

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DEL SECTOR HOTELERO Y SU
CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO ECONÓMICO DEL DISTRITO DE
BUENAVENTURA.**

**JACKELINE RUIZ IBARGÜEN
YESENIA PINEDA PINEDA**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION
PROGRAMA ACADEMICO CONTADURÍA PÚBLICA
BUENAVENTURA 2014**

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DEL SECTOR HOTELERO Y SU
CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO ECONÓMICO DEL DISTRITO DE
BUENAVENTURA**

**JACKELINE RUIZ IBARGÜEN
YESENIA PINEDA PINEDA**

**DIRECTOR
LUIS AUGUSTO QUIÑONES RODRIGUEZ**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA ACADÉMICO CONTADURÍA PÚBLICA
BUENAVENTURA 2014**

TABLA DE CONTENIDO

CAPITULO 1. ANTECEDENTES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	9
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.....	10
1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	10
1.3.1 OBJETIVO GENERAL.....	10
1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	11
1.4 JUSTIFICACIÓN.....	12
1.5 ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	13
1.5.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	13
1.5.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	13
1.5.3 FUENTE DE DATOS.....	13
1.5.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	14
1.5.5 POBLACIÓN Y MUESTRA	14
CAPITULO 2. ASPECTOS CONCEPTUALES DE LA INVESTIGACIÓN	16
2.1 ANTECEDENTES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	16
2.2 LA ÉTICA CON RELACIÓN A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL	26
2.3 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN COLOMBIA	26
2.4 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN BUENAVENTURA.....	29
2.5 GRANDES CONCEPTOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	30
2.5.1 LOS STAKEHOLDERS.....	30
2.5.2 IMPORTANCIA DE LOS GRUPOS DE INTERÉS (STAKEHOLDERS).....	31
2.5.3 LA SOSTENIBILIDAD.....	34
2.5.4 RESPONSABILIDAD SOCIAL Y GOBIERNO CORPORATIVO.....	35
CAPITULO 3. EL SECTOR HOTELERO Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL ...	38
3.1 HISTORIA DE LA HOTELERÍA.....	38
3.2 TIPOS DE HOTELES	40
3.3 BENEFICIOS TRIBUTARIOS DE LOS HOTELES EN COLOMBIA	42
3.4 LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL SECTOR HOTELERO.....	43
3.5 CONTRIBUCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL AL DESARROLLO ECONÓMICO DEL DISTRITO DE BUENAVENTURA	44
3.6 NORMATIVIDAD	46
3.6.1 ISO 26000.....	46
3.6.2 Norma AA 1000AS.....	46
3.6.3 SGE 21 FORETICA.....	46
3.6.4 AHSAS 18001	47
3.6.5 OCDE	47
CAPITULO 4. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	52

4.1 INFORMACIÓN GENERAL DEL UNIVERSO DE EMPRESAS	52
4.1.1 LISTADO DE EMPRESAS MUESTRA FINAL	52
4.2 TABULACIÓN	53
INDICADORES DE CALIDAD DE VIDA DE LAS EMPRESAS HOTELERAS	53
5.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	94
5.1.1 IDENTIFICACIÓN DE LAS PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DEL SECTOR HOTELERO DEL DISTRITO DE BUENAVENTURA	94
5.1.2 DETERMINAR LA ACTIVIDAD QUE REALIZA EL SECTOR HOTELERO DEL DISTRITO DE BUENAVENTURA PARA LA PRESERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE.....	95
5.1.3 ESTABLECER EL PORCENTAJE DE RECURSOS QUE LAS EMPRESAS DEL SECTOR HOTELERO DESTINAN PARA PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL DISTRITO DE BUENAVENTURA.....	96
6. CONCLUSIÓN.....	97
7. RECOMENDACIONES	99
8. GLOSARIO	101
9.BIBLIOGRAFÍA.....	102
ANEXOS.....	104

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Código de Ética.....	53
Tabla 2 Trabajo en Equipo y Participación en la Toma de Decisiones.....	54
Tabla 3 Manejo de Despidos y Liquidaciones.....	55
Tabla 4 Políticas y Procedimientos para la no Discriminación.....	56
Tabla 5 Empleos Femeninos o Grupos Minoritarios en Posiciones Recientes.	57
Tabla 6 Investigaciones de Tipo Organizacional.....	58
Tabla 7 Trabajo Flexible.....	59
Tabla 8 Mecanismos para Escuchar y Responder Sugerencias de Empleados	60
Tabla 9 Planes de Actividad Superior a los de Ley.....	61
Tabla 10 Instrumentos para Mejorar Aptitudes y Habilidades.....	62
Tabla 11 Prácticas para Favorecer el Equilibrio del Trabajador y su Familia.....	63
Tabla 12 Estímulos.....	64
Tabla 13 Identificación de Necesidades para Prevención de Posibles Conflictos.....	65
Tabla 14 Respuesta a las Expectativas De La Comunidad Para Impulsar Su Desarrollo.....	66
Tabla 15 Canales De Diálogos Con Los Diferentes Sectores De La	

Comunidad.....	67
Tabla 16 Otorgamiento Y Siguiendo De Los Donativos.....	68
Tabla 17 Ofrecimiento De Recursos No Financieros Para La Realización De Actividades Públicas	69
Tabla 18 Donativos.....	70
Tabla 19 Actividades Sociales Que Involucran A Los Trabajadores.....	71
Tabla 20 Alianza Para Desarrollar Programas De Beneficio A La Comunidad.....	72
Tabla 21 Trabajo Voluntario Y Causas Filantrópicas.....	73
Tabla 22 Programas De Bienestar Económico Y Social.....	74
Tabla 23 Promoción De Programas Y/O Productos En Obras Sociales.....	75
Tabla 24 Presupuesto Para Mensajes De Beneficio Social.....	76
Tabla 25 Responsabilidad Social Entre Los Grupos De Interés.....	77
Tabla 26 Adopción De Medidas Para No Generar Impacto Negativo.....	78
Tabla 27 Auditoría Verde.....	79
Tabla 28 Sistema Para Disminuir Emisión De Contaminantes.....	80
Tabla 29 Presupuesto Para Programas De Protección Ambiental....	81
Tabla 30 Normas De Calidad.....	82
Tabla 31 Campañas De Educación Ambiental.....	83

Tabla 32 Productos Y Materia Prima Reciclable.....	84
Tabla 33 Programas Para Convertirla En Una Empresa Sin Papel.....	85
Tabla 34 Mantenimiento De Activos Fijos.....	86
Tabla 35 Donación De Mobiliario Y Equipos.....	87
Tabla 36 Incentivos A Ideas Para El Aprovechamiento De Recursos.....	88
Tabla 37 Criterios Ambientales Para La Selección De Proveedores.....	89
Tabla 38 Programas De Recolección De Residuos.....	90
Tabla 39 Información Sobre Daños Ambientales A Los Consumidores.....	91
Tabla 40 Políticas De Consumo.....	92
Tabla 41 Principios Medio Ambientales.....	93

INTRODUCCIÓN

En toda la dinámica económica colombiana, el sector hotelero juega un papel relevante. Su función social matizada por la realidad económica que debe imperar en las empresas permite un excelente campo de acción para la Responsabilidad Social Empresarial, en cuanto a la hotelería del Distrito de Buenaventura, vemos que sus servicios son requeridos por propios y foráneos en forma constante; personas que van de turismo, comerciantes con mercancía en tránsito y otros más constituyen el consolidado de clientes para este sector en la región.

El presente proyecto pretende despejar las dudas en cuanto a las posibles prácticas que se desarrollan por el sector hotelero en cuanto a la aplicación efectiva de la Responsabilidad Social Empresarial, siendo este concepto un tema poco arraigado en el imaginario popular, la culturización en este sentido no se percibe con facilidad, de allí que resulta de gran importancia indagar sobre prácticas encaminadas a dar cumplimiento a los postulados básicos de la responsabilidad social y determinar el impacto que tienen en la economía de la región, su capacidad de generar bienestar a la par que utilidades.

CAPITULO 1.ANTECEDENTES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

El municipio de Buenaventura es considerado una potencia turística de carácter internacional, privilegiado por su ubicación, sus riquezas naturales y su cultura. Ubicado al oeste de Colombia, con un área de 6.297 km² y una población estimada para el 2012 342,669¹ habitantes, hoy Buenaventura es una ciudad a la cual se puede llegar por vía marítima, aérea o terrestre, pues cuenta con un muelle turístico, línea ferroviaria, carretera y un aeropuerto que atiende las necesidades de comunicación de sus habitantes.

Con lo que respecta al sector hotelero éste es considerado una alternativa de empleo, en su gran mayoría por los nativos de Buenaventura, especialmente en temporadas consideradas altas como lo son la Semana Santa, junio y diciembre, fechas que se han convertido en la mayor oportunidad para la economía de Buenaventura impactando significativamente el desarrollo del mismo

Desde la óptica económica y académica es de conocimiento general que el desarrollo de toda actividad arroja un resultado, que de ser medido se convierte en una herramienta para la toma de decisiones, atendiendo siempre a la necesidad del empresario, dejando de lado en muchas ocasiones el ámbito social; con la anterior afirmación, se puede decir que en el sector hotelero de Buenaventura existe la necesidad de medir los resultados generados por las actividades realizadas en éste, pues con las riquezas que posee, las políticas y programas existentes para su fomento, el sector hotelero cuenta con muchos beneficios

¹ Planeacion.cali.gov.co/publicaciones/cali_en_cifras/caliencifras2011.pdf

especialmente de carácter tributario para desarrollar su actividad, lo cual nos lleva a revisar si estos son retribuidos a la sociedad en pro de su desarrollo .

Es importante resaltar que en el transcurso del tiempo se han desarrollado una serie de investigaciones orientadas a medir calidad, competitividad, entre otros aspectos, en la prestación de servicios hoteleros; olvidando la importancia de conocer los efectos provenientes de las actividades propias de dicho sector para determinar si es necesario realizar correctivos o mejoras en los procesos implementados que tengan relación directa con el tema de Responsabilidad Social Empresarial.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

¿Cuál es la Responsabilidad Social Empresarial del sector hotelero y como se refleja su contribución al desarrollo económico de Buenaventura?

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Identificar cuál es responsabilidad social del sector hotelero y como se refleja su contribución al desarrollo económico del Distrito de Buenaventura.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ❖ Identificar las prácticas de Responsabilidad Social empleadas por empresarios del sector hotelero del Distrito de Buenaventura.

- ❖ Determinar las actividades que realiza el sector hotelero del Distrito de Buenaventura para la preservación del medio ambiente.

- ❖ Establecer el porcentaje de recursos que las empresas del sector hotelero destinan para prácticas de responsabilidad social en el Distrito de Buenaventura.

1.4 JUSTIFICACIÓN

Se pretende desarrollar este trabajo con la finalidad de conocer la manera en que las empresas del sector hotelero de Buenaventura implementan acciones que consideren actividades con repercusiones positivas sobre la sociedad; en este mismo sentido, el gremio hotelero está llamado a realizar planes sectoriales de desarrollo turístico para impulsar el crecimiento de este sector, y de esta manera ayudar a los diversos actores en este mercado en la preparación y ejecución de estrategias que contribuyan al crecimiento individual y colectivo.

El sector hotelero ha sido objeto de diversas investigaciones buscando su fortalecimiento, pues existe un fin común en la población del Distrito, que es la de impulsar y conservar la vocación turística de la ciudad y de esta forma contribuir a la generación de empleo en todos los sectores socioeconómicos del Distrito.

Por lo anterior, se cree que esta investigación puede convertirse en material de apoyo para la Secretaría de Turismo y otras organizaciones integradas e interesadas en este sector, al igual que para el desarrollo de otros estudiantes de Contaduría y de otras áreas de la Universidad que estén encaminados a hacer investigaciones de este tipo orientadas en esta problemática u otras relacionadas, es grato contribuir a la realización de estos procesos con la información que esta investigación muestre.

1.5 ASPECTOS METODOLÓGICOS

1.5.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para la elaboración de este trabajo se define que el tipo de investigación es de carácter Exploratorio- Descriptivo; exploratorio por que indaga acciones propias del sector hotelero, y descriptivo por que se referencian hechos puntuales que se toman como iniciativas de Responsabilidad Social Corporativa.

1.5.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

El método que se aplica en esta investigación es cualitativo, dado que se recopila y se hace una revisión documentaria y bibliográfica sobre el tema.

1.5.3 FUENTE DE DATOS

❖ Fuente de información primaria

Este tipo de información se recopiló interactuando directamente con los principales objetos de estudio que fueron los administradores de los diferentes hoteles que se visitaron, logrando llegar a conclusiones pertinentes soportadas en esta investigación.

❖ Fuente de información secundarias:

También se consultaron documentos sobre metodología de la investigación, con el fin de afianzar los conocimientos afines para la presentación y la estructuración de la investigación, al igual que la base de datos de instituciones como la Cámara de Comercio, Alcaldía Distrital, bibliotecas y otro tipo de recopilaciones tales como monografías, publicaciones entre otros.

1.5.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

En cuanto a las técnicas e instrumentos de recolección de datos, esta implicó la aplicación de encuestas dirigidas a los gerentes, administradores y propietarios de los establecimientos hoteleros.

❖ INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

El instrumento utilizado es una encuesta diseñada con el fin de que contribuya al cumplimiento de los objetivos específicos planteados en esta investigación, de acuerdo a ello el cuestionario consta de cuatro secciones en donde la primera indica la ficha técnica que especifica el tipo de hotel, la clasificación y la tarifa de precios por servicio, la segunda muestra los indicadores de calidad de vida de la empresa, la tercera parte contiene preguntas relacionadas con los indicadores de compromiso con la comunidad, y el último punto está dirigido a resolver los indicadores de preservación del medio ambiente.

1.5.5 POBLACIÓN Y MUESTRA

La población que se determinó para la aplicación de la encuesta está conformada por los administradores de los hoteles de la ciudad de Buenaventura, la obtención del marco muestral se hizo con el número de hoteles que conforman este sector de la economía turística de la ciudad, esta información fue suministrada por la Cámara de Comercio de Buenaventura.

❖ MARCO MUESTRAL

En la presente investigación se utiliza el muestreo de tipo no probabilístico ya que la información suministrada por el entidad que recopila esta información en este caso La Cámara de Comercio de Buenaventura, pasa, por un filtro donde se toma la muestra que se considera como base representativa.

❖ MÉTODO DE MUESTREO

El presente trabajo de investigación se enfoca a consultar a través de una encuesta a los gerentes y/o administradores de los hoteles ubicados en la zona centro de Buenaventura, de esta manera se evidencia una aproximación al estudio de la realidad con preguntas directamente relacionadas con los objetivos del proyecto, por tal motivo el método utilizado es de tipo cuantitativo.

CAPITULO 2. ASPECTOS CONCEPTUALES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 ANTECEDENTES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

En el siglo XIX algunos empresarios industriales en Europa y en los EE.UU, se preocuparon por la vivienda, el bienestar y la calidad de vida de sus empleados. Junto con la aparición de movimientos contrarios a grupos que consideraban poco éticos al lucrarse con productos perjudiciales para la sociedad, como venta de tabaco, alcohol, entre otros. Con el siglo XX y con el desarrollo del Estado de Bienestar, el sentimiento filantrópico se volcó en relaciones formales integrales dentro de las instituciones; cuando hasta entonces el único objetivo empresarial había sido aumentar la productividad y los beneficios económicos.

Aunque la expresión surge a mediados de los años 50 en EE.UU., no llega a desarrollarse en Europa hasta los años 90, cuando la Comisión Europea para implicar a los empresarios en una estrategia de empleo que generase mayor cohesión social, utilizó el concepto, pues en la sociedad Europea había cada vez más problemas en torno al desempleo de larga duración y la exclusión social que eso suponía. Más tarde en 1999, el secretario general de la ONU durante el Foro Económico Mundial de Davos, pidió que se adoptasen valores con rostro humano al mercado mundial.

Lo cierto es que desde los años noventa este concepto ha ido cobrando fuerza y evolucionando constantemente, tras el advenimiento de la globalización, el aceleramiento de la actividad económica, la conciencia ecológica y el desarrollo de nuevas tecnologías.

Hay ciertos organismos de carácter internacional que se encargan de delimitar en lo posible el concepto teórico de la RSC, cuyas directrices sirven como orientación

para las empresas que se deciden a transitar por este camino. Dentro de los más destacados se podría citar a los siguientes:

- Global Compact (Pacto Mundial) de Naciones Unidas
- Global Reporting Initiative (Iniciativa para la Rendición de Cuentas Global)

Además, existen otras entidades e iniciativas nacionales con una especialización en el tema de la Responsabilidad Social Empresarial, que están contribuyendo de forma determinante a la creación y difusión de una cultura responsable entre las organizaciones que forman el tejido empresarial de cada país.

Como documento decisivo acerca de la Responsabilidad Social Empresarial en Europa, destaca el llamado *libro verde* Europeo, el artículo 116, de la ley Francesa sobre nueva reglamentación económica del 2001, incluso impone la obligación jurídica a las empresas, de informar acerca de sus acciones de índole social. En Brasil, la coalición presidida por el izquierdista Luis Ignacio "Lula" Da Silva, en la que participan numerosos empresarios, ha promovido la RSE y existe un proyecto de *Ley de Responsabilidad Social* de octubre del 2003.

Existen normas oficiales acerca de la RSC como la norma SA 8000 (*Social Accountability Standard 8000*) impulsada por el Council on Economic Priorities y aplicada por SAI, así como la norma SGE 21 de Forética, norma que certifica globalmente la RSC en todos sus ámbitos. En noviembre de 2010 fue publicada la norma-guía ISO 26000, desarrollada con la participación de 450 expertos participantes y 210 observadores de 99 países miembros de ISO y 42 organizaciones vinculadas. La ISO 26000 no tiene por finalidad ser certificable ni

un sistema de gestión, sino orientar las organizaciones en la introducción de prácticas socialmente responsables.

Según la ONG Accountability en un ranking de los 108 países cuyas empresas tienen un mayor grado de desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial, los líderes son Suecia, Dinamarca, Finlandia, Islandia, Reino Unido, Noruega y Nueva Zelanda.

FILANTROPÍA CORPORATIVA ESTRATÉGICA.

Las empresas han comenzado a adoptar la Responsabilidad Social Empresarial no sólo como resultado de presiones de los consumidores, los proveedores, la comunidad, las organizaciones de activistas, los inversionistas, etc. (llamados en conjunto stakeholders); la RSC es también una actividad estratégica adicional en la competencia comercial.

Las empresas pueden desempeñar un papel muy importante en la vida de las personas no sólo como proveedoras de empleo y de riqueza, sino como agente de desarrollo en las comunidades en la que están insertas. Muchas grandes empresas son conscientes de ello y han tratado de aprovechar las expectativas que genera la Responsabilidad Social Empresarial para obtener ventajas competitivas (ayudan ayudándose). La filantropía corporativa ha dejado de ser una actividad autónoma confiada a una fundación y cada vez más forma parte de las estrategias que contribuyen a realizar el objeto social de la empresa.²

²Fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/Responsabilidad_social_corporativa

❖ QUÉ ES LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Son diversos los enfoques desde los cuales se ha conceptualizado este término, entre ellos podemos destacar los siguientes:

La responsabilidad social es el compromiso que tiene la empresa de contribuir con el desarrollo, el bienestar y el mejoramiento de la calidad de vida de los empleados, sus familias y la comunidad empresarial.³

La responsabilidad social se refiere a la actuación socialmente responsable de sus miembros, las actividades de beneficencia y los compromisos de la empresa con la sociedad en general y de manera más intensa con aquellos grupos o parte de la sociedad con que está más en contacto: su ambiente de tarea. La Responsabilidad Social está orientada hacia la actitud y el comportamiento de la empresa frente a las exigencias sociales derivadas de su actividad, lo cual implica la evolución y compensación de los costos sociales que genera empresa, la ampliación del campo y sus objetivos y la definición del papel social que desarrolla para conseguir la legitimidad y la responsabilidad ante diversos grupos humanos que la integran y conforman la sociedad en su conjunto.⁴

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es la forma de conducir los negocios de las empresas que se caracteriza por tener en cuenta los impactos que todos los aspectos de sus actividades generan sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medioambiente y sobre la sociedad en general. Ello implica el cumplimiento obligatorio de la legislación nacional e internacional en el ámbito social, laboral, medioambiental y de Derechos Humanos, así como

³ TORO, Olga Lucia y Rey Germán. Empresa Privada y Responsabilidad Social. Editorial Utópica, 1996,p.60

⁴ CHIAVENATO, Idalberto. Administración de recursos humanos .

cualquier otra acción voluntaria que la empresa quiera emprender para mejorar la calidad de vida de sus empleados, las comunidades en las que opera y de la sociedad en su conjunto.⁵

El Libro Verde define la Responsabilidad Social Empresarial como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores; distinguiendo la dimensión interna de la RSE contemplado el interior de la empresa, es decir, accionistas, trabajadores, y la gestión del medio ambiente y los interlocutores externos, socios comerciales, clientes, consumidores proveedores e interlocutores públicos, y las ONGs.⁶

❖ RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.

Cada avance de la civilización lleva consigo la evolución de teorías y conceptos que son producto de las circunstancias de un periodo específico.

Al constituir una unidad económica, ésta se crea con personas y para personas las cuales pasan a ser parte de ese mercado de consumidores, convirtiéndose en partícipes en el cumplimiento de los objetivos organizacionales y a su vez promoviendo el desarrollo económico, es así como surge el inminente vínculo entre las empresas y la sociedad.

⁵http://www.observatoriorisc.org/index.php?option=com_content&view=article&id=40&Itemid=63&lang=es octubre, 16 -2012 hrs 08:25pm.

⁶<http://www.jussempere.org/Inicio/Recursos/Actividad%20Corporativa/Resources/Libro%20Verde.pdf> octubre ,17-2012 hrs 7:38pm.

Sin embargo, este indisoluble lazo, no siempre ha estado enmarcado dentro de la reciprocidad, dado que el objetivo primordial de los empresarios es maximizar el valor de sus inversiones, por tanto, considerar proyectos que no estén dentro de sus modelos de gestión era una opción no permitida ni siquiera por algunos académicos como Milton Friedman (Premio Nobel de economía 1976), quien afirma que la responsabilidad social empresarial consiste en usar la fuerza y recursos para maximizar sus utilidades en un juego competitivo franco, libre, sin engaños ni fraudes respecto a las reglas establecidas.⁷

La responsabilidad social no tiene un inicio definido, no obstante, con el fin de marcar algún antecedente, se podría decir que muchos autores convergen en que hay documentos que en el siglo XIX dan fe de hechos por parte de las compañías en favor de sus trabajadores.

El nacimiento de la ONU y posteriormente el surgimiento de los Derechos Humanos sirvieron como una plataforma sólida para que se generara una mayor conciencia social, respecto al tema en particular se pueden relacionar organizaciones como:

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) es una Organización de Cooperación Internacional, que nace en 1961 con los objetivos de promover el empleo, el crecimiento económico ayudando a mejorar la calidad de vida en los países miembros y ajenos a la Organización.

Tres años después de su creación, en 1973 en el Foro Económico de Davos se propuso un “Código de Comportamiento Ético para la Gestión de Empresas”, que

⁷Friedman Milton. *La responsabilidad social de los negocios es aumentar sus utilidades. En oficio y arte de la gerencia* Vol. II de Joseph Bowen.

considera que su función es servir a los consumidores, a los trabajadores, al capital y a la sociedad”, para lograr el equilibrio de sus antagónicos intereses

Con esta compilación se da a expresar un patrón mundial para medir la conducta de las empresas, se intenta crear un procedimiento con valores comunes que permita desarrollar un proceder empresarial entendido y valorado por todos.

En 1976, la OCDE publica unas líneas directrices dirigidas a las multinacionales, donde se anuncian los principios y normas voluntarias para una conducta empresarial responsable compatible con las legislaciones aplicables.

En el año 2000, la OCDE hace una revisión de texto en mención y lanza una nueva publicación, cuyo principal objetivo será evidenciar políticas voluntarias que promuevan la transparencia empresarial en materia de relaciones laborales, gestión medioambiental, competencia, intereses de los consumidores y difusión de ciencia y tecnología.⁸

En los últimos años han surgido importantes avances en este ámbito por parte de instituciones internacionales interesadas en conciliar y buscar un nuevo equilibrio entre el mundo económico y los principios sociales; proponiendo alternativas y modelos estratégicos que contribuyan con la preservación y sostenibilidad del ente económico respetando el medio ambiente y haciendo uso razonable de los recursos.

Hoy, la Responsabilidad Social se haya institucionalizada, a través de distintos organismos alrededor del mundo; se habla ya de una manera sólida de

⁸http://servoaspr.imprenta.gov.co/gacetap/gaceta.mostrar_documento?p_tipo=05&p_numero=70&p_consec=26348 |

sustentabilidad; se han realizado grandes documentos como el Libro Verde, y publicado guías extraordinarias como las directrices de la OCDE y la ISO26000 que suministra y coloca a disposición los “Principios Fundamentales de Responsabilidad Social” que sirven para constituir un comportamiento socialmente responsable en cualquiera de las organizaciones sin importar su clasificación y el lugar donde operan.

La Responsabilidad Social no se detiene, seguirá cambiando y nuevos acontecimientos se sumarán en el transcurso del tiempo.

Más allá del rigor y el cumplimiento de leyes y normas a las que se encuentran sometidas las empresas, y de las estrategias y sistemas que se establecen para desarrollar su actividad, hoy, muchas organizaciones son conscientes de que a raíz de la notable inconformidad manifestada por la sociedad deben proponer programas que involucren no solo a los consumidores como agentes generadores de riqueza, si no como parte fundamental en el proceso reconstrucción y aumento del bienestar social.

❖ ENFOQUES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Desde la óptica académica se desglosan algunos aportes realizados por escritores que han visto como el tema de la Responsabilidad Social Empresarial se torna dominante en diferentes disciplinas y enfoques que pueden ser importantes para el ente económico y los grupos de interés; a continuación relacionamos cinco de los más destacados para el tema de investigación

❖ ENFOQUE FUNCIONALISTA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

La visión funcionalista concibe a la empresa y a la sociedad como dos sistemas que persiguen propósitos específicos y se compenetran, de acuerdo con el modelo de Parsons (1966). La búsqueda de la estabilidad, la integración de los propósitos de dos entidades y el mantenimiento del equilibrio entre los dos sistemas son los temas que predominan en esta visión de la relación empresa/ sociedad. La “Ley de Bronce de la Responsabilidad” (Davis 1973) sugiere que dicha regulación opera gracias a un control de la sociedad sobre el mundo de los negocios denominado en la teoría un “contrato social” implícito que vincula a las empresas con la sociedad que las rodea (Donaldson y Deunfee1999).⁹

Por lo tanto la Responsabilidad social Empresarial puede ser definida, según esta perspectiva como una función de regulación social es decir, como un instrumento de regulación de relación empresa/sociedad destinado a estabilizar tal relación e idealmente a integrar los propósitos de la empresa con los de la sociedad.

❖ ENFOQUE SOCIOLÓGICO DE LA RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL

Este modelo dinamiza el trato de la empresa con la sociedad en el ámbito del poder y el conflicto. De acuerdo con esta perspectiva sociológica, la RSE puede ser definida como la expresión de relaciones de poder, ya que traduce la capacidad de los actores sociales de las organizaciones (por ejemplo las organizaciones gubernamentales, activistas, el gobierno) de influenciar a las empresas y hacerlas tomar en cuenta sus reivindicaciones sociales, étnicas y/o ambientales. Ésta perspectiva sobre la RSE es objetivista, en el sentido de que se dedica a hacer realidad las agendas políticas de los actores más allá de la fachada que constituye su funcionamiento de Responsabilidad Social Empresarial.

⁹Raufflet Emmanuel, Lozano Aguilar José Félix, Barrera Duque Ernesto. García de la Torre consuelo. *Responsabilidad Social Empresarial* ,Editorial PEARSON 1 Edición 2012 , Pag 33

❖ ENFOQUE CULTURALISTA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

La empresa es vista como un sistema cultural, ya que intercambian normas y valores con la sociedad que lo rodea. Bajo el enfoque culturalista, la Responsabilidad social es definida como un producto cultural que refleja las relaciones deseables entre empresa y sociedad, tal como están definidas por el medio cultural, político, institucional y social, la RSE como producto de una cultura se define subjetiva y localmente (Swanson 1995) muestra cómo es que múltiples principios éticos pueden afectar los procesos de toma de decisión y de gestión dentro de la organizaciones.

❖ ENFOQUE CONSTRUCTIVISTA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Desde esta perspectiva la RSE puede ser definida como una propuesta de constante construcción Sociocognitiva. Entre el mundo de los negocios y la sociedad, a través de un proceso mutuo de entes que se reconocen y se vuelven compatibles, donde se precisa la manera en que los grupos de interés negociaron progresivamente el contenido y la definición de RSE.¹⁰

⁶Raufflet Emmanuel, Lozano Aguilar José Félix, Barrera Duque Ernesto. García de la Torre consuelo. *Responsabilidad Social Empresarial* ,Editorial PEARSON 1 Edición 2012 Pag.34-37

2.2 LA ÉTICA CON RELACIÓN A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Las relaciones humanas de la empresa con los diferentes integrantes de la sociedad, además de ser un puente comercial, se vuelven indispensables para el giro normal de sus actividades, esta realidad es parte del día a día en cualquier contexto donde la armonía y el equilibrio sean una propuesta de mejoramiento continuo acogida por cada una de las partes que componen un todo, desde el hogar hasta las multinacionales, y en cualquier conglomerado o Estado que adopte la democracia o participación como forma de gobierno y que reconozca la importancia de involucrar todas las fuerzas del entorno y más aún admitir las oportunidades que este le ha suministrado para permanecer en el mercado.

Las formas de actuar del empresario nos permiten una visión de su comportamiento, de lo que pretende y la intencionalidad de las decisiones. Cuando el proceder del ejecutivo es correcto, de igual manera se aproxima al cumplimiento de las leyes y la normatividad, llegando al cumplimiento de sus objetivos sin dejar de lado sus valores.

Para HANS KÜNG, “Ni la economía ni las empresas tendrán éxito sin las normas éticas”, ¹¹ esta afirmación nos lleva a filosofar sobre la conducta ética en las relaciones empresariales y a su origen basado en la fe que los individuos depositan en otros como muestra de confianza.

2.3 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN COLOMBIA

El interés por la implementación de políticas de Responsabilidad Social Empresarial en Colombia ha aumentado en los últimos años, parte fundamental

¹¹ Sierra Montoya Jorge Emilio, Responsabilidad Social Empresarial. Lecciones, Casos y Modelos de Vida.

para este proceso ha sido el consumo responsable practicado de manera creciente por los empresarios colombianos en articulación con el sector privado promovido por el gobierno nacional, así como el sector académico que apoya la política social, y un empeño laboral que valora cada vez más a las empresas responsables destacándolos como buenos lugares de trabajo.

La responsabilidad social ha estado presente en la agenda de la ANDI. Como son varios y fundamentales los cambios ocurridos hasta entonces, quizás antes de exponer de modo resumido el actual pensamiento de la asociación, es propicio realizar una rápida evaluación de las experiencias vividas.

El interés de la ANDI por el tema data de la década de los 60, cuando el Dr. Ignacio Betancur lo incorporo a su discurso institucional fue la asociación que, haciendo eco en lo que sucedía, países como Francia recogiendo reflexiones promovidas por organismos internacionales lo introdujo al país. Si bien es cierto que es posible encontrar otros indicios sobre los orígenes de la conciencia social en los empresarios- relacionados principalmente con la creación de las primeras fundaciones del sector privado-, siendo la ANDI la que difundió esta preocupación y elaboró el primer modelo de balance social diseñado para medir el impacto y la calidad de la gestión en dicho ámbito.¹²

Aunque la Responsabilidad Social Corporativa va mas allá de actos filantrópicos que se evidencian en publicaciones, es muy valioso el aporte que hacen los trabajos académicos de las instituciones de educación superior por su difusión y

¹² TORO Olga Lucía Y REY Germán, Empresa Privada Y Responsabilidad Social. Editorial Utópica 1996 Pág 22

posterior reflexión, en consecuencia, se relacionan algunos apartes de diferentes trabajos que aportan a la generación de conciencia social.¹³

La Responsabilidad Social Empresarial se constituye en el paradigma cuyos fundamentos se encuentran en la ética cívica. Ésta deviene de la concomitancia de factores entre los cuales se destaca el cambio de concebir la generación de riqueza, la dignidad del ser humano, el trabajo digno y en general la racionalidad económica de determinados grupos que perteneciendo a la sociedad capitalista, empiezan a detectar errores y desaciertos en el sistema de libre mercado cuando se materializa a ultranza.¹⁴

La RSE implica conducir la conducta empresarial a un ámbito donde ésta sea congruente con las normas, los valores y las expectativas sociales prevalentes. Y así, poder darle relevancia a que cualquier valoración moral que se haga de la empresa sólo puede hacerse a partir de los valores sociales dominantes y de lo que la sociedad, en un momento dado, espera de las organizaciones.¹⁵

La responsabilidad social empresarial es una de las formas en que las empresas, principalmente las privadas, denominan las acciones de bienestar social. En la actualidad, profesionales del Área social incursionan en este tipo de desarrollos. Este artículo pretende, a partir de un caso de estudio, ofrecer algunos elementos para analizar este tipo de iniciativas desde parámetros sociales que faciliten la

¹³ROJAS MUÑOZ, Alfonso Lucas y OLAYA GARCERÁ Jorge Eliecer. Responsabilidad social empresarial: Su origen, evolución y desarrollo en Colombia, p, 6

¹⁴<http://redunirse.org/nuevo/sites/default/files/pdf/Responsabilidad%20Social%20Empresarial%20Origen,%20evoluci%C3%B3n%20y%20desarrollo%20en%20Colombia.pdf>

¹⁵RINCON FONSECA, Leidy Milena y DIAZ ARDILA, Luis Eduardo. Diagnóstico y creación de un modelo de gestión basado en responsabilidad social empresarial aplicado a la empresa MARVAL S.A Trabajo de grado p, 5 Maestría en dirección y gerencia de empresas, Facultad de administración Universidad del Rosario, Bogotá, d.c., Julio 2009 <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/10336/1538/3/91072785.pdf>.

valoración de los mismos y la posibilidad de generar propuestas desde un enfoque social.¹⁶

2.4 RESPONSABILIDAD SOCIALEMPRESARIAL EN BUENAVENTURA

En la ciudad puerto, el referente teórico abordado en materia literaria no es representativo, hay pocos elementos al alcance de la ciudadanía respecto a esta investigación, sin embargo, aprovechando el interés manifestado por algunas instituciones en iniciar un proceso de sensibilización con relación al tema, ha llevado a la generación de un documento válido entorno a esta causa.

El objetivo central propuesto en este estudio fue el de caracterizar la visión y práctica de responsabilidad social en la empresa privada en el municipio. Algunas de las conclusiones a las que llegaron los autores de esta iniciativa entre otras, son las siguientes:

- La gran mayoría de empresas estudiadas aplica un modelo filantrópico de aportación social, siendo su característica principal la utilización de la estrategia emergente que consiste en acciones espontáneas y reactivas de inversión social frente a demandas y solicitudes de la comunidad, en la que las aportaciones dependen de la decisión personal y valorativa del gerente general de la compañía, no se realiza ningún tipo de evaluación y seguimiento a la inversión y tampoco se hace medición del impacto.
- Se observa que las empresas que tienen una estrategia en desarrollo de Responsabilidad Social Empresarial son la Sociedad Portuaria Regional De

¹⁶ RODRIGUEZ, Andrea del Pilar. Responsabilidad social empresarial, calidad de vida y trabajo social. Universidad Nacional de Colombia. www.humanas.unal.edu.co/tsocial/index.php/download_file/.../53/

Buenaventura S.A, la Empresa de Energía del Pacífico-EPSA- y Marina del Sol Ltda.; en tanto que han creado una fundación para que asuma el compromiso de este tema, sin embargo, en la política de inversión social de las fundaciones, se advierten aún y de manera marcada características del modelo filantrópico de aportación social como son las acciones esporádicas y reactivas de inversión social frente a solicitudes de la comunidad, sectores e instituciones y la falta de evaluación, seguimiento y medición del impacto social de las inversiones realizadas.¹⁷

2.5 GRANDES CONCEPTOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

2.5.1 LOS STAKEHOLDERS

Cada acto producto de las decisiones que se toman al interior de la organización lleva consigo implicaciones que afectan a la diversidad de grupos que la integran y que interactúan con ella. Estos grupos llamados específicamente *Stakeholder* término creado por el profesor de administración en la Darden School y Filósofo Estadounidense Edward Freeman quien introdujo este concepto con el fin de que las empresas pudieran diseñar estrategias con base a las relaciones que sostienen con los diferentes grupos de interés.

En la actual economía de mercado, la RSE es una consecuencia de las relaciones que se dan entre todos los grupos que componen el mercado: las empresas junto con sus trabajadores, representantes, clientes, personas, proveedores,

¹⁷ ASPRILLA , Ángel, AREIZA LOZANO Eduardo, MICOLTA SAVI, Alexander, VALENCIA BERMUDEZ Harold, Caracterización de la Responsabilidad social de la Empresa Privada en el Municipio de Buenaventura., ZEEE ABRIL DE 2003.

administraciones públicas, accionistas, entidades entidad bancaria, ONG y grupos de presión. La RSE es, al final y al cabo, la forma que tienen las empresas y demás organizaciones de corresponder con los grupos de interés que, se ven afectados por su actividad.

En términos más simples los Stakeholders se definen como todos aquellos grupos que se ven afectados de forma directa o indirecta por el desarrollo de la actividad empresarial, y “por lo tanto, también tienen la capacidad de afectar directa o indirectamente el desarrollo de éstas” (Freeman 1983).¹⁸

2.5.2 IMPORTANCIA DE LOS GRUPOS DE INTERÉS (STAKEHOLDERS)

Es de resaltar que aunque el concepto parezca algo novedoso, los grupos siempre han estado presentes, solo que ahora con la incursión de la tecnología el acceso a la información es más fácil, rápido; por lo cual se vuelven más visibles al punto de condicionar variables en el mercado.

Siguiendo el modelo de Freeman podemos identificar dos grandes grupos así:

Grupos de interés internos: son los grupos que pertenecen a la estructura interna de la empresa:

- Gerencia
- Accionistas
- Trabajadores

¹⁸http://www.ifef.es/portalemplo/rsocial/grupos_interes_rse.php 31-07-2013 08:42 pm

Grupos de interés externos: aquellos que no pertenecen a la estructura interna de la empresa:

- Clientela
- Proveedores
- Competencia
- Administraciones públicas
- Sociedad

"Responsabilidad social empresarial es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con los accionistas, y por el establecimiento de metas empresariales compatible, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales".(Definición elaborada por el Instituto Ethos de Empresa y Responsabilidad Social, Brasil.)

Para la Organización Internacional del Trabajo (OIT) la responsabilidad social de la empresa es el conjunto de acciones que toman en consideración las empresas para que sus actividades tengan repercusiones positivas sobre la sociedad y que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores. La RSE es una iniciativa de carácter voluntario.¹⁹

Para el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) la Responsabilidad Social Empresarial es el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa tanto en lo interno, como en lo externo, considerando las expectativas de todos sus participantes en lo económico, social o

¹⁹Guía de recursos sobre responsabilidad social de la empresa (RSE), Organización Internacional del Trabajo (22-11-2007)

humano y ambiental, demostrando el respeto por los valores éticos, la gente, las comunidades y el medio ambiente y para la construcción del bien común.²⁰

La gestión responsable de la empresa implica que esta actúe conciliando (punto de equilibrio) entre los intereses del negocio y las expectativas que de ella tiene la comunidad (particularmente sus grupos de interés -stakeholders-) (Cajiga, Felipe 2006 Cemefi/Miembro de AliaRSE y Forum Empresa).

Las principales responsabilidades éticas de la empresa con los trabajadores y la comunidad son:

- Servir a la sociedad con productos útiles y en condiciones justas.
- Crear riqueza de la manera más eficaz posible.
- Respetar los derechos humanos con unas condiciones de trabajo dignas que favorezcan la seguridad y salud laboral y el desarrollo humano y profesional de los trabajadores.
- Procurar la continuidad de la empresa y, si es posible, lograr un crecimiento razonable.
- Respetar el medio ambiente evitando en lo posible cualquier tipo de contaminación minimizando la generación de residuos y racionalizando el uso de los recursos naturales y energéticos.
- Cumplir con rigor las leyes, reglamentos, normas y costumbres, respetando los legítimos contratos y compromisos adquiridos.
- Procurar la distribución equitativa de la riqueza generada²¹.
- Seguimiento del cumplimiento de la legislación por parte de la empresa.
- Mantenimiento de la ética empresarial y lucha contra la corrupción.

²⁰<http://www.cemefi.org/esr> (24-04-2009)

²¹BestraténBelloví, Manuel y Pujol Senovilla, Luis (2004) NTP 644: Responsabilidad social de las empresas (II): tipos de responsabilidades y plan de actuación, INSHT, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, España [14-01-2008]

- Supervisión de las condiciones laborales y de salud de los/as trabajadores.
- Seguimiento de la gestión de los recursos y los residuos.
- Revisión de la eficiencia energética de la empresa.
- Correcto uso del agua.
- Lucha contra el cambio climático.
- Evaluación de riesgos ambientales y sociales.
- Supervisión de la adecuación de la cadena de suministro.
- Diseño e implementación de estrategias de asociación y colaboración de la empresa.
- Implicar a los consumidores, comunidades locales y resto de la sociedad.
- Implicar a los empleados en las buenas prácticas de RSE
- Marketing y construcción de la reputación corporativa.

Mejorar las posibilidades y oportunidades de la comunidad donde se establece la empresa.²²

2.5.3 LA SOSTENIBILIDAD

La supervivencia empresarial no es posible sin el reconocimiento del entorno, ya que le provee los elementos necesarios para que esta pueda operar. Además de constituir el componente físico y social - pilares de la sostenibilidad empresarial- este contexto forma parte esencial de la organización porque es el lugar donde actúa y se compete.

Más que un prototipo o esquema, el desarrollo sostenible debe convertirse en una oportunidad para transformar la manera en que las empresas negocian sus bienes

²²Fuente http://es.wikipedia.org/wiki/Responsabilidad_social_corporativahttp://es.wikipedia.org/wiki/Responsabilidad_social_corporativa.

y servicios sin que sus estrategias para competir sean caballos de guerra para abatir la competencia y lograr sus conquistas frente al consumidor.

La longevidad de un ente económico depende en gran medida de su sostenibilidad es decir de la capacidad para perdurar en el tiempo haciendo uso racional de sus recursos de los cuales podemos ser los mejores custodios o aniquiladores inconscientes.

2.5.4 RESPONSABILIDAD SOCIAL Y GOBIERNO CORPORATIVO

Tanto las entidades públicas como las organizaciones empresariales coinciden en la necesidad de adoptar medidas efectivas y alcanzables para mejorar el bienestar de la sociedad. Esta proposición es un fin perseguido en todas las áreas de una estructura económica, y como es ya percibido en todos los países

Las manifestaciones del empresario extranjero muestran que cuanto más transparente, amplia, y verás sea la información, de igual forma será su confianza frente a la posibilidad de invertir.

Según Inés García Fronti, el gobierno corporativo lo podemos definir como “los mecanismos de incentivos desarrollados para operar las firmas, con el objeto de proteger los intereses, acciones, derechos y obligaciones de los diferentes participantes con interés legítimo en la misma. En especial el buen Gobierno Corporativo intenta minimizar los conflictos de intereses por los cuales quienes administran las compañías (la alta gerencia y el directorio) pueden menoscabar *el valor de la empresa en detrimento de los accionistas minoritarios y los acreedores*”.²³

²³García Fronti Inés. Responsabilidad social Empresaria. Informes contables sobre su cumplimiento. 1ª edición. Buenos Aires. Consejo profesional de ciencias económicas de la ciudad autónoma de buenos aires, 2006 pág. 43

❖ PRINCIPIOS DEL GOBIERNO CORPORATIVO

En 1999, la OCDE emitió los “Principios de Gobierno Corporativo”, estos sirven como marco de referencia nivel mundial:

- Garantizar la Base de un Marco Eficaz para el Gobierno Corporativo.
- Los Derechos de los Accionistas y Funciones Clave en el Ámbito de la propiedad.
- Tratamiento Equitativo de los Accionistas.
- El Papel de las Partes Interesadas en el Gobierno Corporativo
- Revelación de Datos y Transparencia.
- Las Responsabilidades del Consejo

Un buen Gobierno Corporativo se caracteriza por establecer un Código de Ética Empresarial y centrar sus esfuerzos en diseñar una estrategia corporativa a largo plazo, incluyendo en su repertorio de tareas el cumplimiento de las leyes y normas, así como la supervisión y evaluación del sistema de control interno. Estas son parte de las acciones y mecanismos necesarios para lograr un grado de competitividad superior que evidencie la efectividad en los procesos, además de ser un indicador, de que la misión se está cumpliendo y que los derechos de los accionistas se están protegiendo, al igual que la estabilidad económica de los trabajadores, mejorando la imagen de la empresa creando una reputación positiva.

A pesar de surgir en una época donde la economía mostraba una tendencia preocupante para todos los circuitos que componen el sistema económico, y sin dejar de lado los demás campos inmersos en la sociedad, la RSE aparece como plataforma para que las partes involucradas articulen esfuerzos para

afrontar estos desafíos, salir de este trance, equilibrar la economía y promover el desarrollo de la sociedad.

En consecuencia con esto, es inevitable que los miembros del gobierno corporativo de las empresas sean parte fundamental de este escenario; reflexionen y deliberen sobre sus necesidades, adquieran compromisos, modifiquen reformas para aumentar la eficiencia económica y así potenciar el crecimiento lo cual constituye una clave para impulsar la confianza y tranquilidad de los inversionistas.

CAPITULO 3. EL SECTOR HOTELERO Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

3.1 HISTORIA DE LA HOTELERÍA

A medida que el tiempo avanza, la demanda de bienes y servicios por parte de la comunidad también crece, esto exige el aumento de oferentes para cubrir estas necesidades en todos los renglones de la economía.

La actividad turística que en épocas pasadas se daba de manera esporádica por ciertos grupos de personas con privilegios económicos, hoy se encuentra al alcance de la gran mayoría de la población.

El descubrimiento de riquezas naturales de la mano con la generación de empleo, han permitido un constante crecimiento en cuanto a esta línea se refiere, llevándolo a ubicar actualmente en una importante cuota de participación en la escala económica mundial y propiciando el surgimiento y la consolidación de mercados complementarios como lo es la Hotelería.

Tanto el Turismo como la Hotelería son dos industrias que van de la mano, sin turismo no serían tan necesarios los hoteles, y en la actualidad, no se puede pensar en viajar sin tener en cuenta el alojamiento indistintamente del destino y el tipo de viaje.

La historia de la Hotelería se remonta en un principio a la llegada de viajeros a la celebración de festividades religiosas y a comercializar productos, los cuales su principal interés era tener un lugar donde pasar la noche y recobrar fuerzas después de un largo viaje; en ese tiempo, la actividad es considerada como una forma de hospitalidad para con los viajantes, así lo muestra Cesar Ramírez

Cavassa. Desde su origen, el hotel, en su concepción rudimentaria, fungió como un establecimiento cuya actividad era netamente hospitalaria,; sin embargo, el Devenir del tiempo transformó dicha actividad en una función socioeconómica con un rol estrictamente de servicio.

Como ya se ha mencionado, periodos atrás el traslado de un sitio a otro no estaba enmarcado dentro del turismo si no que más bien se hacía por objetivos económicos o para participar de rituales religiosos. *“En Grecia, entre el año 1000 y el 500 a. de C. se hicieron acuerdos entre estados para realizar intercambios comerciales en los que se contempló la apertura de alojamientos libres para los comerciantes.”* (A.J. Norval, 1936, p. 64). *“indudablemente, hospedar fue una de las primeras empresas comerciales, y la hospitalidad fue uno de los primeros servicios a cambio de dinero. (Denis L Foster 1994, p. 3).*

En aquella época eran los comerciantes quienes más necesitaban hospedarse debido a que además de ver por ellos, requerían de un sitio para abrigar y alimentar a sus animales. La necesidad de desplazamiento de un país a otro impulsó la creación de nuevas rutas y con ello el apuro de crear nuevos espacios de alojamiento.

Fue con la Revolución industrial donde además de brindar una cama también se les ofrece comida a los viajeros, sin embargo aún con este nuevo complemento, el espacio ocupado por cada persona no era lo suficientemente amplio para cubrir sus expectativas, y mucho menos si quien lo requería era algún aristócrata; fue entonces como se pasó de la Posada a la construcción de sitios con características parecidas a las que estaban acostumbrados estos personajes. A estos espacios se les *llamó hotel, que según Dennis L. Foster (1994) significa mansión.*

Gran parte del mundo de la hotelería como lo concebimos hoy, es gracias a visionarios como Cesar Ritz considerado el Padre de la Hotelería moderna quien lideró y marcó este paso entre las primeras concepciones de hospitalidad y lo que a la fecha llamamos propiamente como hotel. El hotelero de los reyes o el Rey de los hoteles como es conocido el señor Ritz dirigió esta actividad siempre dentro de un concepto de servicio personalizado, fue por eso que se hizo tan famoso dentro de este mercado, dándose a reconocer no solo con los propietarios de Estos establecimientos que lo querían tener como apoyo en sus instalaciones, sino también con los huéspedes.²⁴

3.2 TIPOS DE HOTELES

Es importante tener en cuenta que la calidad y el nivel de servicio que brinde el hotel puede variar dependiendo el país en donde usted está ubicado, variación que encontramos en el tamaño de la habitaciones, el hotel es conocido también como una empresa tradicional en la industria hotelera ya que está fundamentado en los costos de producción y la buena distribución de los recursos así como también con sus diferentes tarifas que cambian dependiendo de las temporadas. A continuación relacionamos los más usuales:

a. Hoteles urbanos o de ciudad: estos están ubicados en los centros históricos de las ciudades, al igual que en los negocios y en las zonas comerciales. Estos se orientan tanto al turismo como al alojamiento en los desplazamientos de negocios.

²⁴ RAMÍREZ CAVASSA Cesar, Hoteles. gerencia, seguridad y mantenimiento, EDITORIAL TRILLAS S.A DE C.V TERCERA EDICION 2002 MEXICO

b. Hoteles de aeropuerto: estos están ubicados cerca de los aeropuertos. Sus clientes son por lo general pasajeros de tránsito y tripulaciones de líneas aéreas. Una característica de este tipo de hotel es que sus estancias por lo general son muy reducidas.

c. Hoteles de playa: como su nombre lo indica se encuentran cerca de las playas. Su clientela por lo general son turistas dirigidos por tour, sus estancias son de varios días.

d. Hoteles de apartamento o aparta-hotel: por sus estructuras estos hoteles disponen de una buena instalación para la conservación y consumo de alimentos dentro del alojamiento. Albergues turísticos: este aloja a sus clientes durante estancias cortas, son económicos y generalmente se suele compartir las camas, la sala, la cocina y el baño.

e. Hoteles de posada: estas son muy antigua, su clientela son viajeros que prestan servicios de alojamiento y restauración.

f. Hoteles balnearios: en este sus hospedajes están dentro de balnearios.

g. Hoteles boutique: estos ofrecen unos servicios excepcionales de alojamiento y de instalación. Son ampliamente más pequeños que los hoteles convencionales, tienen de 3 a 100 habitaciones. Las mayorías de estos hoteles poseen instalaciones para cenas, bares y salas que suelen estar abiertos al público en general.²⁵

²⁵<http://www.arqhys.com/contenidos/hoteles-tipos.html> 06:06 del 2013 hora 12:30 pm

3.3 BENEFICIOS TRIBUTARIOS DE LOS HOTELES EN COLOMBIA

Algunos hoteles gozan de la exención del impuesto a la renta en la medida en que cumplan determinados requisitos.

Hoy, el Ministerio de Hacienda ha expedido el Decreto 920 de 2009 que modifica el Decreto 2755 de 2003, reglamentario de este beneficio tributario:

Artículo 1°. Modificarse el artículo 4° del Decreto 2755 de 2003, el cual queda así:

“Artículo 4o. Renta exenta en servicios hoteleros prestados en nuevos hoteles. Las rentas provenientes de servicios hoteleros prestados en nuevos hoteles construidos entre el 1° de enero del año 2003 y el 31 de diciembre del año 2017, obtenidas por el establecimiento hotelero o por el operador según el caso, estarán exentas del impuesto sobre la renta por un término de treinta (30) años contados a partir del año gravable en que se inicien las operaciones.

Para tal efecto, se consideran nuevos hoteles únicamente aquellos hoteles construidos entre el 1° de enero del año 2003 y el 31 de diciembre del año 2017.

Parágrafo. Los ingresos provenientes de los servicios de moteles, residencias y establecimientos similares no se encuentran amparados por la exención prevista en este artículo”.

Artículo 2°. Modificarse el artículo 6° del Decreto 2755 de 2003, el cual queda así:

“Artículo 6o. Renta exenta para servicios hoteleros prestados en hoteles que se remodelen y/o amplíen. Las rentas provenientes de los servicios hoteleros prestados en hoteles que se remodelen y/o amplíen entre el 1° de enero del año 2003 y el 31 de diciembre del año 2017, obtenidas por el establecimiento hotelero

o por el operador, estarán exentas del impuesto sobre la renta por un término de treinta (30) años contados a partir del año gravable en que se inicien las operaciones de prestación de servicios en el área remodelada o ampliada.

La exención corresponderá a la proporción que represente el valor de la remodelación y/o ampliación en el costo fiscal del inmueble remodelado y/o ampliado.

Parágrafo. Los ingresos provenientes de los servicios de moteles, residencias y establecimientos similares no se encuentran amparados por la exención prevista en este artículo”.

Este uno de los pocos beneficios tributarios que aún sobreviven en el país y que bien vale la pena aprovechar.²⁶

3.4 LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL SECTOR HOTELERO

Gracias a la inversión extranjera, en Colombia el turismo se consolida como una plataforma apta para la estabilidad laboral. El sector de la hotelería y turismo se ha convertido en los últimos años en uno de los máximos generadores de empleo, todo esto gracias a las óptimas condiciones que ofrece el país tanto a sus visitantes nacionales como internacionales. Colombia se ha convertido en un territorio muy atractivo para la inversión extranjera permitiendo la apertura de nuevos hoteles y restaurantes.

²⁶<http://www.gerencie.com/rentas-exentas-en-el-sector-hotelerero.html>

Los expertos aseguran que el mundo mira a Colombia con otros ojos y por lo tanto los profesionales en el país deben establecer como prioridad la competitividad. Según cifras publicadas por COTELCO, este año en el país se espera recibir alrededor de 3 millones de turistas extranjeros una cantidad que aumentará gracias al potencial con el que cuenta el territorio nacional.

El sector hotelero, es uno de los motores económicos del turismo, utiliza en el desarrollo de su actividad una amplia variedad de recursos. Dada la importancia actual de la Responsabilidad Social, tanto para las empresas como para los clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medio ambiente, y para la sociedad en general, la aplicación de políticas en este campo constituye un elemento estratégico clave en la gestión empresarial. Tanto es así, que el manejo responsable de los recursos contribuye al desarrollo de ventajas competitivas para las empresas que las implementan.

3.5 CONTRIBUCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL AL DESARROLLO ECONÓMICO DEL DISTRITO DE BUENAVENTURA

En un escenario en el cual imperan criterios como globalización, en especial en el marco de la tecnología y un nuevo orden político mundial; detenerse a pensar en las personas, en sus necesidades pareciera algo lejano. La RSE se presenta entonces como el eje articulador entre las políticas sociales y el desarrollo económico y empresarial, en una sintonía ideal, pero que a la fecha es sencillamente una gran utopía, por lo menos en cuanto a la cultura de un neoliberalismo que sólo piensa en la utilidad a toda costa.

Colombia no resulta ajena a estas dinámicas globales, de allí que resulta indispensable alfabetizar a los empresarios en cuanto a la RSE, logrando la

empatía necesaria para que se visione el trabajo social como una inversión y no un gasto adicional, es en un sentido práctico, un gana gana, en el cual una sociedad que se ve respaldada en sus iniciativas por un sector productivo comprometido, volcará su intención de compra hacia ese mismo sector. La afectación igualmente de los recursos naturales debe claramente enfocarse en un sentido positivo, en el cual la recuperación de fuentes hídricas, el uso racional de la energía y la generación de nuevas alternativas de producción más amigables con los entornos naturales –ecosistemas- debe ser un tema prioritario.

Históricamente se ha dicho que los motores de crecimiento económico de Colombia son la industria, el comercio, el sector financiero y el sector agropecuario, esto por su notoria participación de cada uno en los renglones de la economía, por otro lado, en Buenaventura al lado de la operación portuaria el turismo constituye una fuente que impulsa el desarrollo regional. Debe entonces existir un compromiso más allá de lo empresarial, una actitud personal por parte de cada gerente de la organización, en el caso particular del sector hotelero, este resulta ser de gran sensibilidad para las estadísticas propias del puerto, ya que son en un amplio sentido, el primer contacto del foráneo con todo el entorno portuario, la primera imagen.

Siendo la hotelería en Buenaventura uno de los sectores de servicios más relevante, todo cuanto confluye en él, es de gran significancia, giran en torno, proveedores de insumos y servicios, recurso humano, ciudadanía con afectación directa por la proximidad del inmueble en el que se presta el servicio y consecuentemente un entorno natural, cercano o distante pero interconectado físicamente al hotel. De todo lo anterior podemos establecer que cualquiera de los actores mencionados en algún momento se puede ver afectados por la prestación del servicio del sector hotelero; la RSE no pretende en esencia evitar la afectación,

la idea clara es lograr que dicha afectación sea lo menor posible en caso negativo y de gran impacto en lo positivo.

3.6 NORMATIVIDAD

3.6.1 ISO 26000

La Organización Internacional de Normalización o ISO, nacida tras la segunda guerra mundial (23 de febrero de 1947), es el organismo encargado de promover el desarrollo de normas internacionales de fabricación, comercio y comunicación para todas las ramas industriales a excepción de la eléctrica. Su función principal es la buscar la estandarización de normas de productos y seguridad para las empresas u organizaciones a nivel internacional.

3.6.2 Norma AA 1000AS

La primera de las normas de aseguramiento AA 1000AS fue publicada en el año 2003 como la primera norma de aseguramiento de sostenibilidad en el mundo. Fue desarrollada para garantizar la credibilidad y calidad del desarrollo y de los informes en materia de sostenibilidad.

3.6.3 SGE 21 FORETICA

Forética, el foro para la evaluación de la gestión ética, surge como una asociación sin ánimo de lucro en 1999 la (norma para la evolución de la gestión ética y socialmente responsable en las organizaciones).

3.6.4 AHSAS 18001

La creciente demanda de la comunidad internacional por disponer de un estándar que permitiera armonizar los requisitos existentes en seguridad y salud ocupacional, exigió el surgimiento de un modelo NTH-OHSAS 18001, desarrollado como una herramienta que facilite la integración de los requisitos de seguridad y salud ocupacional a los requisitos de calidad (ISO 9000) y los demás de administración ambiental.

3.6.5 OCDE

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) es una Organización de Cooperación Internacional, que nace en 1961 con los objetivos de promover el empleo, el crecimiento económico y la mejorar la calidad de vida en los países miembros, ayudar a la expansión económica en el proceso de desarrollo tanto de los países miembros como en los ajenos a la Organización.

Fundamentos legales de la Responsabilidad Social Empresarial en Colombia. La Responsabilidad Social debe ser considerada como un plus normativo y de integración voluntaria por parte de las organizaciones.

A continuación en el presente artículo analizaremos los diferentes fundamentos legales que sustentan la existencia de la Responsabilidad Social Corporativa en Colombia.

La Responsabilidad Social Empresarial encuentra su fundamento primario en el Derecho Internacional, más específicamente en el Libro Verde de Responsabilidad Social de la Comisión Europea, publicado en el 2001.

“la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores. Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento”.

Esta definición pone sobre la mesa dos de las características básicas de la Responsabilidad Social Empresarial: la idea de ser un plus normativo y la voluntariedad del empresario; sin embargo esta no es la definición que ha sido acogida en nuestro país, aun cuando sí lo es de la Organización de las Naciones Unidas y la Organización Internacional del Trabajo.

De acuerdo con lo anterior, el concepto de Responsabilidad Social Empresarial se enmarcaría en esencia dentro de una serie de acuerdos voluntarios que las compañías se comprometen a cumplir y que generan un “Plus” o valor añadido sobre las mismas.

La Responsabilidad Social Empresarial en nuestro país, nace de la preocupación por la violación de los derechos humanos, los impactos negativos en el medio ambiente, el desmejoramiento de la calidad de vida de la población, los escándalos corporativos por la ausencia de ética empresarial y el trabajo infantil, entre otros. De esto, Colombia hace parte de la Declaración del Milenio del año 2000 la cual contiene ocho objetivos para ser cumplidos por dichos países en el año 2015.

En resumen, estos ocho objetivos se encuentran encaminados a:

- Erradicar la pobreza extrema y el hambre
- Educación Universal
- Igualdad entre los géneros
- Reducir la mortalidad de los niños
- Mejorar la salud materna
- Combatir el VIH/SIDA
- Sostenibilidad del medio ambiente
- Fomentar una asociación mundial

Así las cosas, Colombia integra a su ordenamiento jurídico una gran variedad de normas de carácter internacional que permiten a los empresarios contar con un marco de referencia para cubrir las necesidades que en esta materia se han encontrado en nuestro país.

En este orden de ideas, y considerando que la RSE se ha constituido como un “Plus” para las empresas que la implementan, el ICONTEC -como Organismo Nacional de Normalización- inició el proceso de creación del documento Guía Técnica de Responsabilidad Social – GTC 180, cuya definición de este término indica:

“Es el compromiso voluntario que las organizaciones asumen frente a las expectativas concertadas que en materia de desarrollo humano integral se generan con las partes interesadas y que, partiendo del cumplimiento de las disposiciones legales, le permite a las organizaciones asegurar el crecimiento económico, el desarrollo social y el equilibrio ecológico.”

De manera posterior se aprobó la norma ISO 26000, cuya aplicación es de carácter voluntario y no exime a las organizaciones del cumplimiento de las

disposiciones legales vigentes aplicables. En consecuencia, una empresa socialmente responsable resulta ser aquella que, además de ofrecer productos y servicios, generar utilidades, empleos y pagar impuestos, identifica los problemas que aquejan a su comunidad y propone alternativas para su solución.

Para el año 2000, Colombia firmó el Pacto Mundial, en el cual el Secretario General invitó a los dirigentes empresariales a sumarse a una iniciativa internacional en cuyo marco las empresas colaborarían con los organismos de las Naciones Unidas, las organizaciones laborales y la sociedad civil para promover principios sociales y ambientales de carácter universal.

El Pacto Mundial sigue siendo un instrumento voluntario tanto para las naciones como para las empresas, no ejerce funciones de vigilancia, no impone criterios y no evalúa la conducta ni las acciones de las empresas. Al contrario, este Pacto busca motivar a organizaciones en todo el mundo para que adopten políticas socialmente responsables y sostenibles.

Este programa está apoyado por seis agencias de las Naciones Unidas entre las cuales se encuentran el Alto Comisionado para los Derechos Humanos, el programa Medioambiental, la Organización Internacional del Trabajo, el Programa de Desarrollo y la Organización para el Desarrollo Industrial y cada una de estas se encarga de varios puntos del pacto mundial así:

Derechos Humanos:

Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados en el ámbito internacional y deben asegurarse de no ser cómplices en abusos a los derechos humanos.

Normas Laborales:

Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva; deben eliminar todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio; abolir de forma efectiva el trabajo infantil; y eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación

Medio Ambiente:

Las empresas deben apoyar los métodos preventivos con respecto a problemas ambientales, deberán adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental y fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inofensivas para el medio ambiente.

Lucha contra la corrupción:

Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.

Lo anteriormente esbozado constituye el marco de referencia normativa con la que cuenta Colombia en materia de RSE, en este sentido no sobra insistir que la misma se erige como un tópico voluntario al que se adhieren las empresas.²⁷

²⁷ Fuente: <http://www.activolegal.com/weben/index.php/noticias/actualidad/464-noticia110613n1>

CAPITULO 4. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1 INFORMACIÓN GENERAL DEL UNIVERSO DE EMPRESAS

La población de estudio está constituida por las empresas del sector hotelero del Distrito de Buenaventura, cuyo criterio de selección para la muestra se fundamentó en poseer activos igual o superior a Cien millones de pesos M/TE. (\$100.000.000), que cuenten con más de 20 habitaciones esta información se tomó de la base de datos del registro mercantil de la cámara de comercio del Distrito de Buenaventura.

La muestra total que cumple con el criterio mencionado anteriormente fue de 41 empresas, sin embargo cuando se procede a la aplicación de la encuesta solo se pudo trabajar con 23 debido a que no se pudo concretar una cita con la persona responsable.

4.1.1 LISTADO DE EMPRESAS MUESTRA FINAL

NÚMERO	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	Nº DE HABITACIONES	ACTIVOS
1	HOTEL CONFORT	85	15.650.000
2	HOTEL TROPICANA	43	201.115.000
3	HOTEL EL VELERO	50	652.891.000
4	HOTEL PALERMO	47	652.891.000
5	HOTEL BALMORAL	40	1.034.277.080
6	HOTEL LAS GAVIOTAS	80	2.522.615.884
7	HOTEL CONTINENTAL	38	1.800.516.656
8	HOTEL KATHERINE	150	345.000.000
10	HOTEL STEVEN	212	345.000.000
11	HOTEL COLOMBIANO	30	7.933.800
12	HOTEL EL REY	25	25.670.000
13	HOTEL CORDILLERA	240	4.039.417.862
14	HOTEL YELENA	38	38.609.000
14	HOTEL PLAZAMAR	24	105.029.248
16	HOTEL GRAN HOTEL	27	127.009.000
17	HOTEL TEQUEDAMA	89	428.176.320
18	HOTEL FELIPE II	60	210.564.000
19	HOTEL MAJESTIC	38	57.000.000
20	HOTEL LOS DELFINES	62	243.149.000
21	HOTEL TITANIC	36	119.724.000
22	HOTEL REAL	44	432.121.000
23	HOTEL MARLY	30	7.000.000
	TOTAL	1488	

4.2 TABULACIÓN

INDICADORES DE CALIDAD DE VIDA DE LAS EMPRESAS HOTELERAS

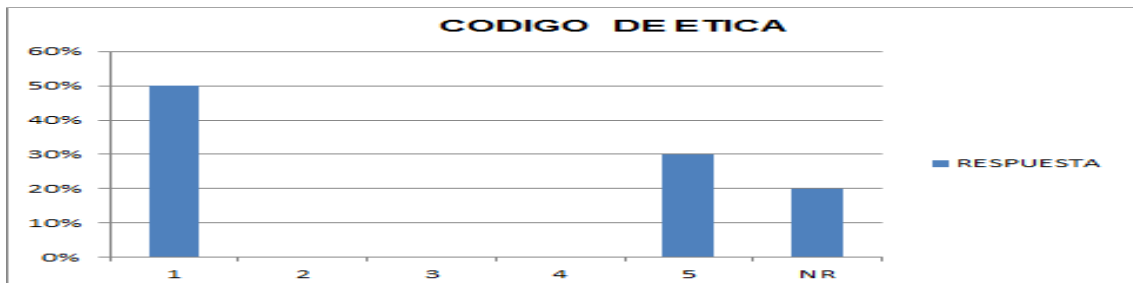
En el primer bloque del cuestionario, el encuestado responde cada una de las preguntas asignándole una calificación de 1-5, donde 5 es el mayor grado de semejanza con el enunciado y 1 es el menor

1 ¿Cuenta con un código de ética publicado en un documento el cual comparte, difunde y lo utiliza para resolver sus controversias al interior y exterior de la misma?

Tabla1

OPCION	1	2	3	4	5	NR
RESPUESTA	50%				30%	20%

Grafica 1



Fuente: Elaboración Propia

Del total de los hoteles encuestados evidenciamos que el 30% cuentan con un código de ética, el 50% de los hoteles encuestados no cuentan con un código de ética publicado y el 20% restante no respondieron a este interrogante.

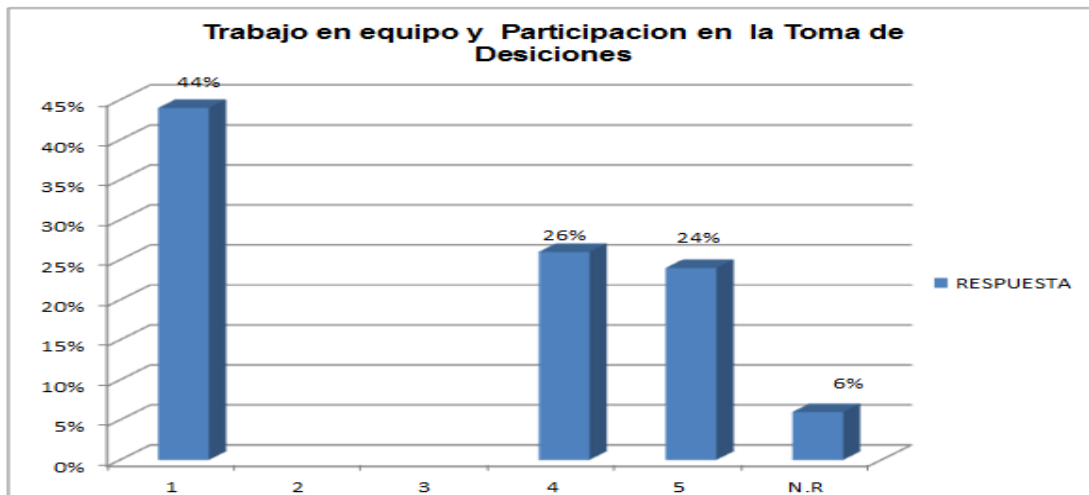
2. ¿Fomenta el trabajo en equipo, la participación en la toma de decisiones y el sentido de comunidad con políticas y acciones concretas entre su personal?

Tabla:

2

OPCION	1	2	3	4	5	NR
RESPUESTA	44%			26%	24%	6%

Gráfica:



Fuente: Elaboración Propia.

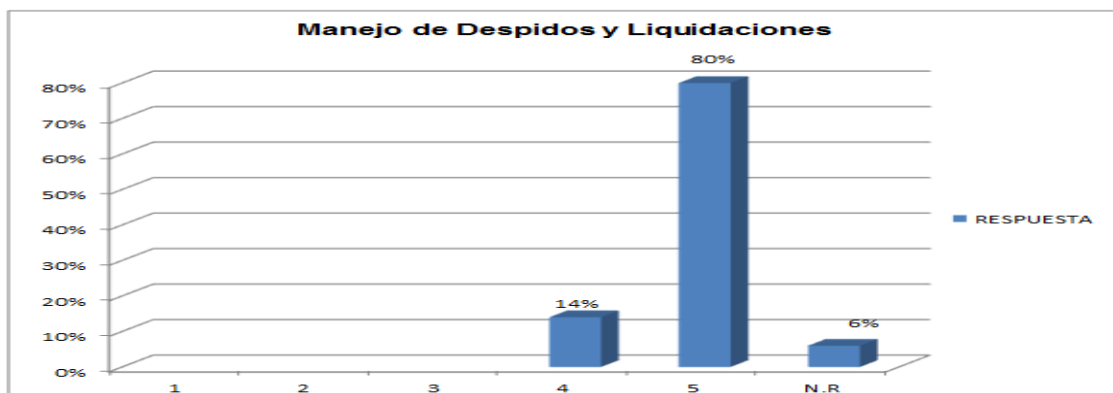
Según los resultados obtenidos el 44% de los trabajadores no participan en la toma de decisiones, el 26% tiene una participación sobresaliente, 24% se consideran como miembros activos en estos procesos y el 6% no respondieron a esta pregunta.

3. ¿Maneja con pleno respeto la dignidad y derecho de su personal en aspectos como liquidaciones y despidos?

Tabla: 3

OPCION	1	2	3	4	5	NR
RESPUESTA				14%	80%	6%

Gráfica: 3



Fuente: Elaboración Propia.

El 14% de los administradores indican que los despidos y liquidaciones se manejan conforme a la ley, le sigue el 80% el cual le asignó la más alta calificación reafirmando esta posición y el 6% no respondió a este ítem.

4. ¿Garantiza con sus políticas procedimientos donde no se discrimine por motivos de asociación, origen étnico, género, posición económica, religión, ideología política, preferencia sexual o discapacidad física?

Tabla 4

OPCION	1	2	3	4	5	NR
RESPUESTA				30%	60%	10%

Gráfica: 4



Fuente: Elaboración Propia.

Según la información obtenida el 30% asegura mediante políticas la no discriminación en todos los aspectos relacionados en la encuesta, el 60% garantiza totalmente este procedimiento y el 10% no respondieron a este cuestionamiento

5. ¿Ha incrementado en números o proporción de empleos femeninos, o de otros grupos minoritarios, en posiciones ejecutivas o directivas en años recientes?

Tabla 5

OPCION	1	2	3	4	5	NR
RESPUESTA	26%			20%	41%	13%

Gráfica 5



Fuente: Elaboración Propia.

Del total de encuestados, el 26% no incrementó la contratación de personal femenino o grupos minoritarios, mientras que el 20% de los encuestados si vio reflejado un aumento de personal femenino en la parte administrativa al igual que el 41% de estos hoteles también expresaron tener un incremento de este mismo personal, en cuanto al resto que sería el 13% no respondieron.

6 ¿Realiza investigaciones de clima organizacional para medir el nivel de satisfacción de sus colaboradores e idéntica áreas que requieren atención?

Tabla 6

OPCION	1	2	3	4	5	NR
RESPUESTA	30%				60%	10%

Gráfica: 6



Fuente: Elaboración Propia.

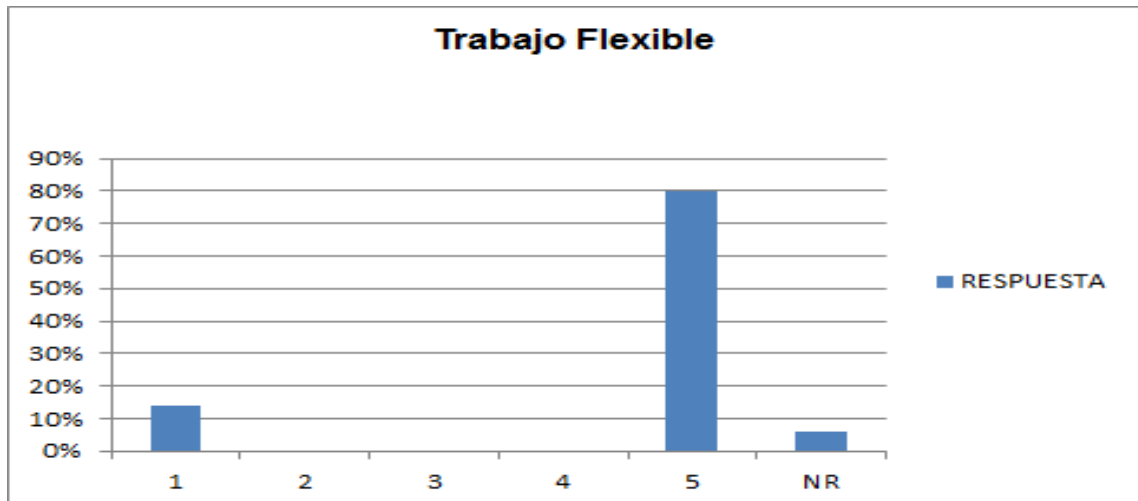
En este interrogante se pudo evidenciar que el 30% de los encuestados no realizan investigaciones para medir el nivel de satisfacción de sus colaboradores, el 60% de los encuestados manifestaron realizar investigaciones para poder identificar áreas que requerían atención; y el 10% restante no respondieron esta pregunta.

7 ¿Utiliza esquemas de trabajo flexible para acomodarse a las diversas necesidades de su personal (jornada parcial, etc.?)

Tabla 7

OPCION	1	2	3	4	5	NR
RESPUESTA	14%				80%	6%

Gráfica: 7



Fuente: Elaboración Propia.

El 14% de los encuestados manifestó no tener esquemas de trabajo que se acomode a las necesidades del trabajador, el 80% tiene disposición para ser flexibles cuando así lo requiera un trabajador en un momento dado y el 6 % no respondieron a esta pregunta.

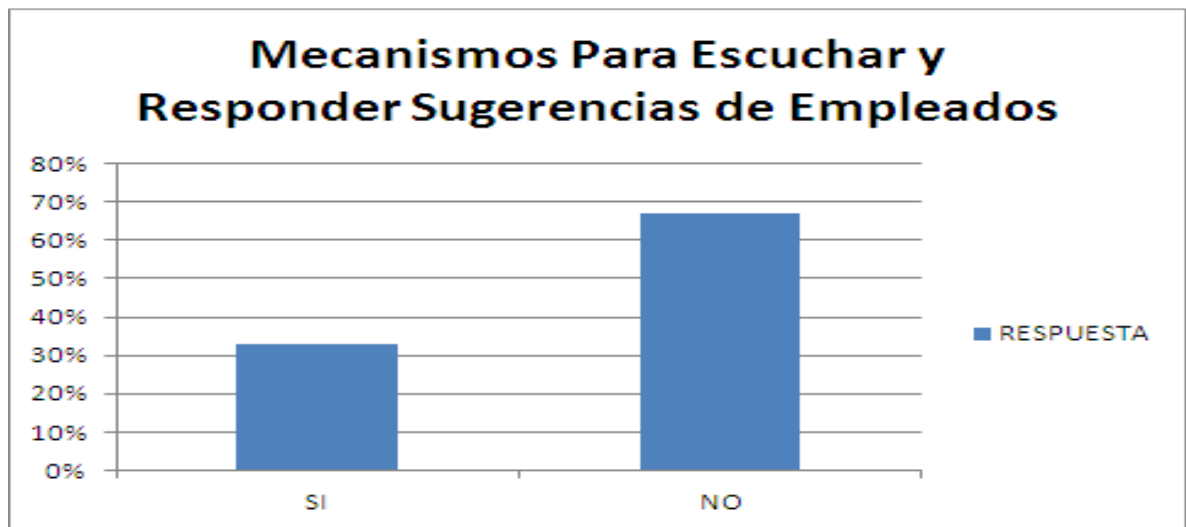
Para las preguntas 8-12, responda conforme a la situación actual de su empresa. Si su respuesta es SI, complemente su respuesta.

8. ¿Cuenta con mecanismos e instrumentos para escuchar y responder las sugerencias, ideas, peticiones y reclamaciones de los empleados?

Tabla 8

OPCION	SI	NO
RESPUESTA	33%	67%

Gráfica: 8



Fuente: Elaboración Propia.

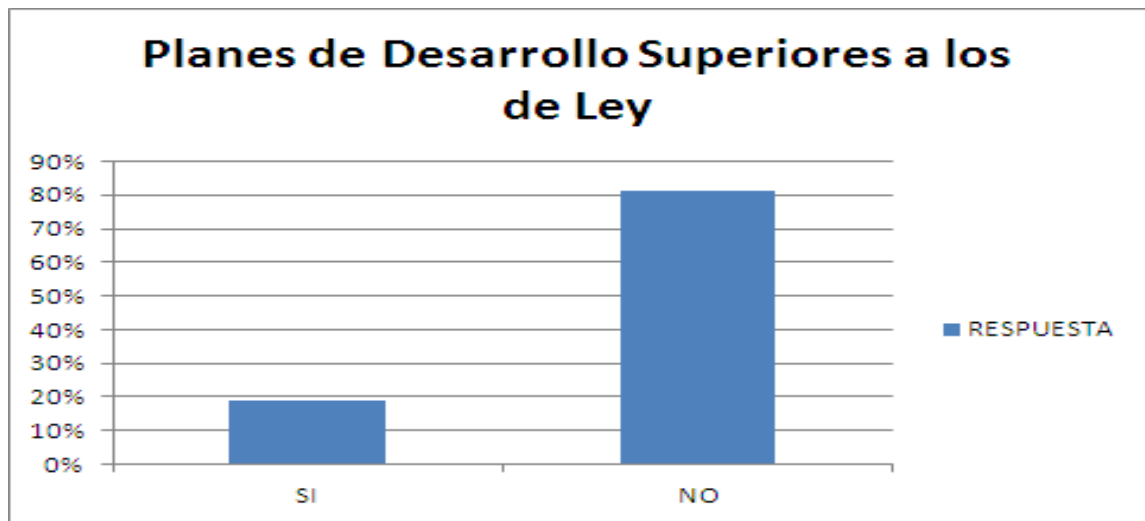
El 67% de los encuestados respondió de forma negativa a esta pregunta, el 33% restante dijo que disponía de estos mecanismos y argumentan su respuesta en actividades del día a día como el diálogo y reuniones periódicas.

9¿Cuenta con un plan para el desarrollo de los empleados, la calidad de vida de sus familias y/o prestaciones superiores a las de ley?

Tabla 9

OPCION	SI	NO
RESPUESTA	19%	81%

Gráfica: 9



Fuente: Elaboración Propia.

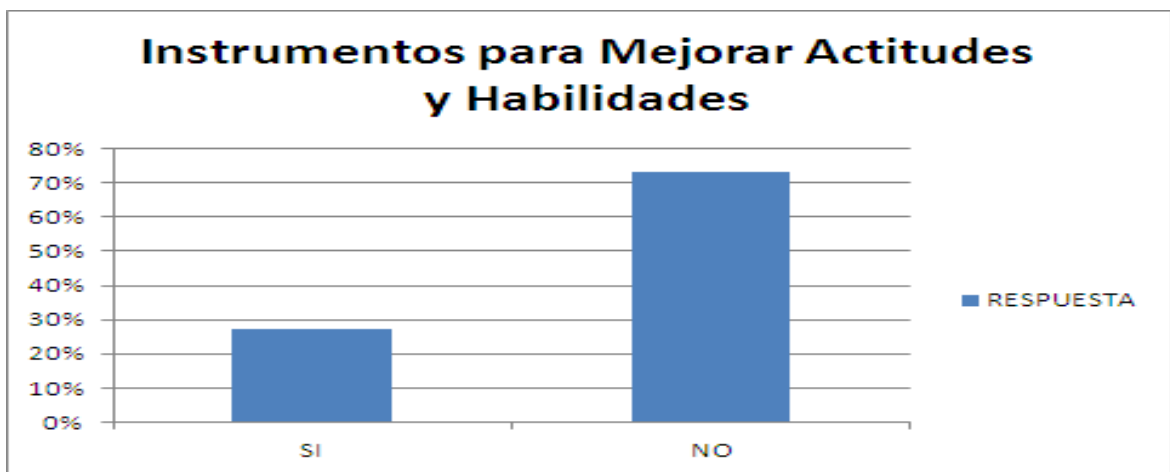
El 81% de los encuestados no cuenta con un plan de actividades con el cual ayude a mejorar la calidad de vida del trabajador diferente a los de ley, mientras que el 19% de los administradores afirman realizar reuniones anualmente, visitas domiciliarias con el fin de capacitar a sus trabajadores.

10 ¿Cuenta con mecanismos e instrumentos que favorecen el desarrollo de aptitudes y habilidades en su personal a través de apoyos educativos y de Capacitación?

Tabla 10

OPCION	SI	NO
RESPUESTA	27%	73%

Gráfica: 10



Fuente: Elaboración Propia.

El 73% de los encuestados afirman no contar con mecanismos para favorecer el desarrollo de habilidades de sus trabajadores y el 27% manifiestan que establecen convenios empresariales para que acudan a capacitaciones

11. ¿Aplica prácticas laborales que procuran y favorecen un equilibrio entre trabajo y familia de sus empleados?

Tabla 11

OPCION	SI	NO
RESPUESTA	34%	66%

Gráfica: 11



Fuente: Elaboración Propia.

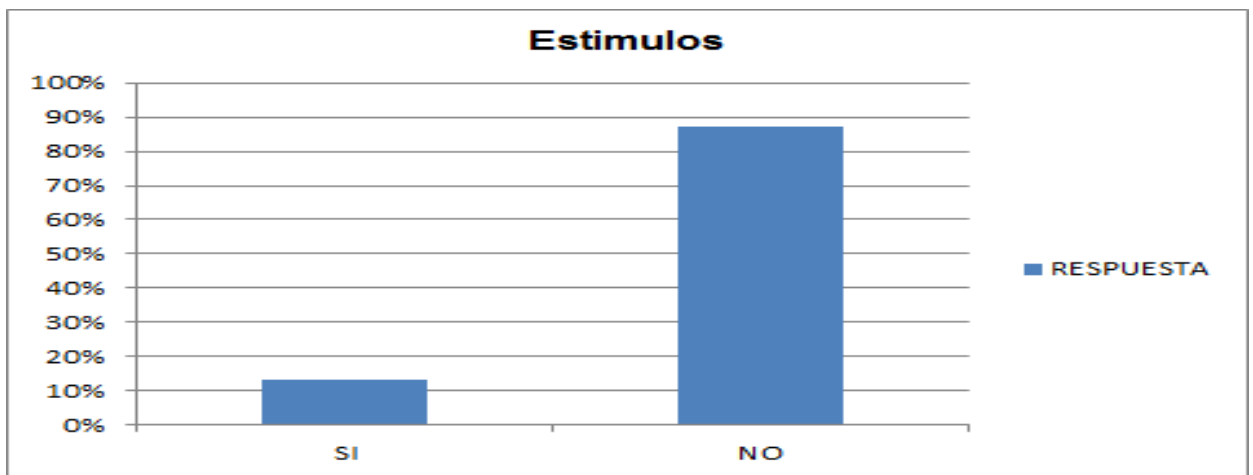
El 66% de los encuestados no aplica prácticas laborales para que el trabajador pueda lograr un equilibrio entre su trabajo y su familia, el 34% cuentan con un personal de apoyo psicológico para mejorar las relaciones entre los trabajadores y su entorno, también son beneficiados con préstamos y salidas especiales

12. ¿Tiene algún programa para estimular y reconocer al personal por la generación de ideas, toma de riesgos, decisiones y creatividad a favor de la organización y del negocio?

Tabla 12

OPCION	SI	NO
RESPUESTA	13%	87%

Gráfica: 12



Fuente: Elaboración Propia.

El 87% de los encuestados no tienen programas para estimular al trabajador en la generación de ideas que puedan ayudar a la toma de decisiones, el 13% de los empresarios procuran realizar actividades de integración con sus trabajadores.

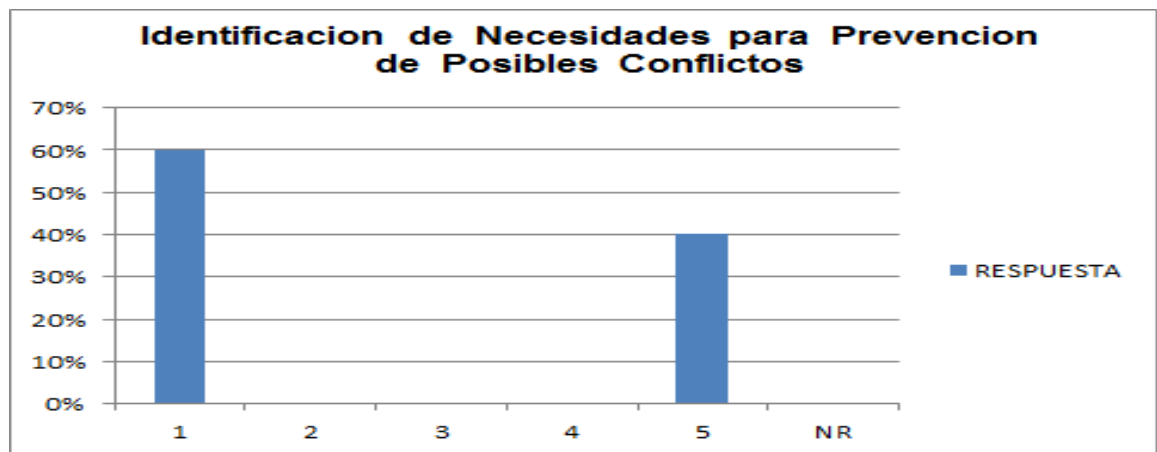
INDICADORES DE COMPROMISO CON LA COMUNIDAD

1 ¿Invierte en conocer las particularidades de la comunidad local para identificar sus expectativas, necesidades y prevenir posibles conflictos que la operación de la empresa pueda llegar a suscitar respecto de sus costumbres y creencias?

Tabla: 13

OPCION	1	2	3	4	5	NR
RESPUESTA	60%				40%	

Gráfica 13



Fuente: Elaboración Propia.

El 60% de los encuestados no muestra interés por conocer las particularidades de la comunidad, el 40% se presenta dispuesto a participar de actividades que eviten conflicto entre el hotel y el entorno.

2. ¿Responde a las expectativas que la comunidad tiene de su empresa e interviene para remediar sus necesidades e impulsar su desarrollo?

Tabla: 14

OPCION	1	2	3	4	5	NR
RESPUESTA	48%				52%	

Gráfica: 14



Fuente: Elaboración Propia.

El 52% de los encuestados no muestra interés por conocer las particularidades de la comunidad, el 48% se presenta dispuesto a participar de actividades que eviten conflicto entre el hotel y el entorno.

3 ¿Establece canales de diálogo sistemático y permanente con los diferentes actores o sectores de la comunidad con los que se relaciona?

Tabla: 15

OPCION	1	2	3	4	5	NR
RESPUESTA	33%			47%	20%	

Gráfica: 15



Fuente: Elaboración Propia.

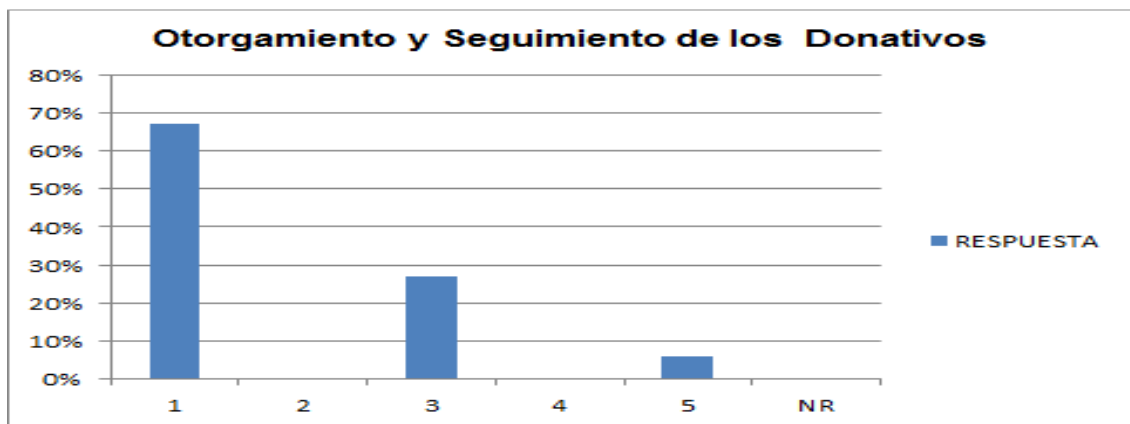
El 33% no tiene un dialogo permanente con los sectores de su entorno, el 47% sobresale por su atenta participación activa con la comunidad, el 20% se encuentra en constante dialogo con su comunidad.

4 ¿Cuenta con una instancia, puesto, fundación o sistema responsable de la planeación, otorgamiento y seguimiento de sus donativos; así como para conducir la vinculación con la comunidad, que no esté a más de un nivel ejecutivo del director general, gerente general o gerente de operaciones?

Tabla: 16

OPCION	1	2	3	4	5	NR
RESPUESTA	67%		27%		6%	

Gráfica: 16



Fuente: Elaboración Propia.

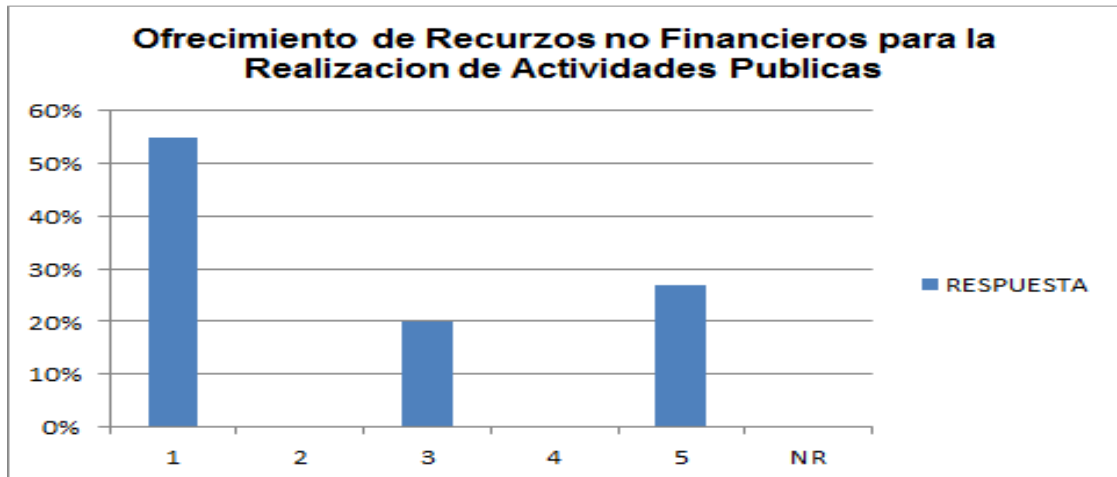
La grafica muestra que el 67% no hacen donaciones, el 27% hace donativos pero no cuenta con una empresa que lleve un control de esto, el 6% tienen una fundación o sistema que les garantiza un seguimiento de sus donativos.

5 ¿Contempla dentro de sus políticas la posibilidad de ofrecer apoyo con recursos no financieros (gente, equipo, servicios, facilidades) a grupos organizados de la comunidad para la realización de actividades públicas, cívicas o de beneficio social?

Tabla: 17

OPCION	1	2	3	4	5	NR
RESPUESTA	55%		20%		27%	

Gráfica: 17



Fuente: Elaboración Propia.

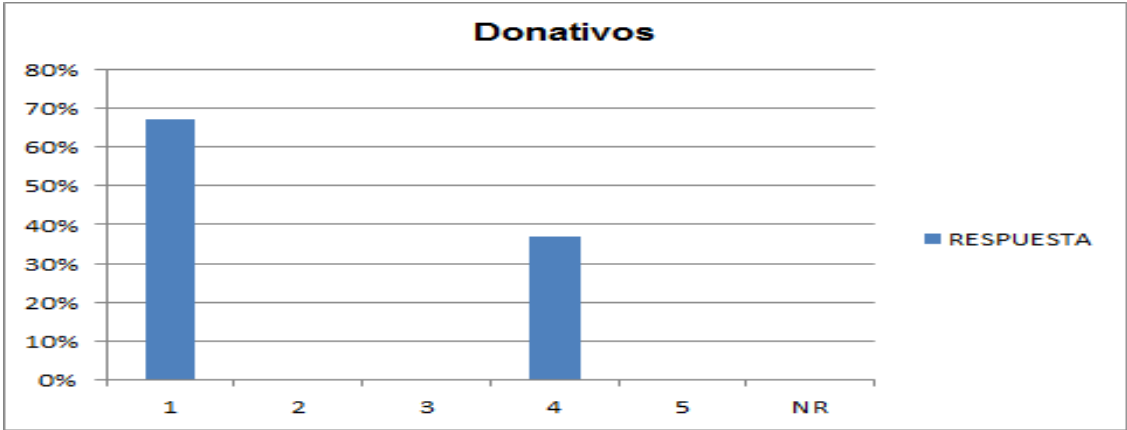
El 53% de los encuestados no ofrece ningún tipo de apoyo para la realización de actividades públicas, el 20 realiza algún tipo de obra cívica y el 27% ofrece apoyo para la realización de actividades públicas

6 ¿Otorga donativos en efectivo al menos el 1% de sus utilidades antes de impuestos promedio para causas sociales?

Tabla: 18

OPCION	1	2	3	4	5	NR
RESPUESTA	67%				33%	

Gráfica: 18



Fuente: Elaboración Propia.

El 67% de los encuestados no otorga donativos del 1% de sus utilidades antes de impuestos, el 33% de los encuestados hace donativos del 1% de sus utilidades antes de impuestos

7¿Planea y realiza actividades sociales y/o comunitarias en las que involucra al personal y sus familias?

Tabla: 19

OPCION	1	2	3	4	5	NR
RESPUESTA	73%				27%	

Gráfica: 19



Fuente: Elaboración propia.

El 67% de los encuestados no otorga donativos del 1%,de sus utilidades antes de impuestos, el 37% de los encuestados hace donativos del 1% de sus utilidades antes de impuestos

8 ¿Mantiene alianza con al menos alguna organización social para desarrollar un programa de beneficio a la comunidad?

Tabla: 20

OPCION	1	2	3	4	5	NR
RESPUESTA	60%				40%	

Gráfica. 20



Fuente: Elaboración propia.

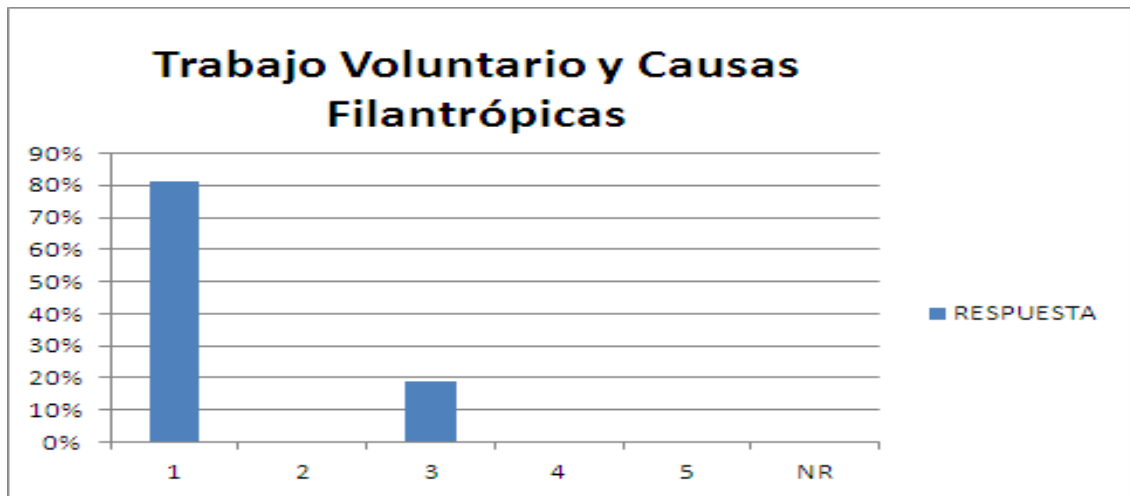
El 60% de los encuestados no mantiene alianzas con organizaciones para desarrollar programas con beneficio a la comunidad; el 40% califico con un 5 su participación para desarrollar programas de beneficio para la comunidad.

9 ¿Promueve el trabajo voluntario de sus trabajadores hacia la comunidad; apoya las causas filantrópicas de su personal?

Tabla: 21

OPCION	1	2	3	4	5	NR
RESPUESTA	81%		19%			

Gráfica: 21



Fuente: Elaboración propia.

EL 81% de los encuestados no promueve el trabajo voluntario, el 19% de los encuestados si apoya el trabajo voluntario y las causas filantrópicas de su personal

10 ¿Contribuye mediante programas específicos a la promoción del bienestar económico y social de las comunidades en las que opera?

Tabla: 22

OPCION	1	2	3	4	5	NR
RESPUESTA	66%				34%	

Gráfica. 22



Fuente: Elaboración propia.

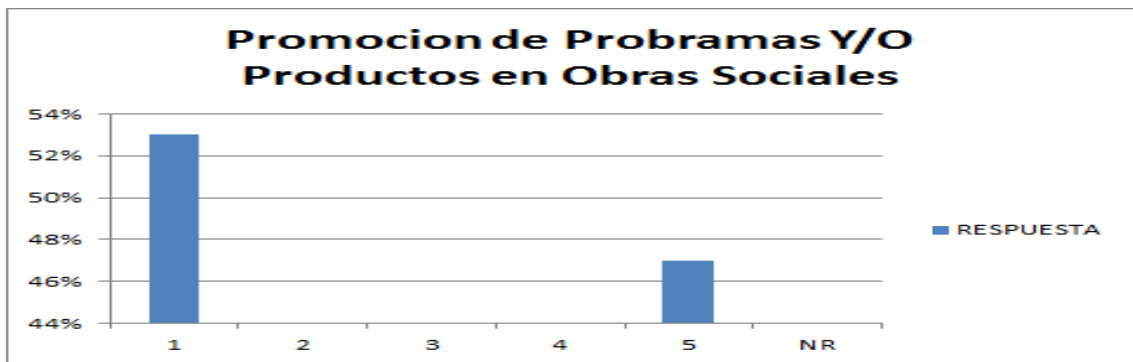
El 66% de los encuestados no contribuye mediante programas específicos a la promoción de bienestar económico y social de las comunidades en que opera, el 34 % de los encuestados respondieron que si contribuyen con programas de promoción bienestar económico para sus colaboradores y trabajadores.

11 ¿Busca oportunidades para promover sus productos y/o servicios relacionándolos y apoyando causas sociales (mercadotecnia con causa social)?

Tabla: 23

OPCION	1	2	3	4	5	NR
RESPUESTA	53%				47%	

Gráfica. 23



Fuente: Elaboración Propia.

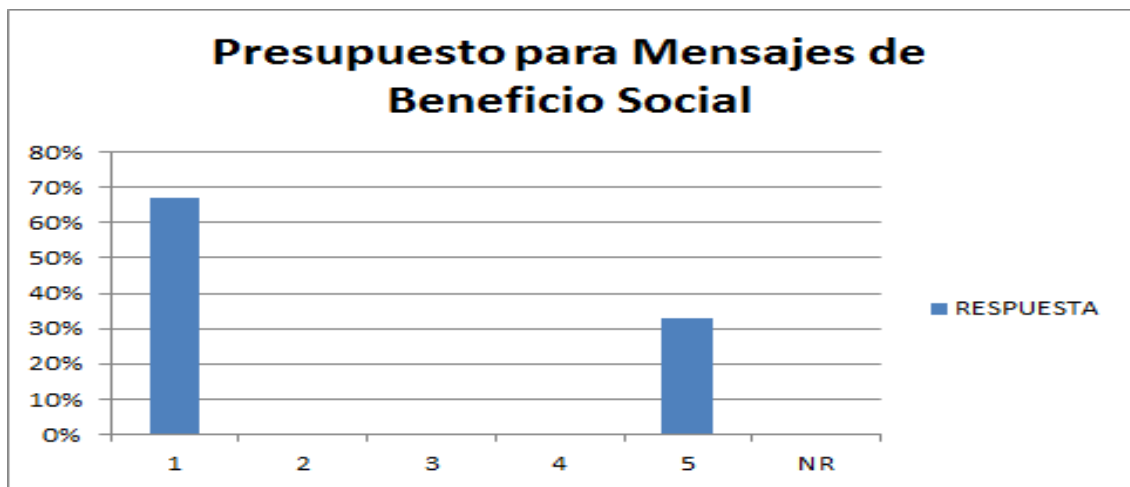
El 53% de los encuestados no destina recursos ni productos para obras sociales, el 47% de los encuestados realiza y promociona sus productos y programas como (entrega de remesas a veredas cercanas, limpieza de playas

12 ¿Destina al menos el 2% del presupuesto de su publicidad a mensajes con interés o beneficio social?

Tabla: 24

OPCION	1	2	3	4	5	NR
RESPUESTA	67%				33%	

Gráfica 24



Fuente : Elaboracion propia.

El 67% de los encuestado responden que no, mientras el 33% de los encuestdos destinan un 2% del presupuesto de su publicidada mensajes de interes o beneficios social

13 ¿Promueve con acciones específicas la filantropía, participación y responsabilidad social entre sus proveedores, acreedores, clientes e instituciones con los que se relaciona?

TABLA:25

OPCION	1	2	3	4	5	NR
RESPUESTA	54%				46%	

GRAFICA 25



Fuente: Elaboración propia.

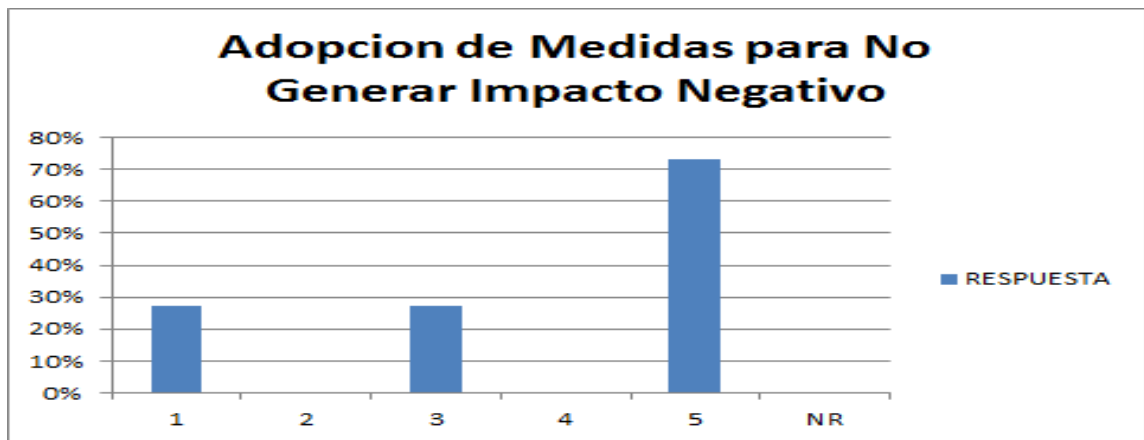
El 54% de los encuestados no promueve acciones de responsabilidad social con sus grupos de interés, el 46% afirma que se interesa en ser socialmente responsable con los grupos que lo integran

14 ¿Adopta las medidas necesarias para garantizar que sus actividades no tengan impacto negativo sobre la comunidad donde las desarrolla?

Tabla: 26

OPCION	1	2	3	4	5	NR
RESPUESTA	27%		27%		73%	

Gráfica: 26



Fuente: Elaboración propia.

El 27% de los encuestados dicen no tener medidas para garantizar impacto negativo, el 27% se encuentra en proceso de implementación de medidas y el 73% si tiene implementadas las medidas necesarias para no generar impacto negativo sobre la comunidad

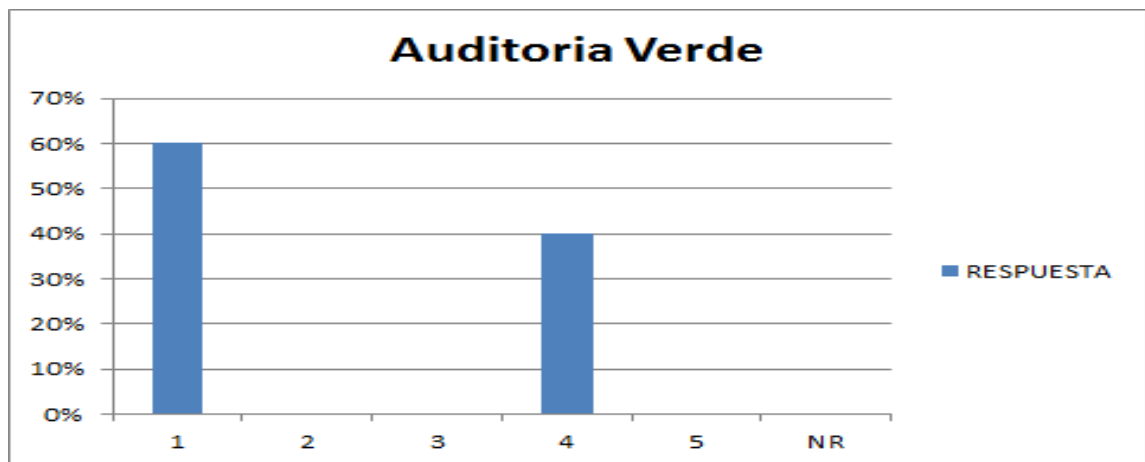
INDICADORES DE PRESERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

1 ¿Realiza una “Auditoria Verde” (inventario de los recursos que la empresa utiliza y los desechos que produce) y opera programas para el mejor aprovechamiento de recursos y para minimizar la generación de desperdicios?

Tabla: 27

OPCION	1	2	3	4	5	NR
RESPUESTA	60%			40%		

Gráfica 27



Fuente: Elaboración Propia.

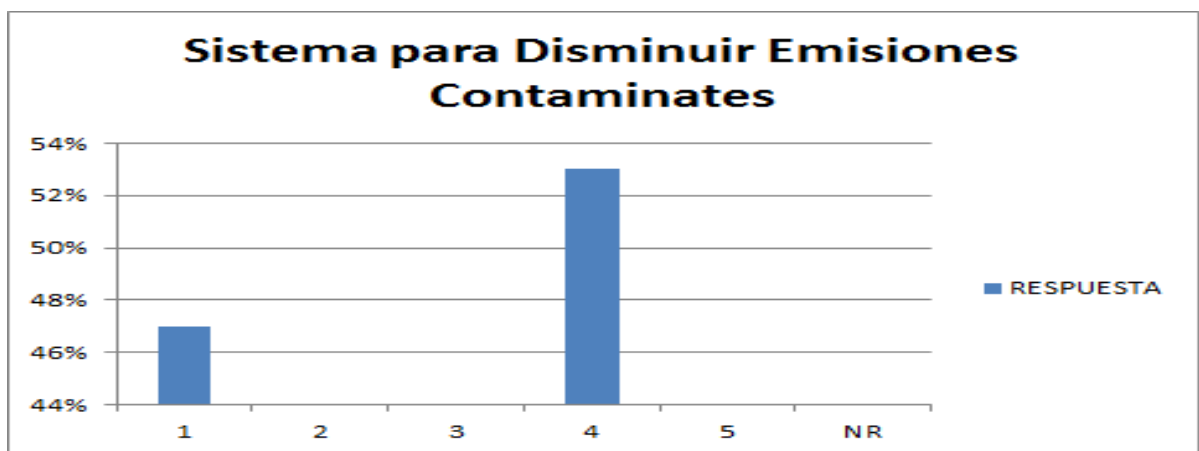
El 60% de los encuestados no cuentan con un sistema de clasificación de recursos, el 40% de los encuestados cuentan con programa para el aprovechamiento de los desechos

2 ¿Opera sistemas o aparatos necesarios que disminuyan las emisiones contaminantes que produce?

Tabla: 28

OPCION	1	2	3	4	5	NR
RESPUESTA	47%			53%		

Gráfica: 28



Fuente: Elaboración Propia.

El 47% de los encuestados no opera sistemas que puedan disminuir emisiones contaminantes, el 53% de los encuestados tienen un sistema que opera como descontaminante para el medio ambiente

3 ¿Destina una partida de su presupuesto anual a programas de conservación o protección ambiental?

Tabla: 29

OPCION	1	2	3	4	5	NR
RESPUESTA	74%		26%			

Gráfica: 29



Fuente: Elaboración Propia.

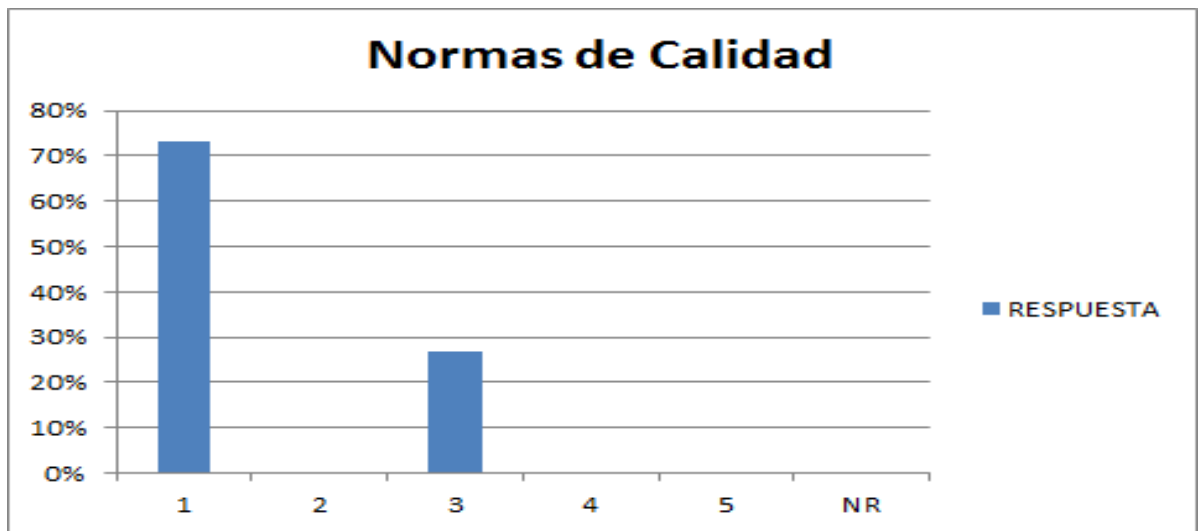
El 74% de los encuestados no destina una partida de su presupuesto anual para en programas de protección ambiental, el 26% de los encuestados afirman destinar su presupuesto anual en programas de protección ambiental

4. ¿Aplica alguna norma o certificación ambiental (ISO 9000, ISO 14000, Industria Limpia u otra)?

Tabla: 30

OPCION	1	2	3	4	5	NR
RESPUESTA	73%		27%			

Grafica 30



Fuente: Elaboración Propia.

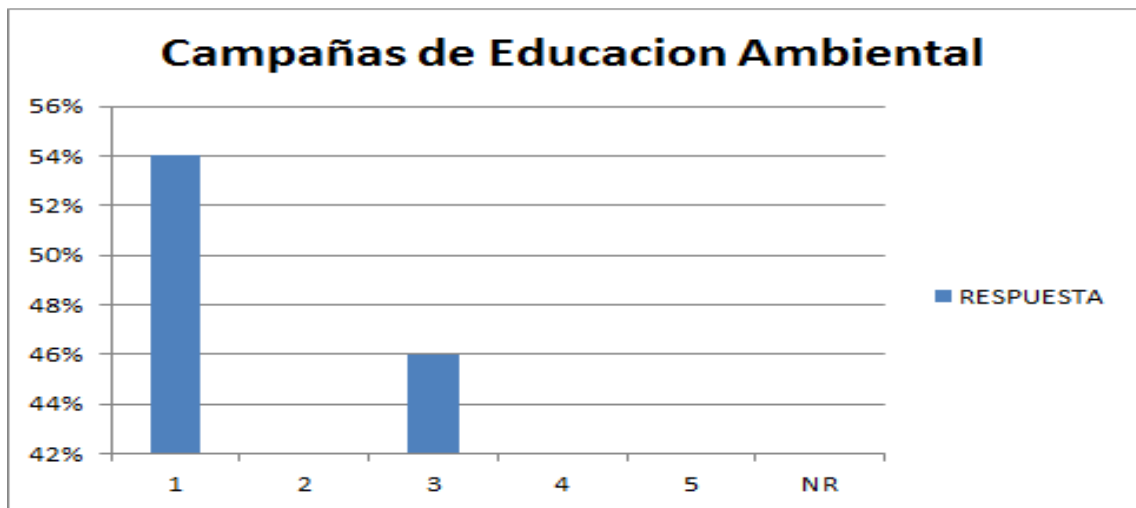
El 73% de los encuestados no cuentan con normas de calidad que certifique tanto el servicio como la conservación del medio ambiente, el 27% de los encuestados si cuentan con estas normas.

5 ¿Realiza acciones que generen entre su personal conciencia sobre el cuidado del medio ambiente y desarrolla campañas de educación ambiental a familiares de su personal y a la comunidad inmediata a la empresa?

Tabla: 31

OPCION	1	2	3	4	5	NR
RESPUESTA	54%		46%			

Grafica 31



Fuente: Elaboración Propia.

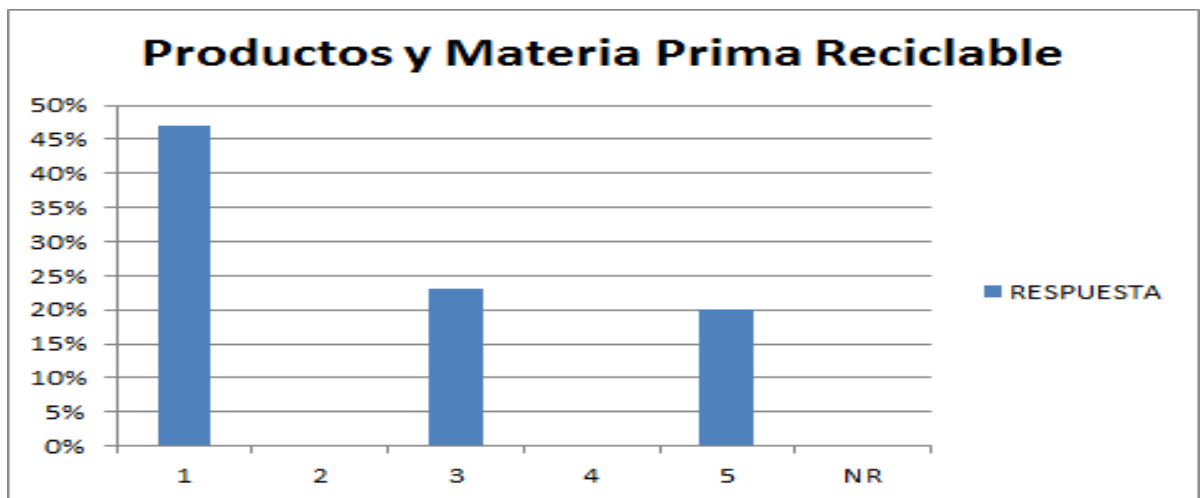
El 54% de los encuestados no realiza acciones para generar conciencia sobre el cuidado del medio ambiente, el 46% desarrolla algunas campañas de educación ambiental adjunto con la comunidad inmediata de la empresa

6 ¿Adquiere productos y materia prima reciclables, minimizando el uso de materiales no degradables?

Tabla 32

OPCION	1	2	3	4	5	NR
RESPUESTA	47%		23%		20%	

Grafica 32



Fuente: Elaboración Propia.

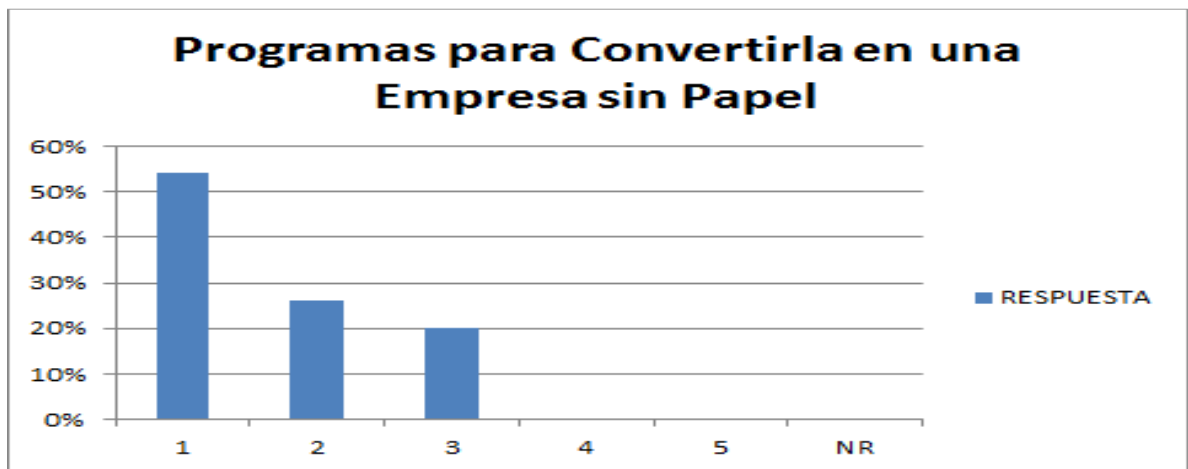
El 47% de los encuestados no adquiere productos para minimizar el uso de materiales no degradables, el 33% de los encuestados adquiere algunos productos reciclables, el 20% restante si hace todo lo posible por adquirir productos y materia prima reciclable.

7¿Cuenta con un programa encaminado a convertirla en una empresa sin papel (uso de documentos electrónicos)?

Tabla 33

OPCION	1	2	3	4	5	NR
RESPUESTA	54%	26%	20%			

Grafica 33



Fuente: Elaboración Propia.

El 54% de los encuestados no tiene programas para convertir el hotel en una empresa sin papel. El 26% de los encuestados hace gran uso de los medios electrónicos y así reducir el uso de papel.

8 ¿Mantiene sus activos (maquinaria, equipo, transporte, etc.) en niveles adecuados para la prevención de contaminación?

Tabla: 34

OPCION	1	2	3	4	5	NR
RESPUESTA	47%			34%	19%	

Gráfica. 34



Fuente: Elaboración propia.

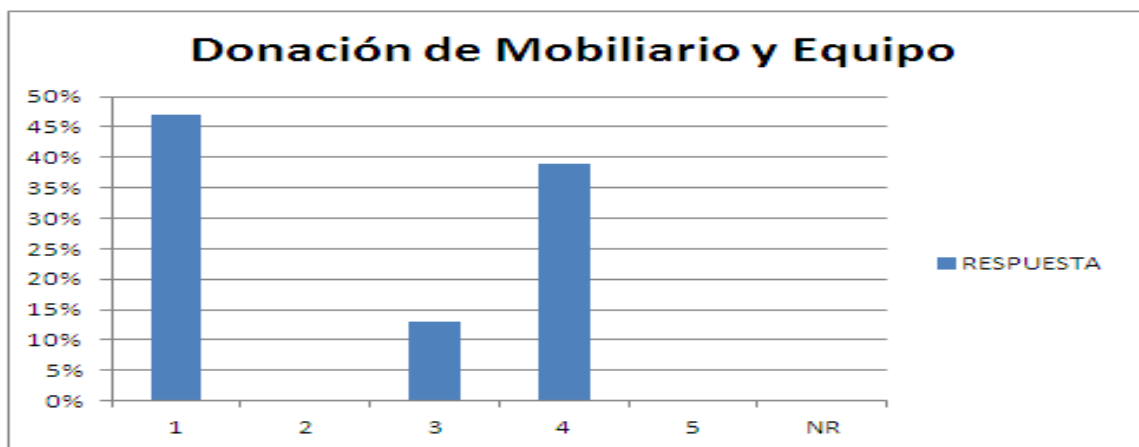
El 47% de los encuestados no mantienen en un nivel adecuado sus activos fijos, el 34% se destaca por una sobresaliente gestión en la prevención de contaminación en la maquinaria y equipo. El 19% mantiene un nivel adecuado de sus activos fijos.

9¿Dona los excedentes de mobiliario y equipo (inventarios muertos) favoreciendo su reutilización y aprovechamiento?

Tabla: 35

OPCION	1	2	3	4	5	NR
RESPUESTA	47%		13%	39%		

Grafica 35



Fuente: Elaboración Propia.

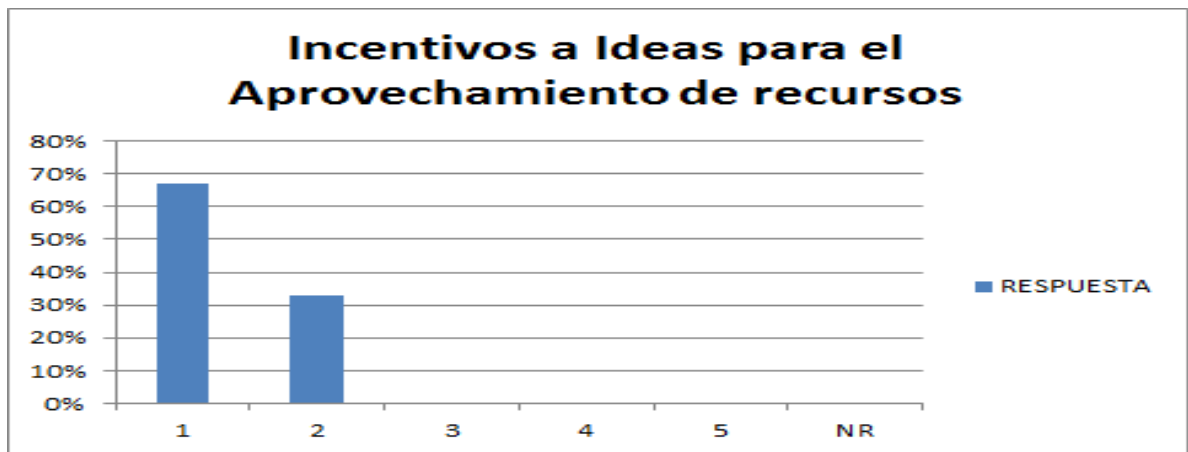
El 47% de los encuestados no dona los excedentes de mobiliario y equipo, el 14% dona alguna parte de sus equipos. El 39% dona los excedentes de mobiliario y equipo (inventario muertos) favoreciendo su reutilización y aprovechamiento.

10 ¿Genera incentivos, premios y reconocimientos para los empleados que sugieren alternativas a los procesos de contaminación o desaprovechamiento de recursos en los procesos empresariales?

Tabla: 36

OPCION	1	2	3	4	5	NR
RESPUESTA	67%	33%				

Grafica 36



Fuente: Elaboración Propia.

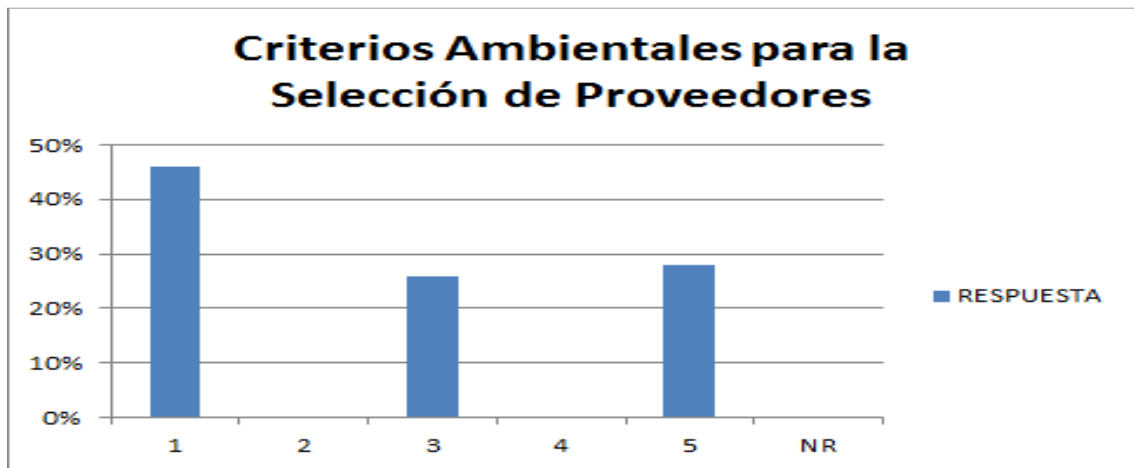
El 67% de los encuestados no genera incentivos para que sus trabajadores sugieran alternativas a los procesos de contaminación, el 33% de los encuestados da incentivos a sus trabajadores en el aporte de alternativas a los procesos de contaminación.

11. ¿Utiliza criterios ambientales para la selección de sus proveedores?

Tabla: 37

OPCION	1	2	3	4	5	NR
RESPUESTA	46%		26%		28%	

Gráfica: 37



Fuente: Elaboración Propia.

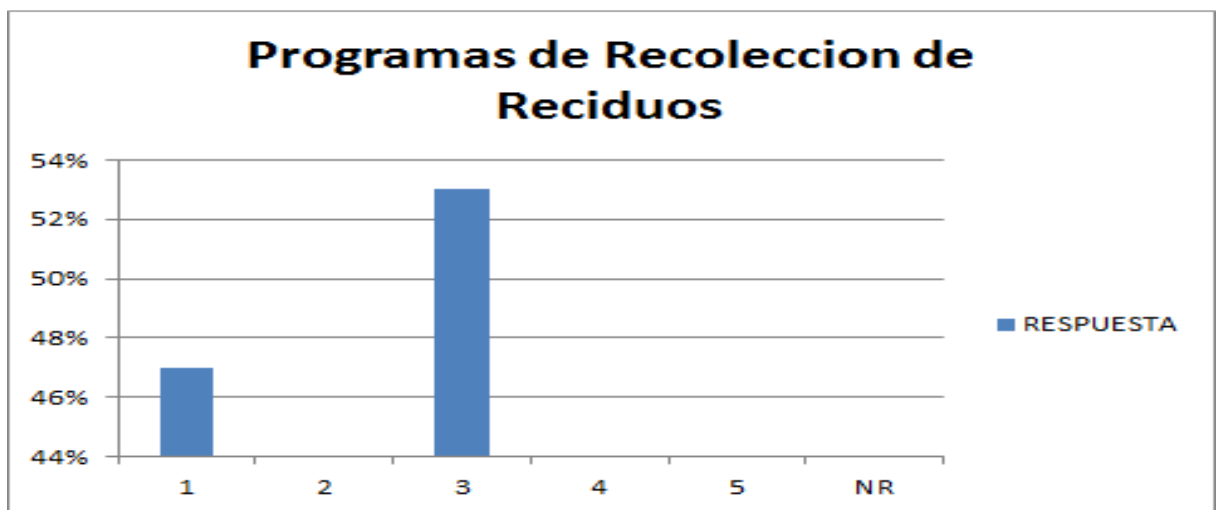
El 46% de los encuestados no utiliza criterios para la selección de sus proveedores, el 26% tiene en cuenta criterios para la selección de sus proveedores y el 28% de los encuestados si utiliza criterios para la selección de sus proveedores.

12 ¿Cuenta con un programa de recolección de residuos y reciclaje post-consumo?

Tabla: 38

OPCION	1	2	3	4	5	NR
RESPUESTA	47%		53%			

Grafica 38



Fuente: Elaboración Propia

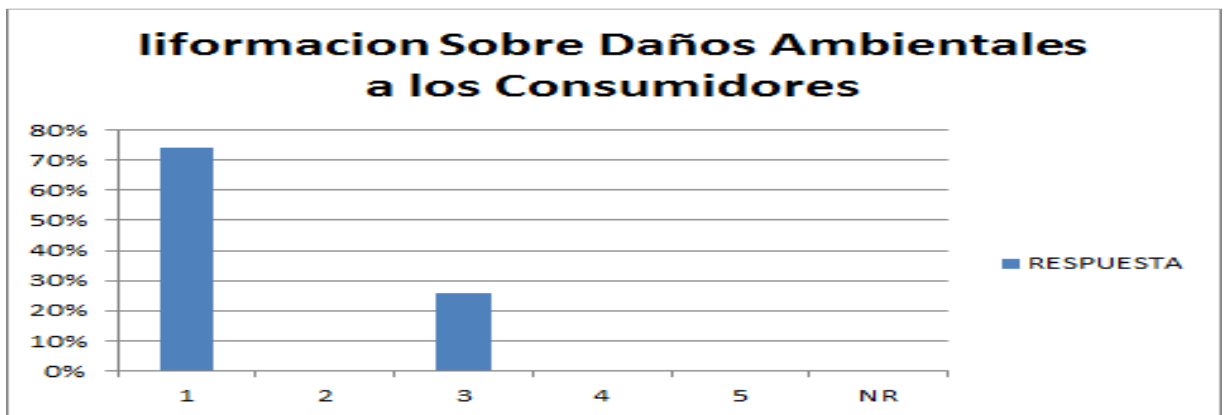
El 47% de los encuestados no cuenta con programas de recolección de residuos, el 53% cuenta con un programa de recolección de residuos post- consumo

13 ¿Entrega a sus consumidores información detallada sobre daños ambientales como resultado del uso y destino final de sus productos o servicio?

Tabla: 39

OPCION	1	2	3	4	5	NR
RESPUESTA	74%		26%			

GRÁFICA: 39



Fuente: Elaboración Propia.

El 74% de los encuestados no suministran a sus consumidores la información sobre daños ambientales de sus productos o servicios, el 26% entrega a sus consumidores información detallada sobre daños ambientales como resultado del uso y destino final de sus productos o servicios.

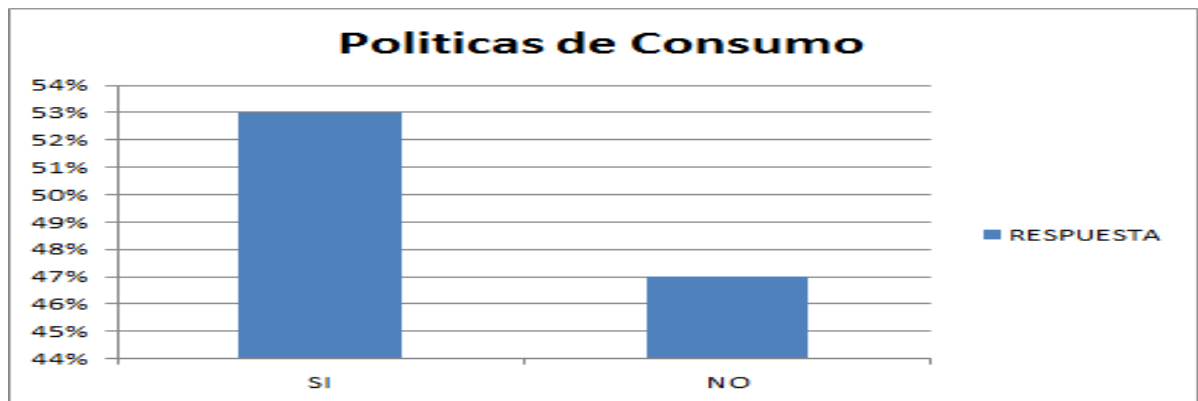
Para las preguntas 1-2, responda conforme a la situación actual de su empresa, NO de acuerdo con sus proyectos a futuro. Si su respuesta es SI, complementa su respuesta.

14 ¿Cuenta con políticas para reducir, dentro de su tecnología actual, el consumo de energía eléctrica, agua y productos tóxicos sus instalaciones y oficinas?

Tabla: 40

OPCION	SI	NO
RESPUESTA	53%	47%

Grafica 40



Fuente: Elaboración Propia.

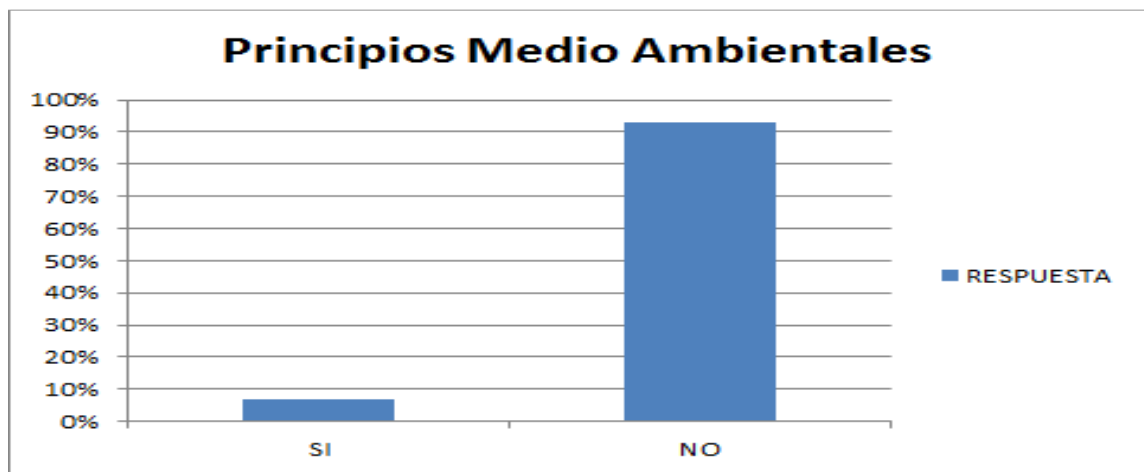
Las respuestas dadas a la presente pregunta permitieron evidenciar que el 47% de los encuestados indicaron no tener políticas para reducir el consumo de energía eléctrica, agua, productos tóxicos en sus locaciones; en cuanto al 53% restante, establecieron que SI cuentan con políticas en este sentido, que van desde el uso de aguas lluvia, desconexión de aparatos eléctricos como aires acondicionados, acción que se realiza por tiempos determinados e igualmente el cambio de luces tradicionales por ahorradoras, sin dejar de lado revisiones periódicas de las instalaciones.

15 ¿Establece compromisos para con la conservación del medio ambiente y se fija estándares para ellos, que incluyen metas formales (declaración de principios medioambientales)?

Tabla: 41

OPCION	SI	NO
RESPUESTA	7%	93%

.Gráfica: 41



Fuente: Elaboración Propia.

Las respuestas dadas por los encuestados permiten determinar que existen falencias en aspectos sociales. La calidad de vida laboral generalmente se refiere a las acciones que afectan directamente a los empleados, tales como compensaciones, integración familiar, salud, bienestar entre otras. Las respuestas dadas evidencian la carencia de políticas en las empresas hoteleras en aspectos fundamentales que tienen que ver con el trabajador para mejorar sus aptitudes y habilidades como lo son las capacitaciones, de igual manera a pesar de haber un trato diario entre jefe y subordinado, hay una brecha muy grande para suscitar al empleador a realizar investigaciones para conocer su nivel de satisfacción en su área de trabajo y así mejorar su equilibrio entre el trabajo y la familia, que por cierto esta última pareciera no existir ya que la integración de ésta a los planes de desarrollo de la empresa es casi nula.

5.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS

5.1.1 IDENTIFICACIÓN DE LAS PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DEL SECTOR HOTELERO DEL DISTRITO DE BUENAVENTURA

Para identificar las prácticas de responsabilidad social de las empresas del sector hotelero en Buenaventura, no fue necesario escudriñar en sus estados financieros, ni mucho menos fisgonear en las decenas de habitaciones protagonistas de estos servicios y fuente de su rentable actividad.

Al entrar en contacto con los responsables o encargados administrativos, y ser testigos de la simpleza con que balancean la cabeza negativamente a la vez que responden con un NO natural y desinteresado a más del 80% de las preguntas claves que servirían como indicadores para evaluar su grado de responsabilidad con la sociedad dentro de la cual ejercen su actividad económica; se pudo evidenciar de manera rápida y lamentable la realidad que se temía, y que a medida que se avanzaba en el trabajo de campo las repuestas se repetían una y otra vez.

Esta situación es la misma en la gran mayoría de empresas de otros sectores, sin embargo, el sector hotelero a diferencia de otros como el portuario, pesquero, comercio y la banca privada, para su funcionamiento requiere una gran inversión esencialmente en la etapa inicial, es decir la construcción del inmueble, después de un tiempo todo lo que percibe son utilidades, dado que en el curso normal de sus operaciones, los gastos son mínimos y el personal que opera es apenas el necesario para atender a los clientes los cuales de entrada ya se sabe lo que quieren, pues es una de las características del servicio.

Es nulo el interés por aportar a un grupo de personas sin que estas le retibuyan algo, a nivel interno, el código de ética es algo delo cual ni siquiera se sabe lo que es, la vida laboral es una vil rutina que empieza con una entrega de llaves y termina con un gracias de parte del cliente al recibir las vueltas cuando abandona el hotel.

Es necesario precisar que si se sigue con esta tendencia de crear barreras al desarrollo humano dela comunidad , teniendo pleno conocimiento de la difícil situación por la cual se atraviesa, otras organizaciones prestaran atención a esta necesidad y entonces ya será tarde para cuando los empresarios de este gremio se quieran reivindicar.

5.1.2 DETERMINAR LA ACTIVIDAD QUE REALIZA EL SECTOR HOTELERO DEL DISTRITO DE BUENAVENTURA PARA LA PRESERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

En cuanto a los ítems que darían cuenta de las actividades que realiza el sector hotelero del Distrito de Buenaventura para la preservación del medio ambiente, se puede percibir que hay un minúsculo accionar para el cuidado del mismo; solo el 20% de los hoteles encuestados adquieren productos y materia prima reciclable, este esfuerzo es incipiente, considerando que en la actualidad hay muchas empresas que proveen este tipo de productos, por otro lado , ese mismo porcentaje de encuestados manifiesta destinar una partida del presupuesto anual para programas de conservación del medio ambiente , esta sentencia no se pudo verificar. Siguiendo con este tipo de preguntas no se destacan mecanismos e instrumentos para estimular a los trabajadores y a la comunidad en general sobre la protección del mismo, sobra mencionar que ninguno aplica normas o certificaciones ambientales.

5.1.3 ESTABLECER EL PORCENTAJE DE RECURSOS QUE LAS EMPRESAS DEL SECTOR HOTELERO DESTINAN PARA PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL DISTRITO DE BUENAVENTURA

Un gran número de empresarios consideran que su compromiso con la comunidad termina cuando cumplen con sus obligaciones legales, y no es para menos ya que la legislación actual no les exige más. No obstante en el marco del desarrollo sostenible cabe destacar que el estado concede un voto de confianza para que dichas empresas sirvan como puente para el crecimiento económico y social otorgándole privilegios que le permitan la implementación de modelos de gestión compatibles con todos los grupos de interés.

al realizar esta investigación se puede analizar que a este sector se le premia con beneficios tributarios para que cada día crezca su oferta, para que los inversionistas se entusiasmen y aprovechen esos 30 años de renta exenta que tienen de entrada a penas construyan el hotel, sin embargo esta recompensa no se refleja en la inversión social que debiera ser requisito para que estas empresas pudieran hacer uso de dichos descuentos, como prueba real en esta investigación se pudo demostrar una vez más que no existe disposición alguna por cambiar el panorama actual de la Responsabilidad Social Empresarial, con unos resultados inferiores al 10% a la intención de destinación de recursos de cualquier tipo, (gente, equipo, servicios , económico) para la gestión de actividades de Responsabilidad Social Empresarial, es notorio el grado de compromiso que este tipo de empresa tiene para con la comunidad.

6. CONCLUSIÓN

Partiendo de los objetivos específicos planteados y los resultados obtenidos en esta investigación, se puede concluir que aunque las buenas practicas ayuden a dinamizar los procesos llevando a la mejora continua e integral de todos los grupos de interés de la organización, en este caso las respuestas a las preguntas formuladas en el cuestionario evidencian que no existen planes por parte de la administración que ayuden a mejorar la calidad de vida de los empleados, ni mucho menos interés en estimular el potencial de los miembros de la empresa ni de sus allegados o familiares, se percibe un total aislamiento de estos factores así como también una total indiferencia por fomentar la preservación del medio ambiente y propiciar un cambio hacia un modelo de gestión donde se pueda convivir en armonía con todos los que interactúan en este medio.

Los encargados de la administración hotelera se escudan en que no son grandes generadores de desechos de cualquier tipo; es su pretexto para no ser precursores y adoptar medidas para minimizar la contaminación y el deterioro del medio ambiente, persisten en que actividades como apagar las bombillas cuando no están en uso, sacar la basura a sus horas y la utilización de agua de lluvia en algunas actividades para el aseo es todo lo que les compete y que con eso están cumpliendo, y efectivamente podrían tener la razón ya que la legislación actual no los obliga a más; lo anterior con relación a lo planteado en el objetivo específico 2.

Las buenas prácticas tienen un factor económico el cual ayuda a dinamizar y agilizar los procesos, en este caso sobra decir que si no hay interés por fomentar la preservación del medio ambiente, la convivencia en armonía de todos los seres que interactúan en este, mucho menos habrá una partida específica para este tipo de gestión; por ahora es impensable la posibilidad de que

la gerencia destine un porcentaje de su presupuesto para lo que la humanidad necesita para propiciar un cambio y encaminarnos hacia mejor calidad de vida.

7. RECOMENDACIONES

OBJETIVO 1: Identificar las prácticas de Responsabilidad Social empleadas por empresarios del sector hotelero del Distrito de Buenaventura.

- ❖ La implementación y divulgación de un código de ética el cual ayude a los empresarios con el direccionamiento de los valores y así construir el camino hacia la sostenibilidad, y que día a día sirvan para la prestación de un servicio responsable con sus trabajadores, proveedores, accionistas y comunidad en general .
- ❖ Dar a conocer a todos los administradores que deben fomentar el trabajo en equipo entre sus trabajadores, al igual que hacerlos participe en la toma de decisiones, de igual forma implementar horarios flexibles en los que sus trabajadores puedan capacitarse y dar una mejor calidad de vida a su núcleo familiar .
- ❖ Adoptar los principios del desarrollo sostenible voluntariamente, antes de que obligue la Ley, porque es de interés a largo plazo.
- ❖ Seguimiento estrecho y control de los participantes en el Programa: la personalización de un programa como esté, requiere de un apoyo permanente de los colaboradores que incluya no sólo evaluación sino motivación constante.

OBJETIVO 2: Determinar la actividad que realiza el sector hotelero del Distrito de Buenaventura para la preservación del medio ambiente.

- ❖ Se hace referencia en las actividades que el sector hotelero realiza por el medio ambiente, porque es muy importante para nosotras decir que el ambiente es el entorno donde este opera y donde está inmersa, la atmosfera, los seres humanos, la flora, la fauna, el suelo, el agua y los recursos naturales.
- ❖ Ejecutar un plan que pueda servir a los hoteles en materia de recolección y clasificación de residuos sólidos como líquidos.

- ❖ Hacer brigadas de limpieza de playas y alrededores donde este opera en la prestación de su servicio como resultado del uso y destino final de sus productos.
- ❖ Donar los muebles que ya no están haciendo parte del uso diario de las actividades de la empresa, esto con el fin de que no sean depositados en sitios donde puedan generar contaminación.
- ❖ Integrar en la gestión diaria la dimensión económica, social y ambiental.
- ❖ Incorporación de las tecnologías de información y comunicación en los procesos y prácticas del negocio para reducir el consumo de papel.

OBJETIVO 3: Establecer el porcentaje de recursos que las empresas del sector hotelero destinan para prácticas de responsabilidad social en el Distrito de Buenaventura.

- ❖ Crear una fundación donde se puedan destinar recursos económicos en la que se lleve un control de estos, como donativos para programas de bienestar social para su entorno y la comunidad.

Teniendo en cuenta los resultados de la investigación y las recomendaciones anteriores, se sugiere que sean implementadas normas o leyes que regulen la responsabilidad social del sector hotelero donde los trabajadores y su grupos de interés. Ante ese panorama la responsabilidad social cobra vital importancia en las organizaciones, porque su responsabilidad ya no se centra solamente en generar ganancias sino también en atender el impacto de sus decisiones y actividades en la sociedad y el ambiente por medio de un comportamiento transparente y ético que a su vez, Contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad.

8. GLOSARIO

LIBRO VERDE: El Libro Verde" Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Libro Verde (2001)

El Libro Verde tiene por objeto iniciar un amplio debate sobre cómo podría fomentar la Unión Europea la responsabilidad social de las empresas a nivel europeo e internacional, en particular sobre cómo aprovechar al máximo las experiencias existentes, fomentar el desarrollo de prácticas innovadoras, aumentar la transparencia e incrementar la fiabilidad de la evaluación y la validación. Propone un enfoque basado en asociaciones más profundas en las que todos los agentes desempeñen un papel activo.

OCDE: La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) es una organización de cooperación internacional, compuesta por 34 estados, cuyo objetivo es coordinar sus políticas económicas y sociales.

ONU: La Organización de las Naciones Unidas (ONU) es la mayor organización internacional existente. Se define como una asociación de gobiernos global que facilita la cooperación en asuntos como el Derecho internacional, la paz y seguridad internacional, el desarrollo económico y social, los asuntos humanitarios y los derechos humanos.

PERCEPCIÓN: Proveniente del latín, de la palabra *perceptivo*, que significa recibir, recolectar o tomar posesión de algo.

PRACTICAS: cualquier arte o facultad, conforme a sus reglas.

9.BIBLIOGRAFÍA

- ✓ CADENA HURTADO Sugey Y RIASCOS MINA Maritza. Caracterización de las prácticas contables y tributarias de los prestadores de servicios del sector hotelero de Buenaventura- universidad el valle pág. 10,11 2005.
- ✓ ROJAS MUÑOZ Alfonso Lucas y OLAYA GARCERÁ Jorge Eliecer. Responsabilidad social empresarial: Su origen, evolución y desarrollo en Colombia, p, 6
- ✓ FRIEDMAN Milton. *La responsabilidad social de los negocios es aumentar sus utilidades. En oficio y arte de la gerencia* Vol. II de Joseph Bowen.
- ✓ ASPRILLA , Ángel, AREIZA LOZANO Eduardo, MICOLTA SAVI, Alexander, VALENCIA BERMÚDEZ Harold, Caracterización de la Responsabilidad social de la Empresa Privada en el Municipio de Buenaventura., ZEEE ABRIL DE 2003.
- ✓ RODRÍGUEZ, Andrea del Pilar. Responsabilidad social empresarial, calidad de vida y trabajo social. Universidad Nacional de Colombia.
- ✓ RAUFFLET Emmanuel, LOZANO AGUILAR José Félix, BARRERA DUQUE Ernesto. GARCÍA DE LA TORRE consuelo. *Responsabilidad Social Empresarial* ,Editorial PEARSON 1 Edición 2012 , Pag 33-37
- ✓ SIERRA MONTOYA Jorge Emilio, Responsabilidad Social Empresarial. Lecciones, Casos y Modelos de Vida.
Guía de recursos sobre responsabilidad social de la empresa (RSE), Organización Internacional del Trabajo (22-11-2007)
- ✓ RINCÓN FONSECA, Leidy Milena y DIAZ ARDILA, Luis Eduardo. Diagnóstico y creación de un modelo de gestión basado en responsabilidad social empresarial aplicado a la empresa MARVAL S.A Trabajo de grado p, 5 Maestría en dirección y gerencia de empresas, Facultad de administración Universidad del Rosario, Bogotá, d.c., Julio 2009.

- ✓ BESTRATÉN BELLOVÍ, Manuel y PUJOL SENOVILLA, Luis (2004) NTP 644: Responsabilidad social de las empresas (II): tipos de responsabilidades y plan de actuación, INSHT, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, España [14-01-2008]
- ✓ TORO Olga Lucía Y REY Germán, Empresa Privada Y Responsabilidad Social. Editorial Utópica 1996 Pág. 22
- ✓ ROJAS MUÑOZ, Alfonso Lucas y OLAYA GARCERÁ Jorge Eliecer. Responsabilidad social empresarial: Su origen, evolución y desarrollo en Colombia, p, 6.
- ✓ [<http://www.cemefi.org/esr> (24-04-2009)]
- ✓ http://es.wikipedia.org/wiki/Responsabilidad_social_corporativa
http://es.wikipedia.org/wiki/Responsabilidad_social_corporativa
- ✓ <http://redunirse.org/nuevo/sites/default/files/pdf/Responsabilidad%20Social%20Empresarial%20su%20origen,%20evoluci%C3%B3n%20y%20desarrollo%20en%20Colombia.pdf>
- ✓ <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/10336/1538/3/91072785.pdf>
- ✓ www.humanas.unal.edu.co/tsocial/index.php/download_file/.../53/
- ✓ <http://www.activolegal.com/weben/index.php/noticias/actualidad/464-noticia110613n1>
- ✓ http://es.wikipedia.org/wiki/Responsabilidad_social_corporativa
- ✓ http://servoaspr.imprenta.gov.co/gacetap/gaceta.mostrar_documento?p_tipo=05&p_numero=70&p_consec=26348
- ✓ http://www.ifef.es/portalempleo/rsocial/grupos_interes_rse.
- ✓ Planeacion.cali.gov.co/publicaciones/cali_en_cifras/caliencifras2011.pdf

ANEXOS