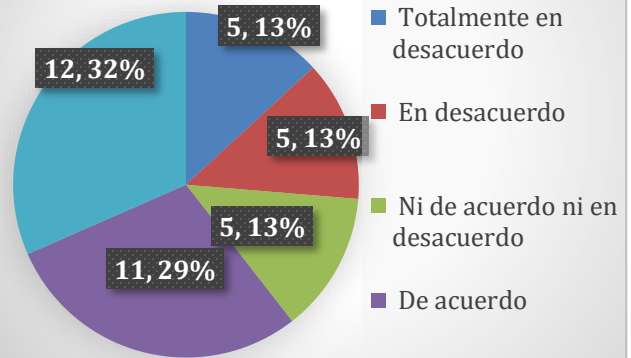
17 ¿Brinda apoyo a sus empleados de acuerdo CONa sus necesidades?



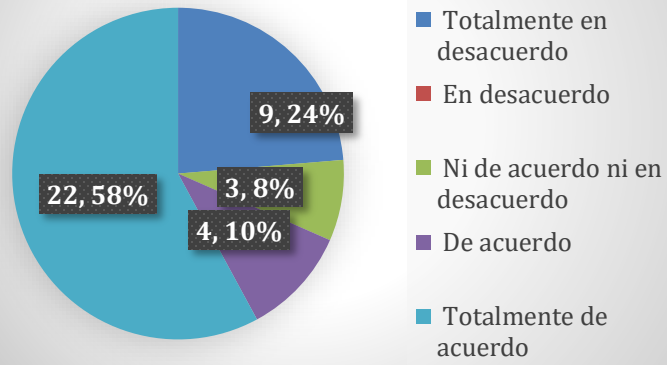
18 ¿Ofrece capacitaciones a los trabajadores sobre los procesos de operación para mejorar continuamente?



19 ¿Motiva al trabajador por medio de un beneficio económico adicional y reconocimiento?



### 20 ¿Hace parte de iniciativas locales (Macarenazo)?





ANEXO C

GUIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA ESTABLECIMIENTOS  
GASTRONÓMICOS





# *Guía de RSE*

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA ESTABLECIMIENTOS  
GASTRONÓMICOS**

*Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca*







Esta guía formal, tiene como propósito brindar recomendaciones y sugerencias sobre los beneficios de implementar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en los establecimientos gastronómicos. La RSE abarca información fundamental, basada en fomentar en las organizaciones un sistema de producción más responsable, que genere beneficios hacia la comunidad, el medio ambiente y sensibilice a los distintos actores involucrados en la cadena de valor de la gastronomía. De acuerdo a lo anterior, se cita la guía de Mallorca - España enfocada en ideas claves y buenas prácticas en restauración desde la RSE; esta ha sido utilizada como orientación clave para el desarrollo de la misma.

#### **AUTORES**

---

LADY MARCELA NEIRA  
MÓNICA SANTAMARIA LÓPEZ  
WALTER VÁSQUEZ BARRIENTOS



# Contenido



*"Dar ejemplo no es la principal manera de influir sobre los demás, es la Única" Albert Einstein*

**1**

**¿Qué es la  
Responsabilidad  
Social  
Empresarial  
(RSE) ?**

**2**

**Características  
de la  
Responsabilidad  
Social  
Empresarial**

**3**

**Dimensión  
legal**

**4**

**Dimensión  
económica**

**5**

**Dimensión  
ambiental**

**6**

**Dimensión  
social**

**7**

**Dimensión  
ética**

**8**

**Recomendaciones  
para la  
implementación  
de la RSE**



## *¿Qué es la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?*

De acuerdo con la Organización Internacional del trabajo (2007), la RSE "es el conjunto de acciones que toman en consideración las empresas para que sus actividades tengan repercusiones positivas sobre la sociedad y que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores. La RSE es una iniciativa de carácter voluntario" (OIT, 2007, pág. 14).



# Características de la Responsabilidad Social Empresarial

Es un compromiso firme y voluntario de la empresa con prácticas y acciones más honestas. Es ser transparentes en la gestión y respeto por el desarrollo del entorno.

Los criterios sociales influyen cada vez más en las decisiones de inversión de las personas y las instituciones, tanto en calidad de los consumidores como de inversores.

La RSE está integrada en todos los procesos del negocio. Esto significa que todas las decisiones de negocios buscan un equilibrio entre los intereses de los diferentes actores involucrados.

Es la integración en las operaciones de la empresa de políticas y actuaciones que recogen las preocupaciones sociales y medioambientales, con la finalidad de impulsar en paralelo al desarrollo de su actividad económica.

Se trata de una visión integral de negocios, donde la compañía genera un equilibrio y aporta valor en los aspectos: económico (rentabilidad), ambiental (planeta) y social (personas).

# *Dimensiones de la RSE*

*Dimensión legal*

*Dimensión económica*

*Dimensión ambiental*

*Dimensión social*

*Dimensión ética*



**La dimensión legal, está constituida por medio de leyes que rigen en el lugar que opera el negocio o la empresa, así mismo se integra el funcionamiento reglamentario frente al núcleo interno operativo sobre los trabajadores, conformado en estipulaciones pactadas por medio de contratos formales.**

Mantener los parámetros establecidos bajo la ley tanto para el empleado como para el empleador.

Cumplimiento de obligaciones que contrae con sus accionistas, proveedores y resto de agentes con los que se relaciona.

Respeto hacia las leyes a la hora de llevar a cabo sus actividades.

Cumplimiento de decretos, leyes, certificaciones y normativas aplicadas a los establecimientos como el plan de saneamiento, el código sanitario, control de calidad, manipulación de alimentos, entre otras.

Contratos legales establecidos y especificados por medio del código sustantivo del trabajo.

# Dimensión Legal

**La dimensión económica, se enfoca en lograr un equilibrio entre las relaciones económicas entre los diferentes actores del entorno, incluye cualquier aspecto relacionado con la cadena de aprovisionamiento de las organizaciones, la gestión de la clientela, la personas consumidoras o usuarias y el desarrollo socialmente responsable de la actividad fiscal.**

**Diferenciación en el mercado a través del desarrollo de productos/servicios sostenibles.**

**Relación económica con la sociedad.**

**Realiza inversiones (tiempo y recursos financieros) en pro del bienestar familiar de los empleados y de la comunidad donde se encuentra ubicado el establecimiento.**

**Compromiso con el medio ambiente desde la parte interna y externa de la empresa.**

**Ayuda a mejorar la calidad de los productos, servicios y procesos internos, promueve la innovación y contribuye a encontrar nuevos nichos de mercado.**

**Dimensión económica**



**La dimensión ambiental, busca minimizar el impacto negativo al medio ambiente a través de una adecuada gestión ambiental. Reducción de desperdicios, eficiencia en el uso de materiales, manejo adecuado de desechos y mejora en el diseño del producto para la disminución de su impacto ambiental a lo largo de todas las etapas y funcionamiento del establecimiento gastronómico.**

**Incurcionar con prácticas sostenibles en el funcionamiento de la operación y del establecimiento, por medio de la innovación.**

**Protección del medio ambiente a través de una producción responsable.**

**Desarrollo y uso de productos sostenibles, tomando en cuenta el medio ambiente.**

**Regulación y mejores alternativas de consumo de servicios de energía, agua y gas.**

**Establecer y hacer seguimiento de indicadores sobre emisiones y contaminación de la organización que, por ejemplo, permitan marcar objetivos de reducción de la huella de carbono.**

**Dimensión Ambiental**

**La dimensión social, se encamina hacia la calidad de vida laboral y bienestar de los empleados; contribución al bienestar de la sociedad en general, protección de derechos humanos, transparencia, integridad, justicia y responsabilidad por el producto o servicio que se ofrece o se presta. Incluye aquellas actividades que las organizaciones llevan a cabo en colaboración con otras entidades o por iniciativa propia, que tienen un impacto positivo en la sociedad y en las comunidades locales en las que desarrollan su actividad.**

**Igualdad de condiciones para Hombres y Mujeres.**

**Generar incentivos y metas en las cuales los trabajadores sean los principales actores del éxito, generando una contribución mutua.**

**Desarrollo de nuevos servicios orientados hacia las personas en condición de discapacidad.**

**Capacitaciones mensuales y evaluativas que incentiven el conocimiento y aprendizaje de los trabajadores en pro de optimizar su función.**

**Establecer la política de donaciones e indicadores asociados.**

**Dimensión Social**

**La dimensión ética, se encarga de promover actividades y prácticas correctas, justas y razonables, que tengan coherencia con la sociedad, de tal manera que se evite o se minimice el daño a los grupos con los que se relaciona la empresa, lo que permita alcanzar un mayor bienestar colectivo.**

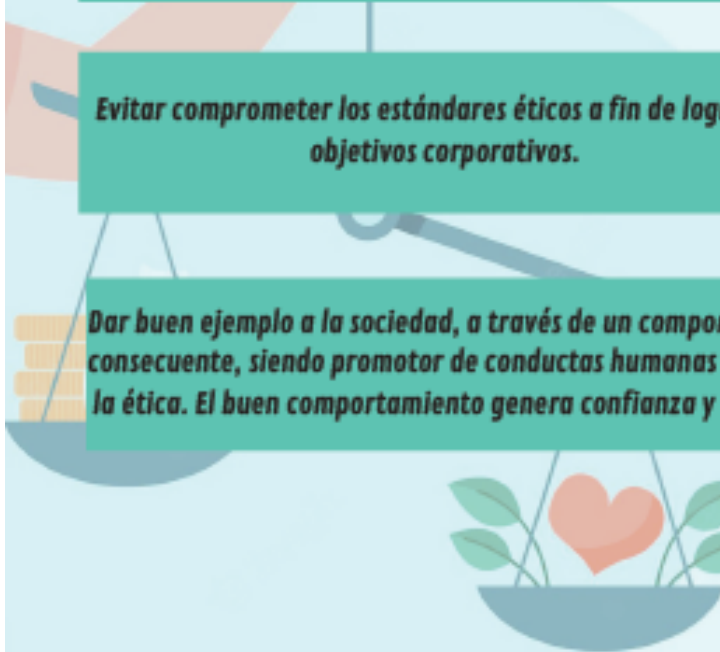
**El respeto a los principios o códigos éticos es más importante que conseguir un mejor resultado económico.**

**Actuar con respeto, honestidad, transparencia, lealtad, solidaridad, empatía, altruismo, franqueza, integridad y voluntad.**

**Evitar comprometer los estándares éticos a fin de lograr los objetivos corporativos.**

**Dar buen ejemplo a la sociedad, a través de un comportamiento consecuente, siendo promotor de conductas humanas acorde a la ética. El buen comportamiento genera confianza y lealtad.**

# Dimensión ética





# Beneficios de implementar la RSE

1

*Aumento de ventas (acceso a nuevos mercados, mayor penetración en los mercados existentes y desarrollo de nichos especializados de mercado sostenibles.*

2

*Propicia una mayor transparencia y comunicación con las partes involucradas e interesadas como la comunidad, los socios o accionistas.*

3

*Aumenta la calidad y la productividad en los establecimientos.*

4

*Vela y promueve la Protección a la salud y mejora de las condiciones laborales.*

5

*Induce a la protección del medio ambiente en materia de producción.*

# Recomendaciones para la implementación de la RSE

Las recomendaciones planteadas se basan en el trabajo de investigación realizado sobre la Responsabilidad Social Empresarial en los establecimientos gastronómicos del sector de La Macarena en Bogotá y sobre el diagnóstico de los indicadores Ethos, los cuales se encargan de acoplar gestiones socialmente responsable en diferentes fases; cabe resaltar que estas recomendaciones pueden ser utilizadas de forma autónoma por los establecimientos u organizaciones.

1. Trabajar en forma mancomunada con proveedores locales de la misma comunidad o sector para promover un desarrollo mancomunado de la empresa.
2. Incluir o tener en cuenta criterios ecológicos a la hora de seleccionar recipientes o elementos necesarios para el servicio de los restaurantes como: empaques, embases, cubiertos, serviletería, guantes, recipientes entre otros.
3. Definir planes para mejorar su impacto ambiental.
4. Implementar tecnologías renovables como paneles solares, iluminación con sensores de presencia, cabinas de refrigeración de alta eficiencia para minimizar el uso de recursos de energía, agua y gas.
5. Realizar reuniones periódicas con el personal sobre su desempeño, según criterios lógicos y justos para todos los involucrados; a su vez definir planes de acción en pro de mejora para el talento humano .
6. Crear alianzas comunitarias para la entrega de alimentos restantes del día a día, los cuales pueden ser repartidos para los habitantes de calle o personas de bajos recursos.
7. Fomentar el aprovechamiento de los productos al finalizar su vida útil mediante la reutilización, reciclaje o reducción de los mismos.

# Recomendaciones para la implementación de la RSE



8. Desarrollar servicios orientados a personas en condición de discapacidad. Con esta estrategia, el establecimiento puede entrar a un nuevo nicho de mercado y ofrecer un servicio para un grupo de personas que muchas veces se ven excluidas a causa de factores como infraestructura deficiente y nula señalización de espacios.

9. Generar emprendimientos desde la parte interna de la organización, teniendo en cuenta la participación del talento humano.

10. Compartir los espacios del establecimiento gastronómico con la comunidad para fomentar la participación en talleres culinarios, clases de barismo, reuniones de grupos ecologistas entre otras.

11. Abordar y socializar temas asociados con responsabilidad social empresarial (cambio climático, gestión de la cadena de valor, productos y servicios sostenibles, el desarrollo territorial sostenible, etc.) con los colaboradores de los establecimientos y con la comunidad, a fin de proponer prácticas de gestión que se ocupen de estas cuestiones.

12. Exponer datos verídicos sobre aspectos económico-financieros, sociales y ambientales de sus actividades.

13. Instaurar y aplicar políticas y mecanismos formales para oír, evaluar y acompañar posturas, preocupaciones, sugerencias y críticas de los trabajadores con el objetivo de agregar nuevos aprendizajes y conocimientos.

14. Considerar su papel social respecto a los aprendices, ofreciendo buenas condiciones de trabajo, aprendizaje y desarrollo profesional y personal, con el debido acompañamiento, evaluación y orientación.

# Recomendaciones para la implementación de la RSE



15. Fundar y aplicar políticas explícitas de no utilización de materiales e insumos provenientes de explotación ilegal de recursos naturales (madera, minería, recursos hídricos, animales etc.).
16. Apoyar y generar alianzas con los proveedores comprometidos con la sostenibilidad.
17. Exponer informes periódicos con evidencias de que se están cumpliendo e implementando las cuestiones relacionadas a la Responsabilidad Social Empresarial en su cadena productiva.
18. Promover entrenamiento continuo a sus colaboradores sobre atención al público a fin de tener una relación ética y de respeto a los derechos del consumidor.
19. Ejecutar acciones enfocadas en mejorar la infraestructura del sector donde operan (viviendas, calles, parques, zonas verdes, andenes, etc.).
20. Interactuar activamente con instituciones educativas de todos los niveles para la elaboración de propuestas encaminadas a fortalecer la capacitación y certificación de la mano de obra de los habitantes del sector en que actúa el establecimiento.



***El objetivo de la guía para la Implementación de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), es brindar una serie de recomendaciones de forma visionaria para establecimientos gastronómicos que busquen integrar la RSE en su estrategia organizacional y lograr resultados tangibles que se traduzcan en una mayor sostenibilidad y competitividad por medio de los aspectos abordados, siendo el engranaje para el bien común desde la organización.***



**UNIVERSIDAD COLEGIO  
MAYOR DE CUNDINAMARCA**