

**Datos Generales**

<b>Proyecto</b>	Diagnostico del nivel de compromiso social y ambiental en las empresas del sector gastronómico en Barranquilla		
<b>Estado</b>	INACTIVO		
<b>Semillero</b>	UNIAUTONOMA		
<b>Área del Proyecto</b>	Ciencias Sociales	<b>Subárea del Proyecto</b>	Administración
<b>Tipo de Proyecto</b>	Proyecto de Investigación	<b>Subtipo de Proyecto</b>	Propuesta de Investigación
<b>Grado</b>	X SEMESTRE	<b>Programa Académico</b>	ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS Y HOTELERAS
<b>Email</b>	jpalacio@uac.edu.co	<b>Teléfono</b>	3126150107

**Información específica**

**Introducción**

Somos conscientes de lo importante que es nuestro compromiso con el mundo de cuidar y preservar el equilibrio el medio ambiente y velar porque nuestra sociedad tampoco se vea fuertemente por nuestras acciones, y si lo hacemos sabemos que es un deber tomar acciones pertinentes a para reducir el impacto generado a través de proyectos se que encaminen a compensar los daños. En diferentes sectores económicos se han realizado investigaciones para conocer los impactos negativos generados por las empresas de los diferentes sectores, y así también cuales son las acciones que hacen para remediar de alguna el daño causado, que están haciendo estas empresas para contribuir a la preservación del medio ambiente y su retribución a la sociedad. El sector gastronómico es una fracción de la economía que también genera impactos tanto al medio ambiente como a las sociedades, al medio ambiente debido al consumo de recursos naturales como muchos de los alimentos y la generación de desechos orgánicos, y a las sociedad misma por la estimulación del consumismo y en muchos casos contaminación a algunos de sus comensales. Pero conocemos cuántas de estas empresas están cuidando y retribuyendo al entorno, y tampoco las estrategias que emplean para hacerlo.

**Planteamiento**

Con el crecimiento de las poblaciones, sus necesidades y exigencias aumentan perpendicularmente generando así también el crecimiento de los mercados y su variedad empresarial dentro del mismo. Pero es un tema de actualidad y de suma importancia la retribución por el impacto generado al entorno y el compromiso con el medio ambiente por parte de todas las empresas en el mundo, y esto acoge asimismo a las empresas dentro del sector gastronómico en Colombia, quienes estimulan el consumismo y son parte de la cadena de explotación del recurso ambiental. Por esto es importante que se conozcan las estrategias que emplean estas empresas para retribuir el daño causado al ambiente. En Barranquilla existen más de 1400\*(cámara de comercio de Barranquilla) establecimientos de expendio de alimentos y bebidas y se sabe de muy poco sobre las iniciativas de estas empresas con respecto a compromiso social y ambiental en el entorno. Por esto el motivo de esta investigación es conocer, cuántas de estas empresas tienen en cuenta la iniciativa de la retribución al entorno y sus estrategias empleadas.

**Objetivo General**

Conocer el nivel de aporte que tienen las empresas del sector gastronómico en Barranquilla en materia de responsabilidad social y ambiental

**Objetivos Específicos**

Identificar cuántas de estas empresas están retribuyendo hacia las problemáticas ambientales y de su entorno. □ Conocer como aportan estas empresas al entorno y cuáles son las estrategias que emplean.

**Referente**

Asumir una posición de indiferencia ante los crecientes problemas que están afectando a la humanidad (contaminación ambiental, violencia, desorden social, pérdida de principios y valores, aumento de los estados depresivos, deslegitimación del orden establecido y más), será para el mundo entero la peor catástrofe vivida. Son las organizaciones empresariales, los profesionales, el estado y las entidades educativas las que deben asumir una posición de liderazgo para combatir estos flagelos. Por afectados que estemos, es hora de replantear la responsabilidad social de la empresa en todas sus dimensiones, pues de no hacerlo, para ella misma y para toda la sociedad, será tomar palco para ser testigos de nuestro propio entierro. Son los padres de familia, los maestros de colegios y escuelas, las universidades, los gremios empresariales, los gobiernos territoriales, el estado, la misma iglesia y todas aquellas personas y organizaciones que de alguna forma inciden hoy en el mañana, los llamados a asumir un liderazgo con una posición ética, moral y de responsabilidad que no permita seguir construyendo un nefasto y fatídico futuro. El tema de la responsabilidad social en las empresas, aún no ha sido asimilado con la suficiente seriedad que merece, pues su filosofía y la forma en que se ha venido tratando, tiende a ir en contradicción con los intereses empresariales, los que son sin discusión alguna, producir ganancias, es decir, que la actividad empresarial sea un ejercicio rentable. Es por dicha razón, que interesado en el tema, lo presenté con una serie de componentes que harán de él algo interesante para empresarios y unidades productivas, pues la "RESPONSABILIDAD SOCIAL, ES UN BUEN NEGOCIO", dicho de otra forma, las acciones con responsabilidad social no son un gasto, es una inversión que genera Ganancias y Utilidades, en algunos casos de forma inmediata, y en otros a mediano y largo plazo. Es poco probable que una empresa asuma una política de responsabilidad social si se le convierte en un gasto que va en contra de sus intereses y estados financieros, pues no podemos desconocer que en el lenguaje empresarial todo se mide en costos de inversión y en la recuperación de la misma. Cuando se adquiera conciencia de que la Responsabilidad social es una inversión que produce retornos en utilidades, los empresarios y directivos asumirán un liderazgo positivo en el tema, y esto es más que probable, es una realidad hacer de la responsabilidad social una acción de ganancias para la misma empresa. Tito González (consultor Organizacional, Experto en responsabilidad Social).

**Metodología**

Se recopilara información de los más altos gremios del sector gastronómico tales como ACODRES y otros entes que lideren proyectos en el sector gastronómico, para conocer las iniciativas que poseen ante esta temática de responsabilidad social. Para esta indagación se entrevistara a los responsables para conocer más a fondo las acciones y estrategias que emplean estos líderes y después compararlos con lo que hacen las empresas del sector. Se emprenderá una acción de investigación a través de una encuesta a un listado al azar de empresas del sector gastronómico dentro de las cuales estarán tanto como las pequeñas, medianas y grandes empresas. Para las pequeñas y medianas solo tendremos en cuenta aquellas que se encuentran legalizadas y/o vinculadas a la cámara de comercio de Barranquilla y en lo que concierne a las grandes empresas básicamente aquellas proveedoras de insumos para la producción de las PYMES. De una población de más de 1400 empresas (cámara de comercio de Barranquilla) tomaremos 140 distribuidos entre los estratos 3, 4, 5 y 6 en la ciudad de Barranquilla.

**Resultados Esperados**

Como parte del proceso de formulación de la propuesta y recolección de información se estima preparar un Artículo: “ El nivel de compromiso de las empresas del sector gastronómico en Barranquilla” (Artículo para postular como editable para publicación, en la revista Dimensión Empresarial de la facultad de Ciencias administrativas, económicas y contables. ISSN. 16928563)

**Conclusiones**

La investigación esta aun en curso así que todavía no se han podido establecer conclusiones

**Bibliografía**

Fernández García, Ricardo. Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial. □ González S., Tito. La responsabilidad social de la empresa, un buen negocio. Argentina: El Cid Editor | apuntes, 2009

**Integrantes**

iActualmente no existen integrantes para este proyecto!

**Instituciones**

**NIT**

**Institución**

8901025729

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL CARIBE