

Capítulo 3

Implementación de los programas de Responsabilidad Social Empresarial en Colombia desde la sostenibilidad: caso Andrés^{®1}

*Diana María López Celis²
Mónica Eugenia Peñalosa Otero³*

-
- ¹ Agradecemos a Andrés Jaramillo Flórez, propietario de Andrés Carne De Res; a Claudia Marcela Hernández Á., directora de R.E.S y Bienestar de Andrés®, y a Luz Mery Rojas, coordinadora Andrés y Lucía, quienes nos proporcionaron información de la empresa para elaborar este documento.
- ² Magíster en Psicología, especialista en Psicología del Consumidor y psicóloga de la Universidad Konrad Lorenz, Bogotá. Docente Asociado II de la UJTL. Bogotá, Colombia. Investigadora Junior (IJ) avalada por Minciencias. diana.lopez@utadeo.edu.co
- ³ Magister en Mercadeo Agroindustrial y Profesional en Relaciones Internacionales de la Universidad Jorge Tadeo Lozano. Docente Asociado II UJTL. Bogotá, Colombia. Investigadora Junior (IJ) avalada por Minciencias. monica.penalosa@utadeo.edu.co

INTRODUCCIÓN

Las empresas juegan un papel fundamental como responsables directos del daño al medio ambiente, independientemente de las actividades que desarrollen en su entorno económico.

El concepto “Responsabilidad Social Empresarial” (RSE) surgió en Estados Unidos a finales de la década de los 50 y principios de los 60, correspondiendo a una estrategia de negocios centrada en incrementar la rentabilidad, competitividad y sostenibilidad, como parte de un nuevo modelo de desarrollo sostenible. A continuación, se enuncia la historia de la RSE dividida en tres momentos (Cardona, s.f.):

1. **Fase inicial (finales del siglo XIX y principios del siglo XX):** en este periodo no existió un marco conceptual sobre la RSE; sin embargo, algunas empresas desarrollaron actividades filantrópicas y de asistencia social.
2. **Esta primera fase (primera mitad del siglo XX):** de manera específica y sistemática, además de voluntaria, las empresas desarrollaron un criterio más social para el bienestar común y el entorno que las rodeaba.
3. **Fase segunda (segunda mitad del siglo XX):** en ella, las organizaciones asumieron un papel más crítico respecto a su quehacer empresarial y los efectos que podría tener sobre el entorno que los rodeaba. Además, el Estado inició un proceso de vigilancia y control para salvaguardar los intereses públicos y el medio ambiente.
4. **Fase tercera:** esta etapa se caracterizó por un vínculo e interrelación más estrecha entre el Estado y la empresa, que creció ante un compromiso serio, coherente y de largo plazo bajo políticas reguladoras, en cuanto a la acción empresarial, lo que permitió la unión de organizaciones y grupos de interés que estimulaban las necesidades identificadas por la sociedad.

El Pacto Mundial de las Naciones Unidas, anunciado en 1999 durante el Foro Mundial de Davos, Suiza, y puesto en marcha en el 2000, señalaba que las empresas debían implementar dentro de su estructura interna y trabajar por los principios universales (derechos humanos, normas laborales y medio ambiente), de esa manera surgió la RSE (Expósito, 2008, citado en Cardona, s.f.).

Adicionalmente, estas acciones estaban ligadas a la sostenibilidad, concepto que actualmente las empresas a nivel mundial implementan en sus sistemas de gestión. La sostenibilidad es entendida como: “el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (Macedo, 2005, p. 2).

Este término entrelaza tres categorías a fin de brindar una solidaridad transgeneracional, a saber: “medioambiental (medio ambiente, herramientas de evaluación, recursos, tecnologías verdes), social (valores e impactos sociales) y económicas (aspectos económicos, la gestión, las partes interesadas, la política y las políticas)” (Hanning *et al.*, 2012, citado en Cortés y Peña, 2015, p. 45).

Por ello, las políticas de RSE de cada organización se sustentan en los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y el concepto de sostenibilidad, emitido en 1987 por la Comisión Brundtland de Naciones Unidas, en su informe *Nuestro futuro común* (Cortés y Peña, 2015, p. 42).

Desde un enfoque global, respecto a la producción de bienes y servicios –acción que incluye los costos asociados a la producción, así como los procesos y servicios del negocio–, se debe adoptar una posición seria frente a la responsabilidad de las prácticas, por ejemplo: la eliminación de desechos y emisiones con máxima eficiencia y productividad de todos los activos y recursos.

ANDRÉS® ... LA HISTORIA DESDE SU CONCEPCIÓN... BIENVENIDOS A CHÍA

En 1982, Andrés Jaramillo, creador y dueño de Andrés Carne de Res, tenía 24 años de edad y buscaba el rumbo de su vida. Después de dejar la casa de sus padres y abandonar la universidad vivió con su pareja, María Stella, en Chía, un pueblito cercano a Bogotá, en donde vivir no era tan costoso como en la ciudad. En las veredas vivía gente interesante, de faldón y pelo largo, medio hippies, inquietos intelectualmente y de neuronas alborotadas.

Andrés y María alquilaron una casa sencilla, pero llena de amor, a unas cuadras de donde hoy existe un restaurante. En ese momento, comenzaron a buscar alternativas para sustentarse económicamente.

Chía⁴ era un pueblito sabanero muy bonito, considerado como la despensa de Bogotá y la nevera de carnes; los fines de semana los bogotanos almorzaban en Chía y hacían su mercado.

La cabaña de eucalipto

Una tarde, cuando Andrés regresaba a su casa con tristeza abrumadora porque las cosas no salían bien, al pasar por la carretera variante de Chía, que en ese entonces era un camino polvoriento y poco demarcado, le llamó la atención una cabaña con paredes de orillos de eucalipto, de inmediato pensó que ese sería un lugar perfecto para poner un restaurante.

Entonces le contó a Stella y ella estuvo de acuerdo, así que fueron a visitar al viejo campesino que tenía en ese lugar un tenderete (puesto) de ternera en la llanera, en el que no entraba nadie; finalmente, lograron convencerlo de que les alquilara el lote y la cabaña por 1.500 pesos colombianos

⁴ Chía es un municipio colombiano del departamento de Cundinamarca, ubicado en la Provincia de Sabana Centro, a 10 km al norte de Bogotá.

El reinado de la carne

Desde siempre, Andrés sabía que el restaurante iba a ofrecer carnes a la parrilla, por influencia de su cuñada argentina, quien era experta en asados y preparaba unas ensaladas deliciosas. El resto viene por recuerdos de la mesa familiar, pues siempre había arepas, patacones, carne molida, hogo⁵ y otras delicias típicas de Colombia. Actualmente, aquel restaurante es un lugar que huele a carne a un kilómetro a la redonda.

El solsticio de verano

Andrés Carne de Res abrió el sábado 19 de junio de 1982, un día con Sol sabanero, tibio y brillante, y de horas lentas como un caracol. Sin embargo, años más tarde, el creador cambió la fecha, cuando le preguntaban sobre la apertura, decía que en realidad había sido el 21 de junio, día del solsticio de verano; de esta manera, la iluminación del Sol tuvo que ver con la fundación del restaurante.

Lo cierto, es que fue durante dicho mes, quizá por la emoción, Andrés no tiene memoria del primer día, pero supone que asistió toda la parentela,⁶ quien era su mercado en ese momento. Lo que sí recuerda con claridad es el gozo que le produjo decorar la cabaña, pues comenzó a darse cuenta del encanto que tenía para él ese lugar. El ranchito original aún existe dentro del restaurante, a pesar de la lucha contra la modernidad; ahora lo llaman “*El viejo comedor de las parrillas*”.

La primera sede de Andrés Carne de Res era un ranchito que daba lástima, no tenía agua ni energía eléctrica, estaba ubicado a un lado de la carretera variante de Chía, en ese entonces polvorienta y llena de huecos. Un lote vecino les vendía luz a escondidas, a través de cables que pasaban por un maizal; surtir agua al restaurante era un viacrucis que hoy cuesta recordar. Y para completar, el habitante del lote izquierdo, un viejito cascarrabias que atendía un vivero, hizo todo lo posible para dañar el negocio, pero no lo logró.

El 21 de junio, solsticio de verano, se celebra la noche de San Juan, fiesta antiquísima festejada por diversas culturas. Esta fecha señala la entrada del verano, un momento de máxima luz solar, el día más largo del año (15 horas por el día y 7 por la noche).

Los griegos, romanos y celtas lo celebraban con verbenas, música y danzas. En Grecia el día estaba destinado al culto del dios Apolo, al que tributaban con procesiones de antorchas; creían que la magia del solsticio abría las puertas del Olimpo y por un momento, el hombre podía gozar de los privilegios de los dioses.

El gaviero no se equivocó... no propiamente para el solsticio de verano, pero sí para el 7 de septiembre de 2009. Fecha en que ANDRÉS® D.C., abrió sus puertas para alegrar los

⁵ Guiso o salsa sofrita en aceite que se emplea para aderezar diferentes platos. Sus ingredientes principales son: cebolla, tomate y sal, a los cuales se le añaden otros condimentos al gusto, como ajo, cilantro, comino y pimienta.

⁶ Conjunto de parientes de una persona.

corazones de miles de personas, con sed de alimentar sus sentidos, pues ese era el objetivo, vender experiencias por medio de los sentidos de quienes lo visitan.

La esencia del concepto de ANDRÉS® D.C., existe por la naturaleza del cambio, del desplazamiento a la ciudad, la esencia cosmopolita, una casa abierta, sin prejuicios, generosa y vigorosa, capaz de albergar a miles bajo el mismo techo... la riqueza de la ciudad es su potencial, el valor de la experiencia continua y novedosa que busca el comensal, la variedad de lo urbano... Sin dejar de deslumbrarse por lo urbano, ni olvidar de dónde venía ni quién le dio vida, recreó la cabañita de eucalipto de hace 28 años, y fundó Andrés® Exprés Paradero. Al inicio era un desolado comedor, pero en menos de lo que canta un gallo, adquirió personalidad y se convirtió en el desayunadero perfecto para quienes salían de sus casas hacia la sabana sin probar bocado, y acogió a los que deseaban almorzar delicias *andresianas* o tomar un espumoso chocolate antes de volver a casa, si no se les hacía tarde.

La tabla del 2 les quedó chiquita, y con ansias de crecer y explorar nuevos horizontes, nació la idea de establecer una plaza de mercado con cotereros,⁷ frutas que por doquier protagonizaban un carnaval de colores y vendedores de especias y aguacates en las esquinas.

Tras meses de arduo trabajo de un equipo comprometido con la causa, se logró materializar la idea y se convirtió en “La plaza de Andrés®”; hoy en día, es un espacio mágico que se localiza en el pleno corazón de la zona rosa bogotana, al lado de ANDRÉS® D.C. La plaza puede trasladar al comensal a un mercado de barrio, pues evoca olores, colores, sabores y memorias que immortalizan la esencia y un poquito del origen de la cabaña de eucalipto, pero con más metal y menos madera.

EL TALENTO HUMANO DE ANDRÉS®

Esta empresa cuenta con un equipo colaborativo interdisciplinario al servicio de los comensales, visitantes y viajeros. La empleabilidad de Andrés es de 1 900 personas, de las cuales 1 014 son hombres y 886 mujeres; respecto al lugar de vivienda, 643 personas residen en Chía, 1 203 en Bogotá y 54 en municipios aledaños.

Portafolio de productos

ANDRÉS® cuenta con el Registro Nacional de Turismo, en la categoría de establecimiento de Gastronomía y Similares, la carta es amplia, tiene oferta nacional e internacional y cumple con la Norma NTS TS-004 para establecimientos gastronómicos y bares, que exige los requisitos de sostenibilidad. Además, realiza campañas y programas de sensibilización e invita al consumo responsable.

⁷ Hombre que tiene como oficio cargar objetos pesados o descargar camiones.

Ofrece 1 295 productos, entre ellos: acompañamientos (125), sopas, consomés y cremas (35), ensaladas y quesos (38), de la parrilla (43), cocina de marco (41), desayunos, medias nueves y onces (74), vinos (183), licores (174), barra marina (22), del río y del mar (24), entre otros.

Su esencia permite la construcción de un mundo diferente y especial. Desde la gerencia contagian la particularidad de su marca, que lleva más de 33 años brindando a los visitantes la mejor experiencia gastronómica y rumbera nacional e internacional, pues se preocupa por el bienestar tanto de los comensales como del equipo de trabajo, de los colaboradores de la compañía y del entorno en que viven y se relacionan.

ANDRÉS® tiene una área de comunicación que maneja los medios, a través de redes sociales y masivos. A nivel de distribución, existe un punto principal en Chía: 4 plazas, 13 Andrés Express y un D.C., en Bogotá, todos directos sin franquicias.

Una vez analizada la historia empresarial, existen diversas formas en que las empresas pueden participar y beneficiarse de la responsabilidad empresarial. La pregunta de investigación de este trabajo es: ¿cuáles son los programas de responsabilidad empresarial implementados por Andrés Carne de Res en Bogotá, Colombia?

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo general: Definir los programas de responsabilidad empresarial a nivel social y ambiental, implementados por Andrés Carne de Res.

Este trabajo se desarrolló mediante una investigación con alcance exploratorio.

Enfoque: Cualitativo.

Tipo: Estudio de caso descriptivo, que permite presentar un informe detallado del caso (objeto de estudio).

Técnicas:

- Fase 1: recolección de información por medio de fuentes secundarias.
- Fase 2: entrevistas en profundidad con guía no estructurada.
- Muestra objetivo: área encargada del programa de responsabilidad social en Andrés Carne de Res.
- Unidad Muestral: personal encargado del programa de responsabilidad empresarial en Andrés Carne de Res, director del programa y dos coordinadores de programas.
- Muestreo: no probabilístico con base en expertos y de caso típico en forma voluntaria.
- Categorías de análisis: programas de responsabilidad empresarial, social y ambiental.

RESULTADOS

La RES fue una iniciativa de Andrés Jaramillo en 2008. Para poder transmitir el espíritu que durante años han profesado, se creó el área de Responsabilidad Empresarial Social (RES) (cualquier parecido con el negocio, es pura coincidencia), mediante ésta y con

indicaciones del creador, se desarrollaron varias iniciativas que han hecho partícipe a la comunidad y han beneficiado enormemente las áreas de influencia. En un inicio se utilizó un modelo asistencialista, el cual buscaba aportar al desarrollo social del entorno, mediante donaciones.

Como resultado de un proceso de fortalecimiento y mejora, la RES enfoca hoy día sus esfuerzos para llevar a cabo planes sostenibles y, por ende, invertir en programas sostenibles, sociales y ambientales, cambiando la perspectiva del aporte y generando mayor impacto en la comunidad.

El área de RES está conformada por un grupo de colaboradores, quienes trabajan en la identificación de los impactos positivos y negativos de la actividad propia del restaurante, a fin de fortalecer los primeros y generar estrategias para mejorar las prácticas empresariales, de esta manera, se reconoce la importancia de trabajar en pro de los grupos de interés y del medio ambiente, y el papel de la RES como parte integral de la labor y vida diaria.

Dicha área se encuentra bajo la dirección del área de Talento Humano –ambas están adheridas al Pacto Global–, y aplica los principios del acuerdo internacional en las áreas, los procesos y procedimientos.

Andrés Carne de Res avanza hacia un elemento que genera valor, no sólo en el presente, sino también en el futuro; y promueve entre su equipo de trabajo la visión que tienen como empresa: construir una cadena de valor que incluya el núcleo familiar, el cual permite desplegar prácticas sostenibles desde el inicio.

La RES, como es llamada al interior de las empresas, es entendida como “los comportamientos de negocio basados en valores éticos y principios de transparencia que incluyen una estrategia de mejoramiento continuo en la relación entre la empresa y sus partes” (Ministerio de Educación, 2006). Aunque se puede definir, explícitamente, como aquellas acciones encaminadas a mitigar el impacto que genera la empresa en sus grupos de interés (Holders). García (2007, p. 2) la define como: “prácticas empresariales vinculadas al sistema de gestión, que están encaminadas a mejorar las relaciones con los diferentes grupos u organizaciones con los que se relaciona la Empresa”. Para la Organización Internacional del Trabajo (OIT),

la Responsabilidad Social de la empresa es el conjunto de acciones que toman en consideración 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 (Rivarola, 2013, p. 1).

Proyección social

Desde la perspectiva social, se evidencia que el proyecto Andrés y Lucía forma parte del eje social del sistema de gestión del grupo Inmaculada Guadalupe y Amigos S.A.S, implementado por Andrés Carne de Res. Las acciones corporativas cumplen con uno de los objetivos de Talento Humano: establecer políticas éticas y desarrollar comportamientos socialmente

responsables, actos solicitados por el Pacto de las Naciones Unidas, quien “pide a las empresas adoptar, apoyar y promulgar, dentro de su esfera de influencia, un conjunto de valores fundamentales en las áreas de derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y anticorrupción” (2015a).

Gracias a estas medidas, Andrés y Lucía fomenta el principio quinto del mismo pacto: “erradicación del trabajo infantil” (Pacto mundial, 2015b), mediante la implementación de talleres para el óptimo desarrollo biopsicosocial de los niños, niñas y adolescentes de Chía.

Proyecto Andrés y Lucía

Un corazón, una idea. El proyecto surgió a partir de la búsqueda de lo más importante en el mundo: la felicidad. Su objetivo es, desde una forma no material, generar felicidad en los corazones de los más pequeños y entregar espacios para que los niños aledaños sean felices.

La idea nació en 2008 y se ha mantenido hasta el día de hoy gracias a las herramientas que utiliza (deporte, danza y arte), con ellas, se han logrado cambios en los corazones de los participantes. Desde su inicio, ha contado con la participación de 2649 niños, niñas y adolescentes.

El proyecto contribuye a la mitigación de problemas sociales, como drogadicción, alcoholismo, uso excesivo o mal uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), abuso sexual, etc. Andrés y Lucía ocupa un espacio en los corazones andresianos de los participantes, pues nació con esencia andresiana y con el propósito de hacer feliz a todos aquellos que lo integran.

Taller de Deportes

En el Taller de Deportes, el fútbol es la herramienta principal para crear convivencia entre niños y niñas que dedican tiempo, mente y corazón para ser parte de esta estructura que pieza a pieza crece llena de emociones, momentos y experiencias que dejan huella en aquellos que han vivenciado, durante 10 años, mañanas y tardes deportivas.

El taller ha mejorado los hábitos de vida desde la disciplina, el compromiso, el respeto y la creación de lazos irrompibles, con directivos, docentes y compañeros, quienes aseguran un lugar único en sus corazones, y por el cual se continúa trabajando.

Taller de Artes Plásticas

En este taller los participantes pueden expresar su creatividad, pensamientos y sentimientos mediante herramientas artísticas, por ejemplo, técnicas secas (lápiz, colores, carbón), técnicas húmedas (vinilo, acuarela, óleo, aerografía) y escultura (plastilina y porcelanocrón).

El taller fortalece las habilidades artísticas de niños, niñas y adolescentes, prueba de ello, son las exposiciones que han realizado en el municipio de Chía, durante el Festival de Arte Estudiantil, en el Salón de Artistas “Bernardo Páramo”, que se realiza en la biblioteca HO-QABIGA, así como en los diferentes municipios de Cundinamarca.

Taller de Artes Escénicas

Danzar significa establecer un vínculo activo entre el hombre y la naturaleza. Es el primer conocimiento sintético del mundo, anterior al concepto y la palabra. El teatro es poesía que sale del libro para hacerse humana. Los participantes de este taller aprenden el significado de la danza folclórica, el teatro negro y el baile latino, expresan sus ideas, propias y ajenas, mediante el uso de técnicas y destrezas inherentes a las artes escénicas.

Los objetivos y contenidos se fomentan y se articulan en torno a dos ejes de actuación: 1. Potenciar la formación integral del individuo y 2. Incidir en su formación humanista y artística mediante la apropiación de un conocimiento amplio. Ambos ejes considerados desde diferentes perspectivas, pero partiendo de la vivencia y experiencia de conceptos y situaciones.

Andrés y Lucía es la parte lúdica que robustece el desarrollo individual y grupal, hace énfasis en el fortalecimiento de habilidades de comunicación verbal y no verbal, conductas sociales con participación grupal, relaciones interpersonales, cooperación y respeto, además de los autoesquemas (autoconfianza, autoestima y autoconcepto).

En 2012, creó el taller “Los Súper Papás de Andrés”, el cual se caracteriza por ser un espacio que brinda herramientas a los padres de familia para fortalecer el vínculo familiar.

Proyección ambiental

Inmaculada Guadalupe y Amigos S.A.S., cuenta con un área ambiental en el marco de RSE. Andrés Carne de Res ayuda a cuidar el planeta y se destaca por su compromiso ambiental enfocado a la sostenibilidad, por medio de iniciativas que evitan la contaminación de los recursos y fomentan su cuidado y uso razonable. Bajo el marco de la sostenibilidad, Andrés Carne de Res cuenta con:

- **Huerta e invernadero:** por iniciativa de mamá Stella, como la nombra Andrés, se construyó “el invernadero” de 280 m², que entró en funcionamiento el 26 de noviembre de 2012, en él se cultivan de forma orgánica: tomate larga vida, perejil crespo, perejil liso, cilantro y 10 variedades de lechuga (tatsoi, verde crespa, verde lisa, rúgula, cogollo rojo y verde, mitzuna verde y roja, roble rojo y verde). En este proyecto, un campesino del sector se vincula a la compañía. Por instrucción del creador, desde 2009, Andrés Carne de Res cuenta con “la huerta”.

- **Programa Uso eficiente y ahorro de agua:** en las unidades de negocio se lleva a cabo la campaña de sensibilización “Ahorremos a Cántaros”, el programa cuenta con sistemas *push* en baños, método ahorrador de agua en grifería que controla el caudal de los puntos con válvulas.
- **Programa Uso Eficiente y Ahorro de Energía:** se estandariza la iluminación por áreas y horas, contemplado en el documento “*Fireup*”.
- **NTS-TS004:** Se cumple el marco de sostenibilidad de la Norma Técnica Sectorial para establecimientos gastronómicos y bares, NTS-TS004. De acuerdo con el Decreto 3075 de 1997 y la Resolución 2674 de 2013, se estableció un plan de saneamiento que consta de cuatro programas.
- **Manejo de residuos:** Realizar una adecuada segregación contribuye al aprovechamiento de la mayor parte de los residuos generados, y disminuir la cantidad de residuos entregados a la empresa de servicios públicos. Para ello, se basan en la codificación de residuos establecida en la Guía Técnica Colombiana GTC-24.
 1. **Residuos orgánicos o biodegradables:** La operación realiza la segregación de residuos de comida, disponiéndola en la caneca correspondiente. En 2017, se realizó la disposición de 1 396 080 kilos al gestor, para convertirlos en abono orgánico.
 2. **Residuos reciclables:** La operación realiza la segregación de residuos, como papel, cartón, plástico, vidrio, entre otros. En 2017, se entregaron aproximadamente 70.342 kilos, los cuales son proporcionados a la empresa encargada de realizar el proceso de reciclaje. En las oficinas se implementó la campaña de reciclaje de papel.
 3. **Residuos especiales:** Andrés recolectó en 2017, 50.163 litros de aceite vegetal usado. Este residuo se entrega al gestor correspondiente para llevar a cabo la transformación y el aprovechamiento. El aceite vegetal se convierte en Biodiesel de segunda generación.
 4. **Residuos peligrosos:** Andrés Carne de Res trabaja en la adecuada disposición final de los residuos peligrosos, en conjunto con la participación de Ecoentorno⁸ y Ecocapital,⁹ aliados para la labor.
- **Siembra de árboles:** se han sembrado 1 500 árboles de 32 especies nativas y se han decorado los espacios con 100 enredaderas y 523 plantas ornamentales.

⁸ Empresa colombiana líder en gestión integral de residuos, trabaja con un equipo ingenioso, disciplinado y eficiente para encontrar valor en lo que sus clientes ven como un problema y dar la solución ambiental más eficiente respecto a la gestión integral de residuos industriales en la Región Andina.

⁹ Empresa colombiana que trabaja en el manejo integral de residuos hospitalarios y similares. Cuenta con tecnología de punta en seguimiento a flota vehicular, control de ruta y en sistemas de tratamiento de alta eficiencia.

- **Control calidad del agua potable:** el agua que suministran debe ser de calidad potable, por ello, la controlan de la siguiente manera:
 - Lavado semestral de los tanques de almacenamiento de agua potable.
 - Análisis semestral fisicoquímico y microbiológico del agua potable.
 - Medición de pH y cloro libre con un kit colorimétrico certificado. En las unidades de negocio grandes se realiza diariamente, en el resto cada semana.
- **Control de plagas:** se controlan de la siguiente manera:
 - Ajustes locativos: el área de mantenimiento realiza los ajustes locativos necesarios en cada punto de venta para evitar el ingreso o permanencia de algún vector.
 - Control cultural: la limpieza del área de trabajo es importante, si no existen restos de comida, las plagas no se podrán alojar en las unidades.
 - Control químico: las empresas encargadas del control de plagas, con su correspondiente concepto de la Secretaría de Salud, realizan el control directo por medio de químicos.

Retos de la Sostenibilidad en Andrés

1. La Sostenibilidad en el ADN de los colaboradores

Tomando en cuenta que los colaboradores de ANDRÉS® son parte fundamental de los procesos, la RSE se propuso incluir en los procesos de inducción el tema de *sostenibilidad*, así como la exposición de un capítulo de capacitaciones para el personal antiguo. Con base en ello, se han fijado los siguientes retos respecto al término referido:

- **RETO 1.** Capacitar hasta septiembre de 2019 a 100% de los colaboradores administrativos y operativos de Andrés® en temas de sostenibilidad.
 - **Proveedores y contratistas:** este grupo inició su proceso de fortalecimiento compartiendo su política de sostenibilidad. Trabajaron en la construcción de la carta ética al proveedor, en la cual se manifiestan los compromisos en materia social y ambiental que deben cumplir los proveedores en su relación comercial con la empresa.
- **RETO 2.** Dar a conocer a sus proveedores en 2019 la “Carta ética al proveedor” y generar los procesos de acompañamiento y auditorías durante el primer semestre de 2020.
 - **Su comunidad:** en ANDRÉS®, el trabajo con la comunidad tiene como objetivo generar crecimiento, lazos de confianza y desarrollo. Por ello, se establecieron mesas de trabajo con las Juntas de Acción Comunal, se acercaron a las asociaciones de

vecinos y participaron activamente en asociaciones empresariales para el fortalecimiento de la región. Los mecanismos de comunicación que manejaron fueron: mesas de trabajo y proyectos sociales.

- **RETO 3.** Para 2019 y 2020, Andrés y Lucía y la gestión social de Andrés®, llegarán a niños, niñas y padres de la comunidad de Chía, así como a algunas zonas de Bogotá, para compartir arte y cultura colombiana.
 - **Son protectores.**

2. Andrés en contra de la Explotación Sexual Comercial Infantil (ESCNNA)

Andrés se ha comprometido con el cuidado de los niños y niñas, por ello, instaló en todas las unidades de negocio su declaración en favor de la protección de éstos, y su rechazo contra la explotación sexual y comercial mediante la campaña Somos protectores.

- **RETO 4.** En 2019 se espera vincular a todos los colaboradores de Andrés® con la campaña Somos Protectores, e iniciar el proceso de capacitación y denuncia.

A MANERA DE CONCLUSIÓN

La RSE es una herramienta fundamental y estratégica hoy en día para cualquier organización empresarial. A partir de la consolidación del proyecto Andrés y Lucía, se demostró que el desarrollo de este tipo de programas sociales enfocados a niños y adolescentes combate problemáticas como: drogadicción, alcoholismo, uso excesivo o mal uso de las TIC, abuso sexual, etc., y contribuye a la consolidación de hábitos de vida, fortaleciendo habilidades artísticas y del autoesquema (autoconfianza, autoestima y autoconcepto) de los menores de edad, en conjunto con el trabajo enfocado al reforzamiento del vínculo familiar mediante talleres dirigidos a padres.

Desde la perspectiva ambiental, se destaca el compromiso empresarial enfocado a la sostenibilidad, por medio de iniciativas que previenen la contaminación de los recursos naturales y fomentan el cuidado y uso consciente de los mismos.

La empresa tiene claro cuáles son los retos que se avecinan en el corto y mediano plazos, por ello, el tema de la sostenibilidad se maneja de forma transversal en cada proceso; el concepto se ha convertido en el ADN de cada colaborador y proceso de la cadena productiva.

De forma general, el caso de ANDRÉS® representa un claro ejemplo de cómo a partir del emprendimiento colombiano se ha logrado mantener y posicionar la marca entre sus *stakeholders* mediante el desarrollo sostenible, basado en la RES; hecho que aporta beneficios a la marca, garantizando su competitividad en un largo plazo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cardona A., D. A. (s.f.). La responsabilidad social empresarial. Concepto, evolución y tendencias. Universidad libre: Bogotá. <http://www.unilibre.edu.co/bogota/pdfs/2016/1sin/25.pdf>
- Cortés Mura, H. G. y Peña Reyes, J. I. (2015). De la sostenibilidad a la sustentabilidad. Modelo de desarrollo sustentable para su implementación en políticas y proyectos. *Rev. esc.adm.neg*, 78, pp. 40-55. <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n78/n78a04.pdf>
- Expósito, R. (2008). Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Naturaleza, historia y evolución. En *Responsabilidad Social Empresarial para emprendedores. Proyecto Bolívar Emprende 150 años*. (pp. 15-51), Cartagena, Colombia.
- García Castaño, A. (2007). Una aproximación conceptual hacia la responsabilidad social institucional. <https://es.scribd.com/document/379652450/Una-Aproximacion-Conceptual-Hacia-La-Responsabilidad-Social-Institucional>
- Hanning, A.; Abellson, A. P.; Lundqvist, U., y Svanström, M. (2012). Are we educating engineers for sustainability?: Comparison between obtained competences and Swedish industry's needs. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 13 (3), 305-320.
- Macedo, B. (2005). El concepto de Sostenibilidad. Oficina Regional de Educación para América Latina y el Caribe UNESCO. <http://tallerdesustentabilidad.ced.cl/wp/wp-content/uploads/2015/04/UNESCO-El-concepto-de-sustentabilidad.pdf>
- Ministerio de Educación (2006). Responsabilidad Social Empresarial. Recuperado de: <https://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/article-93439.html>
- Pacto Mundial Red Española (2015a). Los 10 Principios del Pacto Mundial. <http://www.pactomundial.org/2015/02/10-principios-del-pacto-mundial/>
- Pacto Mundial Red Española (2015b). Principio 5 “Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil”. <http://www.pactomundial.org/2015/04/principio-5/>
- Rivarola Ganoza, I. (2013, 24 de enero). Historia de la responsabilidad social y el desarrollo sostenible. <https://www.gestiopolis.com/historia-de-la-responsabilidad-social-y-el-desarrollo-sostenible>

DATA IN BRIEF 3

La responsabilidad social: un comparativo México, Brasil y Colombia

*Emigdio Larios-Gómez*¹⁰
*Enrique Vázquez Fernández*¹¹
*Rosalinda Armas Gómez*¹²
*Nilcéia Cristina dos Santos*¹³

¹⁰ Profesor investigador en la BUAP (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México).

¹¹ Profesora investigadora en la UATX (Universidad Autónoma de Tlaxcala, México).

¹² Profesor investigador en la UATX (Universidad Autónoma de Tlaxcala, México).

¹³ Profesor investigador en la FUMEP (Fundação Municipal de Ensino de Piracicaba, Brasil).

INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene una estructura de *Data in Brief* (Datos en resumen), se trata de un complemento a la investigación “Implementación de los programas de responsabilidad social empresarial en Colombia desde la sostenibilidad: caso Andrés®”, realizada por investigadores colombianos. Se replicó la metodología con pares investigadores en México, Brasil y Colombia, a fin de conocer cuáles son las diferencias entre México, Brasil y Colombia respecto a la responsabilidad social en las mipymes de cada país. La investigación en México, Brasil y Colombia se realizó durante el segundo semestre de 2020.

MATERIALES Y MÉTODOS

Es una investigación de tipo concluyente, descriptiva y transversal (empírica). Se aplicó una encuesta online y presencial, los datos se recogieron a través de una plataforma de encuestas en línea (Google Form), por teléfono e *in situ*, correo electrónico y redes sociales (Facebook, Twitter y WhatsApp). Las muestras estuvieron compuestas por 55 mipymes para cada país, en las cuales se entrevistaron a dueños, encargados, gerentes y directores de las empresas. La recolección de la información se realizó durante el periodo de agosto-diciembre de 2020 (vea la siguiente tabla).

Tabla DB3.1. Especificación de datos.

Elemento	Datos
Área temática	Administración y Negocios.
Área temática específica	Empresas, Responsabilidad Social, Estudios latinoamericanos.
Tipo de datos	Datos primarios, Tablas.
¿Cómo se obtuvieron los datos?	Encuesta de campo, y encuestas en línea (Google Form), por teléfono e <i>in situ</i> .
Formato de datos	Datos estadísticos descriptivos.
Factores experimentales	Se utilizaron técnicas de muestreo intencional y de conveniencia.
Características experimentales	Sólo se tomaron muestras a dueños, encargados, gerentes y directores de las empresas de los países seleccionadas.
Ubicación de la fuente de datos	Ciudad de México, Tlaxcala y Puebla (México). Río de Janeiro, Piracicaba y Ribeirão Preto en São Paulo (Brasil). Bogotá, Medellín y Cali (Colombia).
Accesibilidad de los datos	Los datos se presentan en este Data in Brief.

Fuente: elaboración propia.

Valor de los datos

- El propósito de este estudio es explorar y analizar comparativamente la responsabilidad social en las mipymes de México, Brasil y Colombia.
- Los resultados sientan las bases para contribuir a la investigación académica y la gestión práctica en las mipymes.

Descripción de datos

Con base en los datos presentados en este capítulo y los datos recabados en la encuesta aplicada en México, Brasil y Colombia, se tienen las siguientes diferencias México *vs.* Brasil *vs.* Colombia, las cuales se describen en la **Tabla DB3.2** respecto a la responsabilidad social en las mipymes y la **Tabla DB3.3** muestra los datos del perfil de los sujetos-empresarios encuestados.

La fiabilidad de la investigación se calculó con el alfa de Cronbach y se tuvo un coeficiente de 0.800 para Colombia, 0.890 para México y de 0.810 para Brasil.

Tabla DB3.2. Responsabilidad social que caracterizan a las mipymes de México, Brasil y Colombia.

Rasgos	México	Brasil	Colombia
1. Acciones para la prevención Información, formación, higienización en la empresa y su cadena de valor	95.0% 100.0%	98.0% 100.0%	96.0% 100.0%
2. Donación de material sanitario Donaciones de productos y servicios de la empresa	85.0% 50.0%	89.0% 55.0%	90.0% 54.0%
3. Impulso de campañas de recaudación de fondos <i>Crowdfunding</i> impulsadas por empresas y extendidas entre sus clientes y su red comercial para la recaudación de fondos	21.0% 15.0%	45.0% 43.0%	34.0% 32.0%
4. Reconversión de la industria Para la fabricación de material sanitario Fabricación de otros productos	80.0% 40.0% 55.0%	75.0% 34.0% 45.0%	79.0% 33.0% 46.0%
5. Infraestructura operativa y logística al servicio de la sociedad (delivery sin costo)	58.0%	78.0%	60.0%
6. Flexibilidad en los plazos y condiciones de pago	22.0%	21.0%	20.0%
7. Líneas de crédito contra la crisis	20.0%	22.0%	18.0%
8. Atención prioritaria a mayores, embarazadas, personas con discapacidad y sanitarios	80.0%	84.0%	89.0%

Continúa

Continuación

Rasgos	México	Brasil	Colombia
9. Digitalización de servicios	60.0%	79.0%	59.0%
Vía telemática	90.0%	98.0%	89.0%
Redes sociales (WhatsApp)	96.0%	99.0%	100.0%
Web site	40.0%	59.0%	34.0%
E-commerce	59.0%	65.0%	56.0%
10. Compromiso por el mantenimiento de puestos de trabajo	45.0%	48.0%	40.0%
11. Bono salarial a empleados sometidos a fuertes jornadas laborales	24.0%	35.0%	26.0%
12. Flexibilidad laboral	34.0%	40.0%	40.0%
Modalidades de teletrabajo	55.0%	67.0%	65.0%
Respeto a los horarios familiares	45.0%	40.0%	43.0%
13. Reducción del plazo de pago a proveedores pyme y autónomos	23.0%	20.0%	21.0%
14. Reducción de ingresos de altos directivos	34.0%	23.0%	32.0%
Pago a empleados con operaciones suspendidas			
0%	25.0%	23.0%	28.0%
50%	60.0%	65.0%	58.0%
100%	15.0%	12.0%	14.0%
15. Desarrollo de nuevas alianzas, públicas y privadas, más allá de la competencia			
Las alianzas, entre empresas privadas	34.0%	32.0%	29.0%
Empresa privada y el tercer sector	45.0%	40.0%	41.0%
Empresa privada y sector público	1.0%	3.0%	1.0%
Sin alianzas	20.0%	25.0%	29.0%

Fuente: elaboración propia.

Tabla DB3.3. Perfil del empresario en México, Brasil y Colombia.

Indicadores	México	Brasil	Colombia
Fundadores	73.7%	69.0%	68.0%
Hombres	84.2%	93.0%	85.9%
Mujeres	15.8%	7.0%	14.1%
Educación máxima			
Básica	42.1%	67.0%	44.0%
Media Superior	26.3%	78.0%	27.0%
Superior	26.3%	46.0%	28.0%
Permanencia en el mercado			
De 5 a 10 años	36.8%	67.0%	38.0%
De 11 a 20 años	21.1%	13.0%	24.0%
Más de 21 años	11.1%	11.0%	26.0%

Fuente: elaboración propia.