

**Propuesta y análisis de estrategias sostenibles para optimizar la gestión de
desperdicios y mejorar la imagen corporativa de empresas del sector gastronómico
de Bogotá**

Ivanna Gómez Cervera

Asesor

Rosalba Pacheco

Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios (ECACEN)

Programa Administración de Empresas

2024

Dedicatoria

Con gratitud y aprecio, dedico este trabajo a la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), cuya excelencia académica y compromiso con la educación integral han sido fundamentales en mi formación como profesional en Administración de Empresas. Este logro es un reflejo de las lecciones y experiencias adquiridas durante mi trayectoria académica.

Resumen

Esta investigación sugiere implementar y evaluar estrategias de sostenibilidad en el sector gastronómico de Bogotá, concentrándose en reducir el desperdicio de alimentos a través de actividades en los establecimientos, como optimizar la gestión de inventarios, preparar alimentos de manera eficiente y redistribuir los excedentes de comida.

Reconociendo que el desperdicio de alimentos es un problema global con importantes impactos económicos, ambientales y sociales, este estudio va más allá de la perspectiva tradicional de costos, explorando cómo las prácticas sostenibles pueden aportar beneficios adicionales, como la responsabilidad social corporativa y la mejora de la imagen de marca. Adoptaremos un enfoque práctico de investigación, recopilando datos de empresas a nivel local, nacional e internacional mediante métodos cualitativos. Este análisis identificará prácticas innovadoras, evaluando su impacto ambiental y social y cómo se integran en la cultura corporativa y políticas de las empresas.

El proyecto busca proporcionar un análisis comparativo que resalte las mejores prácticas y estrategias más efectivas, teniendo en cuenta tanto la conformidad con las regulaciones actuales como el potencial para influir en la formulación de políticas públicas. Además, intentará entender cómo la sostenibilidad y la gestión del desperdicio de alimentos se integran en la cultura corporativa. El valor agregado de esta investigación radica en su enfoque integral, analizando la sostenibilidad no solo como una obligación regulatoria o una estrategia de reducción de costos, sino como un elemento clave en la competitividad, innovación y responsabilidad social empresarial.

Los resultados esperados incluyen recomendaciones específicas para empresas del sector gastronómico, contribuyendo así a estrategias más efectivas y sostenibles para

la reducción del desperdicio de alimentos en Bogotá. Además, el estudio buscará ofrecer aportes significativos para la sociedad en general, fomentando un cambio más amplio hacia prácticas alimentarias sostenibles.

Palabras clave: Desperdicio de alimentos, imagen corporativa, responsabilidad social, sector gastronómico, sostenibilidad.

Abstract

This study looks at the ways to be sustainable in Bogotá's food service industry. It focuses on cutting down food waste from production to consumption.

Recognizing that food waste is a global challenge with severe economic, environmental, and social repercussions, this research goes deeper than just looking at costs. It checks out how being sustainable can also help with things like a company's social responsibility and making their brand look better. The study will use real data from companies, both local and international, and will use both number-based and descriptive methods. It will not only look at how much money these sustainable ways can save, but also at new ideas, their impact on the environment and society, and how they fit into a company's culture and rules. The goal is to compare different ways of being sustainable and find the best ones. This includes following current rules and possibly influencing new policies.

The project also wants to see how companies really make sustainability and food waste management a part of their culture and how they make others aware of these issues. The special thing about this research is that it looks at sustainability as not just a rule to follow or a way to save money, but as something important for a company's success, innovation, and social responsibility. The expected results are special tips for food companies to help them be more sustainable and reduce food waste at every step of their process. The study also aims to give important information to people who make policies and to the public, to encourage a bigger change towards sustainable food habits.

Keywords: Food waste, company image, social responsibility, food service industry, sustainability.

Tabla de contenido

Introducción	12
Planteamiento del problema.....	14
Justificación	16
Objetivos	17
Objetivo General	17
Objetivos Específicos	17
Marco Referencial.....	18
Marco Teórico	18
Sostenibilidad en el sector gastronómico	18
Gestión del Desperdicio de Alimentos	20
Imagen Corporativa y Responsabilidad Social.....	21
Marco Conceptual	24
Desperdicio de Alimentos	24
Sostenibilidad en el Sector Gastronómico.....	24
Estrategias de Reducción del Desperdicio de Alimentos	25
Benchmarking y Mejora de la Imagen Corporativa	25
Políticas y Regulaciones.....	25
Experiencias Internacionales y Buenas Prácticas	25
Marco Legal	26
Marco Espacial.....	32
Visión.....	33
Misión.....	33
Reseña Histórica	33
Valores.....	33
Propósito.....	34
Ubicación Geográfica	34
Productos o Servicios	34
Marco Temporal.....	35
Diciembre 2023 (Identificación de Mejores Prácticas) Fase de Investigación y Planificación	35

Enero 2024 - Febrero 2024 (Implementación y Monitoreo) Fase de Implementación de Estrategias	35
Marzo y Abril 2024 (Evaluación y Desarrollo de Recomendaciones) Fase de Evaluación y Recomendaciones Finales.....	35
Diagnóstico Empresarial	37
Análisis del entorno general de la organización.....	37
Entorno Social y Cultural	37
Entorno Político.....	37
Entorno Económico	38
Entorno Ambiental	38
Entorno Demográfico	38
Entorno Jurídico	39
Entorno Tecnológico	39
Análisis del entorno específico de la organización	40
Aplicación de las herramientas de diagnóstico	41
Observación Directa	41
Entrevistas	41
Cuestionarios	41
Diagrama de Relaciones	41
Análisis DOFA	41
Resultados	43
Entrevista.....	43
Cuestionarios.....	45
Enfoque de Norton y Kaplan.....	48
Diagrama de relaciones	50
Verificación de Objetivos	51
Realizar un benchmarking detallado del desperdicio de alimentos en el sector gastronómico de Bogotá.....	51
Optimización de la compra y almacenamiento.....	51
Planificación de menús eficientes.....	51
Gestión eficiente del desperdicio reciclaje y compostaje	51
Donación de alimentos no vendidos	52
Aplicaciones de gestión de inventario	52

Proponer estrategias mejoradas de reducción de desperdicio con un enfoque en imagen corporativa y responsabilidad social:	53
Implementar la tecnología para gestionar su inventario	53
Implementar programa de donación de alimentos.....	54
Participación en Plataformas de Venta de Alimentos Excedentes	55
Iniciativas de sensibilización y educación.....	55
Analizar el impacto de la implementación de estrategias de reducción de desperdicio en la imagen y reputación corporativa	56
Desarrollar recomendaciones orientadas a la implementación eficaz de estrategias de sostenibilidad y minimización del desperdicio, con un enfoque en fortalecer la responsabilidad social corporativa y la imagen de marca, subrayando los beneficios empresariales derivados de adoptar estas prácticas.....	58
Integrar soluciones tecnológicas para optimizar operaciones	58
Fomentar colaboraciones para la gestión de excedentes	59
Educar y comprometer a la comunidad empresarial y a los consumidores.....	60
Innovar en la oferta de productos y servicios sostenibles	61
Optimizar la eficiencia de los recursos.....	62
Buscar certificaciones ambientales y sociales	63
Valorar el impacto socioeconómico y ambiental positivo de la implementación de las estrategias sugeridas	64
Conclusiones	66
Referencias Bibliográficas	68

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Legislación Ambiental Nacional y Local</i>	26
Tabla 2 <i>Políticas de Seguridad Alimentaria y Nutricional</i>	28
Tabla 3 <i>Regulaciones del sector alimentario</i>	29
Tabla 4 <i>Incentivos y Sanciones</i>	31
Tabla 5 <i>Tabulación cuestionario empleados</i>	46
Tabla 6 <i>Tabulación cuestionario clientes</i>	47

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Organigrama</i>	34
Figura 2 <i>Gráfico Norton y Kaplan</i>	48
Figura 3 <i>Análisis DOFA</i>	49
Figura 4 <i>Diagrama de relaciones</i>	50

Introducción

El presente proyecto, titulado "Propuesta y análisis de estrategias sostenibles para optimizar la gestión de desperdicios y mejorar la imagen corporativa de empresas del sector gastronómico de Bogotá" surge como una respuesta a la creciente preocupación global por la sostenibilidad en el sector gastronómico y la necesidad de abordar el problema del desperdicio de alimentos.

Esta investigación busca analizar y proponer estrategias sostenibles que no solo reduzcan el desperdicio de alimentos en empresas del sector gastronómico en Bogotá, sino que también impulsen su responsabilidad social y mejoren su imagen corporativa ante la sociedad y el mercado. Actualmente, una parte significativa de los alimentos producidos termina desperdiciada, generando consecuencias económicas, ambientales y sociales importantes. Este fenómeno no solo afecta a las empresas del sector, sino que también impacta la seguridad alimentaria de la población y la gestión de los recursos naturales.

Esta investigación se basa en un enfoque de tipo investigativo y descriptivo, que abarca la identificación, análisis y aplicación de las mejores prácticas en sostenibilidad adaptadas al contexto local de Bogotá, específicamente dentro de una cadena de restaurantes seleccionada.

Es importante mencionar que este estudio tiene sus limitaciones, incluyendo la disponibilidad de datos y la participación voluntaria de las empresas en el programa piloto. Sin embargo, se busca generar conocimiento y ofrecer recomendaciones prácticas

que puedan ser aplicadas en el ámbito empresarial y contribuyan al desarrollo sostenible de Bogotá.

Planteamiento del problema

El sector gastronómico en Bogotá juega un papel importante en la economía local, abarcando la distribución y venta de alimentos. Sin embargo, enfrenta un desafío crítico que va más allá de la rentabilidad: el desperdicio significativo de alimentos.

Según Infobae (2023) “En nuestro país se pierden 9,7 millones de toneladas de alimentos al año mientras que 20.4 millones de personas no logran acceder a las 3 comidas necesarias en el día”. El desperdicio de alimentos en la cadena de suministro en la ciudad de Bogotá no solo implica una pérdida económica directa para las empresas involucradas como restaurantes, bares y empresas de catering, sino que también conlleva una serie de impactos ambientales y sociales. La generación excesiva de residuos, el uso ineficiente de recursos naturales y el agravamiento de problemas como la emisión de gases de efecto invernadero, son sólo algunos ejemplos del impacto ambiental, a nivel social, el desperdicio de alimentos se suma al problema de inseguridad alimentaria y desnutrición que vive una parte de la población de Bogotá. De acuerdo con la información de Infobae, el proyecto indaga qué prácticas sostenibles pueden adoptar las empresas del sector gastronómico en Bogotá para minimizar el desperdicio de alimentos, generar beneficios en términos de compromiso social, contribuir al desarrollo sostenible y además obtener beneficios propios relacionados con responsabilidad social empresarial e imagen corporativa.

Entonces, la pregunta central que guía esta investigación es:

¿Qué estrategias sostenibles pueden implementar las empresas del sector gastronómico en Bogotá para la gestión eficaz del desperdicio de alimentos, con el objetivo de

optimizar este proceso y mejorar su imagen corporativa?"

Justificación

En el ámbito de la Administración de Empresas, la adaptación y evolución ante los desafíos contemporáneos es fundamental. Este proyecto resalta la integración de estrategias sostenibles que ofrecen múltiples beneficios que no solo incluyen mejoras en la eficiencia y rentabilidad, sino también en aspectos cruciales como la imagen corporativa, la responsabilidad social corporativa y la alineación con los objetivos de sostenibilidad más amplios.

Este enfoque va más allá de mejorar la eficiencia operativa; reconoce y aprovecha el valor adicional que ofrece una gestión responsable y consciente de los recursos. Al reducir el desperdicio de alimentos, las empresas no solo impactan positivamente en sus balances financieros, sino que también mejoran su imagen ante consumidores, inversores y la sociedad en general. En un contexto donde la sostenibilidad y la ética empresarial son cada vez más valoradas, las iniciativas que fomentan estas prácticas se convierten en un diferenciador clave en el mercado.

Este proyecto busca no solo fortalecer la sostenibilidad económica, ambiental y social de estas empresas, sino también impulsar su responsabilidad social y mejorar su imagen corporativa ante la comunidad y el mercado. A través de este enfoque, se pretende no solo disminuir el impacto negativo del desperdicio alimentario en la ciudad de Bogotá, sino también posicionar a las empresas como líderes responsables y comprometidas con el bienestar de la sociedad y el respeto por el medio ambiente. Al hacerlo, se espera que estas empresas se conviertan en referentes de buenas prácticas y gestión sostenible, fomentando una cultura empresarial más consciente y respetuosa con el entorno.

Objetivos

Objetivo General

Proponer estrategias sostenibles enfocadas en la minimización del desperdicio de alimentos en las empresas del sector gastronómico de Bogotá, con el fin de promover operaciones socialmente responsables.

Objetivos Específicos

Diagnosticar el nivel actual de desperdicio de alimentos en empresas del sector gastronómico de Bogotá mediante un estudio comparativo, identificando prácticas existentes.

Implementar un estudio exploratorio para evaluar el impacto de las prácticas actuales de gestión de desperdicios sobre la imagen corporativa y la responsabilidad social en el sector gastronómico.

Formular estrategias innovadoras de reducción de desperdicios que fortalezcan la responsabilidad social corporativa y mejoren la imagen de marca, destacando los beneficios económicos, sociales y ambientales para las empresas del sector gastronómico en la ciudad de Bogotá.

Marco Referencial

Marco Teórico

El marco teórico para este estudio se enfoca en tres áreas clave: la sostenibilidad en el sector gastronómico, la gestión del desperdicio de alimentos y la imagen corporativa.

Sostenibilidad En El Sector Gastronómico

Definición y Principios de Sostenibilidad.

Concepto: La sostenibilidad en el sector gastronómico se refiere a la capacidad de satisfacer las necesidades alimentarias actuales sin comprometer la capacidad de generaciones futuras para satisfacer las suyas. Implica un equilibrio entre los aspectos ambientales, económicos y sociales

Dimensiones de la Sostenibilidad: Según Jhon Elkington (1997) “La sostenibilidad empresarial se concibe a través de la perspectiva del Triple Impacto, que examina el impacto económico, social y ambiental”. En el sector gastronómico, podemos traducirlo en prácticas que son económicamente viables, socialmente responsables y ambientalmente amigables.

Modelos de Sostenibilidad Empresarial.

Modelos Teóricos y Casos de Estudio: Los modelos de sostenibilidad en las empresas del sector gastronómico se han centrado en mejorar la eficiencia de los recursos, reducir la huella de carbono, y mejorar el bienestar de la comunidad y los trabajadores. Ejemplos destacados de esta tendencia incluyen iniciativas emprendidas por reconocidas cadenas de restaurantes como Chipotle, que se ha comprometido con la

utilización de ingredientes orgánicos y de producción local para apoyar la agricultura sostenible. Por otro lado, Starbucks ha implementado una estrategia orientada hacia el ofrecimiento de opciones alimenticias más responsables, estableciendo además el objetivo de reducir sus desechos de alimentos a la mitad para el año 2030. Estas prácticas no solo evidencian un compromiso empresarial con la sostenibilidad ambiental y la responsabilidad social, sino que también demuestran cómo las estrategias de negocio enfocadas en la sostenibilidad pueden integrarse exitosamente en la operatividad de establecimientos gastronómicos.

Aplicación en Bogotá: En la ciudad de Bogotá, el restaurante Prudencia se establece como un modelo a seguir en términos de sostenibilidad. Este establecimiento es conocido por su firme compromiso con el uso de ingredientes locales y de temporada, una práctica que no solo busca minimizar el impacto ambiental, sino también fortalecer la economía local. Adicionalmente, Prudencia ha adoptado prácticas de compostaje para el manejo de sus residuos orgánicos, evidenciando una estrategia integral enfocada en la reducción de desperdicios y la promoción de la sostenibilidad. Por otro lado, el restaurante Misia, de Leonor Espinosa, representa otro ejemplo significativo de compromiso con la sostenibilidad dentro del panorama gastronómico bogotano. Este restaurante no se limita a ofrecer una experiencia culinaria única con sus platos típicos colombianos, también se dedica a implementar iniciativas sostenibles. Entre estas, destaca el uso de productos provenientes de comunidades indígenas y campesinas. Esta práctica no solo fomenta la responsabilidad social, sino que también contribuye al desarrollo sostenible.

Gestión del Desperdicio de Alimentos

Contexto Global y Local del Desperdicio de Alimentos.

Tendencias Globales: La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) advierte que cerca de un tercio de los alimentos producidos globalmente para el consumo humano se pierde o desperdicia, una realidad alarmante que representa no solo una pérdida económica, sino también un enorme costo ambiental. Este desperdicio, que se extiende a lo largo de toda la cadena de suministro (desde la producción y cosecha, pasando por el procesamiento, hasta la distribución y consumo) es agravado por factores como la mala planificación, infraestructura deficiente y prácticas de consumo ineficientes. Este fenómeno no solo implica un uso ineficaz de recursos como el agua y la tierra, sino también contribuye a la emisión de gases de efecto invernadero.

Situación en Bogotá: Las mismas fallas mencionadas anteriormente en la cadena de suministro son algunos de los problemas en Bogotá. A estos se suma la ineficiencia en la logística de transporte y almacenamiento, las prácticas de manejo inadecuadas y la falta de infraestructura adecuada, lo que genera el desperdicio de 1,3 millones de toneladas de comida al año en esta ciudad, según el periódico La República (2022). Además la falta de conciencia sobre el desperdicio de alimentos y los hábitos de consumo también contribuyen significativamente al problema en los hogares y restaurantes de Bogotá.

Estrategias de Reducción de Desperdicios.

Estrategias Globales: Empresas a nivel global están implementando estrategias para reducir su impacto. Esto incluye la mejora de la gestión de inventarios, rediseñando

empaques para extender la vida útil de los alimentos, y estableciendo colaboraciones con organizaciones benéficas y bancos de alimentos. Estos esfuerzos están alineados con el Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 12.3 de la ONU, que busca reducir a la mitad el desperdicio de alimentos a nivel mundial para el año 2030, promoviendo así un futuro más sostenible y responsable en términos de producción y consumo de alimentos.

Implementación en el Contexto Local: En Bogotá se están implementando diversas estrategias para combatir el desperdicio de alimentos con iniciativas del sector privado y la comunidad. El gobierno local ha lanzado programas para promover el compostaje de residuos orgánicos y ha desarrollado legislación que facilita la donación de alimentos no vendidos. Al mismo tiempo, empresas del sector gastronómico están adoptando tecnologías avanzadas para gestionar eficientemente sus inventarios y colaborando con bancos de alimentos para donar productos que, aunque no son vendidos, siguen siendo comestibles. Además, hay un creciente movimiento comunitario que incluye proyectos de huertos urbanos y compostaje comunitario, fomentando prácticas sostenibles y la conciencia sobre la reducción del desperdicio.

Imagen Corporativa y Responsabilidad Social

Teorías de Imagen Corporativa.

Concepto y Relevancia: La imagen corporativa es la percepción que tienen clientes, empleados y la comunidad en general, sobre una empresa. Es un reflejo de la identidad de la empresa, formada por sus acciones, comunicaciones, valores y la forma en que interactúa con el mundo. La relevancia de la imagen corporativa está en su influencia en las decisiones de los consumidores, la lealtad de los clientes, las relaciones con los inversores y la atracción de talento. En un mercado cada vez más consciente de temas

como la sostenibilidad y la responsabilidad social, una imagen corporativa positiva y auténtica puede ser un diferenciador clave, potenciando la competitividad y el éxito a largo plazo de la compañía. Las empresas que logran alinear efectivamente su imagen con sus prácticas y valores éticos no solo mejoran su reputación, sino que también fomentan la confianza y el compromiso de sus stakeholders.

Conexión con la Sostenibilidad: La sostenibilidad se ha convertido en una herramienta clave que forma la percepción pública de una empresa. Cuando una empresa integra la sostenibilidad en su estrategia y operaciones, refuerza su imagen corporativa al alinear sus acciones con los valores éticos y medioambientales de los consumidores, inversores y la sociedad en general. Esta alineación no solo mejora la reputación de la empresa, sino que también puede llevar a un mayor compromiso del cliente, lealtad a la marca y ventaja competitiva.

Relación entre Sostenibilidad y Percepción Corporativa.

Impacto en la Imagen Corporativa: La conexión entre prácticas sostenibles y la mejora de la imagen corporativa se alinea con la perspectiva de Porter y Kramer (2006) sobre la responsabilidad social empresarial. Estos autores sostienen que una RSE bien ejecutada que incluye la adopción de estrategias sostenibles, no solo beneficia a la sociedad y al medio ambiente, sino que también se convierte en una herramienta de ventaja competitiva para las empresas. Esta ventaja se manifiesta a través de una imagen corporativa mejorada, ya que las acciones sostenibles y socialmente responsables refuerzan la percepción de la empresa como ética, confiable y comprometida con el bienestar global. Al alinear sus operaciones con los valores y expectativas de sostenibilidad de los consumidores y la sociedad, las empresas no solo cumplen con sus

responsabilidades éticas, sino que también fortalecen su posición en el mercado.

Estudios de Caso Relevantes: En Bogotá, varias empresas han mejorado su imagen corporativa a través de la adopción de prácticas sostenibles, de acuerdo con los objetivos de desarrollo sostenible de la ONU. Estas empresas han demostrado un fuerte compromiso con la sostenibilidad y han contribuido significativamente a diversos sectores económicos. Entre ellas, el Grupo Argos y sus filiales Celsia S.A E.S.P y Cementos Argos han sido reconocidos por prácticas ejemplares en aspectos ambientales, sociales y de gobierno corporativo, obteniendo distinciones en el índice Global Dow Jones y el The Sustainability Yearbook 2022. Grupo Nutresa ha sido reconocida como la empresa de alimentos más sostenible del mundo según los Índices de Sostenibilidad de Dow Jones 2021. Otras empresas colombianas que también han destacado en sostenibilidad son Bancolombia S.A., Grupo de Inversiones Suramericana S.A., Banco de Bogotá S.A., Banco Davivienda S.A., Interconexión Eléctrica S.A. E.S.P., Almacenes Exito S.A., Colombina S.A., Promigas S.A. E.S.P., Ecopetrol S.A., y Organización Terpel S.A. Además, se han identificado siete empresas con impacto que presentaron soluciones para promover el alcance de los ODS en Colombia durante un evento organizado por el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en Colombia. Estas incluyen Agrapp (servicios financieros), Symplifica (tecnología), SunColombia (energías alternativas y renovables), Awake (servicios), Mueblea (infraestructura), Páramo Snacks (alimentos y bebidas) y Bive (salud). Estas empresas no solo han adoptado prácticas sostenibles para mejorar su operación interna, sino que también han contribuido a resolver problemas globales como el cambio climático, la deforestación y la exclusión social, lo cual ha reforzado positivamente su imagen

corporativa.

Marco Conceptual

El marco conceptual proporciona el contexto necesario para comprender el problema planteado en empresas del sector gastronómico en Bogotá, así como las bases sobre las cuales se fundamentará la propuesta de solución. A continuación, se presentan los aspectos clave de este marco:

Desperdicio de Alimentos

Definición: El desperdicio de alimentos se define como la pérdida o eliminación de alimentos que eran aptos para el consumo humano en algún punto de la cadena de suministro, desde la producción hasta el consumidor final.

Causas: Análisis de las causas del desperdicio de alimentos, incluyendo factores como la ineficiencia logística, errores en la planificación de la demanda, y gestión inadecuada de inventarios.

Sostenibilidad en el Sector Gastronómico

Sostenibilidad Económica: Análisis de la rentabilidad y competitividad, considerando la gestión eficiente de los recursos y la reducción de costos asociados al desperdicio de alimentos.

Sostenibilidad Ambiental: Evaluación del uso responsable de recursos y minimización del impacto ambiental en la producción y distribución de alimentos.

Sostenibilidad Social: Enfoque en prácticas empresariales justas, incluyendo la mejora de la imagen corporativa y la responsabilidad social mediante la reducción del desperdicio de alimentos y la participación en iniciativas de beneficio comunitario.

Estrategias de Reducción del Desperdicio de Alimentos

Estrategias de Prevención: Iniciativas para minimizar la producción de residuos, incluyendo la optimización de procesos y la gestión eficaz de inventarios.

Estrategias de Recuperación y Reciclaje: Acciones destinadas a la reutilización de alimentos no vendidos y a la transformación de residuos en recursos, considerando tanto el beneficio ambiental como la mejora de la imagen y reputación corporativa.

Benchmarking y Mejora de la Imagen Corporativa

Benchmarking en Gestión de Desperdicio de Alimentos: Comparativa de las empresas del sector frente a competidores y líderes de la industria, enfocándose en las estrategias de gestión de residuos y sostenibilidad.

Impacto en la Imagen Corporativa: Análisis de cómo la gestión efectiva del desperdicio de alimentos y las prácticas sostenibles pueden mejorar la percepción de la empresa ante stakeholders y contribuir a una mayor responsabilidad social corporativa.

Políticas y Regulaciones

Marco Legal: Revisión de la normativa vigente en Colombia y Bogotá, centrada en la gestión de residuos, sostenibilidad y responsabilidad empresarial en el ámbito alimentario.

Experiencias Internacionales y Buenas Prácticas

Estudios de Casos y Benchmarking Global: Investigación de ejemplos internacionales donde se han implementado con éxito estrategias para la reducción de desperdicios, con un enfoque en la mejora de la sostenibilidad y la imagen corporativa.

Adopción de Buenas Prácticas: Identificación y adaptación de métodos probados globalmente para su implementación en el contexto de Bogotá, teniendo en

cuenta las particularidades locales.

Marco Legal

Tabla 1

Legislación Ambiental Nacional y Local

Legislación	Descripción
Ley 99 de 1993	<p>Según el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, esta ley representa una parte fundamental en la legislación ambiental de Colombia, estableciendo las bases institucionales y normativas para la gestión y protección del medio ambiente en el país. Esta ley establece un marco legal comprensivo para abordar de manera integral los desafíos ambientales, marcando un antes y un después en cómo Colombia enfrenta la sostenibilidad y la conservación de sus recursos naturales. Uno de los logros más significativos de la Ley 99 de 1993 fue la creación del Ministerio de Medio Ambiente, asignándole la responsabilidad principal de formular, coordinar y ejecutar la política ambiental del país. Este organismo centraliza la autoridad ambiental a nivel nacional, asegurando una gestión coherente y eficaz de los recursos naturales. La ley también estableció el SINA, una red que integra y coordina las entidades públicas, tanto a nivel nacional como regional y local, encargadas de la gestión y regulación ambiental. El SINA permite una articulación eficiente entre diferentes jurisdicciones y sectores, facilitando una gestión ambiental más cohesiva y estratégica. Esta ley introduce principios fundamentales de la política ambiental, tales como el desarrollo sostenible, la</p>

Decreto 596 de 2016

prevención y precaución, la participación ciudadana en la toma de decisiones ambientales, y el reconocimiento del derecho de todas las personas a disfrutar de un ambiente sano.

Establece directrices fundamentales para la gestión de residuos sólidos en la ciudad, con un enfoque particular en la separación en la fuente, la recolección selectiva y el aprovechamiento de residuos. Este decreto promueve la clasificación de los desechos en tres categorías principales: aprovechables, orgánicos y no aprovechables, incentivando prácticas como el compostaje para los residuos orgánicos. Su meta es incrementar la eficiencia en el manejo de residuos, elevar las tasas de reciclaje y reducir la cantidad de desechos destinados a rellenos sanitarios, fomentando al mismo tiempo la responsabilidad ambiental entre los ciudadanos y las organizaciones. Una parte clave de este decreto es la integración formal de los recicladores de oficio en el sistema de gestión de residuos, reconociendo su papel vital en el reciclaje y asegurando su participación en la recolección selectiva. Además, el decreto busca el desarrollo de tecnologías y procesos para el aprovechamiento de residuos, asignando a la Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos (UAESP) la tarea de implementar y monitorear estas directrices, junto con la realización de campañas de educación para asegurar la adopción de estas prácticas sostenibles en toda la ciudad.

Plan de Gestión Integral de Residuos Sólidos (PGIRS) de Bogotá

Es un documento que define la hoja de ruta para el manejo eficiente y sostenible de los residuos sólidos en la capital. Este plan

abarca todos los aspectos relacionados con la generación, recolección, transporte, tratamiento, aprovechamiento y disposición final de los residuos, con el objetivo de minimizar su impacto ambiental y promover una cultura de reducción, reutilización y reciclaje entre los habitantes de la ciudad. El PGIRS de Bogotá se enfoca en mejorar las tasas de separación en la fuente y aumentar el porcentaje de residuos que son reciclados o compostados, reduciendo así la cantidad de desechos que terminan en los rellenos sanitarios. Para lograrlo, el plan incluye estrategias para la educación ciudadana, la formalización e inclusión de recicladores de oficio en el sistema de gestión de residuos y el fomento de la economía circular mediante el apoyo a iniciativas que promuevan el aprovechamiento de residuos. Además, el PGIRS contempla la actualización de la infraestructura y la tecnología utilizadas para el manejo de residuos, garantizando que Bogotá avance hacia una gestión de residuos más sostenible y eficiente.

Fuente. Elaboración propia

Tabla 2

Políticas de Seguridad Alimentaria y Nutricional

Legislación	Descripción
Ley 9 de 1979	Conocida como el Código Sanitario Nacional, esta ley establece normas para garantizar la protección de la salud pública, incluyendo la regulación de la manipulación, transporte y almacenamiento de alimentos. Aunque su enfoque principal no es el desperdicio de alimentos, al promover prácticas adecuadas

Resolución 2674 de 2013 del Ministerio de Salud y Protección Social	<p>en el manejo de los alimentos, contribuye a reducir las pérdidas y desperdicios por deterioro o contaminación.</p> <p>Establece los requisitos sanitarios que deben cumplir los alimentos y las bebidas para el consumo humano, incluidas las condiciones de higiene en su procesamiento, almacenamiento y transporte. Al asegurar que los alimentos se manejen adecuadamente, se minimiza el riesgo de pérdidas y desperdicios por razones de calidad o inocuidad.</p>
Ley 1788 de 2016	<p>Esta ley promueve la donación de alimentos, permitiendo que los alimentos no comercializables pero aún aptos para el consumo sean donados a poblaciones vulnerables. Aunque su foco es combatir el hambre y mejorar la seguridad alimentaria, también contribuye a reducir el desperdicio de alimentos al facilitar que los excedentes alimentarios lleguen a quienes los necesitan.</p>

Fuente. Elaboración propia

Tabla 3

Regulaciones del sector alimentario

Sección	Legislación	Descripción
	Decreto 3075 de 1997	<p>Establece los requisitos generales de higiene que deben cumplir los alimentos y bebidas para consumo humano en todas las etapas de la cadena alimentaria, desde su producción hasta la comercialización. Este decreto es fundamental para el aseguramiento de la calidad e inocuidad de los alimentos en Colombia</p>

Normas de Sanidad e Inocuidad Alimentaria	Resolución 2674 de 2013	Emitida por el Ministerio de Salud y Protección Social, esta resolución actualiza y complementa el Decreto 3075 de 1997, estableciendo condiciones sanitarias y de buenas prácticas de manufactura en establecimientos dedicados a la producción y comercialización de alimentos
	Resolución 719 de 2015	Define los requisitos para el reconocimiento y la verificación del cumplimiento de las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) en la producción primaria de frutas y hortalizas frescas, buscando asegurar la inocuidad de estos alimentos desde el inicio de la cadena de suministro
	Ley 9 de 1979 (Código Sanitario Nacional)	Aunque es una normativa más amplia y no específica solo del sector alimentario, contiene capítulos importantes sobre los requisitos sanitarios para la manipulación, conservación, transporte y comercialización de alimentos, contribuyendo a la prevención de riesgos para la salud pública.
	Resolución 682 de 2012	Establece los requisitos sanitarios que deben cumplir la carne, productos cárnicos comestibles y derivados cárnicos destinados para el consumo humano, incluyendo aspectos de su producción, procesamiento y comercialización
Normatividad del INVIMA	El Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA) es la entidad encargada de proteger la salud individual y colectiva a través de la aplicación de normas relacionadas con la vigilancia sanitaria y el control de la calidad de los alimentos. El INVIMA emite constantemente resoluciones y normativas que actualizan y especifican	

Leyes de Donación de Alimentos	Ley 1666 de 2013	los estándares de calidad e inocuidad para diferentes categorías de alimentos Esta ley modifica el Código Civil en lo relacionado con la donación de alimentos y crea incentivos para la donación de alimentos no vendidos pero aptos para el consumo humano. La Ley 1666 de 2013 tiene como objetivo principal fomentar la donación de alimentos para asegurar que lleguen a personas en situación de vulnerabilidad, al mismo tiempo que establece protecciones para los donantes
	Aspectos clave de la Ley 1666 de 2013 (Protección para Donantes)	La ley establece que, siempre y cuando los alimentos donados cumplan con las normas sanitarias vigentes al momento de la donación y se haya informado de manera adecuada sobre el estado de los productos, los donantes (sean personas naturales o jurídicas) no serán responsables por los daños que pudieran derivarse del consumo de estos alimentos donados.
	Incentivos para la Donación	Aunque la ley se enfoca principalmente en el marco legal para la donación segura de alimentos, también se menciona la posibilidad de incentivos, buscando motivar a más empresas y organizaciones a participar en programas de donación de alimentos.

Fuente. Elaboración propia

Tabla 4

Incentivos y Sanciones

Sección	Descripción
Incentivos para Prácticas Sostenibles	Beneficios Fiscales: Empresas que participan en programas de donación de alimentos o que implementan prácticas sostenibles de gestión de residuos pueden ser elegibles para beneficios fiscales, como reducciones en

impuestos o créditos tributarios, reconociendo su contribución social y ambiental

Reconocimiento Público: Las empresas y organizaciones que demuestran un compromiso excepcional con la sostenibilidad y la responsabilidad social constantemente reciben reconocimiento público. Esto puede incluir premios gubernamentales o sectoriales, lo que puede mejorar su reputación y atractivo en el mercado

Acceso a Mercados: Cumplir con normativas de sostenibilidad y seguridad alimentaria puede abrir nuevas oportunidades de mercado, principalmente en sectores donde los consumidores aprecian enormemente estas prácticas. Esto puede incluir acceso a contratos con entidades públicas que requieren cumplimiento de estándares ambientales y sociales

Sanciones por Incumplimiento

Multas: El incumplimiento de las leyes ambientales, de seguridad alimentaria o de manejo de residuos puede resultar en multas significativas para las empresas. Estas multas buscan penalizar y disuadir prácticas que pongan en riesgo la salud pública o el medio ambiente

Suspensión de Actividades: En casos de incumplimientos graves o reiterados, las autoridades pueden ordenar la suspensión temporal o permanente de las operaciones de una empresa, afectando significativamente su capacidad para hacer negocios

Fuente. Elaboración propia

Marco Espacial

Para el desarrollo de este proyecto hemos seleccionado a una de las cadenas de restaurantes más grandes e importantes, la empresa Takami.

Visión

Ser reconocidos como líderes en la industria gastronómica de Bogotá y Colombia, ofreciendo experiencias culinarias únicas que destacan por su calidad, innovación y compromiso con la sostenibilidad.

Misión

Brindar a sus clientes experiencias gastronómicas excepcionales, a través de una oferta diversa de alimentos de alta calidad, preparados con técnicas innovadoras y responsables con el medio ambiente.

Reseña Histórica

Takami es un grupo gastronómico que ha establecido varios restaurantes exitosos en Bogotá, cada uno con su propio concepto y especialidad culinaria. Desde su fundación, Takami ha buscado revolucionar la escena gastronómica de la ciudad, combinando tradición e innovación, y enfocándose en la calidad y origen sostenible de sus ingredientes.

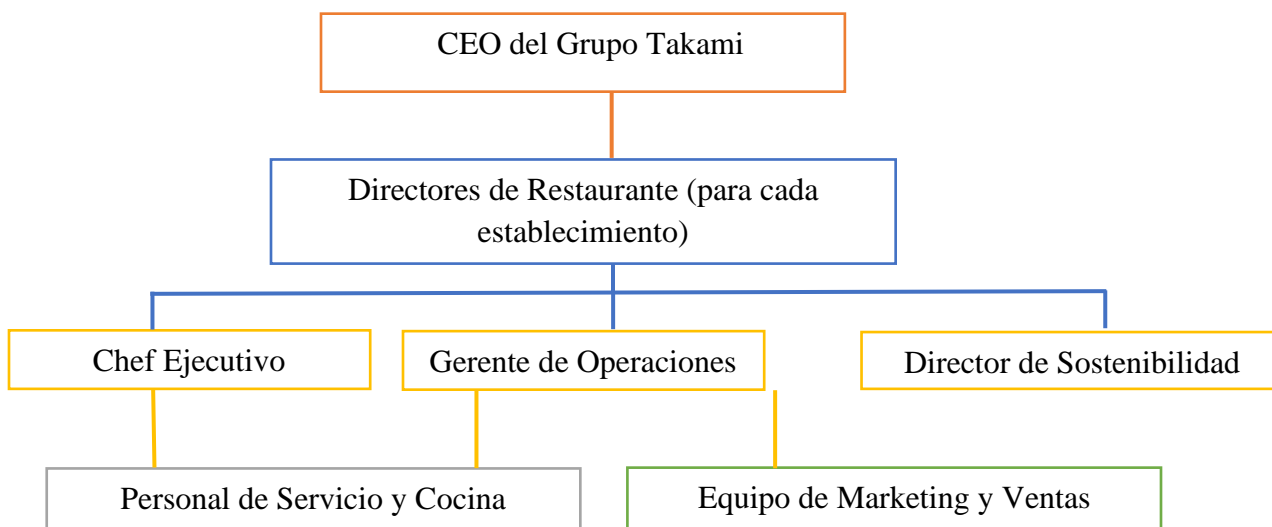
Valores

Calidad: Compromiso inquebrantable con la excelencia en cada plato que ofrecen.

Innovación: Búsqueda constante de nuevas técnicas y sabores para sorprender y deleitar a sus clientes.

Sostenibilidad: Esfuerzo continuo para operar de manera responsable, reduciendo el impacto ambiental y apoyando a productores locales.

Pasión: Amor por la gastronomía y el servicio, que se refleja en cada detalle de su operación.

Figura 1*Organigrama**Fuente.* Elaboración propia***Propósito***

Expandir su presencia en Bogotá y otras ciudades clave de Colombia, fortalecer su compromiso con prácticas sostenibles en toda nuestra cadena de suministro y continuar innovando en nuestra oferta culinaria para mantenernos como referentes en el mercado.

Ubicación Geográfica

Los restaurantes del Grupo Takami están ubicados en puntos estratégicos de Bogotá, accesibles tanto para residentes como para visitantes de la ciudad, en áreas reconocidas por su actividad cultural y comercial.

Productos o Servicios

Productos: Menús innovadores que incluyen platos de autor, con opciones para todos los gustos, desde cocina local hasta internacional.

Servicios: Organización de eventos privados, catering y servicio de restaurantes.

Marco Temporal

Este marco temporal se orienta hacia la exploración y aplicación de prácticas sostenibles en el manejo del desperdicio de alimentos, enfocado en cómo estas prácticas refuerzan la responsabilidad social corporativa y contribuyen positivamente a la imagen corporativa de la cadena de restaurantes Takami.

Diciembre 2023 (Identificación de Mejores Prácticas) Fase de Investigación y Planificación

Durante este mes, el proyecto se centrará en la identificación de mejores prácticas internacionales y locales en la gestión sostenible del desperdicio de alimentos, particularmente aquellas que alinean la responsabilidad social con beneficios en la imagen corporativa. Se realizará un análisis de las necesidades específicas de Takami y se planificarán estrategias adaptadas.

Enero 2024 - Febrero 2024 (Implementación y Monitoreo) Fase de Implementación de Estrategias

En estos dos meses, Takami evaluará la implementación de estrategias seleccionadas para la gestión eficiente del desperdicio de alimentos, enfocándose en acciones que promuevan la responsabilidad social corporativa y se establecerán métricas para monitorear el impacto de estas acciones tanto en la reducción de desperdicios como en la percepción pública de la empresa.

Marzo y Abril 2024 (Evaluación y Desarrollo de Recomendaciones) Fase de Evaluación y Recomendaciones Finales

Estos meses Takami se dedicará a la implementación y evaluación de las estrategias seleccionadas, recopilando datos sobre la reducción del desperdicio de

alimentos y el cambio en la imagen corporativa de Takami. Se desarrollarán recomendaciones finales para la empresa, proponiendo estrategias corporativas a largo plazo que Takami pueda integrar en su modelo de negocio para fortalecer continuamente su compromiso con la responsabilidad social y mejorar su imagen corporativa.

Diagnóstico Empresarial

Análisis del entorno general de la organización

Este análisis proporcionará una visión de los factores externos que influyen en la operación y estrategia del grupo Takami.

Entorno Social y Cultural

El entorno social y cultural alrededor de Takami en Bogotá se distingue por su diversidad, reflejando una sociedad que valora profundamente las tradiciones culinarias tanto locales como internacionales. En Bogotá podemos encontrar diferentes culturas que favorecen la experimentación y la innovación en la cocina, con habitantes abiertos a explorar nuevos sabores y experiencias gastronómicas. Este interés en la salud y el bienestar ha creado a un público exigente y curioso que siempre busca propuestas culinarias únicas que ofrezcan algo más allá de lo convencional.

Entorno Político

Bogotá se caracteriza por una estabilidad que favorece el desarrollo empresarial y la inversión en sectores como el gastronómico. La administración de la ciudad muestra un interés por promover la capital como un destino turístico y cultural, apoyando iniciativas que enriquezcan la oferta gastronómica y cultural. Aunque el foco político no se centra exclusivamente en la sostenibilidad o la responsabilidad social empresarial, existe un marco regulatorio que las empresas deben cumplir, incluyendo regulaciones sanitarias, de seguridad y fiscales que impactan directamente en la operación de establecimientos como los del grupo Takami.

Entorno Económico

A pesar de los desafíos económicos que pueden surgir, el sector de la restauración en Bogotá ha mostrado resiliencia y crecimiento. El poder adquisitivo de la clase media alta, que constituye una porción significativa de la clientela de Takami, permite a la empresa mantener una oferta de alta calidad, aunque se debe tener cautela ante posibles fluctuaciones económicas que puedan afectar el poder adquisitivo de los consumidores.

Entorno Ambiental

En Bogotá, el entorno ambiental alrededor de empresas como Takami presenta desafíos significativos, como la contaminación del aire y del agua, y la gestión inadecuada de residuos sólidos, que afectan tanto la salud pública como la sostenibilidad operativa. A esto se suma la falta de conciencia sobre prácticas sostenibles entre algunos sectores de la población y la infraestructura urbana, que no siempre facilita la implementación de programas efectivos de reciclaje y compostaje. Además, las políticas y regulaciones ambientales existentes pueden ser insuficientes para promover una gestión ambiental integral y efectiva. Para el grupo Takami, estos retos no solo representan una responsabilidad en su operación diaria sino también una oportunidad para liderar en la adopción de iniciativas que contribuyan a la sostenibilidad ambiental de Bogotá, promoviendo prácticas que minimicen el impacto ambiental y fomenten una mayor conciencia ecológica.

Entorno Demográfico

El entorno demográfico alrededor de Takami en Bogotá es en su mayoría una población joven y urbana con creciente interés en tendencias de consumo responsable y sostenible. Esta demografía incluye una mezcla de profesionales, familias y estudiantes

en áreas de alta densidad y movilidad donde la empresa puede aprovechar la afinidad de esta población por conceptos culinarios que combinan excelencia gastronómica con responsabilidad social y ambiental, satisfaciendo así las expectativas de un segmento de mercado en expansión que prioriza experiencias de consumo consciente y de alta calidad.

Entorno Jurídico

Takami se rige conjunto de leyes y regulaciones que la empresa debe seguir. Estas normas abarcan desde cómo se deben manejar y preparar los alimentos para asegurar que sean seguros para su consumo, hasta cómo se debe tratar a los empleados y cómo se deben pagar los impuestos. También hay reglas específicas sobre cómo manejar los residuos y cómo asegurarse de que las operaciones de la empresa no tengan repercusiones sobre el medio ambiente. El grupo Takami necesita estar al tanto de estas y cumplirlas para operar correctamente y evitar sanciones. Estas regulaciones están diseñadas para proteger a los consumidores, los trabajadores y el planeta, y asegurar que todas las empresas trabajen bajo las mismas condiciones.

Entorno Tecnológico

El entorno tecnológico de Bogotá ofrece a Takami diversas oportunidades para mejorar su eficiencia y la experiencia del cliente mediante el uso de innovaciones digitales. La creciente importancia de internet y el uso de dispositivos móviles entre la población permiten a la empresa optimizar sus procesos internos, desde la gestión de inventarios hasta la reserva en línea y la entrega a domicilio. Además, la tecnología facilita la implementación de sistemas de pago electrónico, marketing digital y redes sociales, herramientas clave para la promoción y el engagement con los clientes. En este contexto, Takami puede aprovechar las últimas tendencias tecnológicas para mantenerse

competitiva en el mercado gastronómico de Bogotá, ofreciendo servicios más rápidos, personalizados y accesibles.

Análisis del entorno específico de la organización

Takami establece relaciones con una gama diversa de proveedores, incluidos productores locales de alimentos frescos y distribuidores de productos gastronómicos especializados. La calidad, la confiabilidad y la capacidad de estos proveedores para cumplir con los estándares de sostenibilidad influyen directamente en la oferta culinaria de Takami y en su reputación. Sus clientes son principalmente residentes y visitantes de Bogotá que buscan experiencias gastronómicas de alta calidad. Este grupo incluye a jóvenes profesionales, familias y turistas atraídos por la innovación culinaria y el compromiso de Takami con la calidad.

Takami opera en un mercado competitivo con una amplia variedad de opciones gastronómicas. Sus competidores van desde otros restaurantes de alta cocina hasta cadenas gastronómicas innovadoras como DLK que ofrecen conceptos culinarios similares. Igual que todas las cadenas de restaurantes, Takami debe cumplir con las regulaciones establecidas por entidades como el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA) y la Secretaría Distrital de Salud. Estos organismos aseguran que los establecimientos cumplan con las normas de higiene, sanidad y seguridad alimentaria, lo cual es fundamental para operar legalmente y garantizar la seguridad de los clientes.

Aplicación de las herramientas de diagnóstico

Observación Directa

Se realizarán visitas a diferentes establecimientos de Takami para observar las operaciones cotidianas, con énfasis en las prácticas de manejo de desperdicios de alimentos y la interacción con los clientes. Esto proporcionará información valiosa sobre cómo se implementan las políticas de sostenibilidad en la práctica.

Entrevistas

Se llevarán a cabo entrevistas con la administración de los restaurantes cuyo objetivo es profundizar en la percepción de las prácticas de sostenibilidad de Takami, su impacto en la imagen corporativa y explorar sugerencias de mejora.

Cuestionarios

Se diseñarán y distribuirán cuestionarios tanto a empleados como a clientes para recoger datos cualitativos sobre la eficacia de las estrategias de manejo de desperdicios y su percepción de la responsabilidad social y la imagen corporativa.

Diagrama de Relaciones

Esta herramienta se utilizará para identificar y visualizar las relaciones entre diferentes factores que afectan la gestión de desperdicios y la imagen corporativa, ayudando a entender las dinámicas complejas y cómo los cambios en una área pueden influir en otra.

Análisis DOFA

Se realizará un análisis DOFA para evaluar internamente a Takami en términos de sus

fortalezas y debilidades, y externamente en cuanto a las oportunidades y amenazas que presenta el entorno, con especial atención a la imagen corporativa.

Resultados

Tras realizar las visitas a varios establecimientos de Takami, se observaron diferentes prácticas en torno a la gestión de desperdicios y políticas de sostenibilidad.

En la mayoría de los restaurantes observados, se lleva a cabo una correcta separación de residuos orgánicos e inorgánicos. Sin embargo, se detectaron inconsistencias en la implementación de este proceso en horas de alta demanda, lo que generó una acumulación temporal de desechos no clasificados. En ciertos puntos de los establecimientos, se identificaron esfuerzos por reutilizar sobrantes para la elaboración de platos secundarios o como ingredientes en nuevas preparaciones. Sin embargo, la implementación de estas prácticas varía según el restaurante, con algunos mostrando un manejo más eficiente que otros. Además se evidencia también que los clientes tienen acceso a menús con opciones que destacan por su sostenibilidad, como platos que utilizan ingredientes de producción local o que minimizan el desperdicio.

Se identificó un uso eficiente del agua en la mayoría de los establecimientos, pero por otro lado se observó un uso excesivo de envases desechables para el servicio de domicilios, lo cual contrarresta los esfuerzos por minimizar los desperdicios.

Entrevista

Se entrevista a Carolina Galvis administradora del restaurante Cacio y Pepe del grupo Takami, a continuación las preguntas realizadas:

1. ¿Podrías contarnos cómo percibes actualmente las prácticas de sostenibilidad implementadas en el restaurante Cacio y Pepe?

R/ Junto con todo el equipo de cocina y servicio intentamos aplicar medidas que minimicen nuestro impacto ambiental. Sin embargo, aún enfrentamos ciertos desafíos, especialmente durante los momentos de mayor flujo de clientes, donde mantener estos estándares se vuelve más complicado. Pienso que es necesaria más información sobre los métodos que podemos implementar en el restaurante.

2. Hablando específicamente de la gestión de desperdicios, ¿qué procesos han sido los más difíciles de implementar en el restaurante?

R/ Para los chicos de cocina no ha sido fácil la separación de los residuos, especialmente en momentos de voleo, donde estamos pendientes del servicio. Hemos tratado de capacitar al personal, pero en horas pico a veces se pierde un poco de control y los desechos no se clasifican adecuadamente.

3. ¿Cómo sientes que responden los clientes a las iniciativas sostenibles? ¿Notas algún tipo de cambio en su comportamiento o interacción con el restaurante?

R/ Algunos nos hacen preguntas sobre las opciones sostenibles del menú, opciones vegetarianas o veganas, y muestran interés en las medidas que tomamos para reducir el uso de plásticos como pitillos o desechables.

Definitivamente su actitud es mejor al escuchar los cambios de los pitillos o al saber que tenemos opciones para cualquier tipo de dieta, eso ha hecho que más personas nos visiten por que hay platos para todas las restricciones.

4. ¿Qué opinas sobre una posible iniciativa de implementar el compostaje en los restaurantes? ¿Cómo crees que afectaría la operación diaria de Cacio y Pepe?

R/ Actualmente ya trabajamos con una empresa de compostaje que recoge diario nuestros desperdicios orgánicos. Es una muy buena iniciativa que todos los restaurantes deberían adoptar.

5. Finalmente, ¿qué sugerencias tendrías para mejorar aún más las prácticas de sostenibilidad en el restaurante y en Takami en general?

R/ Creo que es importante crear un estándar para todos los restaurantes. Yo trabajo diariamente con el inventario de restaurante y sé que podemos hacer mejoras por ese lado para evitar tantos desperdicios.

Cuestionarios

Se repartieron cuestionarios cortos de seis preguntas a 15 personas del servicio del restaurante Cacio y Pepe y a 20 clientes.

Dentro de los resultados observamos que la mayoría de los empleados considera que las prácticas sostenibles como el manejo de los desperdicios son claras y sencillas, sin embargo coinciden con la respuesta de la administradora diciendo que en momentos donde el restaurante se encuentra muy lleno no se cumple con estas prácticas al 100%. Además les gustaría tener más capacitación sobre este tema y la mayoría coincide en que los clientes no reconocen los estos esfuerzos.

Ahora, por el lado de los clientes, buena parte de estos han notado las iniciativas del restaurante y de la cadena por trabajar con ingredientes locales y que esto influye positivamente en su percepción sobre la cadena. Sin embargo un 40% de los clientes a los que se les realizó la encuesta indica que este tema no influye con su decisión de regresar o no al restaurante, esto depende de otros factores.

Tabla 5*Tabulación cuestionario empleados*

Preguntas	Respuesta A	Respuesta B	Respuesta C	Respuesta D
1. ¿Consideras que las prácticas de manejo de desperdicios en el restaurante son claras y fáciles de implementar?	Sí (60%)	No (10%)	Algunas veces (30%)	
2. ¿Con qué frecuencia crees que se cumplen las prácticas de sostenibilidad durante las horas de mayor demanda?	Siempre (20%)	La mayor parte del tiempo (50%)	Rara vez (30%)	Nunca (0%)
3. ¿Sientes que has recibido la capacitación adecuada para aplicar las políticas de sostenibilidad en tu puesto?	Sí (50%)	No (10%)	En parte (40%)	
4. ¿Crees que el restaurante podría mejorar en su gestión de desperdicios de alimentos?	Sí (80%)	No (20%)		
5. ¿Piensas que los esfuerzos de sostenibilidad del restaurante son reconocidos por los clientes?	Sí (30%)	No (30%)	A veces (40%)	
6. ¿Qué tan comprometido te sientes personalmente con la implementación de las políticas de sostenibilidad?	Muy comprometido (70%)	Comprometido (20%)	Poco comprometido (10%)	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6*Tabulación cuestionario clientes*

Preguntas	Respuesta A	Respuesta B	Respuesta C	Respuesta D
1. ¿Has notado alguna iniciativa de sostenibilidad en el restaurante Cacio y Pepe?	Sí (65%)	No (35%)		
2. ¿Qué tan importante es para ti que los restaurantes implementen prácticas sostenibles?	Muy importante (55%)	Algo importante (30%)	No es importante (15%)	
3. ¿Crees que las políticas de sostenibilidad del restaurante influyen en tu percepción de la marca Takami?	Sí, de manera positiva (50%)	No afecta mi percepción (35%)	No estoy seguro/a (15%)	
4. ¿Qué tan satisfecho/a estás con las prácticas de manejo de residuos en Cacio y Pepe?	Muy satisfecho/a (30%)	Satisfecho/a (50%)	Indiferente (15%)	Insatisfecho/a (5%)
5. ¿Te gustaría ver más iniciativas de sostenibilidad implementadas en el restaurante?	Sí (75%)	No (10%)	Indiferente (15%)	
6. ¿El hecho de que un restaurante tenga prácticas sostenibles influye en tu decisión de volver?	Sí (30%)	No (25%)	Depende de otros factores (45%)	

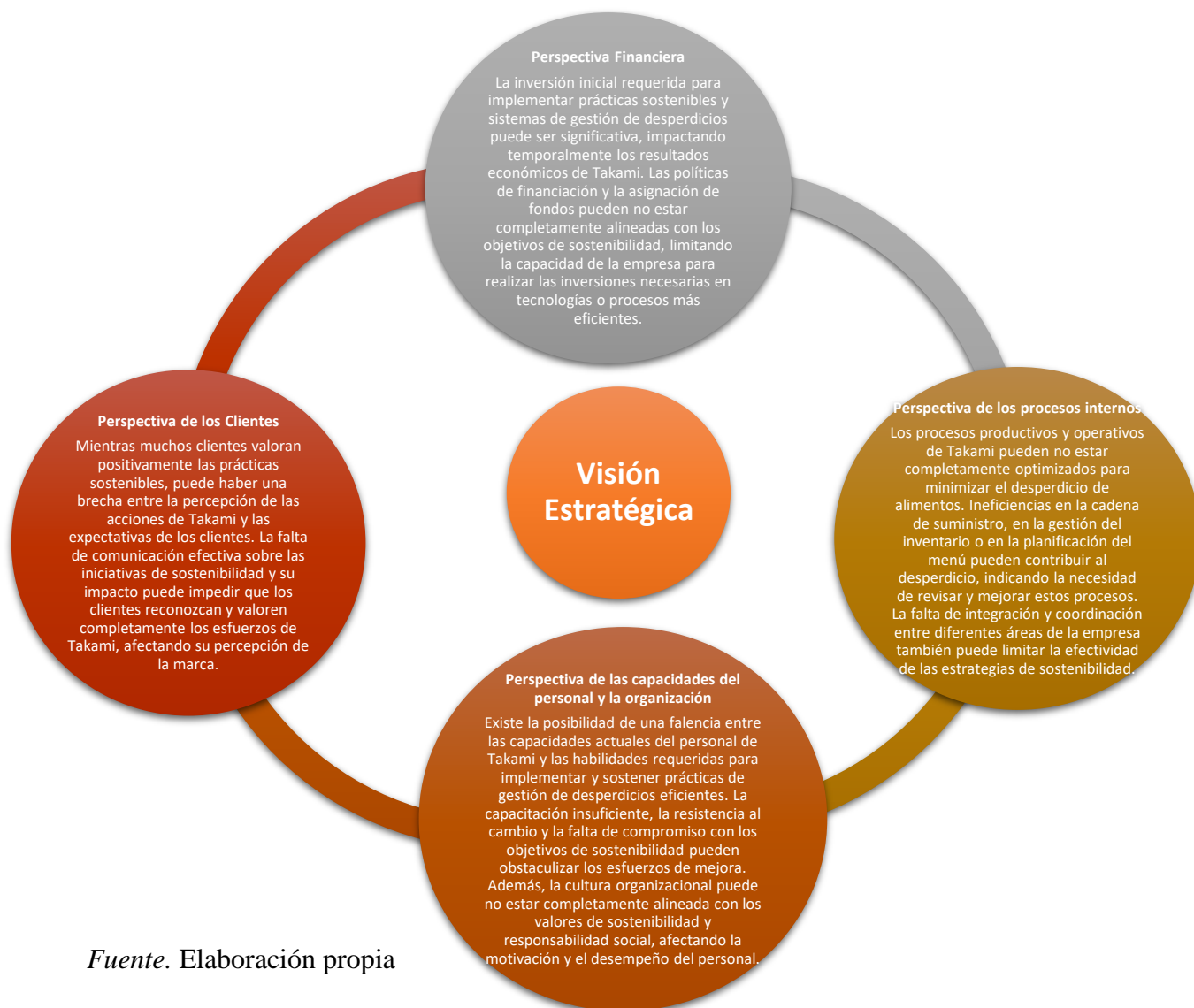
Fuente: Elaboración propia

Enfoque de Norton y Kaplan

Al analizar por qué Takami podría no estar alcanzando los parámetros de referencia establecidos en su gestión de sostenibilidad y mejora de la imagen corporativa a través de la gestión eficiente del desperdicio de alimentos, se emplea el enfoque de Norton y Kaplan, considerando las cuatro perspectivas integradas: financiera, de los clientes, de los procesos internos, y de las capacidades del personal y la organización:

Figura 2

Gráfico Norton y Kaplan



Fuente. Elaboración propia

Figura 3*Análisis DOFA*

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Diversidad de Marcas: La amplia gama de restaurantes y experiencias culinarias permite al Grupo Takami atraer a una variedad de clientes y adaptarse a diferentes gustos y preferencias. • Compromiso con la Sostenibilidad: El grupo tiene iniciativas claras y concretas para promover la sostenibilidad, como el uso de ingredientes locales. • Innovación en Servicios: La creación de marcas virtuales y la oferta de servicios como domicilios y catering muestran su capacidad para adaptarse a las tendencias del mercado y satisfacer las necesidades cambiantes de los consumidores. • Reconocimientos y Certificaciones: El Grupo Takami ha recibido varios premios y reconocimientos por sus prácticas sostenibles y de responsabilidad social 	<ul style="list-style-type: none"> • Expansión Geográfica: Hay oportunidades para expandir sus operaciones a otras ciudades de Colombia y potencialmente a mercados internacionales. • Aumento de la Conciencia Sostenible: El creciente interés de los consumidores en la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental puede potenciar la demanda de sus productos y servicios sostenibles. • Tecnología y Digitalización: Continuar innovando en la tecnología de servicios a domicilio y ventas online puede aumentar su alcance y eficiencia operativa.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Dependencia de Proveedores Locales: Si bien el uso de ingredientes locales es una fortaleza, también puede ser una debilidad si hay problemas de suministro o variaciones en la calidad y disponibilidad de estos productos. • Competencia Fuerte: El sector gastronómico es altamente competitivo, y mantener una ventaja diferenciadora puede ser desafiante. • Gestión de Residuos: A pesar de las iniciativas para reducir el desperdicio de alimentos, gestionar eficientemente los residuos sigue siendo un reto constante 	<ul style="list-style-type: none"> • Condiciones Económicas: La incertidumbre económica puede afectar el poder adquisitivo de los consumidores y la demanda de servicios de restaurantes. • Regulaciones Gubernamentales: Cambios en las regulaciones ambientales y sanitarias pueden incrementar los costos operativos y requerir ajustes en las operaciones. • Impacto Ambiental: A pesar de las iniciativas sostenibles, la operación de múltiples restaurantes implica un impacto ambiental significativo que necesita ser gestionado continuamente para evitar daños a la reputación y sanciones legales.

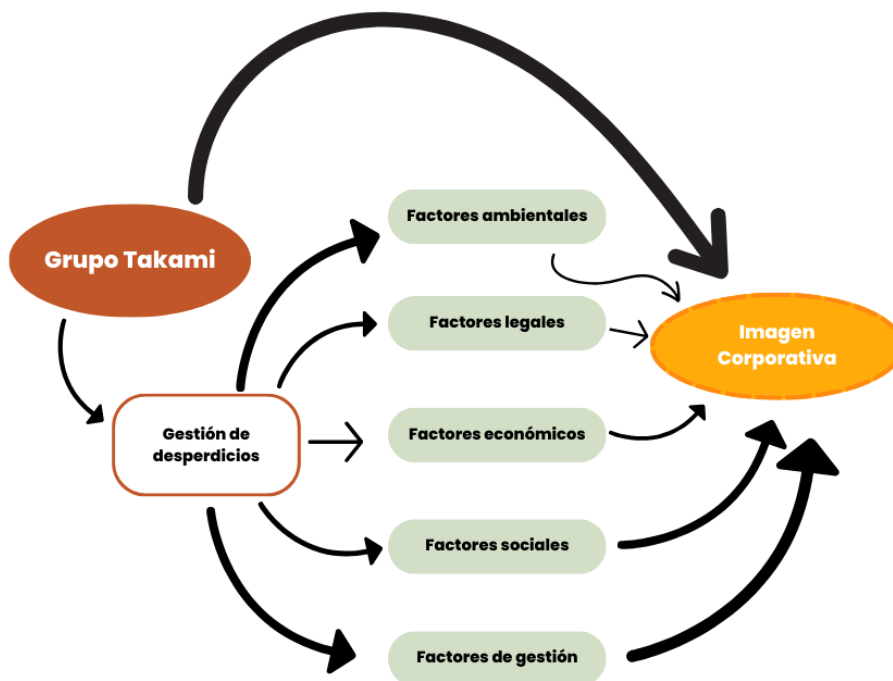
Nota. Elaboración propia

Diagrama de relaciones

El diagrama de relaciones muestra cómo diferentes factores afectan la imagen corporativa del Grupo Takami. En el centro de la interacción está la Gestión de Desperdicios, que se ve influenciada por factores ambientales, legales, económicos, sociales y de gestión. Estos factores impactan directamente la imagen corporativa, mostrando que una buena gestión de desperdicios no solo depende de la eficiencia operativa interna, sino también de un entorno regulatorio y económico favorable, la responsabilidad social y la adecuada administración. Además, la imagen corporativa se retroalimenta de la gestión de desperdicios, indicando que la percepción pública y la reputación están estrechamente vinculadas a cómo la empresa maneja sus desechos y su compromiso con la sostenibilidad.

Figura 4

Diagrama de relaciones



Nota. Elaboración propia

Verificación de Objetivos

Realizar un benchmarking detallado del desperdicio de alimentos en el sector gastronómico de Bogotá

A continuación presentamos un análisis comparativo de la empresa en estudio Takami frente a sus competidores, destacando sus estrategias para la gestión y reducción del desperdicio de alimentos:

Optimización de la compra y almacenamiento

La gestión eficiente del inventario es esencial para minimizar el desperdicio de alimentos. La empresa Takami ha implementado un sistema avanzado de gestión de inventario que predice la demanda con alta precisión, permitiéndoles ajustar las compras de ingredientes de manera eficaz. Otras empresas del sector, por otro lado, se enfocan en el almacenamiento optimizado, utilizando tecnología de refrigeración de última generación para prolongar la vida útil de los productos.

Planificación de menús eficientes

La mayoría de las empresas incluyendo Takami diseñan menús que maximizan la utilización de cada ingrediente. Sin embargo, Takami va un paso más allá al incorporar platos que se adaptan diariamente según los ingredientes sobrantes, reduciendo significativamente su desperdicio de alimentos, mientras su competencia, en cambio, ofrece un menú más estático pero utiliza técnicas de preparación que minimizan los residuos durante el proceso de cocinado.

Gestión eficiente del desperdicio reciclaje y compostaje

De acuerdo con lo observado y a los datos recopilados, Takami ha establecido un

programa de compostaje en un sitio que convierte todos los residuos orgánicos en compost, utilizado posteriormente en jardines comunitarios. Otras empresas colaboran con una empresa de gestión de residuos para el reciclaje de desperdicios, aunque no tiene un sistema de compostaje propio.

Donación de alimentos no vendidos

La mayoría de las empresas del sector participan en programas de donación de alimentos. Algunas tienen una política de donación proactiva, donde los alimentos que no se venden al final del día se donan a bancos de alimentos locales y otras utilizan una plataforma en línea para conectar con diversas organizaciones benéficas, ofreciendo alimentos no vendidos a una red más amplia de receptores. Takami no emplea ninguna de estas.

Aplicaciones de gestión de inventario

Gracias al avance de la tecnología varias empresas de todo el país y del mundo han aplicado nuevas tecnologías para reducir el desperdicio de alimentos. Desde el año pasado algunas empresas del sector utilizan inteligencia artificial para optimizar su cadena de suministro o desarrollan aplicaciones móviles que permite a los chefs ajustar los pedidos de ingredientes en tiempo real, basándose en las variaciones de la demanda. Muy pocas empresas en la ciudad de Bogotá han implementado estas herramientas, Takami no es una de ellas.

Plataformas de venta de alimentos excedentes

Empresas del sector gastronómico utilizan activamente plataformas digitales para vender alimentos a precios reducidos, lo que no solo reduce el desperdicio sino también atrae a clientes sensibles a los precios. Takami aún no ha adoptado esta práctica, aunque

está explorando opciones para implementarla en el futuro.

La implementación de estas mejores prácticas demuestra el potencial de innovación y compromiso en el sector gastronómico de Bogotá para abordar el problema del desperdicio de alimentos. La colaboración y el aprendizaje entre empresas pueden acelerar la adopción de estas prácticas, conduciendo a un sector más sostenible y eficiente.

Proponer estrategias mejoradas de reducción de desperdicio con un enfoque en imagen corporativa y responsabilidad social:

Según el análisis presentado previamente, algunas de acciones que podría implementar la empresa son:

Implementar la tecnología para gestionar su inventario

Adoptar tecnologías avanzadas de gestión de inventario basadas en inteligencia artificial y análisis de datos. Esto permitiría a Takami predecir con mayor precisión la demanda, ajustar las compras de ingredientes, y reducir el excedente de alimentos. Los beneficios corporativos con la implementación de este sistema son varios:

Reducción del Desperdicio: Optimización de la cadena de suministro y reducción del desperdicio de alimentos.

Imagen Corporativa: Posicionamiento como una empresa innovadora y tecnológicamente avanzada.

Responsabilidad Social: Compromiso con la eficiencia y la sostenibilidad en la gestión de recursos.

Para la adopción de esta tecnología se recomienda el uso del software ForePlanner.

ForePlanner es una herramienta integral para la gestión de la cadena de suministro,

diseñada para abordar múltiples aspectos críticos del proceso con un enfoque en la eficiencia y la optimización. Al proporcionar previsiones de ventas precisas, ayuda a las empresas a anticipar la demanda y ajustar sus operaciones. Esto es fundamental para mejorar los niveles de inventario, ya que permite a las empresas mantener suficiente stock para satisfacer la demanda sin incurrir en excesos que podrían resultar en costos de almacenamiento innecesarios. El cálculo de las necesidades de aprovisionamiento y de producción es otra característica de ForePlanner, ya que asegura que los recursos necesarios estén disponibles cuando se necesiten, evitando interrupciones en la producción. Esto, a su vez, contribuye a una cadena de suministro más ágil y resistente, capaz de adaptarse rápidamente a los cambios en la demanda. Además de la programación de la producción es esencial para maximizar la eficiencia operativa. Al ajustar la producción a las necesidades de mercado actuales, las empresas pueden reducir el tiempo de inactividad, reducir los costos operativos y aumentar la satisfacción del cliente.

Implementar programa de donación de alimentos

Establecer alianzas con bancos de alimentos y organizaciones benéficas para donar alimentos no vendidos pero aún aptos para el consumo. Los beneficios Corporativos son:

Impacto Social: Contribución directa a la seguridad alimentaria de las comunidades vulnerables.

Reconocimiento de la Marca: Mejora de la imagen corporativa a través del compromiso social y la solidaridad.

Sostenibilidad: Reducción del impacto ambiental asociado al desperdicio de

alimentos.

Para la implementación de esta estrategia, hemos seleccionado a la empresa Banco de Alimentos Bogotá quien trabaja para ayudar a las poblaciones en condiciones de vulnerabilidad de la mano de grandes empresas como Alpina, Colpatria, El Tiempo, Caracol, entre muchos otros.

Participación en Plataformas de Venta de Alimentos Excedentes

Utilizar plataformas digitales para ofrecer a precios reducidos los alimentos cercanos a su fecha de vencimiento o excedentes del día. Esto no solo reduciría el desperdicio, sino que también atraería a una base de clientes más amplia y consciente del valor. Algunos de los beneficios corporativos son:

Accesibilidad: Ofrecer opciones más asequibles, democratizando el acceso a alimentos de alta calidad.

Innovación en Servicio: Aprovechar la tecnología para ofrecer soluciones creativas a problemas sociales y ambientales.

Posicionamiento de Marca: Fortalecimiento de la percepción de Takami como una marca responsable y proactiva.

Para la implementación de esta iniciativa, proponemos el uso de la aplicación “Too Good To Go”, la cual muestra a los usuarios los restaurantes en su zona con excedentes de comida de su jornada diaria. En esta aplicación los usuarios podrán comprar a menos de la mitad del precio original los platos de restaurantes en horas de la noche cuando ya estos están próximos a cerrar.

Iniciativas de sensibilización y educación

Otra herramienta que vale la pena implementar son las campañas de sensibilización sobre la importancia de minimizar el desperdicio de alimentos, tanto internamente entre los empleados como externamente entre los clientes. Organizar talleres, eventos y colaboraciones con influencers para promover prácticas sostenibles ayudará a que más personas conozcan los establecimientos de la cadena y la asocien con actividades sostenibles.

Analizar el impacto de la implementación de estrategias de reducción de desperdicio en la imagen y reputación corporativa

En los primeros meses de este año 2024, el grupo Takami ha evaluado la puesta en marcha de las estrategias propuestas para mejorar la sostenibilidad y su responsabilidad social, centrándose en la reducción del desperdicio de alimentos. Estas implementaciones no solo han tenido un impacto significativo en la disminución del desperdicio de alimentos, sino que también han mejorado la percepción pública de Takami y como objetivo final tendrán fortalecer su reputación corporativa, correlacionándose directamente con un rendimiento empresarial superior. El trabajo con ForePlanner marcó el comienzo de la transformación de Takami en su gestión de inventario, pues al implementar este software, Takami ha podido anticipar con precisión la demanda de sus restaurantes, optimizando así las órdenes de compra y minimizando el excedente de ingredientes. La adaptación a ForePlanner sigue siendo un proceso meticuloso, que comenzó con una fase piloto en uno de sus restaurantes estrella “Cacio y Pepe”. Tras ver resultados prometedores, como una reducción del 30% en el desperdicio de alimentos en los primeros tres meses, en un futuro Takami extenderá la implementación a toda su cadena. Por otro lado, la asociación con el Banco de Alimentos

de Bogotá surgió como una extensión natural de su compromiso con la comunidad y el medio ambiente. Esta colaboración inició con la donación de alimentos no vendidos al final del día, beneficiando a miles de personas en situación de vulnerabilidad en Bogotá. La logística para esta operación se desarrolló en equipo con el personal del banco de alimentos, estableciendo un sistema eficiente que reduce el impacto en las operaciones diarias de Takami. Este esfuerzo no solo contribuirá significativamente a la reducción del hambre en la ciudad, sino que también elevará la imagen pública de Takami, reflejando sus valores de solidaridad y responsabilidad social. La entrada de Takami en la plataforma Too Good To Go sigue su proceso y es una gran estrategia para combatir el desperdicio de alimentos. Mediante esta aplicación, Takami ofrece a los usuarios la oportunidad de comprar a precios reducidos aquellos alimentos que, aunque perfectamente consumibles, no se vendieron durante el día. Esta iniciativa no solo reducirá aún más el desperdicio de alimentos sino que también atraerá a una nueva clientela interesada en prácticas de consumo responsable. Estas estrategias, en conjunto, no solo han reforzado la reputación de Takami como una empresa pionera en sostenibilidad y responsabilidad social, sino que también han demostrado ser una decisión empresarial acertada. La optimización de la gestión de inventario, la contribución a la reducción del hambre en Bogotá, y la implementación de un modelo de negocio que reduce el desperdicio de alimentos y atrae a clientes conscientes, han resultado en una mejora significativa del rendimiento empresarial de Takami. La marca ha visto un aumento en la lealtad del cliente y una mejora en la eficiencia operativa. La experiencia de Takami nos muestra cómo las prácticas empresariales éticas y sostenibles no solo benefician al planeta y a la comunidad, sino que también son fundamentales para

el éxito empresarial en el mundo moderno.

Desarrollar recomendaciones orientadas a la implementación eficaz de estrategias de sostenibilidad y minimización del desperdicio, con un enfoque en fortalecer la responsabilidad social corporativa y la imagen de marca, subrayando los beneficios empresariales derivados de adoptar estas prácticas

Integrar soluciones tecnológicas para optimizar operaciones

Implemente sistemas de gestión avanzados que permitan un control preciso del inventario y una planificación eficiente de la producción. Estas herramientas no solo ayudan a reducir el desperdicio, sino que también mejoran la eficiencia operativa, llevando a una notable reducción de costos. Además, la optimización de recursos contribuye positivamente a la imagen de la empresa como líder en prácticas sostenibles.

Para integrar estas soluciones se debe:

Evaluación de Necesidades: Identifique las áreas de su operación donde el desperdicio es más significativo o donde la eficiencia puede mejorarse. Esto podría incluir la gestión de inventario, la producción, el consumo energético, o la logística.

Investigación de Herramientas Tecnológicas: Busque soluciones tecnológicas que se alineen con las necesidades específicas de su empresa. Esto podría variar desde software de gestión de inventario y sistemas de planificación de recursos empresariales, hasta tecnologías de Internet de las Cosas para el monitoreo en tiempo real de los procesos de producción.

Implementación y Capacitación: Una vez seleccionada la tecnología, implemente la solución en su empresa y asegúrese de que los empleados reciban la formación necesaria para utilizarla eficazmente. La participación y el compromiso del

personal son clave para el éxito de la integración tecnológica.

Monitoreo y Ajustes: Con las soluciones tecnológicas en funcionamiento, monitoree su impacto y realice los ajustes necesarios para optimizar su uso. Esto puede implicar afinar configuraciones, expandir la implementación a otras áreas de la empresa, o repetir sobre el proceso basándose en los resultados obtenidos.

Los beneficios de integrar estas soluciones tecnológicas van desde la eficiencia operativa pues permiten una planificación más precisa y una gestión más eficiente del inventario y de la producción, el ahorro de costos hasta el fortalecimiento de la imagen de marca.

Fomentar colaboraciones para la gestión de excedentes

Establezca alianzas con organizaciones locales, como bancos de alimentos o plataformas digitales, para redistribuir productos no vendidos.

Para implementar esta estrategia los pasos a seguir son:

Investigue Organizaciones: Busque bancos de alimentos, ONGs, y plataformas digitales en Bogotá que faciliten la redistribución de alimentos excedentes.

Evalúe la Compatibilidad: Determine la compatibilidad entre las necesidades de estas organizaciones y los tipos de excedentes que su empresa genera.

Concretar Acuerdos: Formalice acuerdos que especifiquen los detalles logísticos, la frecuencia de las entregas y los estándares de calidad de los alimentos a donar.

Organización Interna: Desarrolle un sistema interno para la recolección y almacenamiento temporal de los alimentos destinados a donación, asegurando que se mantengan en condiciones óptimas.

Capacitación del Equipo: Capacite a su personal sobre el procedimiento de separación y manejo de los alimentos excedentes, enfatizando la importancia de mantener la calidad y seguridad alimentaria.

Monitoreo y Ajustes: Monitoree el proceso de donación y realice ajustes necesarios para mejorar la eficiencia de la colaboración.

Documentación de Beneficios Fiscales: Registre todas las donaciones y asegúrese de cumplir con los requisitos para obtener beneficios fiscales por estas acciones.

Educar y comprometer a la comunidad empresarial y a los consumidores

Desarrolle programas de sensibilización que involucren tanto a empleados como a clientes en la importancia y los beneficios de la sostenibilidad y la disminución del desperdicio.

Identificar Temas Clave: Seleccione temas relevantes relacionados con la sostenibilidad y la reducción del desperdicio que sean pertinentes para su negocio y su comunidad.

Crear Materiales: Desarrolle una variedad de materiales educativos, como folletos, videos, artículos de blog, y presentaciones que aborden estos temas de manera clara y atractiva.

Organizar Sesiones de Formación: Programe talleres y seminarios para educar a su equipo sobre prácticas sostenibles y la importancia de reducir el desperdicio en su operación diaria.

Fomentar Embajadores de la Marca: Anime a los empleados a convertirse en embajadores de las iniciativas de sostenibilidad de su empresa, compartiendo sus

conocimientos y compromiso con colegas, clientes y la comunidad.

Eventos Educativos: Organice eventos, talleres o charlas para clientes que promuevan la conciencia sobre la sostenibilidad y la reducción del desperdicio.

Incentivos para la Participación: Ofrezca incentivos, como descuentos o productos promocionales, a los clientes que participen en programas de sostenibilidad o contribuyan a la reducción del desperdicio.

Lleve todas estas recomendaciones a sus redes sociales con fotos y videos de cada iniciativa

Innovar en la oferta de productos y servicios sostenibles

Para minimizar el impacto ambiental al tiempo que se promueven prácticas sostenibles, se pueden seguir los siguientes pasos:

Evaluación de Tendencias: Investigue las últimas tendencias en sostenibilidad dentro del sector gastronómico, identificando las demandas específicas de los consumidores en Bogotá.

Análisis de la Oferta Actual: Examine su menú y servicios actuales para identificar áreas de mejora o innovación sostenible

Creación de Conceptos: desarrolle ideas para nuevos productos o servicios que sean ambientalmente amigables, como platos que utilizan ingredientes locales y orgánicos, o programas de reciclaje y compostaje.

Capacitación del Personal: Asegúrese de que todos los empleados entiendan los beneficios y características de los nuevos productos o servicios sostenibles, para que puedan comunicar efectivamente su valor a los clientes.

Seguimiento de la Aceptación del Mercado: Monitoree las ventas y reciba

feedback de los clientes sobre los nuevos productos o servicios para evaluar su éxito y áreas de mejora.

Optimizar la eficiencia de los recursos

Implemente medidas para optimizar la eficacia en el uso de recursos, incluyendo energía, agua y materias primas. Esto puede lograrse mediante la actualización a tecnologías más eficientes, la adopción de prácticas de operación que reduzcan el consumo, y la inversión en energías renovables.

Auditoría de Recursos: Realice una auditoría energética y de recursos para entender dónde y cómo su establecimiento consume energía, agua y materias primas.

Identificación de Áreas Críticas: Identifique áreas donde el consumo es excesivo o ineficiente, priorizando aquellas con el mayor potencial de mejora.

Actualización de Equipos: Invierta en equipos de cocina de alta eficiencia, sistemas de iluminación LED y electrodomésticos con calificaciones energéticas superiores. Considere también sistemas de gestión de agua que reduzcan el consumo.

Automatización y Control: Adopte sistemas automatizados para el control de iluminación, calefacción, ventilación y aire acondicionado asegurando que se utilicen solo cuando sea necesario.

Capacitación del Personal: Eduque a su equipo sobre prácticas operativas que ahorren recursos, como apagar equipos que no se estén utilizando, reparar fugas de agua inmediatamente, y optimizar el uso de materias primas.

Optimización de Procesos: Revise y ajuste sus procesos de cocina y preparación para minimizar el desperdicio de alimentos y el consumo de recursos.

Inversión en Energías Renovables: Considere la viabilidad de instalar sistemas

de energía renovable, como paneles solares, para reducir la dependencia de fuentes de energía no renovables. Investigue incentivos fiscales, subvenciones y otras formas de financiación disponibles en Bogotá para apoyar la transición a energías renovables.

Evaluación Periódica: Realice evaluaciones periódicas de la eficiencia de los recursos y ajuste las estrategias según sea necesario para continuar mejorando.

Estas acciones no solo disminuyen la huella ambiental de su negocio, sino que también pueden resultar en ahorros significativos en costos operativos y, en algunos casos, en incentivos fiscales y subvenciones que apoyen estas inversiones sostenibles.

Buscar certificaciones ambientales y sociales

Considere obtener certificaciones reconocidas que validen sus esfuerzos en sostenibilidad y responsabilidad social:

Investigue Certificaciones Relevantes: Identifique las certificaciones que sean más relevantes para el sector gastronómico, como Green Restaurant Association, ISO 14001 para gestión ambiental, o certificaciones locales que reconozcan la sostenibilidad en la industria de alimentos y bebidas.

Evalúe los Requisitos: Revise detenidamente los criterios de cada certificación para asegurarse de que se alineen con las prácticas actuales de su negocio y sus objetivos de sostenibilidad.

Análisis de Brechas: Determine qué prácticas sostenibles ya están implementadas en su negocio y qué áreas necesitan mejora o cambios para cumplir con los estándares de certificación.

Documentación de Procesos y Resultados: Mantenga un registro detallado de todas las acciones realizadas y los impactos logrados, ya que será necesario para el

proceso de solicitud de certificación.

Complete la Solicitud de Certificación: Presente la documentación requerida y complete el proceso de solicitud para la certificación elegida.

Prepárese para la Evaluación: Algunas certificaciones pueden requerir visitas de evaluación o auditorías para verificar el cumplimiento de los estándares. Asegúrese de que su negocio esté preparado para demostrar sus prácticas sostenibles.

Continúe Mejorando: Las certificaciones suelen requerir renovaciones periódicas y pueden ser una oportunidad para evaluar y mejorar continuamente sus prácticas sostenibles.

Valorar el impacto socioeconómico y ambiental positivo de la implementación de las estrategias sugeridas

La adopción de estrategias enfocadas en la reducción de desperdicios y el impulso hacia una mayor sostenibilidad por parte de los negocios en el sector gastronómico en Bogotá tiene efectos favorables tanto para el medio ambiente como para la sociedad y la propia empresa. Estas estrategias van desde disminuir la cantidad de comida y materiales que se desperdician hasta asegurarse que se utilicen de manera más eficaz los recursos como el agua y la energía. Este esfuerzo no solo ayuda al planeta, reduciendo la contaminación y el uso excesivo de recursos naturales, sino que también puede ahorrar dinero a los negocios al disminuir los costos operativos gracias a un uso más inteligente de la energía y los materiales.

Trabajar con organizaciones locales para donar alimentos que no se venden no solo reduce la cantidad de desechos, sino que también muestra el compromiso del restaurante con ayudar a quienes más lo necesitan en la comunidad. Esta acción construye

una imagen positiva del negocio entre los clientes haciendo que más gente quiera apoyar al restaurante. Además, este tipo de acciones podría incluso ofrecer beneficios como reducciones de impuestos, lo que sería otra manera de disminuir gastos.

Impulsar este tipo de prácticas sostenibles también puede hacer que los clientes se sientan más leales al establecimiento o empresa, ya que muchas personas hoy en día prefieren apoyar a negocios que se interesan por el medio ambiente y la sociedad. Al mismo tiempo, establecerse como un líder en sostenibilidad en el sector gastronómico no solo mejora la reputación del restaurante, sino que también anima a otros negocios a seguir el ejemplo, promoviendo una industria más verde y responsable. Además, involucrar a los empleados en estas iniciativas puede hacerlos sentir más conectados y satisfechos con su trabajo, ya que ven que su lugar de empleo contribuye a hacer del mundo un lugar mejor. Esta satisfacción puede llevar a un mejor ambiente de trabajo, mayor productividad y menos rotación de personal.

En resumen, poner en práctica estas estrategias de sostenibilidad y reducción de desperdicios trae muchos beneficios. No solo ayuda al medio ambiente y mejora la sociedad, sino que también puede mejorar la imagen del restaurante, atraer a más clientes, ahorrar dinero y crear un mejor lugar de trabajo para los empleados. Es una situación en la que todos ganan: el negocio, sus clientes, su personal y el planeta.

Conclusiones

Este proyecto de implementación de estrategias sostenibles en el grupo Takami ha marcado un avance significativo en la reducción del desperdicio de alimentos y la mejora de su imagen corporativa. Si bien las medidas implementadas han mostrado resultados prometedores, como la reducción del 30% en el desperdicio de alimentos en el restaurante piloto Cacio y Pepe, es importante señalar que estas iniciativas aún se encuentran en fase de prueba y desarrollo. El uso del software de gestión de inventario ForePlanner, la colaboración con el Banco de Alimentos de Bogotá y la integración a la plataforma Too Good To Go son estrategias en curso que requieren revisión y monitoreo constante para garantizar su efectividad a largo plazo.

La fase inicial de implementación ha demostrado que las prácticas sostenibles no solo reducen el impacto ambiental, sino que también fortalecen la percepción pública de Takami como una empresa socialmente responsable. Sin embargo, el proceso de adaptación a estas estrategias aún está en evolución y su éxito dependerá del compromiso continuo del grupo y de la correcta aplicación en toda su cadena de restaurantes.

A medida que Takami extienda la implementación de estas soluciones a todos sus establecimientos, se espera que el impacto positivo tanto en la eficiencia operativa como en la sostenibilidad siga creciendo. Este proyecto es un claro ejemplo de cómo la combinación de innovación tecnológica y responsabilidad social puede transformar positivamente a las empresas del sector gastronómico, demostrando que las operaciones éticas y sostenibles son clave para un rendimiento empresarial superior.

En resumen, aunque los primeros resultados son positivos, las estrategias continúan en marcha y en proceso de adaptación, lo que sugiere que el éxito total se alcanzará a medida que Takami finalice las fases de prueba, ajuste sus procesos y mantenga el enfoque en la mejora continua de la sostenibilidad y la responsabilidad social corporativa.

Referencias Bibliográficas

- Carroll, A. B. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct
- Infobae. (2023, 30 de septiembre). Con la comida que se desperdicia al año en Colombia se podría alimentar a todo Panamá, <https://www.infobae.com/colombia/2023/09/30/con-la-comida-que-se-desperdicia-al-ano-en-colombia-se-podria-alimentar-a-todo-panama/>
- Dowling, G. (2002). Creating Corporate Reputations
- La República. (2021, 23 de febrero). Estas son las empresas colombianas reconocidas en el anuario de sostenibilidad 2021, <https://www.larepublica.co/responsabilidad-social/estas-son-las-empresas-colombianas-reconocidas-en-el-anuario-de-sostenibilidad-2021-3123509>
- La República. (2021, 27 de julio). Bogotá desperdicia 52% de alimentos provenientes de residuos, según estudios, <https://www.larepublica.co/responsabilidad-social/bogota-desperdicia-52-de-alimentos-provenientes-de-residuos-segun-estudios-3319085>
- Pacto Global Colombia. (s. f.). Las 14 empresas colombianas mejor calificadas en sostenibilidad , <https://www.pactoglobal-colombia.org/news/las-14-empresas-colombianas-mejor-calificadas-en-sostenibilidad.html>
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). Strategy & Society

Unilever. (s. f.). Tackling food waste, <https://www.unilever.com/planet-and-society/waste-free-world/tackling-food-waste/>