

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Gastronomía y Gestión de Restaurantes

“RELACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD
SOCIAL EMPRESARIAL Y EL
COMPORTAMIENTO AMBIENTAL DEL
PERSONAL QUE LABORA EN UN
RESTAURANTE EN EL CENTRO HISTÓRICO,
TRUJILLO - 2023”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Gastronomía y Gestión de Restaurantes

Autoras:

Elizabeth Yasmin Alvitres Terrones

Katty Esthefany Cabrera Aguirre

Asesor:

Dra. Gaby Mónica Felipe Bravo

<https://orcid.org/0000-0003-3931-8895>

Trujillo - Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidenta	MONICA DENISE ZEGARRA ALVA	18123925
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	MERCY EVELYN ANGULO CORTEJANA	40099386
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	MARIA SOLEDAD RODRIGUEZ CASTILLO	18107224
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

INFORME DE SIMILITUD

RELACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y EL COMPORTAMIENTO AMBIENTAL DEL PERSONAL QUE LABORA EN UN RESTAURANTE EN EL CENTRO HISTÓRICO, TRUJILLO - 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

19%	19%	%	%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.uwiener.edu.pe Fuente de Internet	1 %
2	ufps.metarevistas.org Fuente de Internet	1 %
3	docs.google.com Fuente de Internet	<1 %
4	repositorio.uta.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
5	www.produccioncientificaluz.org Fuente de Internet	<1 %
6	repositorio.urp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
7	revistas.ulcb.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
8	www.flacsoandes.edu.ec Fuente de Internet	<1 %

DEDICATORIA

En primer lugar, a nuestros padres por habernos forjado como las personas que somos hoy en día y por su apoyo incondicional durante el tiempo de nuestros estudios.

A nuestra asesora Dra. Gaby Mónica Felipe Bravo por habernos brindado los conocimientos y apoyo necesario para encaminarnos en este arduo proceso.

Finalmente, a todas y todos los estudiantes que persiguen sus sueños para que no se desvíen del camino y pisen fuerte en el camino al éxito.

Las autoras.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios en primer lugar por darnos la sabiduría y persistencia para saber continuar hacia nuestros objetivos a pesar de todo.

A nuestros padres por su apoyo incondicional y por el esfuerzo que día a día hacen por sacarnos adelante.

A nuestra asesora Dra. Gaby Mónica Felipe Bravo por su tiempo, dedicación y apoyo incondicional en el desarrollo de esta investigación.

Las autoras.

TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR.....	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	6
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE ANEXOS	8
RESUMEN.....	9
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	10
1.1. Formulación del problema	22
1.2. Objetivos	23
1.3. Hipótesis	23
1.4. Justificación	24
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	26
CAPÍTULO III: RESULTADOS	30
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	35
REFERENCIAS	40
ANEXOS	48

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Técnica e instrumento de recolección de datos</i>	28
Tabla 2 <i>Análisis de fiabilidad del instrumento de responsabilidad social empresarial</i>	28
Tabla 3 <i>Análisis de fiabilidad del instrumento de comportamiento ambiental</i>	28
Tabla 4 <i>Relación entre la responsabilidad social empresarial y el comportamiento ambiental del personal que labora un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo- 2023.</i>	30
Tabla 5 <i>Nivel de la aplicación de la responsabilidad social empresarial de un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo - 2023.</i>	31
Tabla 6 <i>Nivel de comportamiento ambiental del personal que labora en un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo 2023.</i>	31
Tabla 7 <i>Relación entre la responsabilidad social empresarial y la dimensión obtención del comportamiento ambiental del personal que labora en un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo - 2023.</i>	32
Tabla 8 <i>Relación entre la responsabilidad social empresarial y la dimensión consumo del comportamiento ambiental del personal que labora en un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo - 2023.</i>	33
Tabla 9 <i>Prueba de normalidad de la responsabilidad social empresarial y el comportamiento ambiental del personal que labora en un restaurante en el centro Histórico de Trujillo - 2023</i>	34

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 <i>Matriz de consistencia</i>	48
Anexo 2 <i>Matriz de operacionalización</i>	50
Anexo 3 <i>Instrumentos</i>	49
Anexo 4 <i>Prueba de V Aiken</i>	52
Anexo 5 <i>Validación juez 1</i>	53
Anexo 6 <i>Validación juez 2</i>	57
Anexo 7 <i>Validación juez 3</i>	61

RESUMEN

El presente trabajo tuvo como objetivo determinar el nivel de relación entre la responsabilidad social empresarial y el comportamiento ambiental del personal que labora en un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo, 2023. Para el desarrollo de la investigación partimos de la teoría de las variables responsabilidad social empresarial y del comportamiento del consumidor. El enfoque de la investigación fue cuantitativo, de diseño no experimental y corte transversal. Aplicado una muestra a 26 colaboradores de un restaurante en el centro histórico de Trujillo. La recolección de datos se realizó a través de un cuestionario validado previamente por expertos. De acuerdo con los resultados se ha demostrado que existe una relación positiva muy alta entre la aplicación de la responsabilidad social empresarial en el restaurante evaluado y el comportamiento ambiental de los colaboradores, así mismo se obtuvo que un porcentaje elevado (88%) de los colaboradores consideraban que el nivel de responsabilidad social empresarial aplicado en la empresa era bueno. Por lo tanto, se recomienda realizar estudios periódicos con especialistas en relación con la RSE y como este repercute en el desempeño del personal en relación con el aspecto ambiental de la organización.

Palabras Clave: Responsabilidad social empresarial, comportamiento ambiental, proceso de desperdicios.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

La responsabilidad social tiene raíces en textos que se remontan al siglo XIX, los cuales muestran las acciones de las empresas en respaldo a sus trabajadores. La creación de las Naciones Unidas y la posterior promulgación de los derechos humanos han establecido los fundamentos para una mayor sensibilización en este campo (Correa, 2007).

En la actualidad, existen grandes desafíos para las organizaciones en el intento de adaptarse a los constantes cambios del entorno, para cambiar las competencias y el compromiso ético de las empresas con la sociedad, manejar un sistema de Responsabilidad social empresarial (RSE) significa una comprensión profunda del entorno y lo que este necesita. Sin embargo, Mena (2019) indica que estudios de la universidad ESAN (Escuela de Administración de Negocios para Graduados) muestran que el 100% de empresas peruanas conoce sobre la RSE, pero solo el 15% de estas reconoce que debe implementarlo para su beneficio personal y el 5% lo aplica. Por lo tanto, implementar la RSE conlleva beneficios tangibles que pueden ser evaluados monetariamente, además de beneficios que generan una percepción positiva hacia la empresa. Por ello, es crucial mantener una comunicación constante sobre estas acciones con los potenciales consumidores y partes interesadas, dado que existe una estrecha relación entre la implementación de estas prácticas y su divulgación. (Jacóme et al., 2017)

El comportamiento ambiental en el entorno laboral se ve influenciado por las acciones sociales y ambientales de las empresas, lo que hace que la RSE sea vista también como una estrategia competitiva a largo plazo. Según Gonzales (2021) más de la mitad de los colaboradores están orgullosos por laborar para marcas responsables con el medio

ambiente y solo el 2021 un 22% de los colaboradores mencionó que la responsabilidad ambiental es muy o extremadamente importante a la hora de elegir una marca que en 2019.

La RSE representa una estrategia de mejora en varios aspectos empresariales como la percepción positiva del cliente potencial hacia la empresa y el posicionamiento de la marca en el mercado competitivo. Desde un punto de vista más específico, un estudio realizado en Colombia al restaurante Libardog determinó que la RSE impactó positivamente al restaurante, mejorando así la relación entre sus clientes, proveedores, empleados y sociedad, dando paso al buen reconocimiento del mercado y de la sociedad en general. (Pérez et. al., 2018).

De esta manera, las empresas gastronómicas conectan con la sociedad, la naturaleza y el medio ambiente tomando en cuenta las dimensiones de la RSE, logrando internamente beneficios como, la capacidad de mantener colaboradores comprometidos. Así mismo en lo medio ambiental se observaría una considerable reducción en el costo de producción debido a la adecuada gestión de recursos. Por otro lado, con respecto a la sociedad, se lograría el respaldo de las instancias gubernamentales y mercados financieros. Además, en lo referido al mercado, se lograría una gran competitividad.

El tema se enmarca en la línea de investigación desarrollo sostenible y gestión empresarial, aprobado por la Universidad Privada del Norte, en esa línea y a partir de todo lo indicado es oportuno realizar la investigación a partir de la siguiente pregunta: ¿Cuál es la relación de la responsabilidad social empresarial y el comportamiento ambiental del colaborador que labora en un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo - 2023?

Antecedentes

En relación con los artículos hallados a nivel internacional se presentan los siguientes:

Lopez, et al. (2017) desarrollaron una investigación que analizó los factores que influían sobre el nivel de RSE, desde la perspectiva del capital humano. El instrumento se aplicó a 68 colaboradores, el cual se basó en la norma ISO 26000, evaluaron diversas variables en la cual consideraron al medio ambiente, entre otras. Los resultados mostraron que la percepción de los trabajadores sobre las medidas de RSE estuvieron en función a las prácticas justas de operación, asuntos de consumidores, participación activa y desarrollo de la comunidad, prácticas laborales y medio ambiente. Los datos obtenidos son aplicables al sector académico, empresarial y gubernamental.

Bigne y Currás (2018) analizaron el papel que cumple el comportamiento del consumidor y la RSE sobre el comportamiento de compra. La investigación fue cuantitativa y se encuestó a 299 individuos. Los resultados muestran que la RSE influye en la intención de compra de los consumidores, aunque no de forma directa. La intención de compra de los consumidores respecto a la empresa socialmente responsable viene mediada por el grado del 01 sea capaz de generar.

Martínez (2019) realizó un estudio que tuvo como objetivo evaluar el impacto de diversas variables relacionadas a actividades realizadas en la empresa, dentro de ellas la responsabilidad, que incidieron sobre un restaurante del patch de Bogotá, relacionado al expendio de comida rápida. La investigación fue descriptiva y explicativa. Su muestra fue de 12 colaboradores. Se demostró que los empleados conocen la estructura y el lugar o el trabajo que les corresponde, algunas tareas permanecen intangibles y causan problemas en el

desarrollo interno de los empleados, creando un sentimiento de abandono y pasividad. Concluyó que se podría alentar a otras empresas de la industria a investigar el impacto de diversas variables del clima interno en el desempeño y el trabajo de los empleados, especialmente al considerar los beneficios de un buen ambiente de trabajo dentro de la empresa.

Neira, et al. (2022) determinaron las prácticas de RSE implementadas y la percepción de los colaboradores de establecimientos de restauración en Bogotá, con la finalidad de promocionarlas en estos establecimientos. La investigación fue descriptiva y se encuestó a 38 empleados de un total de 46 establecimientos de restauración. Los resultados mostraron que los empleados tienen una idea medianamente clara sobre la importancia de la RSE, puesto que la mayoría la perciben como “una herramienta” para prestar “un buen servicio” y atraer clientes, más no como convicción o iniciativas propias que parten de nociones éticas del ser humano.

Rojas (2022) identificó las actividades que podría tener un modelo de RSE enfocado en el consumidor. El estudio empleó herramientas como cuestionarios, análisis FODA y las percepciones de los colaboradores acerca de la RSE. Se verificó que la empresa realiza iniciativas relacionadas con la RSE para mejorar el bienestar de sus empleados, aunque lo hace sin seguir un modelo específico. Por lo tanto, se sugirió que la empresa desarrolle un modelo dirigido a la sociedad y a sus partes interesadas, basándose en la norma ISO 26000, ya que se considera el modelo más completo al integrar las necesidades de los empleados, contribuyendo así a mantener una sólida reputación empresarial; por lo que, se tomó como referencia.

Con relación a los artículos hallados a nivel nacional se presentan los siguientes:

García (2017) analizó la importancia de la aplicación de la RSE en restaurantes campestres, en relación con la dimensión: cumplimiento de derechos para los colaboradores y si esto repercutía sobre los clientes externos. El estudio fue descriptivo y se encuestó a los colaboradores de los restaurantes seleccionados. Se halló que en su mayoría los colaboradores están ni de acuerdo ni en desacuerdo con respecto a la implementación de las prácticas de RSE, de igual manera se obtuvo el mismo valor para las dimensiones: gestión de recursos económicos y respecto al desarrollo de actitudes éticas. Por otro lado, estuvieron de acuerdo respecto al cumplimiento de la normativa legal y finalmente estuvieron en desacuerdo respecto la aplicación de buenas prácticas ambientales.

Horna, et al. (2018) determinaron fortalezas y debilidades de la empresa restaurantera a través del análisis de indicadores de RSE para mejorar su desarrollo institucional, consideraron a los responsables de restaurantes de Miraflores. Se realizaron encuestas a 80 individuos, revelando que la mayoría de los establecimientos exhibieron medidas destinadas para una mejor calidad de vida, demostrando compromiso hacia la comunidad, el medio ambiente y los grupos de interés. Se notó una correlación significativa entre la calidad de vida y el compromiso ambiental, así como entre el compromiso ambiental y la vinculación con grupos de interés. Sin embargo, se encontró que no había una relación directa entre la interacción con la comunidad y el compromiso tanto con la comunidad como con el medio ambiente.

Luperdi (2018) identificó la influencia de la RSE en la imagen de un establecimiento de restauración. La investigación fue cuantitativa y se encuestó a 102 consumidores del

restaurante. Como resultado se determinó que la RSE influyó en la imagen del establecimiento evaluado.

Rosales (2019) determinó la relación entre la RSE y la satisfacción laboral del personal que labura en Medianas y las MYPES de Tingo María. El estudio fue básico y encuestó a 162 trabajadores de diversas empresas, incluyendo a empresas del sector turismo. Halló que la relación entre ambas variables fue baja y significativa, lo que indica un desarrollo favorable para las MYPES, lo cual puede contribuir con crecimiento económico y la satisfacción laboral de los empleados.

Segura (2020) determinó las prácticas de RSE en restaurantes de Chiclayo con el fin de mejorarlas. La investigación fue cuantitativa, fue no experimental. Se encuestó a los propietarios y administradores de 30 establecimiento. Halló que el nivel general de RSE fue poco aceptable, debido a su limitada promoción, debido a la idea de que estas estrategias son solo para generar ganancias. Además, se demostró la importancia de reconocer a sus grupos de interés; esto es válido tanto para el entorno que engloba al restaurante como para el desarrollo interno del negocio.

Vásquez (2021) evaluó la implementación gradual de un programa de RSE relacionado al comportamiento del cliente de un establecimiento de restauración. El estudio fue cuantitativo, no experimental – descriptivo. Se aplicó un cuestionario a 50 clientes y 6 colaboradores, evidenciando que la implementación del programa tuvo un efecto positivo en el comportamiento de los consumidores. Esto se atribuye a la valoración que los clientes otorgan a este tipo de prácticas.

Gutiérrez y Pita (2021) identificaron los beneficios que trae la RSE para los empleados de restaurantes en un contexto de COVID-19. La investigación se basó en una

revisión de la literatura con un enfoque integrador. Concluyeron que aplicar políticas de RSE en estos establecimientos, les permitirá tomar mejores decisiones para ayudar a mitigar el impacto negativo del COVID en los trabajadores.

Castañeda (2022) determinó la relación entre RSE y decisión de compra en establecimientos de restauración en Nuevo Chimbote. La investigación fue cuantitativa, trabajó con una muestra de 382 consumidores, entre 21 a 50 años. Halló que los consumidores tienen un limitado conocimiento de la aplicación de estrategias de RSE. Además, mencionan que siempre optarían por asistir y consumir en un restaurante que aplique conceptos de RSE dentro de sus operaciones.

Chucuya (2022) determinó el impacto de la RSE sobre el comportamiento de compra (CC) en un restaurante de Arequipa, durante la cuarta fase de reactivación económica. La investigación fue cuantitativa y trabajó con una muestra a 96 clientes de 20 a 50 años. Los resultados indicaron que la aplicación de la RSE impacta sobre las CC, esto sobre las acciones sociales y el buen servicio.

Bases teóricas

Dimensiones y criterios arquitectónicos de la investigación

En relación con la variable responsabilidad social empresarial se presentan las siguientes definiciones.

Moguel et al. (2012) en su libro, señala que la RSE se considera completa si comprende el rango de obligaciones que la empresa tiene con la sociedad, representando las categorías económicas, legal, ético y discrecional del desempeño del negocio. Para Vives y Peinado-Vara (2011), la RSE es una mentalidad y un enfoque en la realización de operaciones comerciales, considerando las repercusiones de las actividades de la empresa en la sociedad

y el medio ambiente, tanto a corto como a largo plazo. Su objetivo es reducir los impactos negativos y potenciar los positivos. Espitia (2015) menciona que la RSE se define como la obligación que las empresas tienen en relación con el funcionamiento de la sociedad. En esencia, implica llevar a cabo las actividades comerciales desde una perspectiva ética que reconozca la dignidad humana.

Barbachan (2017) menciona que la RSE en el Perú es un aspecto que está en continua evolución, donde aún falta implementar varios ejes y comprometer a empresas de todos los niveles. Es fundamental destacar la necesidad de un mayor trabajo colaborativo con el Estado, las universidades, los medios de comunicación y los ciudadanos, quienes también deben exhibir un comportamiento socialmente responsable.

Por último, en relación con la RSE, Bellido y Nima (2019) señalan que, en los restaurantes de Latinoamérica la RSE es adoptada de manera voluntaria, implicando la creación de estrategias y la promoción de la sostenibilidad. Con el paso de los años, se ha incrementado la conciencia al respecto. Además, los restaurantes asumen su responsabilidad social considerando no solo el impacto ambiental y social, sino también el bienestar interno de sus trabajadores, lo que contribuye a un mejor ambiente laboral y beneficia a la empresa. Estas conclusiones se derivan del análisis de diversas investigaciones que describen el desarrollo de la responsabilidad social en los restaurantes latinoamericanos a partir de una revisión de la literatura disponible.

En cuanto a las categorías de RSE, el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales de España, en colaboración con el Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo, identifica principalmente tres categorías de RSE, junto con los respectivos planes de acción que deben implementarse para llevar a cabo cada una de ellas. Estos son:

Las responsabilidades primarias abarcan todas las acciones que caracterizan a una empresa como socialmente responsable. Estas incluyen la generación de capital intelectual, proporcionar a la sociedad productos útiles, respetar los derechos humanos, el aseguramiento de condiciones adecuadas en salud, seguridad y trabajo, así como preservar el medio ambiente, entre otras.

Las responsabilidades secundarias se centran en atender tanto a la comunidad como a los trabajadores. Con respecto a los empleados, se enfocan en proporcionar bienestar laboral. Con respecto a la comunidad, estas responsabilidades incluyen actividades como contribuir a la preservación medioambiental, disposición de empleo y fomentar el crecimiento económico, entre otros aspectos.

Las responsabilidades terciarias engloban actividades que, aunque deberían ser beneficiarias para el personal y la comunidad, están sujetos en su mayoría por la asignación de recursos y las circunstancias específicas de cada organización. En lo que respecta a los empleados, estas actividades incluyen facilitar el trabajo a tiempo parcial y ofrecer préstamos a tasas de interés inferiores al mercado. En cuanto a la comunidad, implica colaborar a la mejora del ambiente sociocultural, transmitir los valores de la empresa y participar en eventos de desarrollo local, entre otras acciones.

En relación con los enfoques de la responsabilidad social empresarial, de acuerdo con las categorías identificadas por Garriga y Melé (2004) plantean cuatro enfoques:

Enfoque instrumental, que involucra la teoría de valor para el inversionista.

Enfoque político que hace énfasis del poder que tienen las empresas hacia la sociedad y como deben actuar de manera socialmente responsable.

Enfoque integrador, enfocado en las mejoras y su satisfacción de las demandas sociales hacia un mercado.

Enfoque ético, basado en la transparencia, responsabilidad como puntos importantes que la empresa debe tener con la sociedad.

En relación con las dimensiones de la RSE, el Centro Mexicano para la Filantropía (2002), menciona que la responsabilidad social empresarial se puede considerar desde tres dimensiones: Económica, social y medioambiental o también llamada ecológica.

La dimensión económica se centra en la creación de valor añadido tanto para los participantes internos como para los accionistas, teniendo en cuenta la situación del mercado, la equidad y la justicia. La faceta externa involucra producir y repartir bienes y servicios que resulten beneficiosos y útiles para la comunidad. En este sentido Cuevas (2010) indica que sirve como referencia para evaluar el rendimiento de una industria y también contribuye a mantener un equilibrio con las dimensiones social y medioambiental. Además, se centra en incrementar los aspectos económicos de la organización, junto con las acciones y el valor que esta aporta. Así mismo, Olmedo (2018) menciona que la dimensión económica interna se enfoca en distribuir equitativamente el valor añadido entre los trabajadores y los accionistas. Mientras tanto, la dimensión económica externa involucra la distribución de bienes y servicios rentables para la comunidad.

La dimensión social implica la responsabilidad conjunta de los grupos de interés clave de la empresa en la protección y mejora de la calidad de vida y el desarrollo integral en el ámbito laboral. Asimismo, dicha dimensión se manifiesta en la ejecución de acciones y aportes que promuevan tanto el desarrollo de las comunidades como el éxito del negocio. Medrano et al. (2011) señala que la dimensión social de la RSE abarca varios aspectos

relacionados con la "cuestión social", referida a la interacción de la empresa con las personas. Esta dimensión constituye parámetros relacionados con los derechos humanos, protección del consumidor, salud, bienestar en el entorno y los derechos laborales; de la misma manera Ulla (2019) indica que la dimensión social implica la responsabilidad que tanto las empresas como las personas tienen en cooperar con el aumento del bienestar social. Finalmente, Ferrer (2013) manifiesta que la Responsabilidad Social Empresarial comprende 2 tipos de dimensión social: interna y externa. La externa, se centra en los grupos de interés más allá de las fronteras de la empresa, lo que incluye a proveedores, clientes, socios comerciales y organizaciones no gubernamentales (ONG) dedicadas a la protección del medio ambiente y las comunidades locales. Por otro lado, la dimensión interna se enfoca en las iniciativas de los trabajadores en relación con las actividades sociales.

Dimensión medio ambiental o ecológica, abarca la responsabilidad total en la prevención y gestión de los impactos ambientales derivados de los procesos, productos y subproductos generados. En la dimensión externa, conlleva la realización de acciones concretas, destinadas a contribuir a la conservación y avance del entorno ambiental. Castro et al. (2016) aclaran que el medio ambiente está vinculado a las acciones dentro de la entidad empresarial, generando un impacto ambiental que no necesariamente debe ser inmediato, pero puede tener efectos a largo plazo.

Con relación a la variable comportamiento ambiental implica toda una serie de acciones que van desde la compra, la selección de insumos, la segregación y la distribución final adecuada de éstos últimos (de Castro, 2001).

Jenkins y Mercado (2008) señala que el comportamiento ambiental se refiere a todos los esfuerzos que hace una empresa para cuidar el ambiente, considerando dentro de ello a

los esfuerzos en la gestión y técnicas. Esta estrategia conduce a un proceso de “ganar-ganar” y se expresa a nivel de índices.

En cuanto a los modelos de comportamiento ambiental, de la Maza (2013) señala 2 perspectivas teóricas: un modelo que evalúa los costos y beneficios de las acciones que se realicen en pro del ambiente y un modelo que se fundamenta en las preocupaciones morales y normativas de cada persona.

Raiteri (2016) menciona que la dinámica interna y externa de cada individuo en las empresas, tiene lugar cuando busca satisfacer sus necesidades con bienes y servicios. Aplicado al marketing, es el proceso de decisión y la actividad física para buscar, evaluar y adquirir bienes y servicios para satisfacer las necesidades. Gonzales (2021) indica que el análisis del comportamiento del personal tiene como objetivo entender sus reacciones considerando sus procesos mentales y emocionales, así como la estrategia de las empresas para atraer continuamente a este consumidor y lograr que tome la decisión de compra y se concrete la venta.

En relación con la dimensión “obtención”, Blackwell et al. (2002) mencionan que la ésta se refiere a las acciones que llevan a la recepción de la necesidad de los colaboradores, estas acciones están relacionadas a actividades de reconocimiento de la necesidad, esta ocurre cuando un individuo siente una diferencia entre lo que percibe como el ideal, en relación con el estado real de las cosas. Así mismo se relaciona con la acción de búsqueda de información, una vez que ocurre el reconocimiento de la necesidad, los consumidores empiezan a buscar información y soluciones para satisfacer sus necesidades no satisfechas, esta búsqueda puede ser interna o externa.

En cuanto a la dimensión proceso de eliminación de desperdicios el Banco Mundial (2018) manifiesta que, la gestión de los desechos sólidos es responsabilidad de todos. Garantizar una gestión eficaz y adecuada de los residuos sólidos es crucial para el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Con respecto a lo anterior, en España se ha propuesto una ley para prevenir las pérdidas y el desperdicio de alimentos, la cual busca evitar que aquellos que forman parte de la cadena alimentaria realicen desperdicio excesivo de los alimentos. Esta ley obligaría a todos los integrantes a implementar un plan de prevención que les permita evaluar sus procesos de producción, identificar dónde se generan los desechos de alimentos, definir medidas preventivas tales como la sobrecompra de insumos, control de temperaturas, almacenaje eficiente, elaboración de un menú con productos de temporada, donación de alimentos, etc. (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de España, 2022). Así mismo, la FAO (2012) menciona la existencia del programa de acción sobre residuos y recursos (WRAP) el cual establece una jerarquía de gestión de los residuos de alimentos y bebidas con el propósito de minimizar las pérdidas y desperdicios de los alimentos, dicho rango está conformado por la prevención, reciclaje, recuperación y disposición.

1.1. Formulación del problema

¿Cuál es la relación de la responsabilidad social empresarial y el comportamiento ambiental de personal que labora un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo - 2023?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General.

Determinar el nivel de relación entre la responsabilidad social empresarial y el comportamiento ambiental del personal que labora en un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo, 2023.

1.2.2. Objetivos específicos.

- Determinar el nivel de la aplicación de la responsabilidad social empresarial un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo, 2023.
- Determinar el nivel del comportamiento ambiental del personal que labora en un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo, 2023.
- Determinar la relación entre la responsabilidad social empresarial y la dimensión obtención de la variable comportamiento ambiental del personal que labora en un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo, 2023.
- Determinar la relación entre la responsabilidad social empresarial y la dimensión proceso de desperdicios de la variable comportamiento del ambiental del personal que labora en un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo, 2023.

1.3. Hipótesis

La relación de la responsabilidad social empresarial en el comportamiento ambiental del personal que labora en un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo, 2023 es directa y significativa.

1.4. Justificación

Finalmente, se ha podido decir que el presente trabajo se justifica debido a los siguientes aspectos:

Por su valor teórico pretende contribuir con conocimientos en lo que respecta a la responsabilidad social empresarial y el comportamiento ambiental del personal que labora en un restaurante, llega a ser de gran importancia para dar a conocer si existe relación entre ambas variables en este trabajo de investigación. El propósito de esta investigación trata de brindar a personal de establecimientos de restauración, soluciones prácticas que desarrollen de manera efectiva la investigación científica y les permitan dedicar más tiempo en su desarrollo (Reynosa, 2018).

A la vez aceptar soluciones a este problema, la justificación metodológica, cumple con los métodos científicos generalmente aceptados. Identificando así el problema, así como, la solución correspondiente; de este modo se permite medir el comportamiento del consumidor en un acertado tiempo.

La justificación práctica del estudio es incentivar a empresarios y estudiantes a comprender la relación de la responsabilidad social empresarial y el comportamiento ambiental del personal a nivel de establecimientos de restauración, con el propósito de mejorar el ambiente laboral (Baena, 2017). La presente investigación revela el grado de comprensión de la responsabilidad social empresarial en una entidad específica, proporcionando además una referencia estadística relevante sobre el tema mencionado dentro de la empresa analizada.

Se justifica de manera social si el empleador mejora la responsabilidad social empresarial y el comportamiento ambiental en el rubro de restauración, y adquirir un mayor compromiso con la empresa, basándose en los colaboradores de la empresa.

Esta investigación pretende motivar e inducir a la toma de decisiones, con relación a las empresas del rubro gastronómico, de esta manera se podrá aplicar las características de responsabilidad social empresarial como herramienta por excelencia para explorar las necesidades y tendencias insatisfechas de un mercado de prestación de servicios.

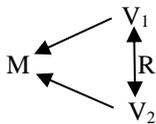
Fernández (2020) sostuvo que las justificaciones de tipo teórico, práctico y metodológico son las más mencionadas en las fuentes consultadas, sin embargo, existe aún mucho por desarrollar en el ámbito gastronómico.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

La presente investigación tuvo un enfoque cuantitativo. Según Rodríguez (2010) el enfoque cuantitativo se centra en los datos objetivos o las causas de un fenómeno social, sin prestar mucha atención a los estados subjetivos del individuo. Este tipo de investigaciones utiliza herramientas como cuestionarios, inventarios y análisis demográficos para obtener datos numéricos, los cuales pueden ser analizados estadísticamente para comprobar, confirmar o refutar las relaciones entre las variables definidas de manera operativa.

Así mismo, esta investigación fue de corte transversal, en este sentido, Hernández & Delgado (2015) manifiestan que en general, se realiza para examinar la presencia o ausencia de una enfermedad u otro resultado de interés, en relación con la presencia o ausencia de una exposición, ambos hechos ocurriendo en un tiempo determinado y en una población específica.

El diseño fue no experimental, Hernández et al. (2010) menciona que este diseño de dicha investigación, las variables no se manipulan intencionalmente, sino que sólo se observan y analiza el fenómeno tal y como es en su contexto natural. El estudio fue correlacional y su diseño se expresó de la siguiente manera:



Dónde:

M: Muestra

V₁: Responsabilidad social empresarial

V₂: Comportamiento ambiental

R: Relación

La población de la investigación estuvo conformada por los 31 colaboradores que laboran en un restaurante del Centro Histórico de Trujillo. Según Hernández et al., (2010), la población es “el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones”. El muestreo fue con conveniencia en vista a lo pequeña que fue la población.

La muestra la constituyeron los 26 colaboradores de un restaurante del Centro Histórico de Trujillo. Según Arias (2012) la muestra es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible. Los criterios de inclusión considerados fueron: que sean colaboradores de las áreas de cocina y salón. No se tomó en cuenta el tiempo que los colaboradores llevaban trabajando en el restaurante; y se excluyó a aquellos colaboradores que pertenecían a las áreas de administración, contaduría, almacén y mantenimiento.

Se empleó la técnica de la encuesta y el instrumento fue un cuestionario. Según Arias (2012) define la técnica como el conjunto de procedimientos y métodos que se utilizan durante el proceso de investigación, con el propósito de conseguir la información pertinente a los objetivos formulados en una investigación.

El cuestionario elaborado fue tipo Likert, inédito, estuvo conformado por 26 ítems, dividido en dos partes. La primera parte constó de 16 preguntas que evaluaron la variable de la “Responsabilidad social empresarial”, la cual estuvo conformada por 3 dimensiones: social, económica y medio ambiental. La segunda parte constó de 10 preguntas que evaluaron la variable del “comportamiento ambiental”, la cual evaluó 2 dimensiones: Obtención y proceso de desperdicios.

Las respuestas estuvieron organizadas en las siguientes valoraciones: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, neutral, de acuerdo y totalmente de acuerdo.

Tabla 1

Técnica e instrumento de recolección de datos

Variable	Técnica	Instrumento
Responsabilidad social empresarial	Encuesta	Cuestionario
Comportamiento del consumidor	Encuesta	Cuestionario

La confiabilidad de instrumento se obtuvo a través de una prueba piloto aplicada a 30 personas, obteniéndose una “confiabilidad excelente” de Alpha de Cronbach 0,913 y 0,901 para los instrumentos que miden la primera y segunda variable respectivamente.

Tabla 2

Análisis de fiabilidad del instrumento de responsabilidad social empresarial

Estadísticas de confiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,913	16

Tabla 3

Análisis de fiabilidad del instrumento de comportamiento del consumidor

Estadísticas de confiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,901	10

El instrumento fue validado por 3 expertos, se obtuvo una validez estadística de V Aiken de 0.98, lo cual indica que el instrumento es válido. Validez, es “el grado en que un método o técnica sirve para medir con efectividad lo que supone que está midiendo. Se refiere a que el resultado obtenido mediante la aplicación del instrumento demuestra medir lo que realmente se desea medir” (Sánchez et al., 2018).

Para llevar a cabo el análisis de datos se empleó el software Statistical Package of

Social Sciences (SPSS) versión 26. Previo a ello se colocó en una hoja de cálculo de Excel los datos resultantes del cuestionario de la prueba piloto, acorde a los ítems correspondientes a cada variable, estas se importaron cambiándolas de tipo de pregunta a escalas. Así mismo, se asignó valores a cada respuesta para que el programa pudiera procesar los datos. Posteriormente para dar respuesta a los objetivos, ya habiendo recolectado los datos de toda la muestra se ejecutó la prueba de normalidad Kolmogorov Smirnov con la finalidad de determinar la prueba de correlación apropiada para los objetivos de la investigación, se usó el Rho de Spearman y el coeficiente de determinación. Además, esta prueba sirvió para encontrar relación entre ambas variables de estudio, además de la relación de estas con sus dimensiones.

Los principios éticos considerados en la investigación fueron:

- Consentimiento informado, por el que se proporcionó la información necesaria a los participantes de la investigación.
- Confidencialidad, debido a que se mantuvo en reserva la información de la identidad de los participantes.
- Veracidad, todos los datos proporcionados son ciertos.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

Análisis e interpretación de resultado

A continuación, el análisis por cada objetivo formulado:

Objetivo general

Tabla 4

Relación entre la responsabilidad social empresarial y el comportamiento ambiental de los colaboradores de un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo 2023.

			Responsabilidad social empresarial	Comportamiento ambiental
Rho de Spearman	Responsabilidad social empresarial	Coefficiente de correlación	1.000	0.894
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	26	26
	Comportamiento ambiental	Coefficiente de correlación	0.894	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	26	26

Nota: En la Tabla 4, se evidencia que el nivel de significancia (valor p) fue inferior al 5%, indicando el rechazo de la hipótesis nula (H0). Esto implica que hay una conexión entre la responsabilidad social empresarial y el comportamiento ambiental del personal que labora en un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo. Además, el coeficiente de correlación de Spearman fue de 0.894, señalando una correlación positiva muy fuerte.

Objetivo específico 1

Tabla 5

Nivel de la aplicación de la responsabilidad social empresarial de un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo 2023.

Nivel	N°	%
Malo	0	0%
Regular	3	12%
Bueno	23	88%
Total	26	100%

Nota: En la tabla 5, se observa que la mayoría (88%) de los colaboradores de un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo consideraron que el nivel de aplicación de la responsabilidad social en la empresa fue bueno, mientras que el 12% consideró que era regular.

Objetivo específico 2

Tabla 6

Nivel de comportamiento ambiental del personal que labora de un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo 2023.

Nivel	N°	%
Malo	0	0%
Regular	8	31%
Bueno	18	69%
Total	26	100%

Nota: En la tabla 6, se observa que la mayor parte (69%) del personal que labora en un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo 2023 consideraron que el nivel de comportamiento ambiental fue bueno, mientras que el 31% consideró que es regular.

Objetivo específico 3

Tabla 7

Relación entre la responsabilidad social empresarial y la dimensión obtención de la variable comportamiento ambiental del personal que labora en un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo - 2023.

			Responsabilidad social empresarial	Obtención
Rho de Spearman	Responsabilidad social empresarial	Coefficiente de correlación	1.000	0.899
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	26	26
	Obtención	Coefficiente de correlación	0.899	1.000
Sig. (bilateral)		0.000		
N		26	26	

Nota: En la Tabla 7, se nota que el nivel de significancia (valor p) fue inferior al 5%, lo cual implica el rechazo de la hipótesis nula (H0). Esto señala que hay una relación entre la responsabilidad social empresarial y la dimensión de obtención en el comportamiento ambiental del personal que labora en un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo- 2023. Asimismo, el coeficiente de correlación de Spearman fue de 0.899, indicando una correlación positiva muy fuerte.

Objetivo específico 4

Tabla 8

Relación entre la responsabilidad social empresarial y la dimensión proceso de desperdicios de la variable comportamiento ambiental del personal que labora en un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo - 2023.

			Responsabilidad social empresarial	Consumo
Rho de Spearman	Responsabilidad social empresarial	Coefficiente de correlación	1.000	0.890
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	26	26
	Proceso de eliminación de desperdicios	Coefficiente de correlación	0.890	1.000
Sig. (bilateral)		0.000		
N		26	26	

Nota: En la Tabla 8, se evidencia que el nivel de significancia (valor p) es inferior al 5%, indicando el rechazo de la hipótesis nula (H0). Esto implica que existe una relación entre la responsabilidad social empresarial y la dimensión de proceso de eliminación de desperdicios de la variable comportamiento ambiental del personal que labora en un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo 2023. Además, el coeficiente de correlación de Spearman fue de 0.890, señalando una correlación positiva muy fuerte.

Prueba de normalidad

Tabla 9

Prueba de normalidad de la responsabilidad social empresarial y el comportamiento ambiental del personal que labora en un restaurante.

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Responsabilidad social empresarial	0.085	26	,002*
Comportamiento ambiental	0.139	26	0.009

Nota: En la tabla 9, se observa que el valor de significancia es menor a 0.05, lo que significa que la hipótesis H0 es rechazada, por lo cual se determina que los datos no siguen una distribución normal por lo cual se usó la prueba no paramétrica de Spearman.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

A continuación, se discutirá los resultados obtenidos:

Sobre el objetivo general se obtuvo que existió una relación positiva muy alta entre la aplicación de la responsabilidad social empresarial en el restaurante evaluado y el comportamiento ambiental del personal que labora en un restaurante, en ese sentido López, et al. (2017) señalan que ofrecer un ambiente laboral adecuado para que los colaboradores se desarrollen profesionalmente evidencia la aplicación de una filosofía basada en la RSE. Por su parte, Horna, et al. (2018) hallaron en su estudio aplicado en restaurantes de Miraflores que hubo una relación “significativa” entre la aplicación de la RSE y la calidad de vida de los trabajadores; de igual manera Rosales (2019) en su estudio con respecto a la RSE en el ámbito laboral y satisfacción de sus colaboradores obtuvo una relación “significativa” pero baja.

En relación con el primer objetivo específico se obtuvo que un porcentaje elevado (88%) de los colaboradores consideraban que el nivel de RSE aplicado en la empresa era bueno, estos resultados son similares a los obtenidos por Horna, et al. (2018) quienes hallaron que los colaboradores de un restaurante evidenciaron una cultura de RSE en porcentajes de entre 70 a 80%. Por otro lado, estos resultados difieren de los hallados por García (2017) quien en su estudio midió la opinión de los colaboradores sobre la implementación de las prácticas sobre RSE y obtuvo un nivel neutral de implementación de estas prácticas. Segura (2020) aplicó su estudio a propietarios y administradores de restaurantes y obtuvo que el nivel de aplicación de la RSE era “poco aceptable”, de igual manera Neira, et al. (2022) obtuvieron que, al evaluar a los colaboradores de establecimientos gastronómicos en Bogotá, respondieron estar "en desacuerdo" respecto a la aplicación de estrategias de RSE. Los

autores mostraron que los colaboradores tenían una idea “medianamente clara” sobre la importancia de la RSE. Se puede evidenciar la diferencia entre los resultados obtenidos en el estudio y la de otros autores, esto debido a la noción sobre la RSE por parte del personal que labora en el establecimiento, quienes reconocen, el cumplimiento de la RSE en la empresa. En relación al porcentaje obtenido (88%) se puede decir que según las dimensiones de la RSE los puntos con mayor aporte de valor a este resultado según el cuestionario aplicado fueron. Con respecto a la dimensión ecológica el uso de envases biodegradables y las opciones veganas de la carta, con respecto a la dimensión social el contrato de personal local y con respecto a la económica las condiciones laborales y el salario digno.

En relación con el segundo objetivo específico se obtuvo que el 69% de los colaboradores consideran que el nivel de comportamiento ambiental del personal que labora un restaurante fue “bueno”. Respecto a este resultado, no se halló investigaciones similares que midan el “comportamiento ambiental” del personal como tal, según la interacción que se tuvo con los colaboradores del establecimiento evaluado, se puede observar que el nivel de comportamiento ambiental estaría influenciado principalmente por la noción que tiene sobre la aplicación de la RSE. A propósito de este objetivo, se puede señalar a Vázquez (2021), quien trabajó en torno al comportamiento del “consumidor externo”, y rescató que los datos obtenidos se convertían en una estrategia maximizar ganancias.

Con respecto al tercer objetivo específico se obtuvo una relación “positiva muy alta” entre la RSE y la dimensión “obtención” de la variable comportamiento ambiental del personal que labora en un restaurante. Según la literatura revisada no se hallaron estudios que hayan tomado en cuenta la relación de esta dimensión; sin embargo, Bigne & Currás (2018) y el de Castañeda (2022) hallaron una influencia significativa entre la RSE y el comportamiento del “consumidor externo”, en otras palabras, del cliente. Lo hallado en estos

estudios demuestra que a pesar de su limitado conocimiento sobre la RSE se generaría una "preferencia" o fidelidad" hacia la empresa.

En relación al porcentaje obtenido (69%) en la variable comportamiento ambiental se puede decir que en la dimensión obtención los puntos con mayor aporte de valor a este resultado según el cuestionario aplicado fueron la preocupación por conocer la procedencia de los alimentos y la calidad de estos.

Con respecto al cuarto objetivo específico se obtuvo que existe relación entre la responsabilidad social empresarial y la dimensión "proceso de eliminación de desperdicios" de la variable comportamiento ambiental del personal que labora en un restaurante. Según la literatura revisada no se hallaron estudios que hayan tomado en cuenta la relación de esta dimensión ya sea con los colaboradores o el cliente.

En relación al porcentaje obtenido (69%) en la variable comportamiento ambiental se puede decir que en la dimensión proceso de eliminación de desperdicios los puntos con mayor aporte de valor a este resultado según el cuestionario aplicado fueron el esfuerzo por la reducción de desperdicios y la preocupación por segregar desperdicios en todas las etapas de elaboración de alimentos.

Luego de haber realizado el análisis de los resultados se exponen las implicancias del estudio:

Dentro de las **implicancias prácticas** del estudio se puede mencionar a que éste puede contribuir a la "mejora del ambiente laboral", pues los resultados sugieren que la implementación de prácticas de RSE en el establecimiento de restauración, podría mejorar la satisfacción y desempeño de su personal. Así mismo se podría mejorar la "Percepción divergente de los colaboradores", pues se evidencia la necesidad de abordar la comunicación

interna de los colaboradores y la comprensión compartida de la RSE para evitar discrepancias en el proceso de evaluación.

Dentro de las **implicancias teóricas**, el estudio incide en la relación entre RSE y calidad de vida de los colaboradores, la cual implica que las prácticas empresariales éticas pueden impactar positivamente en el bienestar de los empleados. Por otro lado, se debe mencionar a la comprensión de la “Perspectiva del personal” debido a que es importante considerar la percepción de los empleados y así poder ligarlo con la implementación efectiva de la RSE.

Es importante señalar a las **implicancias metodológicas**, en vista a que son escasos los estudios previos sobre el tema, por lo cual surge la necesidad de desarrollar y validar instrumentos específicos para evaluar este concepto en futuras investigaciones.

Finalmente se puede concluir en los siguiente:

Existe una correlación positiva muy alta (Rho Spearman: 0.894) entre la variable responsabilidad social empresarial y el comportamiento del consumidor organizacional de un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo; se sugiere llevar a cabo investigaciones periódicas en colaboración con expertos sobre la RSE y su impacto en el compromiso ambiental del colaborador en la organización.

En relación con el primer objetivo específico, se halló que la mayoría de los colaboradores (88%) de un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo consideran que el nivel de la responsabilidad social empresarial es bueno, mientras que el 12% considera que es regular. Se recomienda realizar un programa de capacitaciones en temas que incrementen la motivación de los colaboradores que laboran en el establecimiento al desempeñarse en sus determinadas áreas de trabajo.

En relación con el segundo objetivo específico, se halló que la mayor parte de los colaboradores (69%) de un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo, consideran que el nivel de comportamiento ambiental es bueno, mientras que el 31% considera que es regular; se recomienda aplicar estrategias motivacionales como el establecer metas u objetivos recompensados con el fin de alcanzar un buen nivel en cuanto a identificación ambiental con la empresa.

En relación con el tercer objetivo específico, se halló que la existió una relación positiva muy alta (Rho Spearman: 0.899) entre la RSE y la dimensión obtención de la variable comportamiento ambiental del personal que labora en un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo; se recomienda involucrar más a los colaboradores en el conocimiento de selección de proveedores y partes involucradas, con el fin de que se conozca de qué manera la empresa contribuye con el desarrollo de los negocios locales y así lograr compromiso con la empresa y sus buenas prácticas de RSE.

En relación con el cuarto objetivo específico, se halló que existió una relación positiva muy alta (Rho Spearman: 0.890) entre la RSE y la dimensión proceso de desperdicios de la variable comportamiento ambiental del personal que labora en un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo; se recomienda difundir las buenas prácticas realizadas para que sirvan de ejemplo en negocios afines e incorporar opciones innovadoras para minimizar el desperdicio de los insumos utilizados.

Las limitaciones que se presentaron en la investigación fueron: la escasez de estudios previos relacionados al tema investigado en el rubro gastronómico y el acceso que se tuvo a los datos.

REFERENCIAS

- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica*. (6.^a ed.). Editorial Episteme, C.A. Venezuela.
https://tauniversity.org/sites/default/files/libro_el_proyecto_de_investigacion_de_fi_dias_g_arias.pdf
- Avendaño, W. (2011). Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y Desarrollo Sostenible: una mirada desde la Declaración de Rio de 1992. *Revista Respuestas*, 16(2), 45-59.
<https://doi.org/10.22463/0122820X.360>
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación*. (3a ed.) México. Grupo Editorial Patria.
- Banco Mundial (2018). *Los desechos: un análisis actualizado del futuro de la gestión de los desechos sólidos*. Banco Mundial.
<https://www.bancomundial.org/es/news/immersive-story/2018/09/20/what-a-waste-anupdated-look-into-the-future-of-solid-waste-management>
- Barbachan, M. (2017). La Responsabilidad Social Empresarial en el Perú: Desafíos y Oportunidades. *Revista Innova* (2), 56-62.
<http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/innovag/article/view/18749/18989>
- Bellido, G., & Nima, L. (2019). *Responsabilidad Social Empresarial en restaurantes de Latinoamérica: Una revisión de la literatura científica de los últimos 3 años*. [Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en Administración]. Universidad Privada del Norte. <https://hdl.handle.net/11537/24820>

- Bigne, E., & Currás, R. (2018). ¿Influye la imagen de responsabilidad social en la intención de compra? el papel de la identificación del consumidor con la empresa. *Universia Business Review*, 19, 10–23. España. <https://www.redalyc.org/pdf/433/43301901.pdf>
- Blackwell, R., Miniard, P., & Engel, J. (2002). *Comportamiento del consumidor*. México. International Thomson Editores.
- Castañeda, G. (2022). *Relación entre Responsabilidad Social Empresarial y Decisión de Compra del Consumidor en el Sector Gastronómico de Nuevo Chimbote, 2021* [Tesis para la obtención de Maestro en Administración de Negocios]. Universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/85352>
- Castro, A., Hernández, J., & Bedoya, E. (2016). Caracterización de las dimensiones de la responsabilidad social corporativa en la empresa hotelera almirante Cartagena. *Saber, Ciencia y Libertad*, 11(2), 121-132. Colombia. <https://doi.org/10.22525/sabcliber.2016v11n2.121132>
- Chucuya, J. (2022). Impacto de la responsabilidad social empresarial y de las competencias corporativas en los consumidores, al momento de elegir un restaurante en la ciudad de Arequipa, durante la cuarta fase de reactivación económica. [Tesis para la obtención de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales]. Universidad La Salle. <http://hdl.handle.net/20.500.12953/136>
- Córdoba, J., & Henao, O. (2007). Comportamiento del consumidor, una mirada sociológica. *Entramado*, 3(2), 18-29. <http://www.redalyc.org/pdf/2654/265420387003.pdf>
- Correa J. (2007). *Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social*. Semestre Económico, 10(20), 87-102. Colombia.

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-63462007000200006#a

Cuevas, R. (2010). Las dimensiones de la responsabilidad social de las empresas: una guía de lectura para su estudio. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 19(1), 7–26. *Editorial Neogranadina*. Colombia. <https://doi.org/10.18359/rfce.2258>

de Castro, R. (2001). Nature and functions of environmental attitudes. *Studies in Psychology*, 22(1), 11-22. <https://doi.org/10.1174/021093901609569>

de la Maza C. (2013). Comportamiento Ambiental responsable de la ciudadanía de información ambiental. Ministerio del Ambiente. Chile. https://www.cepal.org/sites/default/files/events/files/rio_12.2013_cristobal.de_la_maza_comportamiento_abiental_responsable.esp_.pdf

Espitia, A. (2014). La responsabilidad social empresarial (RSE) como elemento estratégico en las MiPymes colombianas. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, 4(14), 75-84. Venezuela. <https://www.redalyc.org/pdf/2150/215047422008.pdf>

FAO (2012). *Pérdidas y desperdicio de alimentos en el mundo – Alcance, causas y prevención*. 1° ed. Roma.

Ferrer, M. (2013). La dimensión externa de la responsabilidad social empresarial de CANTV. *TELOS Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 15(3), 388–399. Venezuela. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99328424007>

García, L. (2017). *Responsabilidad Social Empresarial en los restaurantes campestres de Huaral* [Tesis para la obtención de Licenciada en Administración en Turismo y Hotelería]. Universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/39921>

- Garriga, E., & Melé, D. (2004). Teorías de la Responsabilidad Social Empresarial: Mapeando el territorio. *Revista de Ética Empresarial*, 53 (1/2), 51-71.
- Gonzales, A. (2021). Comportamiento del consumidor y su proceso de decisión de compra. El nuevo camino del consumidor. *Revista Gestión en el Tercer Milenio*, 24(48), 101-111. Perú. <https://doi.org/10.15381/gtm.v24i48.21823>
- Gutiérrez, D., & Pita del Carpio, A. (2021). *Aplicación de la responsabilidad social empresarial para beneficio del cliente interno de restaurantes en un contexto de COVID 19*. [Tesis para la obtención de Bachiller en Hotelería y Administración, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. <http://hdl.handle.net/10757/658573>
- Hernández, G., & Delgado J. (2015). *Diseño de estudios epidemiológicos. i. El estudio transversal: tomando una fotografía de la salud y la enfermedad*. Boletín Clínico Hospital Infantil del Estado de Sonora. México. 32(1), 26-34. <https://www.medigraphic.com/pdfs/bolclinhosinfson/bis-2015/bis151f.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). Metodología de la Investigación (5a ed.). México. McGraw Hill Editorial. <https://www.smujerescoahuila.gob.mx/wp-content/uploads/2020/05/Sampieri.Met.Inv.pdf>
- Horna, E., Tamara, S., Ochoa, F., & Uribe, Y. (2018). Responsabilidad social en restaurantes de Miraflores, Lima. *Revista de Investigación Univiversitaria Le Cordon Bleu.*, 5(1), 33-42. <https://doi.org/10.36955/RIULCB.2018v5n1.003>
- Jenkins, O. y Mercado, A. (2008). *Ambiente e industria En México: Tendencias, regulación y comportamiento empresarial*. Editorial El Colegio de México. México. https://www.google.com.pe/books/edition/Ambiente_e_industria_en_M%C3%A9xi

co/BKpbUQw1v6wC?hl=es&gbpv=1&dq=comportamiento+ambiental&pg=PA107
&printsec=frontcover

Jacóme, I., Salazar, A., & Borja, Y. (2017). *La responsabilidad social empresarial en la gestión administrativa*. Dominio de las Ciencias, 3(3), 1147-1158. Ecuador.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6244055>

Lopez, A., Ojeda, J., & Ríos, M. (2017). La responsabilidad social empresarial desde la percepción del capital humano. Estudio de un caso. *Revista de Contabilidad*, 20(1), 36-46. doi:10.1016/j.rcsar.2016.01.001

Luperdi, F. (2018). Influencia de la responsabilidad social empresarial en la imagen corporativa de los clientes de La Posada del Mirador, en Barranco. *Revista Cultura*, 32(1), 15-37. Perú. <https://doi.org/10.24265/cultura.2018.v32.0>

Martínez, D. (2019). Impacto de las principales variables de clima interno, estudio de caso: restaurante de un patch de Bogotá de una de las cadenas de comida rápida más famosas del mundo. *Revista Unisalle*, 1(1), 1-40. Editorial Unisalle. Colombia.
https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/2164

Medrano, M., Pérez-Bustamante, D., & Rodríguez, B. (2011). Análisis de la dimensión medioambiental de las compañías aéreas que operan en España: estudio de contenido de sus páginas web. *Observatorio Medioambiental*, (14), 211-224. España.
https://doi.org/10.5209/rev_obmd.2011.v14.37307

Mena, F. (2019). Solo el 5% de las empresas peruanas aplican gestiones de Responsabilidad Social. *Diario Gestión*. <https://gestion.pe/economia/management-empleo/5->

empresas-peruanas-aplican-gestiones-responsabilidad-social-258214-
noticia/?ref=gesr

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de España (2022). *Proyecto de Ley de prevención de las pérdidas y el desperdicio alimentario*.
https://www.mapa.gob.es/es/prensa/anteproyectoleydesperdicio_tcm30-620834.pdf

Moguel, M., Laguna, H., Camacho, J., Trejo, J., & Gordillo, R. (2012). *La responsabilidad social de las empresas: el caso de las organizaciones extranjeras del sector comercio en el estado de Chiapas*. <https://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1226/1226.pdf>

Moreno, J., Ruiz, E., & Suárez, R. (2019). Buenas prácticas corporativas en materia de reducción de pérdidas y desperdicios de alimentos en América Latina y el Caribe. *Banco Interamericano de Desarrollo*, 33-34. <http://dx.doi.org/10.18235/0001570>

Neira, L., Santamaría, M., & Vásquez, W. (2022). Responsabilidad Social Empresarial En Los Establecimientos Gastronómicos De La Macarena En Bogotá [Tesis para la obtención de profesional en Turismo, Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca]. <https://repositorio.unicolmayor.edu.co/handle/unicolmayor/5734>

Olmedo, C. (2018). La dimensión sociopolítica de la informalidad económica en Paraguay: explorando la cultura del incumplimiento. *ACADEMO Revista de Investigación En Ciencias Sociales y Humanidades*, 6(1), 81-87.
<https://doi.org/10.30545/academo.2019.ene-jun.9>

Peinado, E., & Vives, A. (2011). *La responsabilidad social de la empresa en América Latina*. Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN).
<https://www.pwc.com/cl/es/publicaciones/assets/la-responsabilidad-social-de-la-empresa-en-america-latina.pdf>

- Pérez, M., Morenos, N., & Gómez, N. (2018). *Fortalecimiento empresarial desde la perspectiva de la responsabilidad social para el restaurante Libardog, de la ciudad de Bucaramanga, Colombia*. Bucaramanga, Colombia. Desafíos de la gestión actual, 133- 147. <http://hdl.handle.net/10400.1/9857>
- Raiteri, M. (2016). *El comportamiento del consumidor actual*. [Tesis de grado en Licenciatura en Administración]. Universidad Nacional de Cuyo. <https://bdigital.uncu.edu.ar/8046>
- Reynosa, E. (2018). Trabajo de investigación. Teoría, metodología y práctica. Material académico didáctico. *Repositorio Universidad César Vallejo*(25), 1-19. Perú. <https://www.aacademica.org/ern/12.pdf>
- Rodríguez, A. (2010). *Métodos de investigación*. México. Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Rojas, C. (2022). Diagnóstico Sobre Responsabilidad Social Empresarial Enfocada en el cliente Interno en la Compañía Diabonos S. A [Tesis para la obtención de Magíster en Administración, Universidad EAFIT]. <http://hdl.handle.net/10784/31831>
- Rosales, F. (2019). La responsabilidad social laboral y su relación con la satisfacción laboral del cliente de las MYPes de Tingo María [Tesis para la obtención de Licenciado en Administración, Universidad Agraria de la Selva]. <https://hdl.handle.net/20.500.14292/1695>
- Sánchez, H., Reyes, C., & Mejía, K. (2018). Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística (1.a ed.), 124. Editado por Vicerrectorado de Investigación de la Universidad Ricardo Palma. Perú. <https://hdl.handle.net/20.500.14138/1480>

Segura, C. (2020). Responsabilidad Social Empresarial En Los Restaurantes Formales Del

Casco Urbano De Chiclayo [Tesis para la obtención de Licenciado en Administración

de Empresas, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo].

<http://hdl.handle.net/20.500.12423/3469>

Sostenibilidad para los Negocios (s. f.). *Como reducir el desperdicio de comida en*

restaurantes.

Cámara

Valencia.

[https://negociosostenible.camaravalencia.com/ambiental/tendencias/como-reducir-](https://negociosostenible.camaravalencia.com/ambiental/tendencias/como-reducir-el-desperdicio-de-comida-en-restaurantes/)

[el-desperdicio-de-comida-en-restaurantes/](https://negociosostenible.camaravalencia.com/ambiental/tendencias/como-reducir-el-desperdicio-de-comida-en-restaurantes/)

Ulla, L. (2019). *Algunas definiciones de Responsabilidad Social Empresarial.* Instituto

Argentino

de

Responsabilidad

Social

Empresarial.

<http://www.iarse.org/publicaciones>

Vásquez, J. (2021). *Programa de responsabilidad social empresarial y comportamiento del*

consumidor del restaurant “Jijuna”, Cajamarca [Tesis para la Obtención de Maestro

en Administración de Negocios, Universidad César Vallejo].

<https://hdl.handle.net/20.500.12692/65047>

ANEXOS

Anexo 1 Matriz de Consistencia

Título del proyecto: “Relación de la responsabilidad social empresarial y el comportamiento ambiental del personal que labora en un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo - 2023”

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	TIPO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA
¿Cuál es la relación de la responsabilidad social empresarial y el comportamiento ambiental del personal que labora en un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo - 2023?	<p>OBJETIVO GENERAL: Determinar el nivel de relación entre la responsabilidad social empresarial y el comportamiento ambiental del personal que labora en un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo - 2023.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS: <ol style="list-style-type: none"> Determinar el nivel de la aplicación de la responsabilidad social empresarial en un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo, 2023. Determinar el nivel del comportamiento ambiental del personal que labora en un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo - 2023. Determinar la relación entre la responsabilidad social empresarial y la dimensión obtención de la variable comportamiento ambiental del personal que labora en un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo - 2023. Determinar la relación entre la responsabilidad social empresarial y la dimensión proceso de desperdicios de la variable comportamiento ambiental del personal que labora en un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo - 2023. </p>	La relación de la responsabilidad social empresarial y comportamiento ambiental del personal que labora en un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo -2023, es directa y significativa.	<p>Enfoque: Cuantitativo Diseño: Correlacional - Transversal Nivel: No experimental</p>	<p>Población Es todo el personal que labora en un restaurante en el Centro Histórico, conformado por 26 colaboradores.</p> <p>Muestra: 26 colaboradores que laboran en un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo.</p>

Anexo 2 Matriz de Operacionalización

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Responsabilidad social empresarial	La Responsabilidad social empresarial (RSE) es la contribución de las empresas a promover los cambios generados en las últimas décadas en materia de desarrollo sostenible en relación con el compromiso de los Estados de actuar responsablemente frente al medio ambiente (Avendaño, 2011).	El nivel de la responsabilidad social empresarial en un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo 2023, se medirá con un cuestionario tipo Likert, compuesto de 16 preguntas, cuyas valoraciones son: 1= Totalmente en desacuerdo 2=En desacuerdo 3=Neutral 4=De acuerdo 5=Totalmente de acuerdo	Económica	<ul style="list-style-type: none"> - Organización o participación de campañas y proyectos que promueven el bienestar de la sociedad. - Motivación en desarrollo personal a los colaboradores. - Respeto de los derechos del consumidor. 	Ordinal
			Social	<ul style="list-style-type: none"> - Participación en la definición e implantación de planes económicos de la región del país. - Respeto de sus obligaciones tributarias. - Relación positiva entre calidad y precio de venta. 	
			Medio Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> - Participación en actividades de mejora medio ambiental. - Interés en minimizar su impacto ambiental negativo. - Uso de equipos, materiales e insumos ecológicos. 	
Comportamiento ambiental	El comportamiento ambiental implica toda una serie de acciones que van desde la compra, la selección de insumos, la segregación y la distribución final adecuada de éstos últimos (de Castro, 2001).	El nivel del comportamiento del consumidor organizacional de un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo 2023, se medirá con un cuestionario tipo Likert, compuesto de 10 preguntas, cuyas valoraciones son: 1= Totalmente en desacuerdo 2=En desacuerdo 3=Neutral 4=De acuerdo 5=Totalmente de acuerdo	Obtención	<ul style="list-style-type: none"> - Reconocimiento de la necesidad. - Búsqueda de información. - Evaluación previa del colaborador. 	Ordinal
			Proceso de desperdicios	<ul style="list-style-type: none"> - Demuestra esfuerzos - Fomenta la redacción. - Plantea acciones - Plantea opciones - Segregación 	

Anexo 3 Instrumentos

Variable 1: Responsabilidad social empresarial	
N°	Ítem
1	Dimensión: Medioambiental
1.1	¿El restaurante donde labora utiliza productos y alimentos libres de pesticidas y locales?
1.2	¿El restaurante implementa prácticas para reducir su consumo de agua y energía?
1.3	¿El restaurante utiliza envases y materiales biodegradables o reciclables?
1.4	¿El restaurante promueve opciones vegetarianas o veganas en su menú?
1.5	¿El restaurante tiene propuestas de reciclaje y compostaje?
2	Dimensión: Social
2.1	¿El restaurante apoya a la comunidad y contribuye a su desarrollo?
2.2	¿El restaurante contrata personal local?
2.3	¿El restaurante colabora con organizaciones benéficas y locales?
2.4	¿El restaurante patrocina eventos comunitarios?
2.5	¿El restaurante apoya iniciativas educativas o culturales?
3	Dimensión: Económica
3.1	¿El restaurante garantiza condiciones laborales justas y salarios dignos para su personal?
3.2	¿El restaurante paga un precio justo a sus proveedores y colaboradores?
3.3	El restaurante utiliza ingredientes de calidad en sus platos
3.4	¿El restaurante ofrece precios justos a sus clientes?
3.5	¿El restaurante genera empleo local?
3.6	¿El restaurante invierte en programas de capacitación y desarrollo para su personal?
Variable 2: Comportamiento ambiental	
N°	Ítem
1	Dimensión: Obtención de la materia prima
1.1	¿Busco información sobre los ingredientes utilizados en los platos antes de tomar una decisión de compra?
1.2	¿Presto atención a las prácticas sostenibles y éticas de los proveedores de alimentos?
1.3	¿Muestro preocupación en que los ingredientes utilizados sean frescos y de calidad?
1.4	¿Utilizo productos locales y orgánicos en la elaboración de las preparaciones?
1.5	¿Muestro preocupación en cuanto a la procedencia de los ingredientes que utilizo?
2	Dimensión: Proceso de desperdicios
2.1	¿Demuestro esfuerzos por reducir desperdicios generados en todas las etapas de la elaboración de los alimentos?
2.2	¿Fomento la reducción de desperdicios en todas las etapas de la elaboración de los alimentos?
2.3	¿Planteo acciones para generar la menor desperdicios en todas las etapas de la elaboración de los alimentos?
2.4	¿Planteo opciones para poder reutilizar cáscaras, semillas u otros y disminuir desperdicios?
2.5	¿Me preocupo por segregar adecuadamente los desperdicios en todas las etapas de la elaboración de los alimentos?

Anexo 5: Validación juez 1

VALIDEZ BASADA EN CONTENIDO

Nombre completo	JOSÉ MILTON DE LA CRUZ LUJÁN
Años de experiencia profesional	25 años
Grado académico	Maestro (Concluida)
Especialidad	Ciencias

Estimado(a) especialista:

Reciba mi cordial saludo. El presente instrumento tiene como finalidad medir: Relación entre la responsabilidad social empresarial y el comportamiento ambiental del personal que labora en un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo – 2023.

En este sentido le solicito pueda evaluar los 26 ítems, tomando en cuenta tres criterios: Relevancia, coherencia y claridad. Su sinceridad y participación contribuirá en la identificación de posibles fallas en el instrumento.

I. Breve descripción del(los) constructo (s):

Para este estudio se define la variable “La responsabilidad social corporativa” (RSE) es la contribución de las empresas a promover los cambios generados en las últimas décadas en materia de desarrollo sostenible en relación con el compromiso de los Estados de actuar responsablemente frente al medio ambiente (Avendaño, 2011).

En el caso de “comportamiento ambiental”, se define como toda una serie de acciones que van desde la compra, la selección de insumos, la segregación y la distribución final adecuada de éstos últimos (Castro, 2001).

II. Criterios de calificación;

- a) **Relevancia:** El ítem es esencial o importante y por lo tanto debe ser incluido para evaluar la(s) variables(s). El puntaje que se asignará es el siguiente:

Nada relevante	Poco relevante	Relevante	Totalmente relevante
0	1	2	3

- b) **Coherencia:** El ítem guarda relación con la dimensión que se está midiendo. El puntaje que se asignará es el siguiente:

No es coherente	Poco coherente	Coherente	Totalmente coherente
0	1	2	3

- c) **Claridad:** El ítem es entendible, claro y comprensible. El puntaje que se asignará es el siguiente:

Nada claro	Medianamente claro	Claro	Totalmente claro
0	1	2	3

Relación entre la responsabilidad social empresarial y el comportamiento ambiental del personal que labora en un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo 2023.

Instrucciones: Por favor, indique su grado de acuerdo o desacuerdo con cada afirmación utilizando una escala del 1 al 5, donde

1= Totalmente en desacuerdo

2=En desacuerdo

3=Neutral

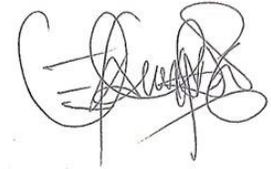
4=De acuerdo

5=Totalmente de acuerdo

	Variable 1: Responsabilidad Social Empresarial	Relevancia				Coherencia				Claridad				Sugerencias
N°	Ítem													
1	Dimensión: Medioambiental	Puntaje				Puntaje				Puntaje				
1.1	¿El restaurante donde labora utiliza productos y alimentos libres de pesticidas y locales?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
1.2	¿El restaurante implementa prácticas para reducir su consumo de agua y energía?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
1.3	¿El restaurante utiliza envases y materiales biodegradables o reciclables?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
1.4	¿El restaurante promueve opciones vegetarianas o veganas en su menú?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
1.5	¿El restaurante tiene propuestas de reciclaje y compostaje?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2	Dimensión: Social													
2.1	¿El restaurante apoya a la comunidad y contribuye a su desarrollo?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2.2	¿El restaurante contrata personal local?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2.3	¿El restaurante colabora con organizaciones benéficas y locales?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2.4	¿El restaurante patrocina eventos comunitarios?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	

2.5	¿El restaurante apoya iniciativas educativas o culturales?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
3	Dimensión: Económica													
3.1	¿El restaurante garantiza condiciones laborales justas y salarios dignos para su personal?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
3.2	¿El restaurante paga un precio justo a sus proveedores y colaboradores?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
3.3	El restaurante utiliza ingredientes de calidad en sus platos	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
3.4	¿El restaurante ofrece precios justos a sus clientes?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
3.5	¿El restaurante genera empleo local?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
3.6	¿El restaurante invierte en programas de capacitación y desarrollo para su personal?													
	Variable 2: Comportamiento ambiental	Relevancia	Coherencia						Claridad				Sugerencias	
N°	Ítem													
1	Dimensión: Obtención de la materia prima	Puntaje	Puntaje						Puntaje					
1.1	¿Busco información sobre los ingredientes utilizados en los platos antes de tomar una decisión de compra?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
1.2	¿Presto atención a las prácticas sostenibles y éticas de los proveedores de alimentos?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
1.3	¿Muestro preocupación en que los ingredientes utilizados sean frescos y de calidad?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
1.4	¿Utilizo productos locales y orgánicos en la elaboración de las preparaciones?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
1.5	¿Muestro preocupación en cuanto a la procedencia de los ingredientes que utilizo?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2	Dimensión: Proceso de desperdicios	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	

2.1	¿Demuestro esfuerzos por reducir desperdicios generados en todas las etapas de la elaboración de los alimentos?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2.2	¿Fomento la reducción de desperdicios en todas las etapas de la elaboración de los alimentos?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2.3	¿Planteo acciones para generar la menor desperdicios en todas las etapas de la elaboración de los alimentos?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2.4	¿Planteo opciones para poder reutilizar cáscaras, semillas u otros y disminuir desperdicios?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2.5	¿Me preocupo por segregar adecuadamente los desperdicios en todas las etapas de la elaboración de los alimentos?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	



JOSÉ MILTON DE LA CRUZ LUJÁN

Anexo 6 Validación juez 2

VALIDEZ BASADA EN CONTENIDO

Estimado(a) especialista:

Reciba mi cordial saludo. El presente instrumento tiene como finalidad medir: Relación entre la responsabilidad social empresarial y el comportamiento ambiental del personal que labora en un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo – 2023.

En este sentido le solicito pueda evaluar los 26 ítems, tomando en cuenta tres criterios: Relevancia, coherencia y claridad. Su sinceridad y participación contribuirá en la identificación de posibles fallas en el instrumento.

I. Breve descripción de los constructos:

Para este estudio se define la variable “La responsabilidad social empresarial” es la contribución de las empresas a promover los cambios generados en las últimas décadas en materia de desarrollo sostenible en relación con el compromiso de los Estados de actuar responsablemente frente al medio ambiente (Avendaño, 2011).

En el caso de “comportamiento ambiental”, se define como toda una serie de acciones que van desde la compra, la selección de insumos, la segregación y la distribución final adecuada de éstos últimos (Castro, 2001).

II. Criterios de calificación;

- a) **Relevancia:** El ítem es esencial o importante y por lo tanto debe ser incluido para evaluar la(s) variables(s). El puntaje que se asignará es el siguiente:

Nada relevante	Poco relevante	Relevante	Totalmente relevante
0	1	2	3

- b) **Coherencia:** El ítem guarda relación con la dimensión que se está midiendo. El puntaje que se asignará es el siguiente:

No es coherente	Poco coherente	Coherente	Totalmente coherente
0	1	2	3

- c) **Claridad:** El ítem es entendible, claro y comprensible. El puntaje que se asignará es el siguiente:

Nada claro	Medianamente claro	Claro	Totalmente claro
0	1	2	3

Relación entre la responsabilidad social empresarial y el comportamiento ambiental del personal que labora en un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo – 2023.

Instrucciones: Por favor, indique su grado de acuerdo o desacuerdo con cada afirmación utilizando una escala del 1 al 5, donde

1= Totalmente en desacuerdo

2=En desacuerdo

3=Neutral

4=De acuerdo

5=Totalmente de acuerdo

	Variable 1: Responsabilidad social empresarial	Relevancia				Coherencia				Claridad				Sugerencias
N°	Ítem													
1	Dimensión: Medioambiental	Puntaje				Puntaje				Puntaje				
1.1	¿El restaurante donde labora utiliza productos y alimentos libres de pesticidas y locales?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
1.2	¿El restaurante implementa prácticas para reducir su consumo de agua y energía?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
1.3	¿El restaurante utiliza envases y materiales biodegradables o reciclables?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
1.4	¿El restaurante promueve opciones vegetarianas o veganas en su menú?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
1.5	¿El restaurante tiene propuestas de reciclaje y compostaje?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2	Dimensión: Social													
2.1	¿El restaurante apoya a la comunidad y contribuye a su desarrollo?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2.2	¿El restaurante contrata personal local?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2.3	¿El restaurante colabora con organizaciones benéficas y locales?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2.4	¿El restaurante patrocina eventos comunitarios?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	

2.5	¿El restaurante apoya iniciativas educativas o culturales?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
3	Dimensión: Económica													
3.1	¿El restaurante garantiza condiciones laborales justas y salarios dignos para su personal?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
3.2	¿El restaurante paga un precio justo a sus proveedores y colaboradores?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
3.3	El restaurante utiliza ingredientes de calidad en sus platos	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
3.4	¿El restaurante ofrece precios justos a sus clientes?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
3.5	¿El restaurante genera empleo local?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
3.6	¿El restaurante invierte en programas de capacitación y desarrollo para su personal?													
	Variable 2: Comportamiento ambiental	Relevancia	Coherencia						Claridad				Sugerencias	
N°	Ítem													
1	Dimensión: Obtención de la materia prima	Puntaje	Puntaje						Puntaje					
1.1	¿Busco información sobre los ingredientes utilizados en los platos antes de tomar una decisión de compra?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
1.2	¿Presto atención a las prácticas sostenibles y éticas de los proveedores de alimentos?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
1.3	¿Muestro preocupación en que los ingredientes utilizados sean frescos y de calidad?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
1.4	¿Utilizo productos locales y orgánicos en la elaboración de las preparaciones?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
1.5	¿Muestro preocupación en cuanto a la procedencia de los ingredientes que utilizo?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2	Dimensión: Proceso de desperdicios	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	

2.1	¿Demuestro esfuerzos por reducir desperdicios generados en todas las etapas de la elaboración de los alimentos?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2.2	¿Fomento la reducción de desperdicios en todas las etapas de la elaboración de los alimentos?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2.3	¿Planteo acciones para generar la menor desperdicios en todas las etapas de la elaboración de los alimentos?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2.4	¿Planteo opciones para poder reutilizar cáscaras, semillas u otros y disminuir desperdicios?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2.5	¿Me preocupo por segregar adecuadamente los desperdicios en todas las etapas de la elaboración de los alimentos?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	



Rubi Lizet Izaguirre Romero

Anexo 6 Validación juez 2

VALIDEZ BASADA EN CONTENIDO

Nombre completo	GUILLERMO TORRES MACHUCA
Años de experiencia profesional	12
Grado académico	MAESTRO
Especialidad	LIC. EN TURISMO

Estimado(a) especialista:

Reciba mi cordial saludo. El presente instrumento tiene como finalidad medir: Relación entre la responsabilidad social empresarial y el comportamiento ambiental del personal que labora en un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo – 2023.

En este sentido le solicito pueda evaluar los 26 ítems, tomando en cuenta tres criterios: Relevancia, coherencia y claridad. Su sinceridad y participación contribuirá en la identificación de posibles fallas en el instrumento.

Breve descripción de los constructos:

Para este estudio se define la variable “La Responsabilidad social empresarial” (RSE) es la contribución de las empresas a promover los cambios generados en las últimas décadas en materia de desarrollo sostenible en relación con el compromiso de los Estados de actuar responsablemente frente al medio ambiente (Avendaño, 2011).

En el caso de “comportamiento ambiental”, se define como: toda una serie de acciones que van desde la compra, la selección de insumos, la segregación y la distribución final adecuada de éstos últimos (Castro, 2001).

Criterios de calificación;

- a) **Relevancia:** El ítem es esencial o importante y por lo tanto debe ser incluido para evaluar la(s) variables(s). El puntaje que se asignará es el siguiente:

Nada relevante	Poco relevante	Relevante	Totalmente relevante
0	1	2	3

- b) **Coherencia:** El ítem guarda relación con la dimensión que se está midiendo. El puntaje que se asignará es el siguiente:

No es coherente	Poco coherente	Coherente	Totalmente coherente
0	1	2	3

- c) **Claridad:** El ítem es entendible, claro y comprensible. El puntaje que se asignará es el siguiente:

Nada claro	Medianamente claro	Claro	Totalmente claro
0	1	2	3

Relación entre la responsabilidad social empresarial y el comportamiento ambiental del personal que labora en un restaurante en el Centro Histórico de Trujillo – 2023.														
Instrucciones: Por favor, indique su grado de acuerdo o desacuerdo con cada afirmación utilizando una escala del 1 al 5, donde 1= Totalmente en desacuerdo 2=En desacuerdo 3=Neutral 4=De acuerdo 5=Totalmente de acuerdo														
	Variable 1: Responsabilidad Social Empresarial	Relevancia				Coherencia				Claridad				Sugerencias
N°	Ítem	Puntaje				Puntaje				Puntaje				
1	Dimensión: Medioambiental													
1.1	¿El restaurante donde labora utiliza productos y alimentos libres de pesticidas y locales?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
1.2	¿El restaurante implementa prácticas para reducir su consumo de agua y energía?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
1.3	¿El restaurante utiliza envases y materiales biodegradables o reciclables?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
1.4	¿El restaurante promueve opciones vegetarianas o veganas en su menú?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
1.5	¿El restaurante tiene propuestas de reciclaje y compostaje?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2	Dimensión: Social													
2.1	¿El restaurante apoya a la comunidad y contribuye a su desarrollo?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2.2	¿El restaurante contrata personal local?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2.3	¿El restaurante colabora con organizaciones benéficas y locales?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2.4	¿El restaurante patrocina eventos comunitarios?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	

2.5	¿El restaurante apoya iniciativas educativas o culturales?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
3	Dimensión: Económica													
3.1	¿El restaurante garantiza condiciones laborales justas y salarios dignos para su personal?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
3.2	¿El restaurante paga un precio justo a sus proveedores y colaboradores?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
3.3	El restaurante utiliza ingredientes de calidad en sus platos	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
3.4	¿El restaurante ofrece precios justos a sus clientes?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
3.5	¿El restaurante genera empleo local?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
3.6	¿El restaurante invierte en programas de capacitación y desarrollo para su personal?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	Indicar que tipo de programas
	Variable 2: Comportamiento ambiental	Relevancia	Coherencia						Claridad				Sugerencias	
N°	Ítem													
1	Dimensión: Obtención	Puntaje	Puntaje						Puntaje					
1.1	¿El restaurante busca información sobre los ingredientes utilizados en los platos antes de tomar una decisión de compra?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
1.2	¿El restaurante presta atención a las prácticas sostenibles y éticas de los proveedores de alimentos?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
1.3	¿El restaurante muestra preocupación de que los ingredientes utilizados sean frescos y de calidad?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	

1.4	¿El restaurante utiliza productos locales y orgánicos en la elaboración de sus preparaciones?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
1.5	¿El restaurante muestra preocupación en cuanto a la procedencia de los ingredientes que se utilizan?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2	Dimensión: Proceso de desperdicios	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2.1	¿Demuestro esfuerzos por reducir desperdicios generados en todas las etapas de la elaboración de los alimentos?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2.2	¿Fomento la reducción de desperdicios en todas las etapas de la elaboración de los alimentos?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2.3	¿Planteo acciones para generar la menor desperdicios en todas las etapas de la elaboración de los alimentos?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	Similar a la pregunta 2.1
2.4	¿Planteo opciones para poder reutilizar cáscaras, semillas u otros y disminuir desperdicios?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2.5	¿Me preocupo por segregar adecuadamente los desperdicios en todas las etapas de la elaboración de los alimentos?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	



Guillermo Torres Machuca

DNI 18183193