	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	08-07-2021	B
Dependencia	Aprobado		Pág.	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO		1(168)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	Juan Sebastián Sánchez Quesada		
FACULTAD	Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas		
PLAN DE ESTUDIOS	Administración de empresas		
DIRECTOR	Mg. José Andrés Bayona Soto		
TÍTULO DE LA TESIS	Desarrollo de actividades administrativas hacia el mejoramiento continuo y la gestión del restaurante Boyacá como una empresa socialmente responsable		
TITULO EN INGLES	Development of administrative activities towards the continuous improvement and management of the Boyacá restaurant as a socially responsible company		
RESUMEN (70 palabras)			
<p>La pasantía establece un plan de trabajo y cronograma; dirige el eficiente cumplimiento del desarrollo de actividades administrativas hacia el mejoramiento continuo y gestión del restaurante Boyacá como empresa socialmente responsable,</p> <p>La metodología fue práctica, se incursiona en un entorno laboral, responsabilidades, cumplimiento de objetivos, metas y solución de problemas en tareas, en que se ha formado bajo un plan de trabajo y cronograma de actividades que estructuran descrito proceso.</p>			
RESUMEN EN INGLES			
<p>The internship establishes a work plan and schedule; directs the efficient fulfillment of the development of administrative activities towards the continuous improvement and management of the Boyacá restaurant as a socially responsible company,</p> <p>The methodology was practical, it ventures into a work environment, responsibilities, fulfillment of objectives, goals and problem solving in tasks, in which it has been trained under a work plan and schedule of activities that structure the described process.</p>			
PALABRAS CLAVES	competitividad, ventajas competitivas, Responsabilidad social empresarial y grupos de interés.		
PALABRAS CLAVES EN INGLES	competitiveness, competitive advantages, corporate social responsibility e interest groups.		
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 86	PLANOS: 08	ILUSTRACIONES: 23	CD-ROM:



Desarrollo de actividades administrativas hacia el mejoramiento continuo y la gestión del restaurante Boyacá como una empresa socialmente responsable

Autor

Juan Sebastián Sánchez Quesada

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Universidad Francisco de Paula

Santander Ocaña

Administración de empresas

Mg. José Andrés Bayona Soto

01 de agosto de 2022

Índice

1. Desarrollo de actividades administrativas hacia el mejoramiento continuo y gestión del restaurante	
Boyacá como una empresa socialmente responsable	8
1.1 Descripción de la empresa	8
1.1.1 <i>Misión</i>	9
1.1.2 <i>Visión</i>	9
1.1.3 <i>Objetivos empresariales</i>	9
1.1.4 <i>Descripción de la estructura organizacional</i>	10
1.1.5 <i>Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado</i>	11
1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada	12
1.3 Planteamiento del problema	14
1.4 Objetivos de la pasantía	16
1.4.1 <i>Objetivo general</i>	16
1.4.2 <i>Objetivos específicos</i>	16
1.5 Descripción de las actividades	17
2. Enfoques referenciales	18
2.1 Enfoque conceptual.....	18
2.2 Enfoque legal	19
2.2.1 <i>Ley 9 de 1979</i>	19
2.2.2 <i>Decreto 3075 de 1997</i>	19
2.2.3 <i>Ley 50 de 1990</i>	19
3. Informe de cumplimiento del trabajo	20
3.1 Objetivos específicos	20

<i>3.1.1 Reconocer información relacionada con el contexto y los grupos de interés del restaurante Boyacá.</i>	20
<i>3.1.2 Diagnosticar las prácticas de responsabilidad social empresarial de la empresa restaurante Boyacá.</i>	27
<i>3.1.3 Proponer herramientas administrativas orientadas a la gestión de la responsabilidad social empresarial en la empresa Restaurante Boyacá.</i>	48
4. Diagnóstico final.....	54
5. Conclusiones.....	55
6. Recomendaciones	57
Referencias	58

Lista de Tablas

Tabla 1 Matriz DOFA Restaurante Boyacá	12
Tabla 2 Plan de trabajo.....	17
Tabla 3 Resultados globales en responsabilidad social empresarial del restaurante Boyacá	24
Tabla 4 Respuesta de empleados	32
Tabla 5 Resumen respuesta de proveedores del restaurante Boyacá	39
Tabla 6 Resumen respuesta de clientes del restaurante Boyacá	45
Tabla 7 Ejes de la Responsabilidad social empresarial.....	47
Tabla 8 Manual de funciones-Comité de ética y de conducta	50

Lista de Figuras

Figura 1. Organigrama Restaurante Boyacá.....	10
Figura 2 Resultados globales responsabilidad social del restaurante Boyacá	25
Figura 3 Encuesta empleados restaurante Boyacá.....	28
Figura 4 Encuesta proveedores restaurante Boyacá	29
Figura 5 Encuesta clientes restaurante Boyacá.....	30
Figura 6 Resultados obtenidos por los empleados frente a los interrogantes diseñados	33
Figura 7 Tiempo de relaciones comerciales con el Restaurante Boyacá	35
Figura 8 Participación en actividades que involucran beneficios a la comunidad	35
Figura 9 Manejo de descuentos condicionados para mejorar la relación con los clientes.....	36
Figura 10 Nivel de contratación y remuneración aceptable en los trabajadores	36
Figura 11 Asignación de recursos económicos para la realización de actividades sociales	37
Figura 12 Participación en campañas para la conservación y cuidado del medio ambiente	37
Figura 13 Racionalización del consumo en energía eléctrica y agua potable.....	38
Figura 14 Disposición para la vinculación en programas de responsabilidad social empresaria	38
Figura 15 Calificación de la atención al cliente del restaurante Boyacá	41
Figura 16 Consideración de la opinión de los clientes en el desarrollo de productos y servicios	41
Figura 17 Oferta de productos y servicios a precio justo	42
Figura 18 Existencia de vínculo empresa-cliente a través de las redes sociales.....	42
Figura 19 Existencia de prácticas para mitigar la contaminación ambiental.....	43
Figura 20 Promoción y fomento de iniciativas de reciclaje.....	43
Figura 21 Existencia de mecanismos adecuados para conocer la opinión y nivel de satisfacción frente a los productos	44

Figura 22 Código de ética restaurante Boyacá	49
Figura 23. Constancia de actividades	53

Introducción

Este trabajo evidencia el desarrollo presentado en cada uno de los objetivos y sus debidas actividades en el desarrollo de actividades administrativas hacia el mejoramiento continuo y gestión del restaurante Boyacá como una empresa socialmente responsable ejercicio que ofrece el acercamiento a un entorno empresarial que permite la experimentación de conocimientos, la aplicación de capacidades e incluso la modelación de ellas, enriqueciendo la formación profesional con un periodo de prueba en el que se permite al estudiante construir un poco confianza hacia el mundo laboral que está muy pronto a abordar.

1. Desarrollo de actividades administrativas hacia el mejoramiento continuo y gestión del restaurante Boyacá como una empresa socialmente responsable

1.1 Descripción de la empresa

El restaurante Boyacá fue fundado en 1992, nombre adoptado en conmemoración al departamento del cual es originario su fundador, Eduardo Quesada, ubicado en el barrio Acolsure del municipio de Ocaña, Norte de Santander. La creación nace de la necesidad de adquirir ingresos constantes para el sustento familiar, por lo que inicialmente se establece con una pequeña caseta financiada con los ahorros de su promotor bajo la actividad comercial de venta de desayunos y almuerzos caseros con una inversión anual de capital que aportaría al desarrollo comercial y el constante mejoramiento en espacio y estructura, favoreciendo la atracción y fidelización de clientes y reconocimiento local.

Para el 2022, su capacidad es de 150 personas y es conocido como uno de los mejores restaurantes a nivel local, caracterizado por sus productos de calidad y su gran atención, poseedor de una alta cobertura de platos tradicionales, a la carta, comida rápida, servicios a domicilio y banquete bajo un ambiente familiar con estilo asadero. Así mismo, cuenta con diferentes métodos de pago tanto tradicionales (efectivo, tarjetas crédito y débito) como por plataformas financieras y por código QR y medios de comunicación en Instagram, Facebook y WhatsApp como plataforma de interacción e información.

1.1.1 Misión

“Satisfacer las necesidades gastronómicas de nuestros clientes, ofreciendo alimentos y servicios con la más alta calidad, donde el cliente se sienta a gusto y llenemos todas sus expectativas” (Quesada, 2020). Quesada (2020).

1.1.2 Visión

“Ser reconocidos para el año 2026 como uno de los mejores restaurantes de la ciudad de Ocaña, por nuestra oferta gastronómica, servicio y buena atención” (Quesada, 2020).

1.1.3 Objetivos empresariales

“Brindar un servicio de calidad y satisfacción a todos nuestros clientes.

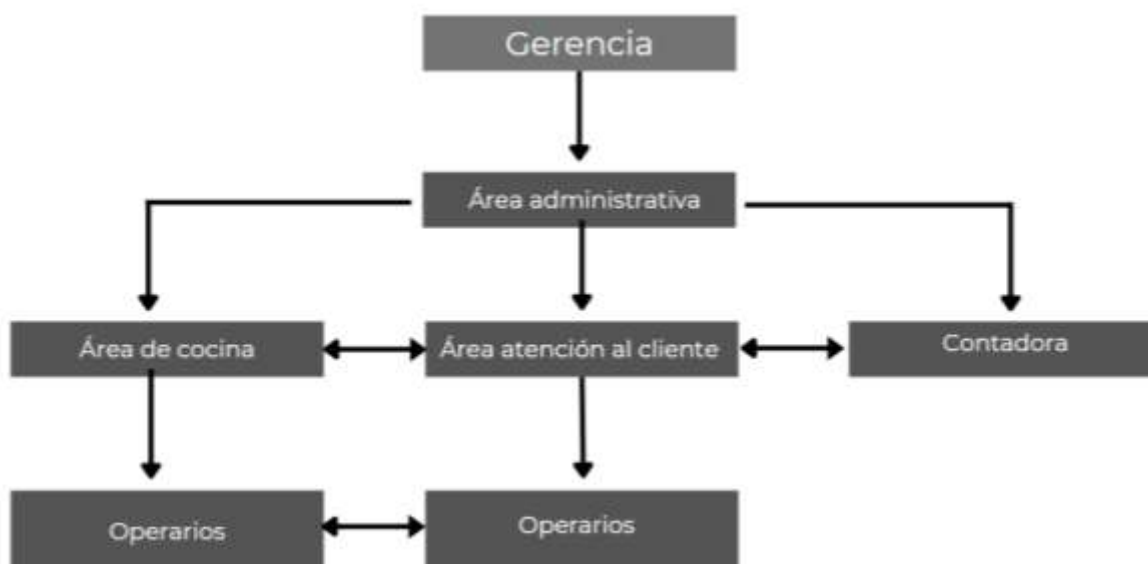
Manejar productos de alta calidad para la realización de todos nuestros platos.

Ofrecer un excelente trato con todos nuestros clientes, para que así estén a gusto en nuestras instalaciones.” (Quesada, 2020)

1.1.4 Descripción de la estructura organizacional

Figura 1

Organigrama Restaurante Boyacá



Nota. La figura evidencia la estructura organizacional de la empresa restaurante Boyacá. (Quesada, 2020)

El restaurante Boyacá tiene una estructura organizacional lineo-funcional, encabezada por el gerente como máxima autoridad en la gestión, dirección y toma de decisiones de la empresa, desarrollándose en el área administrativa de esa en conjunto con la contadora, encargada de la rendición de cuentas a empleados, proveedores y el control de ventas.

Así mismo, el área de cocina es la encargada de la transformación de los insumos al producto final encomendado conformada por 3 cocineros y 1 asador. El área de atención de clientes, la conforma 3 meseros y 1 caja, que representan la interacción directa con el cliente en el encargo del producto final. La articulación de estas áreas es vital para el funcionamiento del

restaurante de manera eficiente por lo que siempre se promueve la comunicación asertiva entre las áreas.

1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado

La dependencia asignada para realizar la pasantía fue el área administrativa, bajo el cargo de asistente administrativo. Esta área es la encargada de planear, organizar, dirigir y controlar todos los procesos de la empresa en cumplimiento a los objetivos y metas planteadas con un enfoque en el mejoramiento continuo, satisfaciendo de forma eficiente las necesidades o requerimientos que puedan surgir, impactando directamente en el desempeño de las áreas operativas y el cumplimiento de la visión de la empresa.

1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada

Tabla 1

Matriz DOFA Restaurante Boyacá

	Fortalezas	Debilidades
	1. Talento humano calificado.	1. Poca o nula participación del restaurante en eventos sociales.
	2. Se capacita a los colaboradores para el aseguramiento de la calidad de los productos.	2. Deficiencia en capacidad instalada para satisfacer la demanda.
	3. Proveedores de calidad con precio justo.	3. Inexistencia de un software contable que mejore el control y servicio en el restaurante Boyacá.
Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
1. Circunstancias post pandemia.	F3 y A1, A2, A3 Estrategia de integración con los proveedores al sistema integrado de gestión	D3 y A3, Implementación de un software contable que mejore el servicio y eficiencia del restaurante.
2. Inflación.		
3. Competencia.		
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
1. Convenio con instituciones de educación superior para realizar las practicas o pasantías de los estudiantes.	F1 y O1 Establecer alianzas con instituciones educativas.	D1 y O3 Formular proyectos para la expansión del restaurante.
2. Reconocimiento y buena imagen hacia el Restaurante Boyacá.	F2 y O2, O3 Crear espacios de retroalimentación y capacitación.	D2 y O2 Trabajar en congruencia a las necesidades y sugerencias nuestro público, para brindar un mejor servicio.
3. Participación en eventos gastronómicos en la región.		

Nota. La tabla presenta el diagnóstico inicial realizado al restaurante Boyacá en la que se identifican las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades en su estructura comercial y entorno.

El análisis DOFA permite evaluar tanto la situación interna como externa de la dependencia, realizando una valoración de las competencias internas las cuales son las fortalezas (F) y debilidades (D), y las competencias externas como lo son las amenazas (A) y las

oportunidades (O) que proporciona un esquema para el diagnóstico inicial del Restaurante Boyacá.

Estrategias FA: Implementar estrategias de integración con los proveedores al sistema integrado de gestión, favoreciendo una mejor relación con ellos que permita obtener oportunidades de descuentos o plazos de pago que pueda reducir el precio ofrecido al mercado.

Estrategias DA: Implementación de un software contable que mejore el servicio y eficiencia del restaurante con el objetivo de, consecutivamente, el restaurante pueda ir actualizándose en funciones que evitarían mayor desgaste de capital humano, tiempo y dinero.

Estrategias FO: Establecer alianzas con instituciones educativas que favorecen la integración e interacción social, brindando un beneficio a la sociedad, así mismo crear espacios de retroalimentación y capacitación con los empleados consolidando oportunidades de mejora y calidad en el capital humano.

Estrategias DO: Formular proyectos para la expansión del restaurante que le haga justicia a la demanda que ha representado y no se convierta en impedimento de atracción y mantenimiento de clientes, a su vez se propone trabajar en congruencia a las necesidades y sugerencias nuestro público, para brindar un mejor servicio y consolidar las líneas de comunicación con estos.

1.3 Planteamiento del problema

La economía en la ciudad de Ocaña gira entorno a las actividades económicas desarrolladas por las microempresas, aunque no se tenga un registro exacto del número de negocios dedicados a este sector, principalmente por aquellos que laboran de manera informal, es un hecho evidenciado desde la observación de la economía local por lo que la búsqueda y creación de ventajas competitivas resulta indispensable.

Es fundamental que toda organización de carácter independiente, con o sin ánimo de lucro, tenga por objetivo la sostenibilidad en el tiempo en su actividad comercial, donde la determinación de su entorno y el comportamiento presentado frente a este es primordial en el impacto y desarrollo entre la organización y sus stakeholders y su correcta gestión. (Navarro, Bayona, & Jaime, 2021)

En este orden de ideas, el restaurante Boyacá se desarrolla en un entorno con alta competencia y de servicios sustitutos en el que posee poca o nula participación en eventos sociales que permitan la visualización y atracción de clientes y, aunque se manejan productos de alta calidad, los precios resultan altos debido a la gran cantidad de proveedores que se contratan en consecuencia de la ausencia de un sistema integrado de gestión que incorpore a todos los proveedores, imposibilitando mayor reconocimiento y la creación de nuevas ventajas competitivas.

Un direccionamiento en responsabilidad social otorgaría al restaurante Boyacá de no solo el ejemplo de compromiso con colaboradores, sociedad y medio ambiente, sino que al mismo tiempo tendría herramientas que le auxiliarían de manera más eficiente en la toma de decisiones,

la gestión de sus recursos, la innovación de su administración y el impulso de la generación de capital humano comprometido y dispuesto a apoyar en crecimiento del restaurante.

1.4 Objetivos de la pasantía

1.4.1 Objetivo general

Desarrollar actividades administrativas hacia el mejoramiento continuo y gestión del restaurante Boyacá como una empresa socialmente responsable.

1.4.2 Objetivos específicos

Reconocer información relacionada con el contexto y los grupos de interés del restaurante Boyacá.

Diagnosticar las prácticas de responsabilidad social empresarial de la empresa restaurante Boyacá.

Proponer herramientas administrativas orientadas a la gestión de la responsabilidad social empresarial en la empresa Restaurante Boyacá.

1.5 Descripción de las actividades

Tabla 2

Plan de trabajo

Objetivo general	Objetivos específicos	Actividades a desarrollar en la empresa para hacer posible el cumplimiento de los objetivos específicos
Desarrollar actividades administrativas hacia el mejoramiento continuo y gestión del restaurante Boyacá como una empresa socialmente responsable.	1. Reconocer información relacionada con el contexto y los grupos de interés del restaurante Boyacá.	<p>1.1 Identificación de instrumentos de recolección de datos relacionados con la RSE de la empresa, para conocer información del contexto y los grupos de interés, a partir de la posición del gerente.</p> <p>1.2 Aplicación del instrumento para conocer información relevante en cuanto al contexto y los grupos de interés de la empresa, a partir de la posición del gerente.</p> <p>1.3 Tabulación y análisis del cuestionario aplicado al gerente de la empresa en los componentes de: gerencia y gestión responsable, calidad de vida laboral, aprovisionamiento responsable, productos y marketing responsable, gestión medio ambiental y compromiso con la comunidad.</p>
	2. Diagnosticar las prácticas de responsabilidad social empresarial de la empresa restaurante Boyacá.	<p>2.1 Diseñar instrumentos para la recolección de datos relacionados con la RSE, en función de la perspectiva de los principales grupos de interés de la empresa.</p> <p>2.2 Aplicación de los instrumentos para la recolección de datos relacionados con la RSE, en función de la perspectiva de los principales grupos de interés de la empresa.</p> <p>2.3 Establecer el informe diagnóstico de las prácticas de RSE, articulando la perspectiva de la gerencia y los principales grupos interesados.</p>
	3. Proponer herramientas administrativas orientadas a la gestión de la responsabilidad social empresarial en la empresa Restaurante Boyacá.	<p>3.1 Elaboración de un código de ética que contribuya al desempeño del proceso de RSE.</p> <p>3.2 Planteamiento de un manual de funciones y competencias para el comité de ética como organismo orientador del proceso RSE.</p> <p>3.3 Socialización de las herramientas administrativas propuestas antes los directivos de la empresa para el desarrollo de la responsabilidad social empresarial.</p>

Nota. La tabla sustenta los objetivos y las actividades planteadas para el periodo de pasantía.

2. Enfoques referenciales

2.1 Enfoque conceptual

El desarrollo de este informe necesita la aplicación conceptual de *competitividad*, comprendida como la posesión de aspectos que van a permitir distinción frente a las demás empresas dedicadas a la misma actividad comercial a través de un desempeño superior (Morales & Pech , 2000); esto, en desarrollo a una *ventaja competitiva*, que es la característica o aspecto que conforma el valor que una organización crea frente a sus clientes, reflejado en precios bajos o beneficios especiales que compensen precios elevados (Porter, 1987).

Así mismo, la comprensión conceptual de la *Responsabilidad social empresarial*, constituida como una nueva forma de gestión y de hacer negocios, en la que la empresa no solo se responsabiliza de que sus actividades sean sustentables en lo económico sino de igual manera en aspectos sociales, ambientales y reconociendo los intereses de los distintos grupos de interés, (Cajiga, 2017), como herramienta en la identificación, gestión y satisfacción de los diferentes *grupos de interes o Stakeholders*, que son aquellos individuos o grupos que poseen determinados intereses y aspiraciones con respecto a la empresa (Fernández & Bajo, 2012).

2.2 Enfoque legal

2.2.1 Ley 9 de 1979

Por medio de esta ley el Ministerio de salud establece medidas sanitarias con el objetivo de preservar y mejorar las condiciones dentro y fuera de establecimientos comerciales, así como todos los involucrados con ellos desde las materias primas, almacenamiento y transporte.

(Minsalud, 1979)

2.2.2 Decreto 3075 de 1997

Este decreto tiene como finalidad la protección de la salud de toda persona del territorio colombiana, mismo que contiene disposiciones de orden público y tiene como función regular todas las actividades que puedan generar perjuicios y riesgos en el consumo de alimentos con el objetivo de prevenirlos en su producción, almacenamiento y comercialización. (Minsalud, 1979)

2.2.3 Ley 50 de 1990

Ley mediante la cual se dictan y regulan las relaciones laborales, protegiendo todas las partes involucradas a través del establecimiento de pautas, requisitos, excepciones y obligaciones tanto del empleado como del empleador en función de un contrato y su terminación. Así mismo, sustenta los derechos de los empleados en el desarrollo de su actividad como persona y trabajador dentro del escenario laboral. (Departamento administrativo de la función pública , 1990).

3. Informe de cumplimiento del trabajo

3.1 Objetivos específicos

3.1.1 Reconocer información relacionada con el contexto y los grupos de interés del restaurante Boyacá.

Actividad 1. El instrumento de recolección de información utilizado está basado en los aportes del libro Responsabilidad social empresarial en el sector solidario, de los autores (Navarro, Bayona, & Jaime, 2021)

En función de medir y diagnosticar el grado de responsabilidad social del Restaurante Boyacá se aplicó una encuesta como técnica de recolección de datos, cuyo instrumento es un cuestionario que consta de 5 componentes, que articulan el enfoque en Responsabilidad social empresarial aplicable a todo tipo de empresa.

En este orden de ideas, los componentes a medir con una calificación de otorgada según el cumplimiento donde Sí equivale (2) puntos y No un (1) punto. A continuación, se describe cada uno de los componentes a medir contenidos en la encuesta.

1. Gobierno corporativo dirección empresarial

El componente sobre el gobierno corporativo describe características relacionadas con la Misión, visión, valores éticos y códigos de conducta; Operación, objetivos estratégicos y rs; Liderazgo, estructura organizacional y rs; Instrumentos de gestión de rs; Normativa; Grupos de interés, entorno y alianzas, abordados por medio de 23 interrogantes específicos que permiten cuantificar la situación actual en función de la RS.

2. Calidad de vida laboral

Un aspecto de importancia en la creación de un buen clima laboral y satisfacción del capital humano es la calidad de vida laboral que se ofrece, es así como el cuestionario pretende describir el grado de Gestión participativa; Evaluación y desempeño; Reclutamiento, entrenamiento y desarrollo del personal; Salarios y beneficios; Clima y motivación del personal; Condiciones físicas y servicios básicos para el personal; Salud y seguridad; Libertad de asociación y negociación colectiva; Igualdad de oportunidades y diversidad; y por último, los Derechos humanos por medio de 54 interrogantes que califican aspectos que hacen parte de cada uno de estos subgrupos para su correcta identificación y medición.

3. Aprovechamiento responsable

Para precisar el grado de aprovechamiento responsable, se evaluará la relación que tiene la empresa con los proveedores a través de 9 interrogantes que dirigen la perspectiva del gerente hacia características puntuales sobre la Evaluación y selección de proveedores y las condiciones contractuales inmersas en la interacción comercial.

4. Productos y marketing responsables

El cuarto componente descrito como productos y marketing responsable se exponen 17 interrogantes relacionados con puntos exactos sobre los productos y servicios; publicidad y promoción y atención al cliente y respeto a su intimidad, permitiendo la cuantificación de estos subgrupos para su correcta evaluación.

5. Gestión medioambiental

Para la caracterización de esta categoría se identifica el grado de amigabilidad con el medio ambiente en el cumplimiento de su actividad económica como lo es la producción limpia (entradas de materiales), la producción limpia (salidas de materiales), los impactos ambientales y las políticas globales y sistemas de gestión, mismas que se calificaran con un total de 17 interrogantes que aportaran la objetividad para conocer el índice de implementación en los respectivos subgrupos por parte de la empresa.

6. Compromiso de la comunidad

El compromiso de la comunidad engloba el tipo y el alcance de la relación de la empresa con la sociedad en la que se desenvuelve y desempeña un lugar, tomando 3 subgrupos de autoevaluación, tales como, las relaciones con las comunidades, las relaciones con las administraciones públicas y las Políticas globales y sistemas de gestión que a través de 16 interrogantes facilita la estimación del comportamiento que presenta la empresa en el cumplimiento de sus actividades.

Actividad 2. Aplicación del instrumento para conocer información relevante en cuanto al contexto y los grupos de interés de la empresa, a partir de la posición del gerente.

La aplicación del instrumento de diagnóstico sobre la Responsabilidad Social empresarial para el Restaurante Boyacá en cada uno de sus factores de gestión, se da a conocer la estrategia de evaluación al gerente a través de un encuentro presencial en el que se da respuesta a cada uno de los interrogantes del cuestionario, mismo que se realiza bajo un formato Excel que arroja una respuesta automática según la calificación otorgada obteniendo un resultado veraz y fidedigno.

Actividad 3. Tabulación y análisis del cuestionario aplicado al gerente de la empresa en los componentes de: gerencia y gestión responsable, calidad de vida laboral, aprovisionamiento responsable, productos y marketing responsable, gestión medio ambiental y compromiso con la comunidad.

En congruencia con los resultados obtenidos el formato del instrumento el cual tabula automáticamente y realiza el resumen global resumen facilitando el procesamiento de la información. Se anexa el resultado global obtenido en Responsabilidad social en el restaurante Boyacá.

Tabla 3

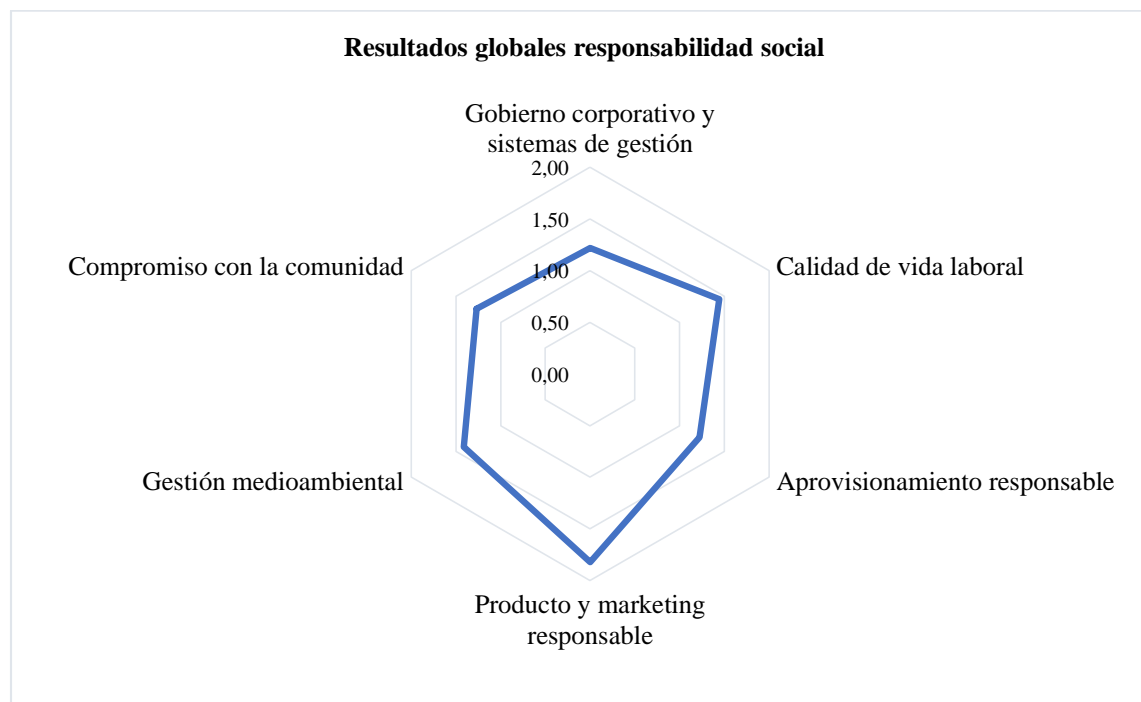
Resultados globales en responsabilidad social empresarial del restaurante Boyacá

Componentes	Brecha puntaje obtenido/ respuestas válidas	Puntaje obtenido	N° de respuestas válidas
Gobierno corporativo y sistemas de gestión	1,22	28	23
Calidad de vida laboral	1,44	78	54
Aprovisionamiento responsable	1,22	11	9
Producto y marketing responsable	1,82	31	17
Gestión medioambiental	1,41	24	17
Compromiso con la comunidad	1,27	19	15

Nota. La tabla recolecta los resultados globales en responsabilidad social empresarial del restaurante Boyacá.

Figura 2

Resultados globales responsabilidad social del restaurante Boyacá



Nota. La gráfica representa los resultados globales en responsabilidad social del restaurante Boyacá.

Los datos obtenidos a través del cuestionario donde la mayor cifra que se puede obtener en cada factor es un total de 2,0 puntos vislumbra que el mayor factor de cumplimiento es producto y marketing responsable con un total de 1,82 caracterizado por la posibilidad de especificar para cada producto o gama de productos la cuota de mercado nacional, la existente transparencia en la información brindada de los posibles riesgos de los productos y servicios que se ofrecen acompañado de los respectivos registros de infracciones cometidas en marketing y publicidad en conjunto de las demandas ratificadas por organismos reguladores.

Por otro lado, el diagnóstico genera la puntuación más baja con 1,22, tres décimas más bajas que la media, en gobierno corporativo y sistemas de gestión debido a que los distintos niveles jerárquicos no participan en la elaboración de visión, misión y valores éticos; las directrices éticas no son incorporadas en una estrategia de comunicación; los niveles de la organización no son alineados en la temática de la RS ocasionando que no se asume una posición de liderazgo concreto en materia de RS. Así mismo, en aprovisionamiento responsable, se obtiene el mismo resultado, con un 1,22, caracterizado por no promover o generar iniciativas de colaboración con los proveedores y subcontratistas para alinear sus prácticas laborales con los requisitos RS de la organización y no se toman en cuenta los impactos sobre los derechos humanos, como parte integrante de las decisiones de abastecimiento, incluyendo selección de proveedores y contratistas.

3.1.2 Diagnosticar las prácticas de responsabilidad social empresarial de la empresa restaurante Boyacá.

Actividad 1. Diseñar instrumentos para la recolección de datos relacionados con la RSE, en función de la perspectiva de los principales grupos de interés de la empresa.


Se diseñan 3 encuestas en función de la perspectiva de los principales grupos de interés de la empresa: clientes, trabajadores y proveedores.

El cuestionario es desarrollado en aspectos sociales, económicos y ambientales de incumbencia de los grupos de interés al cual se pretende evaluar, la cual es compartida por medio de los formularios de google con el objetivo de facilitar la extensión, el procesamiento de información y, a su vez, el desgaste de material (hojas de papel).

A continuación, se presenta el cuestionario diseñado para cada grupo de interés seleccionado.

Figura 3

Encuesta empleados restaurante Boyacá




ENCUESTA EMPLEADOS

INTERROGANTE	SI	NO
2. ¿Considera usted que sus sugerencias para el mejoramiento de procesos internos de la empresa son tenidas en cuenta?		
3. ¿Cree que las operaciones de la empresa son adecuadas?		
4. ¿El clima organizacional es apto para el correcto desempeño de sus funciones?		
5. Según su desempeño ¿la empresa le otorga beneficios?		
6. ¿Cuentan con un manual de seguridad para realizar sus funciones?		
7. ¿La empresa cumple con las prestaciones sociales?		
8. En la empresa, ¿las conductas inadecuadas se sancionan?		
9. ¿Tiene usted conocimiento de las políticas de la empresa?		
10. ¿Está de acuerdo con la creación de un comité de ética y conducta?		

Nota. La imagen evidencia el instrumento diseñado para los proveedores del restaurante Boyacá.

Figura 4

Encuesta proveedores restaurante Boyacá



SOCIAL

1.- En una escala del 1 al 5 siendo 1 la calificación más baja y 5 la más alta, califique la relación comercial con la empresa Restaurante Boyacá.

Muy buena
 Buena
 Regular
 Mala
 Muy mala

2.- Indique el tiempo de relaciones comerciales con la empresa:

1 - 3 años
 4 - 6 años
 7 - 9 años
 Más de 9 años

3.- ¿Ha participado en actividades que involucren beneficios a las comunidades?

Sí
 No

ECONÓMICO

4.- ¿Considera que los niveles de contratación y remuneración son aceptables por sus trabajadores?

Sí
 No

5.- ¿En el último año ha asignado recursos económicos para la realización de actividades sociales?

Sí
 No

AMBIENTAL

6.- ¿A partir de su actividad económica ha participado en campañas para la conservación y cuidado del medio ambiente?


Sí
 No

7.- ¿Considera que dentro de su empresa se racionaliza el consumo de energía eléctrica y agua?

Nota. La imagen evidencia el instrumento diseñado para los proveedores del restaurante Boyacá en función de aspectos sociales, económicos y ambientales.

Figura 5

Encuesta clientes restaurante Boyacá



SOCIAL

1.- En una escala del 1 al 5 siendo 1 la calificación más baja y 5 la más alta, califique la atención recibida por parte de la empresa.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

2.- ¿Considera usted que la empresa tiene en cuenta su opinión en el momento de desarrollar sus productos y servicios?

Sí
 No

ECONÓMICO

3.- ¿Cree usted que el valor de los productos y servicios ofrecidos por la empresa son justos?

Sí
 No

4.- ¿Considera usted que la empresa mantiene un vínculo a través de las redes sociales?

Sí
 No

AMBIENTAL

5.- ¿Conoce usted si la empresa cuenta con prácticas para mitigar la contaminación ambiental?

Sí
 No

6.- ¿Se promueven y fomentan iniciativas de reciclaje?

Sí
 No

7.- ¿Considera que la empresa Restaurante Boyacá cuenta con mecanismos adecuados para conocer su opinión en cuanto al nivel de satisfacción de sus productos?

Sí
 No

Nota. La imagen evidencia el instrumento diseñado para los clientes del restaurante Boyacá en función de aspectos sociales, económicos y ambientales.

Actividad 2. Aplicación de los instrumentos para la recolección de datos relacionados con la RSE, en función de la perspectiva de los principales grupos de interés de la empresa.

Primer grupo de interés: Empleados

La aplicación de los instrumentos para la recolección de datos relacionados con la RSE en función de la perspectiva del primer grupo de interés: Empleados se implementó como técnica de validación una encuesta dirigida a los empleados del restaurante Boyacá que emplea un total de siete (7) empleados: tres (3) cocineros, tres (3) meseros y un (1) asador.

Los siete (7) empleados respondieron un cuestionario que agrupa un total de diez (10) interrogantes de única opción (Sí/No) con el objetivo de determinar la percepción en aspectos como beneficios, prestaciones sociales, participación en toma de decisiones y procesos internos del restaurante que se clasificaran en tres (3) ejes: Social, económico y medioambiental.

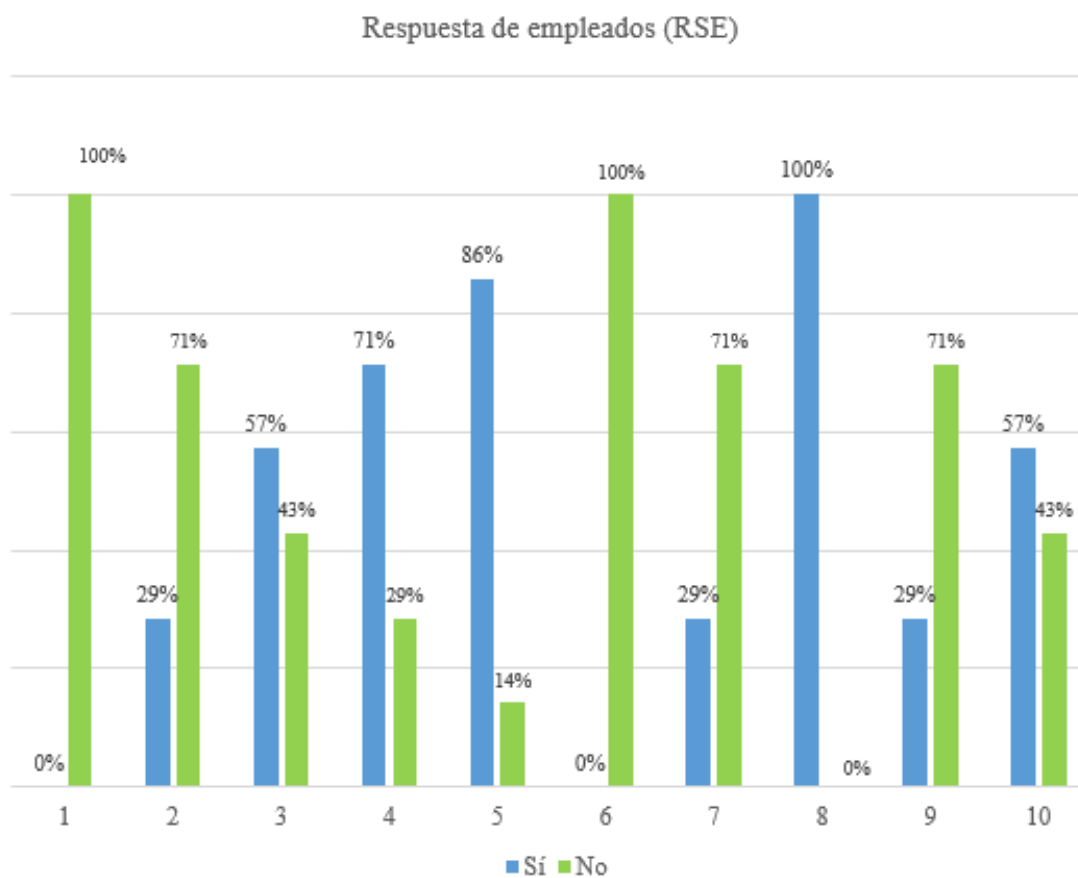
Tabla 4*Respuesta de empleados*

Preguntas	Sí	No	Sub total	Sí	No
1. ¿Tiene conocimiento de la misión y visión de la empresa?	0	7	7	0%	100%
2. ¿Considera usted que sus sugerencias para el mejoramiento de procesos internos de la empresa son tenidas en cuenta?	2	5	7	29%	71%
3. ¿Cree que las operaciones de la empresa son adecuadas?	4	3	7	57%	43%
4. ¿El clima organizacional es apto para el correcto desempeño de sus funciones?	5	2	7	71%	29%
5. Según su desempeño ¿la empresa le otorga beneficios?	6	1	7	86%	14%
6. ¿Cuentan con un manual de seguridad para realizar sus funciones?	0	7	7	0%	100%
7. ¿La empresa cumple con las prestaciones sociales?	2	5	7	29%	71%
8. En la empresa, ¿las conductas inadecuadas se sancionan?	7	0	7	100%	0%
9. ¿Tiene usted conocimiento de las políticas de la empresa?	2	5	7	29%	71%
10. ¿Está de acuerdo con la creación de un comité de ética y conducta?	4	3	7	57%	43%

Nota. La tabla evidencia las respuestas obtenidas en cada interrogante por cada empleado.

Figura 6

Resultados obtenidos por los empleados frente a los interrogantes diseñados



Nota. La imagen contiene la gráfica de los resultados obtenidos por los empleados frente a los interrogantes diseñados.

Por medio del cuestionario dirigido a los 7 empleados del restaurante Boyacá se identificó que existen medidas de sanción frente a conductas inadecuadas en el desarrollo de las actividades del restaurante que es evidenciado por el 100% de los empleados, favoreciendo al clima organizacional donde el 71% sostiene que este es apto para el correcto desempeño de las funciones. Así mismo, el restaurante ofrece beneficios a sus empleados, caracterizados por el 86% que declara que según el desempeño se le otorgan beneficios, acciones que pueden

satisfacer y mantener cubiertas algunas de las necesidades de sus empleados en función al clima y un poco en motivación laboral, sin embargo, no cubre las debidas prestaciones sociales, afirmación que es sostenida por el 71%.

Por otro lado, el 71% considera que sus sugerencias para el mejoramiento de procesos internos de la empresa no son tenidas en cuenta, lo que puede ser algunas de las causas por las que ellos no se preocupan por conocer la misión y visión del restaurante que se plasma en el 100% ni de las políticas del mismo donde el 71% de los empleados afirma no conocerlas.

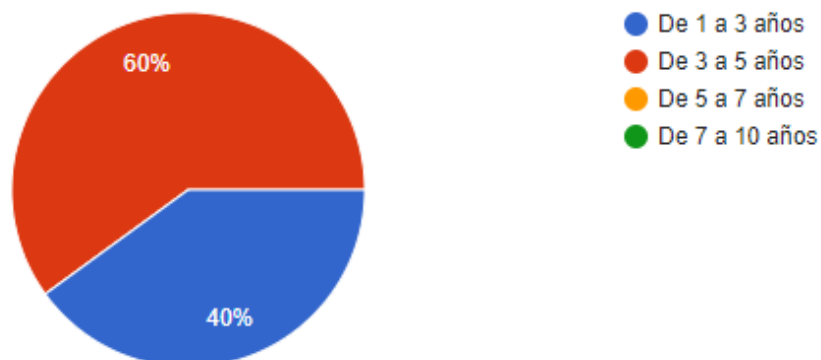
Segundo grupo de interés: Proveedores

En la aplicación del segundo grupo de interés: Proveedores, se lleva a cabo a través de un cuestionario diseñado por medio de los formularios de google con 8 preguntas de enfoque social, económico y ambiental de respuestas sí, no y rango según corresponda para asegurar la dirección de la información recolectada.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos por medio del formulario realizado en google con su respectiva gráfica para cada interrogante.

Figura 7

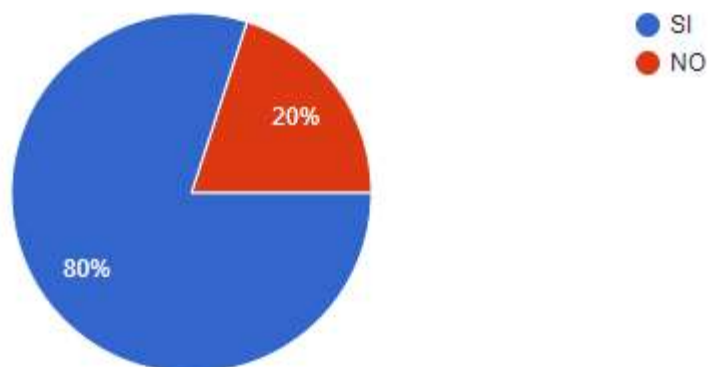
Tiempo de relaciones comerciales con el Restaurante Boyacá



Nota. La figura evidencia el resultado obtenido por parte de los proveedores del restaurante Boyacá en el tiempo de vinculación en relaciones comerciales.

Figura 8

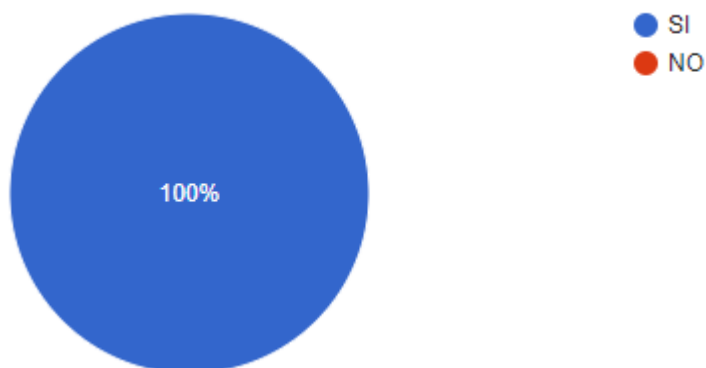
Participación en actividades que involucran beneficios a la comunidad



Nota. La figura evidencia el resultado obtenido de los proveedores del restaurante Boyacá en la participación en actividades que involucran beneficios a la comunidad.

Figura 9

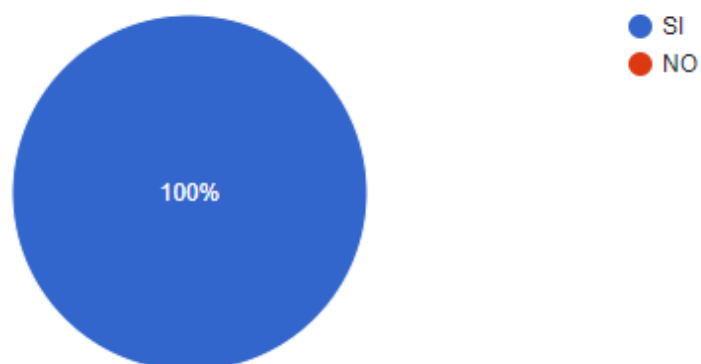
Manejo de descuentos condicionados para mejorar la relación con los clientes



Nota. La figura evidencia el resultado obtenido de los proveedores del restaurante Boyacá respecto al manejo de descuentos condicionados para mejorar la relación con los clientes.

Figura 10

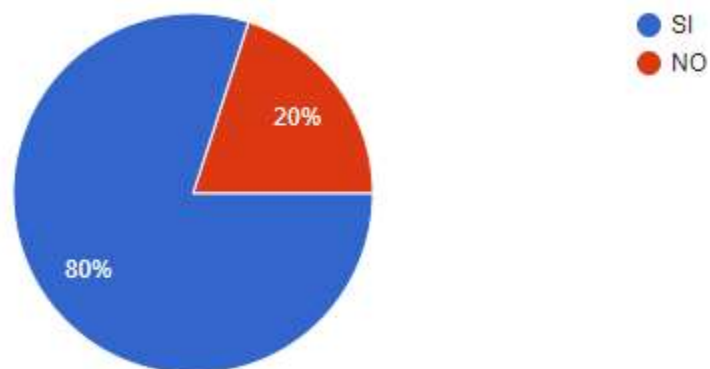
Nivel de contratación y remuneración aceptable en los trabajadores



Nota. La figura evidencia el resultado obtenido de los proveedores del restaurante Boyacá en el nivel de contratación y remuneración aceptable en los trabajadores.

Figura 11

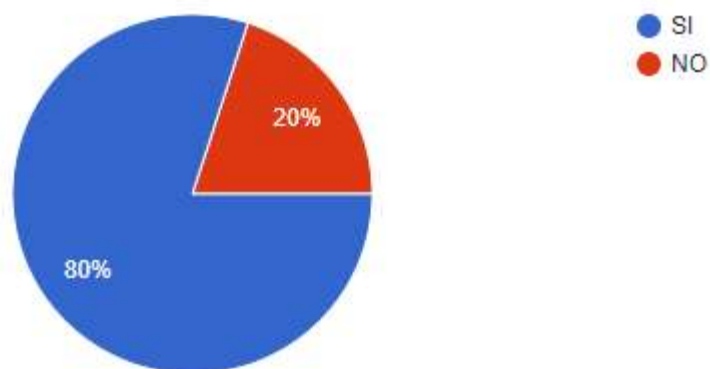
Asignación de recursos económicos para la realización de actividades sociales



Nota. La figura evidencia el resultado obtenido de los proveedores del restaurante Boyacá respecto a la asignación de recursos económicos para la realización de actividades sociales.

Figura 12

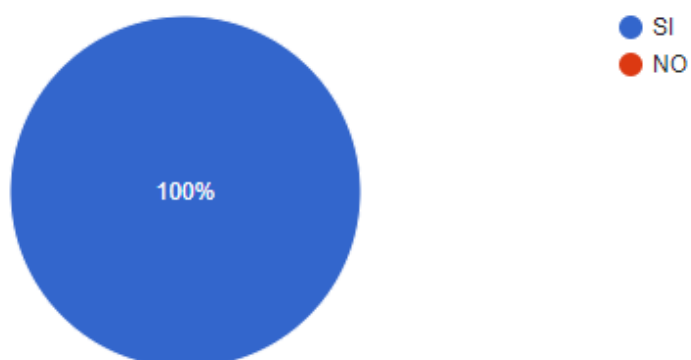
Participación en campañas para la conservación y cuidado del medio ambiente



Nota. La figura evidencia el resultado obtenido de los proveedores del restaurante Boyacá sobre la participación en campañas para la conservación y cuidado del medio ambiente.

Figura 13

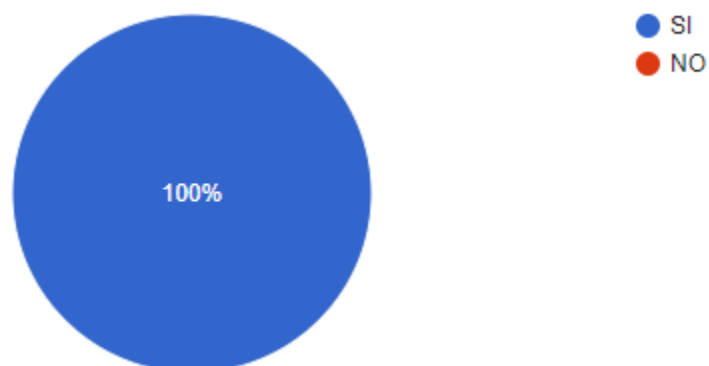
Racionalización del consumo en energía eléctrica y agua potable



Nota. La figura evidencia el resultado obtenido de los proveedores del restaurante Boyacá respecto a la racionalización del consumo en energía eléctrica y agua potable en las instalaciones.

Figura 14

Disposición para la vinculación en programas de responsabilidad social empresarial



Nota. La figura evidencia el resultado obtenido de los proveedores del restaurante Boyacá frente a la disposición para la vinculación en programas de responsabilidad social empresarial.

Para mayor comprensión se realiza una tabla que acumula los resultados de la encuesta ejecutada en las preguntas de respuesta única Sí/No.

Tabla 5

Resumen respuesta de proveedores del restaurante Boyacá

Interrogante	Sí	No	Sub total	Sí	No
¿Maneja descuentos condicionados para mejorar la relación con sus clientes?	5	0	5	100%	0%
¿Considera que los niveles de contratación y remuneración son aceptables por sus trabajadores?	5	0	5	100%	0%
¿En el último año ha asignado recursos económicos para la realización de actividades sociales?	4	1	5	80%	20%
¿A partir de su actividad económica ha participado en campañas para la conservación y cuidado del medio ambiente?	4	1	5	80%	20%
¿Considera que dentro de su empresa se racionaliza el consumo de energía eléctrica y agua potable?	5	0	5	100%	0%
¿Estaría dispuesto a vincularse con programas de responsabilidad social empresarial?	5	0	5	100%	0%

Nota. La tabla evidencia las respuestas obtenidas en los interrogantes dispuestos a los proveedores del restaurante Boyacá de respuesta única Sí/No.

Los datos obtenidos en la encuesta evidencian que respecto al tiempo de relaciones comerciales del restaurante Boyacá con sus proveedores, más de la mitad de estos cumplen de 3 a 5 años de vinculación comercial sustentado por el 60% donde la otra parte de estos cumplen de 1 a 3 años por lo que existen relaciones a largo plazo con los proveedores en las que el 100% de los proveedores manejan descuentos condicionados para mejorar esta relación.

Además, el 100% considera que otorga niveles de contratación y remuneración aceptables para los trabajadores cumpliendo con la responsabilidad frente a los empleados, responsabilidad que también se desarrolla frente a la comunidad ya que el 80% asigna recursos

económicos para la realización de actividades sociales y ha participado en campañas para la conservación y cuidado del medio ambiente; así mismo, en las actividades comerciales existe la racionalización en el consumo de energía eléctrica y agua potable que es practicada por el 100% de los proveedores, mismos que están dispuestos a vincularse con programas de responsabilidad social empresarial en un 100%, igualmente.

Tercer grupo de interés: Clientes

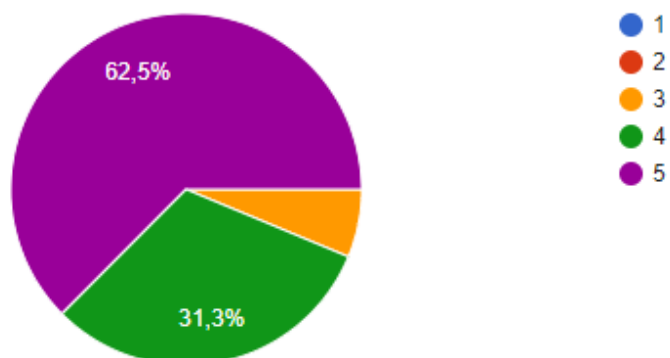
La recolección de información en el tercer grupo de interés: clientes, al igual que el anterior, se utiliza un cuestionario diseñado por medio de los formularios de google con 7 preguntas distribuidas en un enfoque social, económico y ambiental de respuestas sí, no y escala de Likert según corresponda para asegurar la dirección de la información recolectada.

De esta manera se realizó la aplicación del instrumento a través de un muestreo no probabilístico teniendo en cuenta una selección basada en la interacción comercial en la última semana de junio.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos por medio del formulario realizado en google con su respectiva gráfica para cada interrogante, respondido por 32 clientes del restaurante.

Figura 15

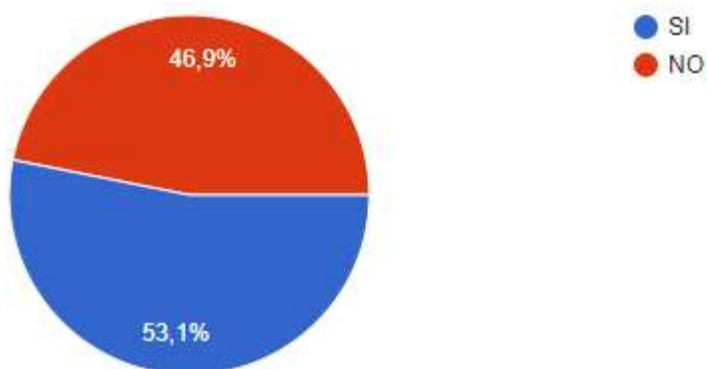
Calificación de la atención al cliente del restaurante Boyacá



Nota. La figura representa la calificación otorgada al restaurante Boyacá respecto a la atención que presta a sus clientes.

Figura 16

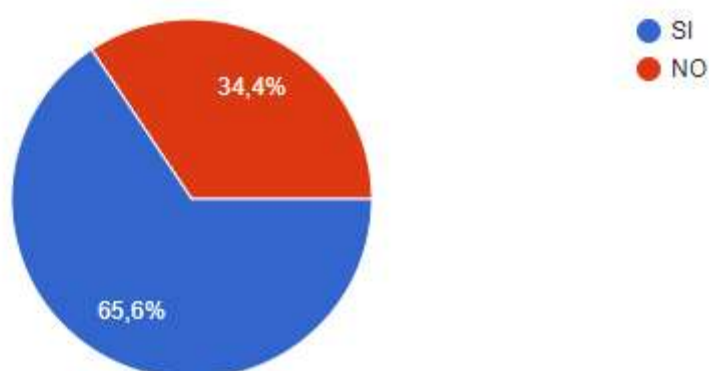
Consideración de la opinión de los clientes en el desarrollo de productos y servicios



Nota. La figura representa el resultado obtenido en la consideración que tiene el restaurante Boyacá sobre la opinión de los clientes para el desarrollo de productos y servicios.

Figura 17

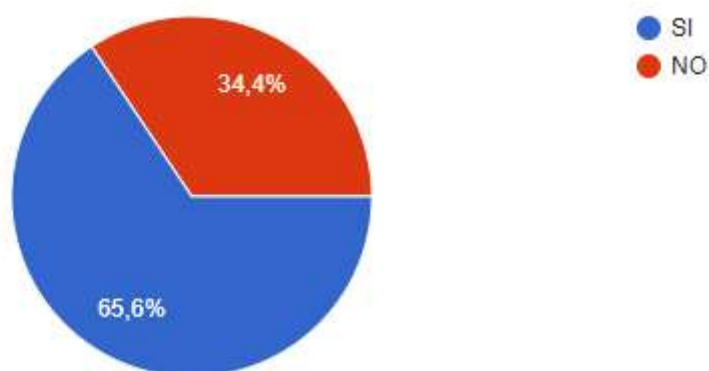
Oferta de productos y servicios a precio justo



Nota. La figura representa el resultado obtenido respecto al ofrecimiento de un valor justo en los productos y servicios del restaurante Boyacá según la perspectiva de los clientes.

Figura 18

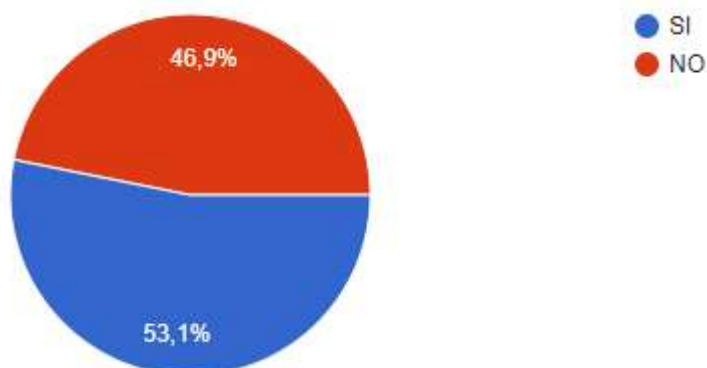
Existencia de vínculo empresa-cliente a través de las redes sociales



Nota. La gráfica evidencia el resultado obtenido respecto a la consideración de los clientes respecto al uso de las redes sociales por parte de la empresa para forjar un vínculo con estos.

Figura 19

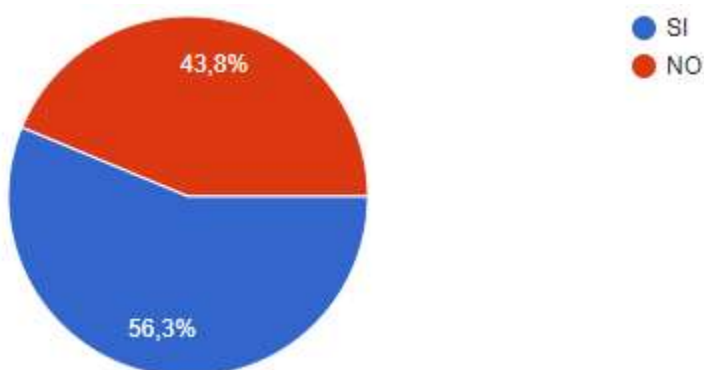
Existencia de prácticas para mitigar la contaminación ambiental



Nota. La gráfica evidencia el resultado obtenido respecto a la perspectiva de los clientes frente a prácticas realizadas por el restaurante Boyacá para mitigar la contaminación ambiental en el desarrollo de su actividad comercial.

Figura 20

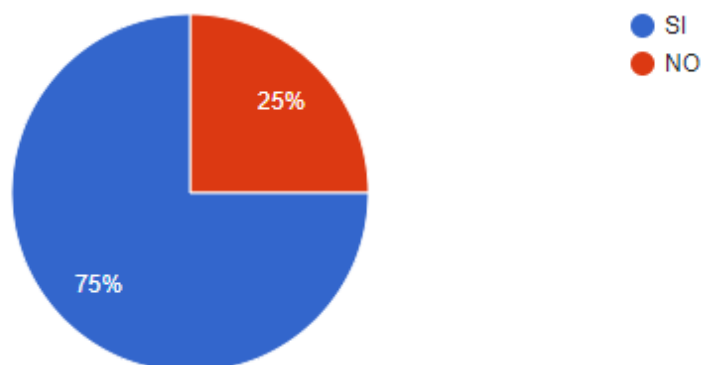
Promoción y fomento de iniciativas de reciclaje



Nota. La gráfica evidencia el resultado obtenido sobre la promoción y fomento de iniciativas de reciclaje por parte del restaurante Boyacá.

Figura 21

Existencia de mecanismos adecuados para conocer la opinión y nivel de satisfacción frente a los productos



Nota. La gráfica evidencia el resultado frente a la existencia de mecanismos adecuados para conocer la opinión y nivel de satisfacción de los clientes frente a los productos ofrecidos por el restaurante Boyacá.

Para mayor comprensión se realiza una tabla que acumula los resultados de la encuesta ejecutada en las preguntas de respuesta única Sí/No.

Tabla 6

Resumen respuesta de clientes del restaurante Boyacá

Interrogante	Sí	No	Sub total	Sí	No
¿Considera usted que la empresa tiene en cuenta su opinión en el momento de desarrollar sus productos y servicios?	17	15	32	53%	47%
¿Cree usted que el valor de los productos y servicios ofrecidos por la empresa son justos?	21	11	32	66%	34%
¿Considera usted que la empresa mantiene un vínculo a través de las redes sociales?	21	11	32	66%	34%
¿Conoce usted si la empresa cuenta con prácticas para mitigar la contaminación ambiental?	17	15	32	53%	47%
¿Se promueven y fomentan iniciativas de reciclaje?	18	14	32	56%	44%
¿Considera que la empresa Restaurante Boyacá cuenta con mecanismos adecuados para conocer su opinión en cuanto al nivel de satisfacción de sus productos?	24	8	32	75%	25%

Nota. La tabla evidencia las respuestas obtenidas en los interrogantes dispuestos a los clientes del restaurante Boyacá de respuesta única Sí/No.

Las cifras suministradas por la encuesta direccionada a los clientes del restaurante Boyacá reflejan que de un rango de 1 a 5, donde 1 es la calificación más baja y 5 la más alta, un 63% otorga una calificación de 5, en la atención al cliente, satisfaciendo plenamente a la mayoría de los clientes. El 31% y el 6% restante califican el servicio con un 4 y 3, respectivamente, lo que concluye un buen servicio por parte del restaurante, acumulado un 94% de respuesta positiva en este aspecto.

Consecuentemente, el 75% considera que el restaurante cuenta con mecanismos adecuados para conocer la opinión en cuanto al nivel de satisfacción de los productos ofrecidos a través del uso de redes sociales el restaurante mantiene un vínculo con los clientes, afirmación que es sostenida por el 66%; este mismo porcentaje de clientes, sustenta mantiene que el valor de los productos y servicios ofrecidos por la empresa son justos.

A nivel medioambiental, existe una perspectiva del 53% en prácticas para mitigar la contaminación ambiental por parte del restaurante, frente al 47% que niega el conocimiento de a implementación de alguna practica frente a esta situación, así mismo, el 56% afirma que se promueven y fomentan iniciativa de reciclaje.

Actividad 3. Establecer el informe diagnóstico de las prácticas de RSE, articulando la perspectiva de la gerencia y los principales grupos interesados.

El informe diagnóstico de las prácticas de RSE en articulación con las perspectivas de los grupos de interés seleccionados se crea una tabla que agrupa los aspectos frente a cada eje: social, económico y medio ambiental, con el propósito de brindar de manera explícita las acciones que desempeña el restaurante Boyacá en cada uno de estos ejes.

Tabla 7 *Ejes de la Responsabilidad social empresarial*

Ejes de la RSE	Acciones y práctica de RSE en los grupos de interés del restaurante Boyacá
1. Social	<p>1.1 Se realiza aporte social en beneficios a los niños de escasos recursos por medio de brindar alimentos del menú del restaurante.</p> <p>1.2 Se considera la opinión de los clientes en el desarrollo de productos y servicios.</p> <p>1.3 Se disponen de mecanismos adecuados para conocer el nivel de satisfacción de los clientes y su opinión frente a los productos.</p>
2. Económico	<p>2.1 Cumplimiento puntual en la cancelación de pagos: salarios, costos y gastos.</p> <p>2.2 Se otorgan incentivos a los empleados.</p> <p>2.3 La mayoría de los clientes considera que el valor de los productos y servicios ofrecidos por la empresa son justos.</p> <p>2.4 Los proveedores maneja descuentos condicionados para mejorar la relación con sus clientes.</p> <p>2.5 Se mantiene un vínculo a través de las redes sociales con los clientes.</p>
3. Medio ambiental	<p>3.1 Consumo responsable de energía eléctrica y agua potable.</p> <p>3.2 Práctica correcta de reciclaje en los residuos generados.</p> <p>3.3 Se promueven y fomentan iniciativas de reciclaje.</p> <p>3.4 Existe disposición en los proveedores para la vinculación en programas de responsabilidad social empresarial.</p>

Nota. La tabla recolecta las acciones desempeñadas por el restaurante Boyacá en cada uno de los ejes de RSE según la perspectiva de los principales grupos de interés seleccionados.

3.1.3 Proponer herramientas administrativas orientadas a la gestión de la responsabilidad social empresarial en la empresa Restaurante Boyacá.

Actividad 1. Elaboración de un código de ética que contribuya al desempeño del proceso de RSE.

El código de ética elaborado para el restaurante Boyacá recolecta presenta los valores que rigen al restaurante Boyacá y se solidifica por medio de artículos aspectos respecto a imagen personal del personal, usos de dispositivos, conductas que ameritan sanción, entre otros aspectos con el objetivo de regular y estructurar un comportamiento ético en el cumplimiento en las funciones administrativas, de servicio y control, para así mantener los más altos niveles éticos en el desarrollo de la actividad comercial.

Figura 22

Código de ética restaurante Boyacá



Nota. La imagen evidencia la creación del código de ética para el restaurante.


El presente código consta de una introducción, de un objetivo general y unos valores corporativos, y se constituye por 5 artículos que determinan el aspecto regulatorio y orientador para el desarrollo del proceso de responsabilidad social empresarial.

Actividad 2. Planteamiento de un manual de funciones y competencias para el comité de ética como organismo orientador del proceso RSE.

Se plantea un manual de funciones para el comité de ética como organismo orientador y de control encargado de crear y velar el cumplimiento de políticas que promuevan las acciones del restaurante Boyacá en función de la responsabilidad social empresarial, este manual de funciones sustenta el perfil y las funciones generales de sus respectivos miembros.

Tabla 8

Manual de funciones-Comité de ética y de conducta

	MANUAL DE FUNCIONES
Comité de ética y conducta	
Órgano de control encargado de velar por el cumplimiento de políticas establecidas en el código de ética por medio de acciones y medidas correctivas objetivas	
Integrantes	
Gerente Representante de los trabajadores Asesor externo	
Perfil	
Representante de los trabajadores	
Tener una vinculación con la empresa de un mínimo de dos (2) años. Ser elegido por votación. No tener ninguna falta dentro o fuera de la empresa (moral o ética). Ser ejemplo a seguir para los empleados.	
Asesor externo	
Formación profesional en el área administrativa o afines y en RSE. Experiencia de mínimo dos (2) años en el asesoramiento en el ámbito de conducta y responsabilidad social empresarial. No tener antecedentes penales.	
Funciones generales	

Gerente: Máxima autoridad del comité de ética, encargado de la dirección de la empresa y brindar a los demás integrantes información pertinente de la empresa.

Representante de los trabajadores: Vocero de la perspectiva laboral cuyo principal objetivo es velar por la calidad laboral.

Asesor externo: Persona delegada en brindar opiniones imparciales ante el gerente y el representante de los trabajadores ante las situaciones que se presenten en la empresa y su impacto en la sociedad.

Nota. La tabla representa el manual de funciones del comité de ética y de conducta diseñado para el restaurante Boyacá.

Actividad 3. Socialización de las herramientas administrativas propuestas antes los directivos de la empresa para el desarrollo de la responsabilidad social empresarial.

La socialización de las herramientas administrativas a los directivos del restaurante Boyacá se hace a través de una reunión en la que se comparten los instrumentos de recolección de información (encuesta trabajadores, proveedores, clientes), código de ética, manual de funciones y el diagnóstico de Responsabilidad social, los cuales serán de gran utilidad para la transformación y evaluación del restaurante. Así mismo, se culminan las actividades con la empresa y se presenta el debido agradecimiento por la oportunidad de todo este periodo como pasante en el establecimiento.

A continuación, se anexa documento que testifica esta actividad.

Figura 23

Constancia de actividades



Nota. La imagen evidencia la constancia de la finalización de las actividades y la entrega de los documentos y herramientas descritas.

4. Diagnóstico final

La experiencia vivenciada en el restaurante Boyacá al ser parte del equipo administrativo aporta a mi formación profesional en aspectos como evidenciar la importancia de la planeación, organización, dirección y control en el funcionamiento eficiente de un establecimiento, mismo que sin ser resaltado textualmente en las obligaciones de los directivos, se construye en cada proceso como una función ideal para un cumplimiento satisfactorio.

Así mismo, comprender las necesidades que se presentan en la interacción con los clientes, proveedores y trabajadores, como grupos de interés directos, donde prima el tipo de comunicación que se promueve y respeta en estas relaciones y el impacto que ocasiona en la sostenibilidad y armonía de la empresa.

Por otra parte, puedo testificar las grandes ventajas que aportan la implementación de herramientas tecnológicas y canales de comunicación por medio de redes sociales, que, aunque puedan parecer un desgaste cuando de su implementación se trata, se convierte es un agilizador y potencializador de recursos y oportunidades en el rendimiento de los procesos.

Como resultado, considero que esta oportunidad en mi formación logró permitirme aterrizar conceptos y procesos que me permitieron un espacio de retroalimentación y reflexión beneficiosa para mi futuro como administrador de empresas.

5. Conclusiones

El restaurante Boyacá está comprometido con la calidad de los productos y el servicio que ofrece a sus clientes, caracterizándose por un trato respetuoso y humano, siendo más que un prestador de servicios/productos, transmite armonía familiar, por lo que fue gratificante compartir estos meses de pasante con grandes personas que no solo aportan en la construcción profesional sino a la personal y humana.

El reconocimiento de la información relacionada con los grupos de interés del restaurante se realizó de manera satisfactoria gracias a la colaboración permanente de los directivos, trabajadores, empleados y la buena disposición de los clientes, dando como resultado la recolección oportuna de la información pertinente.

Bajo este contexto, se pudo diagnosticar las prácticas de responsabilidad social empresarial del restaurante, identificando aspectos favorecedores de algunas de sus actividades en aspectos sociales, económicos y medioambientales, como lo son el reciclar, consumir responsablemente el agua y la electricidad, la incentivación laboral, la buena comunicación con los clientes, el cumplimiento puntual en la cancelación de obligaciones con los trabajadores y proveedores, entre otros.

En este orden de ideas, se culmina con la propuesta de herramientas administrativas en la gestión de RSE, donde todas las actividades relacionadas a esto se alcanzan gracias a la disposición y aceptación de todo el personal que conforma el restaurante, resultado en la completa elaboración y socialización del código de ética y el manual de funciones que son entregados a los directivos en conjunto del diagnóstico de RSE, resaltando la calidad humana de

todo el personal que conforma a este restaurante y que hizo posible una experiencia gratificante y enriquecedora en cada objetivo planteado.

6. Recomendaciones

Durante este periodo de pasantía, caracterizado por experiencias gratificantes y aprendizajes que ofrecen la oportunidad de no solo absorber sino aportar a la construcción de esa empresa que posibilitó este espacio, en este orden de ideas, se expresan las oportunidades de mejora que se pudo observar.

El restaurante maneja una red considerable de proveedores, por lo que la entrada y salida del inventario amerita un control más riguroso que favorezca la toma de decisiones y la rendición de cuentas; por lo que, igualmente, se resalta la importancia de implementar un software contable ideal para la agilización de estos y otros procesos que aportan a la reducción de tiempo y el desgaste de los empleados.

Finalmente, en relación a la responsabilidad social, la consideración por parte del restaurante de acercarse a comunidades vulnerables, participar en campañas sociales y optimizar los recursos del restaurante potencializando no solo el control de los desechos sino la disminución de los mismos, son aspectos que favorecen la imagen corporativa y a la sociedad.

Referencias

- Morales , M., & Pech , J. (Abril-junio de 2000). Competitividad y estrategia: el enfoque de las competencias esenciales y el enfoque basado en los recursos. *Contaduría y Administración*(197).
- Cajiga, J. F. (2017). *Universidad Nacional Autónoma de México*. Obtenido de Universidad Nacional Autónoma de México:
<https://www.rua.unam.mx/portal/recursos/ficha/71012/el-concepto-de-la-responsabilidad-social-empresarial>
- Departamento administrativo de la función pública . (28 de Diciembre de 1990). *Función pública*. Obtenido de Función pública:
https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=281
- Fernández , J. L., & Bajo, A. (julio-diciembre de 2012). La Teoría del stakeholder o de los grupos de Interés, pieza clave de la RSE, del éxito empresarial y de la sostenibilidad. *aDResearch ESIC*, 6(6), 138.
- INCONTEC. (2015). *Mincomercio*. Recuperado el 2022, de Mincomercio:
https://www.citur.gov.co/upload/publications/documentos/94.NTS_USNA_001.pdf
- Minsalud. (1979). *Minsalud*. Recuperado el 2022, de Minsalud:
https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/LEY%200009%20DE%201979.pdf
- Navarro, G. T., Bayona, J. A., & Jaime, J. A. (2021). *Responsabilidad social empresarial en el sector solidario : herramienta para su gestión*. Ocaña: Ecoe Ediciones Limitada.
- Porter, M. E. (1987). *Ventaja competitiva*. México: Grupo editorial patria.

Quesada. (2020). *Direccionamiento estratégico Restaurante Boyacá*. Archivo Restaurante Boyacá.

Apéndice A. Cronograma de actividades

No. Act	Actividad	Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1	Identificación de instrumentos de recolección de datos relacionados con la RSE de la empresa																								
2	Aplicación del instrumento																								
3	Tabulación y análisis del cuestionario aplicado al gerente de la empresa																								
4	Diseñar instrumentos para la recolección de datos relacionados con la RSE																								
5	Aplicación de los instrumentos para la recolección de datos relacionados con la RSE																								
6	Establecer el informe diagnóstico de las prácticas de RSE																								
7	Elaboración de un código de ética que contribuya al desempeño del proceso de RSE.																								
8	Planteamiento de un manual de funciones y competencias para el comité de ética																								
9	Socialización de las herramientas administrativas propuestas antes los directivos de la empresa																								

Código de Ética





ÍNDICE

- 1-** Introducción.
- 2-** Objetivo general.
- 3-** Valores corporativos.
- 4-** Artículos.

INTRODUCCIÓN

La presentación del Código de Ética del Restaurante Boyacá es un hecho muy significativo e importante para quienes formamos parte de esta Empresa, ya que la presentación de las normas que rigen nuestro trabajo diario, enmarca el actuar de cada uno de nosotros en sus áreas de trabajo. El tener presentes cada una de estas normas significa evaluar la manera en que nos conducimos y vivimos nuestra cultura como personas y organización.





OBJETIVO GENERAL

Regular y estructurar un comportamiento ético en el cumplimiento de cada una de nuestras funciones administrativas, de servicio y control, manteniendo los más altos niveles éticos en el desempeño de cada uno de los colaboradores en el compromiso de nuestra labor.





VALORES CORPORATIVOS

Igualdad: El restaurante Boyacá busca un trato idéntico, sin que mida algún tipo de diferencia por raza, sexo, condición social o económica, condición, física, mental, intelectual, o de cualquier naturaleza.

Transparencia: Cada uno de nuestros trabajadores serán justos y fieles a los principios morales en la prestación de los servicios.

Integridad: En nuestra organización la integridad es un aspecto muy importante ya que se entiende como la capacidad que tiene una persona de actuar en consecuencia con lo que se dice o lo que se considera que es importante.

Responsabilidad: Para nosotros la responsabilidad juega un papel muy importante en el cumplimiento íntegro de todas nuestras actividades.



Nuestros Valores



ARTÍCULOS

ARTICULO 1.

Este artículo tiene como finalidad el cumplir y velar el horario laboral establecido por las directivas del Restaurante Boyacá.

- a. Turno mañana: (5:30 am a 4:00 pm)
- b. Turno tarde: (4:00 pm a 11:00 pm)

ARTICULO 2.

Según las directivas del Restaurante Boyacá, cada trabajador debe cumplir respectivamente con su dotación en excelentes condiciones acompañado de un buen aseo personal.

- a. Se debe mantener limpios los zapatos.
- b. Mantener uñas limpias y cortas
- c. Mantener cabello recogido acompañado de su respectivo gorro.

ARTICULO 3.

La organización prohíbe el uso de dispositivos electrónicos en el horario laboral.

Excepciones:

- a. Calamidad doméstica.
- b. Citas médicas

ARTICULO 4.

Las conductas personales e interpersonales son importantes para el funcionamiento adecuado y la construcción de un ambiente favorable que no desestime ningún cargo, labor o tarea dentro de la organización ni comprometa el desarrollo personal, emocional o físico de la integridad humana y derecho de los trabajadores.

Se evitará las relaciones amorosas o de cualquier índole sentimental entre trabajadores del Restaurante Boyacá.

Será meritorio de despido inmediato aquellas personas que cometan las siguientes faltas:

- a. acoso sexual o laboral.
- b. Consumo de drogas.
- c. Conductas agresivas.
- d. Vocabulario indebido.

ARTICULO 5.

Consolidar un comité de ética como órgano de control de este código y ofrecer una perspectiva y acciones objetivas frente a cada uno de los artículos establecidos.

Comité de Ética:

- Gerente.
- Representantes de los trabajadores.
- Asesor externo